

**UNIVERSIDAD CENTRAL**  
**VICERRECTORÍA ACADÉMICA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“ESTRATEGIAS EMPRESARIALES PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD  
ECONÓMICA DE LA MICROEMPRESA CRECIENDO JUNTOS DURANTE EL  
AÑO 2023 EN SAN JOSÉ, COSTA RICA”**

**MODALIDAD DE TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO ACADÉMICO DE  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ÉNFASIS EN  
GERENCIA**

**SUSTENTANTE:**

**JENNIFER UREÑA SALAS**

**TUTOR:**

**LIC. MARCO CUBILLO MURRAY**

**SEDE CENTRAL**

**ABRIL, 2023**

## DEDICATORIAS

“Todas vuestras cosas sean hechas con amor” (1 Corintios 16:14).

Estas palabras me han mostrado que los procesos realizados en nuestra vida siempre van ligados al amor incondicional que solo Dios nos da.

Este trabajo va dedicado a todas aquellas personas que me han motivado a seguir adelante.

A mi familia, a mi suegra Victoria Rodríguez y a mi pareja Víctor Morales, quienes siempre, con paciencia, amor y constancia, me han animado a concluir este trabajo de investigación, así como a mis amigos que me brindaron su apoyo en el proceso, aconsejándome y dándome ánimos.

## **AGRADECIMIENTOS**

Al concluir con esta investigación y trabajo académico, deseo expresar mi más sincero agradecimiento a la Universidad Central, por permitirme la formación en la rama de las Ciencias de la Administración, así también como a los distintos profesores que colaboraron durante todo este tiempo en brindarme las herramientas necesarias para tener un conocimiento amplio de los distintos procesos para desempeñarme como una profesional exitosa en el futuro.

Un agradecimiento especial a la empresa Creciendo Juntos, por abrirme las puertas para realizar este trabajo de investigación.

Para finalizar, no me bastan las palabras para expresar toda la gratitud que llevo dentro de mí, por el apoyo brindado por todas las personas que me rodean y me dejan claro el significado de la constancia y de perseverar siempre en los anhelos de mi corazón.

## Resumen

La presente investigación titulada: “Estrategias empresariales para mejorar la rentabilidad económica de la microempresa Creciendo Juntos durante el año 2023 en San José, Costa Rica” es un proceso investigativo mixto en el cual se analizan datos en forma cuantitativa y cualitativa. El objetivo general es determinar la estrategia empresarial que logre impactar positivamente la rentabilidad económica de la microempresa, con base en los objetivos específicos. La ruta por seguir es crear un diagnóstico actual del negocio para crear un plan estratégico que contenga herramientas financieras y de mercadeo para aplicarlas durante el primer trimestre del presente año. Dicha acción muestra un incremento en las ventas de los servicios de la empresa como producto de las acciones enfocadas en las mejoras en publicidad digital y en la reducción de costos. Lo anterior determina que se logran conseguir los objetivos planteados en esta investigación.

Palabras claves: rentabilidad económica, estrategia empresarial, microempresa, plan estratégico, herramientas financieras.

## Abstract

The current dissertation named: “Business strategies to improve Creciendo Juntos’ financial profitability during the year 2023 in San José, Costa Rica is a mixed investigation that contains quantitative and qualitative data. The general objective is to determine la business strategy that affects positively in the business’ financial profitability according to the investigation’s specific objectives. The route to follow is to create a company’s updated diagnose in order to elaborate a strategic business plan which contains financial tools and marketing ones to be applied during this current year’s first trimester. The mentioned action shows the company services’ sales increasing as a result of the activities focused on digital publicity improvement and costs reductions. The previous explanation exposes that the objectives of this investigation were fully achieved.

**Key words:** financial profitability, business strategy, microbusiness, strategic business plan, financial tools.

## Tabla de contenido

<b>CAPÍTULO I</b> .....	10
<b>El problema y su importancia</b> .....	11
1.1 Introducción .....	11
1.2 Planteamiento del problema.....	13
1.2 Objetivos .....	15
1.3 Justificación .....	15
1.4 Antecedentes .....	17
1.5 Proyecciones .....	23
1.6 Limitaciones .....	23
<b>CAPÍTULO II</b> .....	25
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	25
Introducción.....	26
Microempresa .....	27
Estrategias empresariales .....	28
Herramientas financieras.....	29
Sobre Creciendo Juntos .....	31
Historia de Creciendo Juntos .....	31
Estructura de la microempresa Creciendo Juntos .....	38
Misión .....	38
Visión.....	39
Valores .....	39
<i>DAFO de Creciendo Juntos</i> .....	39
Perfil geográfico .....	40
Perfil demográfico .....	40
Perfil psicográfico.....	41
Perfil conductual .....	41
Análisis competitivo .....	43
¿Quién es la competencia de Creciendo Juntos? .....	43
Enseñanza del inglés.....	43
¿Qué ofrece Creciendo Juntos en sus servicios? .....	44
Propuesta de valor de Creciendo Juntos .....	45

Comunicación y publicidad .....	49
Servicios de Creciendo Juntos .....	50
Diseño de servicios de Creciendo Juntos .....	50
<b>CAPÍTULO III</b> .....	55
<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	55
<b>3.1</b> Tipo de investigación .....	56
<b>3.2</b> Sujetos de información participantes en la investigación .....	57
<b>3.3</b> Población de estudio .....	57
<b>3.3.1</b> Criterios de selección .....	58
<b>3.4</b> Categorías de análisis .....	58
<b>3.5</b> Técnicas para la recolección de la información .....	62
<b>3.6</b> Instrumentos .....	63
<b>3.7</b> Procedimiento general de recolección de la información .....	65
<b>3.8</b> Análisis de la información .....	66
<b>3.9</b> Criterios de validez .....	66
<b>3.10</b> Principios éticos que guiaron el proceso de investigación .....	67
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	70
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS</b> .....	70
<b>4.1</b> Consideraciones generales .....	71
<b>4.2</b> Comprensión e interpretación de los datos, según patrones comunes y tendencias, en categorías y subcategorías de análisis .....	71
<b>4.2.1</b> Diagnóstico de la microempresa Creciendo Juntos, 2022 .....	71
<b>4.2.2</b> Plan estratégico para la microempresa Creciendo Juntos .....	73
<b>4.2.2.1</b> Resultados de los instrumentos aplicados .....	74
<b>4.2.2.2</b> Elaboración del plan estratégico .....	83
<b>4.2.3</b> Aplicación del plan estratégico para la microempresa Creciendo Juntos .....	87
<b>CAPÍTULO V</b> .....	90
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	90
<b>5.1.</b> Conclusiones teóricas.....	91
<b>5.1.1.</b> Microempresa-mercado.....	91
<b>5.1.2.</b> Diagnóstico empresarial .....	91
<b>5.1.3.</b> Resultados .....	92
<b>5.2.</b> Conclusiones prácticas.....	92
<b>5.3.</b> Recomendaciones .....	97
<b>5.3.1</b> Recomendaciones para microempresarios en el área de Psicología e inglés .....	98

5.3.2 Recomendaciones para microempresarios que promocionan sus productos en la red social Facebook u otras redes sociales .....	99
5.3.3 Recomendaciones para microempresarios que promocionan sus productos fuera de las redes sociales o en modalidad presencial exclusivamente .....	100
5.3.4 Recomendaciones para usuarios y/o compradores de modalidad híbrida: virtual y presencial.....	100
5.3.5 Recomendaciones para los colegios profesionales de cada área de labor: Colegio de Profesionales en Psicología de Costa Rica (CPPCR) y Colegio de Licenciados y Profesores en Letras, Filosofía, Ciencias y Artes (COLYPRO).....	101
5.3.6 Recomendaciones para funcionarios de instituciones costarricenses relacionadas con el emprendedurismo, especialmente en productos y/o servicios de formación humana .....	102
5.3.7 Recomendaciones para personal docente-administrativo y público en general que asiste a la Universidad Central, Costa Rica.....	103
5.3.8 Recomendaciones para público en general.....	104
5.3.9 Recomendaciones para la microempresa Creciendo Juntos .....	104
<b>ANEXOS</b> .....	106
<b>Referencias bibliográficas</b> .....	116
<b>Apéndice</b> .....	118

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> Presentación de catálogo de servicios de Creciendo Juntos Consultoría, año 2013 .....	34
<b>Figura 2.</b> Volante de servicios de Creciendo Juntos año 2014 .....	34
<b>Figura 3.</b> Tarjeta de presentación Creciendo Juntos con una socia .....	35
<b>Figura 4.</b> Logo actualizado Creciendo Juntos con una socia.....	36
<b>Figura 5.</b> Logo actualizado 2022 - Creciendo Juntos .....	38
<b>Figura 6.</b> Banner de actualización de perfil de .....	38
<b>Figura 7.</b> Estilo de propuesta de valor .....	45
<b>Figura 8.</b> Logo Creciendo Juntos 2022.....	49

## Índice de gráficos

<b>Gráfico 1.</b> ¿Cómo valora el servicio de psicología? .....	75
<b>Gráfico 2.</b> ¿Cómo valora el servicio de clases de inglés? .....	76
<b>Gráfico 3.</b> ¿Cómo valora la limpieza de las instalaciones? .....	76
<b>Gráfico 4.</b> ¿Cómo valora la comodidad de las instalaciones? .....	77
<b>Gráfico 5.</b> ¿Cómo valora el tiempo de respuesta para obtener un espacio en los servicios de inglés y/o psicología? .....	77
<b>Gráfico 6.</b> ¿Está satisfecho con el servicio de inglés que recibe? .....	78
<b>Gráfico 7.</b> ¿Está satisfecho con el servicio de psicología?.....	78
<b>Gráfico 8.</b> ¿Está satisfecho con el precio del servicio de inglés que recibe?.....	79
<b>Gráfico 9.</b> ¿Está satisfecho con el precio del servicio de psicología que recibe? ..	79
<b>Gráfico 10.</b> Método de pago .....	80
<b>Gráfico 11.</b> Medio de comunicación utilizado para divulgar los servicios.....	81
<b>Gráfico 12.</b> Otros servicios que le gustaría recibir por parte de la microempresa Creciendo Juntos (psicología) .....	82
<b>Gráfico 13.</b> Otros servicios que le gustaría recibir por parte de la microempresa Creciendo Juntos (inglés).....	83

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> DAFO de Creciendo Juntos.....	39
<b>Tabla 2.</b> Contenido de la propuesta de valor de Creciendo Juntos.....	46
<b>Tabla 3.</b> Servicios de Creciendo Juntos.....	50
<b>Tabla 4.</b> Diseño de servicios de Creciendo Juntos.....	50
<b>Tabla 5.</b> Costos de operación de Creciendo Juntos, 2022.....	52
<b>Tabla 6.</b> Registro de ventas brutas de Creciendo Juntos 2022.....	53
<b>Tabla 7.</b> Categorías y subcategorías de análisis.....	58
<b>Tabla 8.</b> Categorías y subcategorías de análisis.....	61
<b>Tabla 9.</b> Categorías y subcategorías de análisis.....	62
<b>Tabla 10.</b> Etapas del proceso de investigación.....	65
<b>Tabla 11.</b> Rentabilidad de Creciendo Juntos 2022.....	73
<b>Tabla 12</b> Rentabilidad proyectada de Creciendo Juntos 2023.....	88

# **CAPÍTULO I**

## El problema y su importancia

### 1.1 Introducción

Este documento constituye el informe del trabajo final de graduación (TFG) correspondiente a la Licenciatura en Administración de Empresas con Énfasis en Gerencia. Como tema de investigación, se seleccionó el siguiente:

**“Estrategias empresariales para mejorar la rentabilidad económica de la microempresa Creciendo Juntos durante el año 2023 en San José, Costa Rica”.**

Si se compara el contexto actual del siglo XXI con el siglo XX, especialmente posterior al año 2000, es posible distinguir diferencias con respecto a la forma de manejar las empresas debido a una invención tecnológica: *Internet*. La navegación por la red, el uso de salas de *chat*, los correos electrónicos, las redes sociales con sus sistemas de mensajerías y salas de conferencias virtuales, entre otros, se han convertido en herramientas indispensables para vivir y trabajar. Todas ellas son herramientas que pueden ser usadas para aumentar la productividad y rentabilidad de los negocios.

El concepto de rentabilidad en las empresas se da en función del tipo de inversión y resultados relacionados con ésta. Como menciona Cano (2013): "La rentabilidad económica es una herramienta clave para dirigir las actividades diarias de gestión empresarial al proporcionar un punto de referencia con el cual todas las operaciones pueden ser medidas" (p. 84). En otras palabras, la investigación expresa un análisis de la microempresa Creciendo Juntos, enfocándose en estrategias que apoyen la mejora de utilidades del negocio. Con ello, se validan las capacidades de dicha microempresa para producir utilidades a partir de la inversión realizada por los accionistas de la organización.

Como parte de los objetivos anteriormente comentados, cabe destacar el aporte brindado en la investigación con base en los conocimientos en la carrera en administración gerencial, pues ayuda a la inclusión correcta para la toma de

decisiones en diversos escenarios, tanto en el desempeño del negocio, como en el manejo operativo desde un enfoque de concepción empresarial y ejecutiva.

Como es debido, se cierra el documento con una serie de recomendaciones que sean lo más funcionales posibles para profesionales en el área de Administración de Empresas con Énfasis en Gerencia y para todas las personas que manifiesten interés en el tema.

Esta tesis consta de los siguientes cinco capítulos:

**Capítulo I:** Planteamiento del problema, constituido por los siguientes apartados:

- Planteamiento del problema
- Objetivos:
  - General
  - Específicos
- Justificación
- Antecedentes
- Proyecciones
- Limitaciones

**Capítulo II:** Marco teórico

**Capítulo III:** Marco metodológico

**Capítulo IV:** Análisis de los datos obtenidos en el proceso investigativo durante el trabajo de campo.

**Capítulo V:** Conclusiones y recomendaciones finales pertinentes.

## 1.2 Planteamiento del problema

La rentabilidad es la columna vertebral de este trabajo investigativo, ya que, por medio de ésta, se movilizan medios materiales, humanos y financieros para obtener resultados. Cabe indicar que el concepto de rentabilidad se descompone en partes más pequeñas generadoras de los tipos de rentabilidad, entre ellas, rentabilidad financiera, económica y social. La rentabilidad financiera es igual a la generación de riqueza en un periodo de tiempo. Una explicación brindada por Cano (2013). es que “la rentabilidad financiera valora resultados sobre el capital de los accionistas, es decir, considera cómo la eficiencia operativa es convertida en beneficios y, adicionalmente, menciona la rentabilidad económica como aquella que estudia la eficiencia operativa total de una empresa” (p.84).

Una mención importante detallada por Villasmil y Reyes, et al. (2020, p. 279), citando a Doiro y Ares (2008), es que:

*La rentabilidad social es la evaluación cuantitativa de los resultados sociales, cualitativos, de una inversión pública, privada o mixta en un proyecto definido y en un grupo objetivo específico. Esta característica es cuantitativa por cuanto debe generar resultados sociales en relación con la característica cualitativa porque, tanto a la sociedad, como a sus necesidades se les deben considerar cualidades (p. 577).*

En este punto y debido al análisis realizado en esta investigación, se detecta la problemática se presenta en el sector financiero, donde se requiere un reforzamiento en el área administrativa-financiera para el incremento de clientes. Dado lo anterior, se realiza el estudio referente a investigar de qué forma la microempresa Creciendo Juntos puede mejorar su rentabilidad económica para seguir funcionando y desarrollándose.

Ahondar en este tópico implica observar las condiciones actuales del negocio para crear un diagnóstico que represente el norte de trabajo hacia la modificación de acciones necesarias en pro de aumentar las ganancias de la microempresa. Dicho de otro modo, se debe comprender cómo opera el negocio, cuáles utilidades

genera y cómo pueden mantenerse y aumentarse en el transcurso del tiempo. A partir de este aspecto, el panorama de la microempresa Creciendo Juntos es el siguiente:

Es un negocio dedicado a dos tipos de servicio:

- A. Enseñanza del idioma inglés a adolescentes y adultos.
- B. Terapia psicológica a niños, adolescentes, adultos y adultos mayores.

Dicho negocio de educación y psicología inició en el año 2014, registrando ventas bajas por dos años, hasta su casi cierre en el 2017. Luego, se reubica geográficamente y genera utilidades modestas, las cuales se mantienen hasta el año 2019.

En el año 2021, se produce una baja en las ventas nuevamente y, en el año 2022, las ganancias tienen un leve aumento. Lo anterior es un buen escenario económico para Creciendo Juntos, especialmente, por la adquisición de su activo: el local de trabajo, pero éste implica una deuda a pagar.

En este momento, se plantea un intento de diversificación de servicios como el camino para mejorar las utilidades, pero dicho planteamiento no se lleva a cabo y queda únicamente como una idea posible de realizar. Por ende, este estudio parte de concretar la estrategia que quedó sin ejecutarse en la microempresa Creciendo Juntos para tomarla de base y crear la estrategia empresarial, la cual es el tema de esta investigación.

Lo anterior podría ser una ventaja para iniciar esta labor a sabiendas de que existe materia prima sobre la cual partir. No obstante, también es posible visualizar posibles desventajas que se mostrarán más adelante, tales como: temporada baja de los servicios ofrecidos por esta empresa y poco entrenamiento del personal relacionado con uso de la tecnología. Con este panorama general de la microempresa Creciendo Juntos, se plantea el siguiente problema de investigación:

**¿Cuáles estrategias empresariales podrían impactar positivamente la rentabilidad económica de la microempresa Creciendo Juntos para el año 2023 en San José, Costa Rica?**

## **1.2 Objetivos**

### **Objetivo general**

Determinar la estrategia empresarial que podría impactar positivamente en la rentabilidad económica de la microempresa Creciendo Juntos en año 2023 en San José, Costa Rica.

### **Objetivos específicos**

1. Crear el diagnóstico empresarial de la microempresa Creciendo Juntos para determinar acciones administrativas durante los cuatro trimestres del año 2022.
2. Crear un plan estratégico para aplicar medidas administrativas que impacten en la rentabilidad de la microempresa Creciendo Juntos durante el primer trimestre del año 2023.
3. Analizar los resultados de la aplicación del plan estratégico creado para la microempresa Creciendo Juntos durante el primer trimestre del año 2023.

## **1.3 Justificación**

Esta investigación realiza un estudio en la microempresa Creciendo Juntos, la cual brinda servicios de enseñanza del inglés y terapia psicológica para niños, adolescentes y adultos.

El objetivo de este estudio es determinar la estrategia empresarial que podría crear impacto en la rentabilidad económica de dicho negocio. La consecución de dicha meta implica tomar información administrativa, financiera y de recursos humanos de la empresa para realizar un diagnóstico, que permita definir la estrategia pertinente a aplicarse de forma práctica con el fin de analizar los resultados y darle respuesta a la pregunta planteada en el problema.

A partir de la investigación, se puede decidir sobre cambios y/o mejoras por incluir en dicha estrategia y comunicarlos al personal del negocio a fin de mejorar su accionar, lo cual podría impactar positivamente en la rentabilidad económica de la microempresa.

Lo anterior es conveniente para el negocio en aspectos relacionados principalmente con su rentabilidad económica no solo por el aumento de utilidades, sino también porque este estudio aporta información valiosa para una futura toma de decisiones del negocio.

En otras palabras, este estudio es provechoso para Creciendo Juntos por los aportes brindados en el ámbito administrativo-gerencial sin dejar de lado el valor académico de esta actividad. Lo anterior conduce a la relevancia social del estudio, ya que la mejora del negocio implica una mejora en los servicios brindados, lo cual beneficia a los clientes del negocio, considerando finalmente que dicha mejora en la calidad de los servicios tiene efectos directos e indirectos en las familias de los consultantes y alumnos que acuden a Creciendo Juntos.

Según datos tomados de los antecedentes en este mismo documento, se podría deducir que el tema de rentabilidad en microempresas es estudiado a nivel nacional y sus resultados son un aporte en el área administrativa. Aclarado ese punto, las implicaciones prácticas son sencillas debido al pequeño tamaño de la empresa y a la posibilidad de acceder a información sobre ella de manera frecuente, pues la propietaria es una persona de confianza y, por ende, con disponibilidad a realizar dicha exploración. Si existen obstáculos, son los que presente el mismo proceso en su camino.

Adicionalmente, el valor teórico de esta investigación está enmarcado en el problema de tesis, el cual aporta conocimiento administrativo en lo referente a microempresas nacionales. Por consiguiente, el fenómeno de la rentabilidad es digno de estudio para sumar conocimiento, en este caso, una tesis relacionada con una empresa pequeña nacional que brinda servicios educativos.

En los antecedentes, se encontraron análisis y estudios del tema referentes a grandes empresas o cadenas de negocios, la cual es una esfera diferente de accionar administrativo; entonces, este trabajo representa nueva luz sobre este fenómeno: **rentabilidad en microempresas nacionales de servicios educativos**.

Finalmente, cabe recalcar que éste es un estudio mixto que contiene elementos cuantitativos, tales como: comparación de tablas de utilidades de los trimestres de este año 2022, y cualitativos en cuanto a elaboración de listas de cotejo referentes a satisfacción de los clientes, cuestionarios semiestructurados.

Según lo citado por Jiménez y García, et al. (2006), un cuestionario semiestructurado o abierto es aquel constituido por preguntas abiertas que no delimitan la respuesta del encuestado, es decir, es una respuesta libre. Dicho lo anterior, son realizados para ser respondidos por la clientela del negocio según la opinión que deseen expresar, pues la esencia de este estudio es analizar la estrategia empresarial que podría impactar la rentabilidad económica de Creciendo Juntos.

La variedad mencionada de instrumentos pretende garantizar, en la medida de lo posible, resultados precisos, que contesten a la pregunta planteada en el problema, lo cual demuestra el carácter viable y pertinente de esta investigación.

## **1.4 Antecedentes**

### **Antecedentes en el ámbito internacional**

La tesis de grado de los autores Arévalo y Bernal (2016) titulada *Propuesta para la internacionalización de la microempresa Palmitorres en el mercado chileno*, presentada en la Facultad de Ciencias Jurídicas de la Universidad del Azuay, Cuenca, Ecuador, tiene el objetivo de determinar un plan de acción para el ingreso de la empresa en el mercado internacional, en este caso a Chile, desde un enfoque cuantitativo basado en estudios estadísticos de utilidades.

En esta tesis, se exponen datos relevantes y de utilidad para esta investigación referentes a rentabilidad económica y a la elaboración de una estrategia administrativa como resultado de un análisis interno de la empresa, así como el análisis del mercado meta para determinar brechas existentes y, finalmente, definir acciones a incluir en la estrategia por aplicar.

Todo lo anterior se puede asociar al tema de estudio en la microempresa Creciendo Juntos dado que el proceso es bastante similar con la diferencia de los productos de cada negocio: la empresa en estudio de este antecedente es el palmito, y el negocio de esta investigación son los servicios educativos. No obstante, la base del procedimiento puede aportar conocimiento para ejecutar este estudio. Finalmente, el aporte internacional de dicha tesis se sustenta en la

globalización que viene generando avances significativos para la internacionalización de las microempresas mediante el desarrollo de nuevas tecnologías de comunicación para el comercio. Dicho progreso representa una gran oportunidad para microempresas a nivel mundial, tal como lo afirman Arévalo y Bernal (2016, p.12).

Por otra parte, el artículo denominado: “Estrategias financieras para mejorar la liquidez de una empresa educativa de Chiclayo” elaborado por Céliz (2017) fue publicado en la *Revista Horizonte Empresarial* y tiene como objetivo diseñar estrategias financieras para influenciar la mejora en la liquidez de la empresa Corporación Educativa Universal.

Dicho artículo se relaciona con el tema de investigación en lo referente al enfoque de promover las utilidades en una empresa relativamente pequeña, lo cual es similar al negocio que se estudiará en el presente trabajo investigativo. La autora del artículo tomó como fuentes de información cuatro funcionarios del Departamento de Contabilidad, lo cual hace pensar que, al tomar una muestra tan pequeña, la empresa en su totalidad es pequeña también. Por tanto, el tamaño de la empresa y el tema de esta investigación tienen similitud con respecto a algunos resultados del artículo que enfatizan “la evaluación de los niveles de rentabilidad sobre el patrimonio e inversión” (Céliz, 2017).

El siguiente antecedente de estudio es el artículo titulado: “Estrategias para el incremento de ventas: caso de la microempresa Mundo de Ensueños” (Terán y García, 2020), publicado en la *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración*. Dicho artículo utiliza un estudio descriptivo y de exploración para apoyo de la gestión y parte de su objetivo principal, es cual es detectar y analizar cuáles factores influyen en el estancamiento de sus ventas.

Terán y García (2020) enfatizan que “los nuevos negocios enfrentan distintos desafíos en la creación y consolidación de estrategias para determinar los factores que influyen en los costos, que les quita eficiencia y competitividad” (p. 249). Es importante resaltar que, según lo analizado en la investigación, se manifiesta el buen uso de herramientas para alcanzar el fortalecimiento y una buena estabilidad en las microempresas que deciden iniciar o crear mejoras.

Por otro lado, el libro *Estrategias empresariales* (Gutiérrez y Coronado, et al., 2013), en su segunda edición, expone que la economía internacional enfrenta cambios en los sistemas monetarios, financieros e industriales. Dentro de los objetivos del libro, se muestra principalmente cómo se conceptualizan las distintas estrategias y la planeación para las decisiones de la organización. El método utilizado es el cualitativo por los análisis presentados y por varias series de aportaciones y tácticas utilizadas y expuestas en el texto.

La estrategia afirmada en este libro puede ser aplicable a la estrategia general de la microempresa Creciendo Juntos en términos de análisis integral de la investigación. Tal como lo indican Gutiérrez y Coronado, et al. (2013, p.25): “El ambiente en el cual los negocios se desenvuelven en la actualidad es altamente competitivo, exigiendo a las empresas buscar continuamente oportunidades de mejora”.

Por ello, se puede concluir que las decisiones estratégicas pueden tener afectaciones según el entorno, el mercado y las finanzas si no se da un estudio de los factores para crear oportunidades de mejora continua. Todo ello representa variables por considerar en la tesis de estudio presente en este documento.

Asimismo, el libro *Capacidades de innovación retos y oportunidades para las microempresas* (Quintero y Galvis, et al., 2019) detalla temas de interés enfocados en las microempresas, los cuales brindan aportes a los líderes, ejecutivos y gestores de organizaciones. Dicho libro detalla los distintos temas que permitirán identificar y analizar didácticamente contenidos administrativos en el desarrollo de microempresas.

Esta investigación tiene un carácter descriptivo, con la estadística como medio para ese fin. Parte de los puntos de relevancia citados en el libro explican una exploración de las capacidades de la organización donde se da la recolección de datos y el consecuente proceso de análisis de las actividades realizadas en relación con las capacidades de innovación, brechas y necesidades de fortalecimiento.

De acuerdo con Quintero, et al. (2019, p.16), se resalta que “la clasificación empresarial está ligada a la política industrial y a la creación de programas de apoyo gubernamental”. De lo anterior, se puede destacar que es primordial crear sinergias entre distintas áreas de acción para así crear impactos positivos y establecer

modelos prácticos al negocio, lo cual es aplicable a la estrategia creada para la microempresa Creciendo Juntos.

### **Antecedentes en el ámbito nacional**

La tesis titulada *Guía de apoyo a las pymes dedicadas al cuidado personal y belleza, que carecen de herramientas financieras, en el distrito San Francisco de Heredia, para el primer cuatrimestre del 2021*, elaborada por Acuña (2021), expone planes de acciones para lograr un análisis integral de las pymes en cuestión. Dicha investigación tiene el objetivo de diseñar una guía que apoye a las pymes dedicadas al cuidado personal y belleza, las cuales carecen de conocimiento financiero, mediante el estudio de las necesidades básicas empresariales con el fin de aumentar la rentabilidad a través de un enfoque cuantitativo.

Según Acuña (2021), “varias pymes del sector no cuentan con suficiente capital para invertir en sistemas costosos que aumenten la rentabilidad” (p. 8). Este elemento es igual al del estudio en la microempresa Creciendo Juntos, lo cual lo hace relevante en el ámbito administrativo y social. Aunque el resultado de este antecedente es crear una guía financiera para las PYMES, la meta final de ambas investigaciones tiene un impacto en los dos tipos de negocios en cuanto al mejoramiento de la rentabilidad y, por ende, en la mejora de los servicios para beneficio de los clientes.

En última instancia, ambos estudios brindan herramientas financieras accesibles que contribuyen a apoyar el funcionamiento de las empresas en ambos estudios con la finalidad de tener elementos básicos para la toma de decisiones en temas financieros y administrativos que impulsen el negocio.

De la misma forma, la tesis titulada *Sistema de recursos empresariales para la microempresa XOXO* para optar por el grado académico de Licenciatura en Informática con Énfasis en Sistemas de Información elaborada por Mora (2017) expone que “las microempresas buscan una mejora continua en el mercado laboral para brindar un mejor servicio y una relación directa con el cliente, siendo apoyados por las herramientas tecnológicas que faciliten la comunicación y el envío de publicidad personalizada” (p. 8).

Desde un enfoque cuantitativo, el estudio de Mora (2017) aporta un valor agregado en cuanto al uso de las tecnologías de la comunicación (TIC) para mejorar los servicios de la empresa y, de esta forma, atraer clientes, todo lo cual redundará en aumento de utilidades y, por ende, en la promoción de la rentabilidad. Lo anterior contribuye al tema de esta investigación porque el uso de herramientas digitales es parte de las estrategias que podrán impulsar el funcionamiento del negocio Creciendo Juntos y generar un resultado visible en la rentabilidad de éste. Es posible que la tecnología colabore en la segmentación de clientes con el fin de que la empresa se pueda expandir en el mercado actual. Incluso, se podría evidenciar la posibilidad de que la microempresa Creciendo Juntos se convierta en una compañía prestigiosa a nivel local e internacional, si fuera el caso.

Otro antecedente es el artículo “Las estrategias competitivas y su importancia en la buena gestión de las empresas” del autor Edgar Castro Monge (2010) publicado en la *Revista Ciencias Económicas*. Dicho texto tiene como objetivo “enfaticar que las empresas puedan identificar la estrategia o conjunto de estrategias más eficaces para competir eficientemente” (Castro, 2010, p. 1). El autor asevera que el éxito de la empresa está determinado por las estrategias elegidas para competir eficazmente en los mercados. Además, señala que cada estrategia debe ser coherente con los valores y las metas, con los recursos y capacidades, con su entorno, estructura y sistemas organizativos (Castro, 2010, p. 1).

Dichas ideas, además de ser notables, se entrelazan con el tema de estudio en esta investigación en el aspecto específico de la selección de estrategias que enrumben al éxito de la empresa. Si se toma éxito como sinónimo de utilidad, en este punto, el concepto rentabilidad viene a ser la unión de estos documentos académicos. Finalmente, el autor brinda cuestionamientos, similitudes y diferencias que pretenden ofrecer un tipo de guía para que las empresas establezcan la estrategia que mejor se adecúa a sus características, todo lo cual en beneficio práctico en este informe.

También, el libro *Propuestas para el mejoramiento de la competitividad empresarial costarricense* (2019), escrito por Suyen Alonso Ubieta y compilado por Bernal Martínez, Juan Carlos Leiva y Ronald Mora fue publicado digitalmente por

el Instituto Tecnológico de Costa Rica. Dicha obra está basada en el enfoque de recursos abordado desde la competitividad empresarial de las pymes tomando como muestra un grupo de sesenta y siete pequeñas y medianas empresas costarricenses en el ámbito de manufactura y servicios. Sus objetivos son el estudio de la innovación de productos y redes de negocios con los pilares menos priorizados de internacionalización, mercado interno y recursos humanos.

Esta publicación es relevante para la presente tesis especialmente por su contribución al funcionamiento de empresas pequeñas en Costa Rica. Según Alonso (2019):

*El índice de competitividad es una herramienta que favorecería la toma de decisiones empresariales, lo cual contribuye al diseño de estrategias empresariales orientadas hacia una configuración más homogénea en relación con la asignación de recursos y capacidades dentro de la organización (p. 1).*

Considerando la anterior aseveración, cabe destacar que, en este informe, es útil el tema del diseño de estrategias y el impulso de la competitividad, ya que está ligado al área de estudio del presente trabajo investigativo: la rentabilidad, especialmente, en empresas pequeñas.

De la misma forma, el libro *Los emprendedores y la creación de empresas* compilado por Leiva (2018) es una obra de enfoque mixto que tiene como objetivo guiar a los emprendedores para iniciarse en los negocios. Dicha información es de suma importancia en esta tesis porque aclara el proceso abarcado, desde la búsqueda y evaluación preliminar de ideas de negocios, hasta el diseño de un plan de negocios y los mecanismos de apoyo y financiamiento para lanzar una nueva empresa en el contexto costarricense. Todo lo anterior inevitablemente incluye temas administrativos y económicos como estrategias empresariales, planes administrativos y rentabilidad económica, los cuales se desarrollan en este documento académico.

## **1.5 Proyecciones**

Este documento se enfoca en el área administrativa que atañe a microempresas, en este caso específico, la microempresa Creciendo Juntos, la cual ofrece servicios educativos de enseñanza del inglés y terapia psicológica. A continuación, se presentan los alcances de esta investigación:

1. Analizar las necesidades básicas empresariales de la microempresa de estudio.
2. Impactar positivamente la rentabilidad económica de dicha microempresa.
3. Determinar elementos relevantes relativos a la competitividad de la microempresa en cuestión en su nicho de mercado.
4. Generar información detallada sobre el estado financiero de la microempresa que sirva de insumo para la toma de decisiones.
5. Generar información detallada sobre el estado en el área de mercadeo y publicidad que sirva de insumo para la toma de decisiones.
6. Investigar aristas necesarias que permitan el aumento de la rentabilidad para esta microempresa.
7. Desarrollar un plan estratégico administrativo que promueva mejoras en la rentabilidad económica.
8. Crear alianzas estratégicas con otros profesionales o microempresas relacionadas con el servicio actualmente brindado con la finalidad de lograr un crecimiento económico para ambas personas o negocios vinculados.

## **1.6 Limitaciones**

Entre las limitaciones de este proceso de investigación, se encuentran las siguientes:

1. Combinar la actividad laboral con las obligaciones académicas, lo cual resulta en una limitación de tiempo disponible para dedicarse por entero a esta investigación.

2. Usar, en forma instrumental y poco práctica, herramientas administrativas, financieras y publicitarias por parte de la dueña de la empresa, debido a su desconocimiento de éstas.
3. Dedicar tiempo a la curva de aprendizaje de las nuevas herramientas administrativas, financieras y publicitarias por parte de la dueña de la empresa.
4. Dedicar tiempo a la curva de aprendizaje para la aplicación del plan de estrategias diseñado para la promoción de la rentabilidad de la microempresa por parte de la dueña de la empresa, debido a su poca o nula familiaridad con dicha temática.
5. Carecer de comprensión global de la información arrojada por el estudio, lo cual conduzca a la toma de decisiones inapropiadas por parte de la dueña de la empresa.
6. Aplicar un plan de trabajo integral que incluya más áreas de la empresa, tal como capacitaciones del recurso humano, lo cual es poco probable de aplicar debido a la falta de tiempo y de recursos adicionales requeridos por tal acción.
7. Limitar inyección de capital en las alianzas estratégicas entre profesionales o empresas relacionadas con los servicios brindados actualmente.

# **CAPÍTULO II**

## **MARCO TEÓRICO**

## Introducción

Dentro de la estructura de la organización, es importante conocer las variables que pueden influir en el buen manejo de los recursos disponibles para convertirlos en utilidades y conseguir así una mayor rentabilidad económica. Para conocer más sobre la estructura, se puede decir que hace referencia a "arreglos" formales de la organización.

La rentabilidad es un factor esencial para la supervivencia de la empresa a corto, mediano y largo plazo. El hecho de conocer los factores relevantes con respecto a ella constituye un instrumento fundamental para controlar posibles contingencias que puedan afectar la sostenibilidad de la empresa en el mercado. Al respecto, Cano y Olivera, et al. (2013) indican que:

*Un buen uso de la rentabilidad es importante dado a que denota la capacidad para mantenerse funcionando sin necesidad de inyectar capital por parte de los accionistas; de tal manera que se demuestre la capacidad o competencia que tiene la gerencia para la administración de costos y gastos para lograr un aumento de las utilidades (p.81).*

Dentro de las medidas utilizadas para la funcionalidad de la empresa, se crean medidas cuantitativas relacionadas con utilidades y liquidez. Mientras tanto, las cualitativas incluyen elementos como perspectivas de mercado, publicidad, innovación e inclusión de perfiles de los colaboradores donde se resalte sus talentos y habilidades. Adicionalmente, es un eje transversal conocer las características del ambiente empresarial donde se motive a la concientización del medio ambiente, incluyendo medidas correctivas que ayuden a minimizar costos y ayudar a atenuar posibles consecuencias que puedan derivarse de ciertas acciones incontroladas.

Otra variable es la ventaja competitiva, como la define García (s.f.), en su libro *Estrategias empresariales una visión holística*, se refiere a todas las características o atributos que posee un determinado producto o servicio, que le otorgue una superioridad sobre los otros competidores.

Partiendo de lo anterior, a continuación, se pretenden analizar algunos factores que influyan en el nivel de rentabilidad de la empresa Creciendo Juntos, utilizando herramientas financieras necesarias para tener un control e identificación de oportunidades de mejora, así como reducciones de costos que favorezcan económicamente sus ingresos.

## **Microempresa**

Actualmente, parece que se ha dado un desarrollo en la creación de microempresas por la influencia de nuevas fuentes tecnológicas y también por períodos de crisis económicas en varios países, lo cual ha generado impacto en el desempeño de empresas grandes que han reducido sus costos de operación y, por tanto, han generado desempleo. En consecuencia, las personas se lanzan a emprender y a convertir sus emprendimientos en microempresas.

Cabe destacar que lo anterior significa la creación de nuevas oportunidades de empleo, aun sabiendo que es muy limitada la solvencia económica inicial; sin embargo, dichas acciones promueven el avance en el entorno local y se puede anotar que es posible lograr una mejoría de comercialización por medio de una estructura organizacional que contiene planes estratégicos para una generación de productos o servicios orientados a generar ganancias y administrarlas en forma asertiva.

Como se detalla en el libro *La microempresa en México: un diagnóstico de situación actual*, de Maldonado, Ojeda, Uc, Valdez y Medina (2017):

*Muchas de las organizaciones tienen una tendencia a mantenerse en el mismo mercado durante todo el ciclo de vida empresarial, y en ocasiones - cuando no presentan resistencia al cambio- no siempre logran crecer o expandirse debido, principalmente, a la falta de créditos para el financiamiento de sus negocios (p.26).*

En otras palabras, es posible afirmar que parte del crecimiento de las microempresas dependerá de su capacidad financiera. Sin embargo, estrategias relacionadas con innovación y mercadeo aportan para promover un buen

funcionamiento, tanto interno, como externo y, a su vez, estimulan el desarrollo de las capacidades de quienes están vinculados en pro del negocio.

## **Estrategias empresariales**

De acuerdo con el artículo de investigación denominado: “Estrategias empresariales más utilizadas por las pymes”, escrito por Sincelejo (2013):

*Desde finales de la Revolución Industrial en el siglo XIX, las estrategias empresariales han venido dirigiendo los objetivos de evolución que toda empresa desea lograr motivada por la preocupación de cómo poder lograr un funcionamiento óptimo de la organización. Por ende, se produce la administración de objetivos (APO), la cual es una técnica de alcance de resultados donde se logran obtener objetivos mediante la planeación y control adecuado de su actividad (pp. 192-193).*

Este autor indica además las diferentes tipologías de estrategias empresariales, tales como: por dirección de competencia, por alianzas estratégicas, de reducción de costos y gastos, publicitarias y sostenibilidad. Cabe anotar que todas ellas se incluyen en este tema de investigación.

Sincelejo (2013) define dirección de empresa como “el plan de negocio que se desarrolla para dirigir los esfuerzos hacia acciones concretas y específicas basados en los objetivos que se planteen” (pp. 192-193).

El plan de negocio para Creciendo Juntos incluirá los temas de diversificación de servicios, fijación de precios, reducción de gastos y costos, y métodos de pago.

En lo referente a estrategias publicitarias, se engloban las variables de uso de recursos gratuitos en las redes sociales, presencia en Internet, donaciones de servicios, campañas gratuitas y alianzas estratégicas complementarias a los servicios actualmente brindados por la microempresa.

Otro aspecto importante en la estrategia utilizada es el de autosostenibilidad, que es alusiva a la parte logística de atención de clientes, la modernización por medio de métodos digitales y capacitaciones, así como proyectos de crecimiento

que favorezcan el desarrollo de manera integral a la microempresa Creciendo Juntos.

La administración posee un enfoque integral, tanto de conocimientos y principios de planeación, organización, dirección y control, como la gestión de las mejoras continuas internas de la organización. Según lo compilado por Nuño de León (2012), “la administración: es la unión integral de los conceptos de ciencia social, técnica y arte, que se ocupa de llevar a cabo un proceso dentro de un ciclo administrativo” (p.11). Se puede decir que es fundamental poder validar, dentro de las estrategias, los problemas de planificación en donde se puedan desarrollar planes de negocios viables para el establecimiento y cumplimiento de objetivos y expectativas.

## **Herramientas financieras**

Las finanzas también son parte importante del desarrollo de las pequeñas empresas en donde es fundamental tener claros los conceptos para poder utilizarlos de una mejor manera. Entre ellos, se puede nombrar el término financiamiento con respecto al que Nuño de León (2012) indica la existencia de dos categorías de financiamiento: interno y externo detallados de la siguiente manera:

*El financiamiento interno, también llamado autofinanciamiento, son aquellos recursos que la propia empresa genera a partir de la reinversión de utilidades sin tener que acudir a mercados financieros. La problemática es que está definido como extremadamente frágil. El financiamiento externo son los recursos financieros que la pequeña empresa obtiene del exterior en forma de préstamos a plazos, acudiendo al mercado financiero de crédito formal o informal (2012, p.102).*

Otros conceptos que sería favorable conocer para entender mejor cómo se componen las finanzas de una empresa son los relacionados con **contabilidad y finanzas**, los cuales abarcan:

**Liquidez**, que se refiere a todos esos fondos que están disponibles para poder realizar pagos inmediatos. **Rentabilidad**, que son los indicadores que muestran las ganancias que obtiene la organización y viene a ser un elemento base de análisis empresarial. **Financiamiento** es el acto de recursos financieros o crediticios de la empresa que contiene **créditos**, que, en este caso, es el dinero o activos que alguien debe, ya sea a una persona o a una entidad. Por su parte, **impuestos** se define como la obligación de las empresas y personas para financiar las labores y funciones del Estado y, finalmente, **utilidades**, en contabilidad, es una ganancia o excedente entre ingresos-costos en unidades monetarias.

Para la contabilidad, todos los conceptos anteriores se integran como un sistema de información, el cual ofrece la información financiera externa e interna de la gestión de una empresa para la toma de decisiones. Su principal función es presentar datos significativos por medio de los estados financieros, los cuales logran captar, registrar y procesar estados contables útiles y relevantes, así como facilitar la creación de valor y medir el valor creado.

Otro factor en las estrategias empresariales se da por medio del marketing. Al respecto, Uribe y Sabogal (2021, p.6) definen marketing digital como “el conjunto de estrategias de mercadeo que ocurren en el mundo online y buscan algún tipo de conversión por parte del usuario” (p.6). Se puede enfatizar que su principal evolución ha sido en lo digital en referencia a la posibilidad de integrar tecnologías asociadas a la gestión en datos de manera masiva.

El marketing es utilizado como parte de una estrategia empresarial para lograr objetivos de contacto con el público meta. La creación de páginas web o de tiendas virtuales ha logrado ofrecer una apertura a impulsar a las pequeñas empresas o emprendimientos de una manera muy atractiva. Si bien es relevante indicar, en un plan, a quiénes van dirigidos los productos y/o servicios, también es preciso determinar los medios sociales que pueden lograr un efecto de medición de resultados en donde se pueden clasificar directorios, sitios de comunidades y hasta archivos para compartir contenidos de valor para la organización.

Las herramientas digitales empleadas en las micro y pequeñas empresas logran evidenciar un gran aprovechamiento de recursos que están a la mano de quienes están dándose a conocer, en donde se reconoce aquello que logran promover por medio de acciones que, años atrás, era casi imposible de lograr. En

cuanto al mercado actual, los servicios en publicidad deben concentrarse en brindar, a los clientes, desarrollos centrados en digitalización y comercio electrónico para alcanzar una automatización en gestiones de datos y simplificar el contacto final con el público meta.

## **Sobre Creciendo Juntos**

### **Historia de Creciendo Juntos**

La realización de un proyecto universitario fue el acontecimiento que provocó que las dos estudiantes de la carrera de Psicología en la Universidad Independiente de Costa Rica, de aquel entonces -año 2012-, se unieran para trabajar en pro del mejoramiento social. Ambas tenían el objetivo de fomentar la educación continua, utilizando la psicología como herramienta mediadora con el fin de promover, en las personas, su capacidad de mejorar la calidad de vida. Así inició, en aquella época, el proyecto Creciendo Juntos Consultoría para proveer herramientas que facilitaran la convivencia con los demás en forma positiva y feliz, para luego transformarse en una microempresa de servicios educativos que abarca las temáticas de enseñanza del inglés y procesos terapéuticos.

Las estudiantes de ese año, ahora graduadas como licenciadas en Psicología, que se han dedicado, tanto a la promoción de la salud, como al bienestar personal desde hace 10 años son las siguientes:

Victoria Rodríguez Brenes, master en la Enseñanza del Inglés de la Universidad Latina de Costa Rica, licenciada en Docencia de la UNED, bachiller en la Enseñanza del Inglés y bachiller en Traducción de ULACIT, diplomada en Ciencias Secretariales y Administrativas, y licenciada en Psicología con formación adicional en variedad de cursos y seminarios, y con 22 años de experiencia en el manejo de grupos, desde el área de la docencia en todos los niveles académicos, especialmente, universitario.

Marianela Monge Fallas, especialidad técnica en Secretariado Comercial en el Colegio Técnico Profesional de Acosta, especialidad técnica en Recursos Humanos en el INA y Licenciada en Psicología con formación en diversos cursos y seminarios, por ejemplo, formador de formadores en la Cámara de Industrias, con 10 años de experiencia en Recursos Humanos, tanto en el área de planillas, como en consultoría.

Ambas profesionales inician su práctica profesional privada en su consultorio de psicología ubicado en Curridabat y direccionan todos sus esfuerzos a lograr la promoción del desarrollo humano, combinando la psicología con las otras áreas de desempeño profesional que dominan.

Como agentes de cambio, promueven la transformación de las personas para guiarlas a convertirse en protagonistas de sus vidas, lo cual hacen por medio del desarrollo de las siguientes áreas:

### **Área académica**

- ✓ Atención de necesidades educativas especiales (NEE)
- ✓ Orientación vocacional
- ✓ Técnicas y hábitos de estudio
- ✓ Manejo del uso abusivo de las redes sociales en clases
- ✓ Manejo de emociones en niños, jóvenes y adultos
- ✓ Manejo del estrés, de la angustia y de la ansiedad, especialmente, en épocas de exámenes
- ✓ Procesos de motivación
- ✓ Procesos de aprendizaje en niños, jóvenes y adultos
- ✓ Proyectos de vida
- ✓ Adquisición de un segundo idioma

### **Área corporativa**

- ✓ Servicio al cliente basado en las necesidades afectivas
- ✓ Capacitación de personal de seguridad
- ✓ Redes sociales en el trabajo

### **Área personal**

- ✓ Autoestima, autoimagen, autoconcepto
- ✓ Manejo del estrés, de la angustia y de la ansiedad
- ✓ Transformación de las crisis en oportunidades
- ✓ Taller de resolución de conflictos y comunicación asertiva
- ✓ Taller de autocontrol: manejo de la ira

### **Familias**

- ✓ Estructuras cambiantes: madres y abuelas jóvenes
- ✓ Manejo de duelos-diferentes tipos de pérdidas – nido vacío

### **Pareja**

- ✓ Taller de pareja: relaciones sanas
- ✓ Amor en los tiempos de las redes sociales

### **Padres-hijos**

- ✓ Taller de desarrollo personal: autoestima para niños, niñas y adolescentes
- ✓ Educación afectivo sexual para jóvenes
- ✓ Hijos de las redes sociales
- ✓ Manejo de límites

### **Área salud integral**

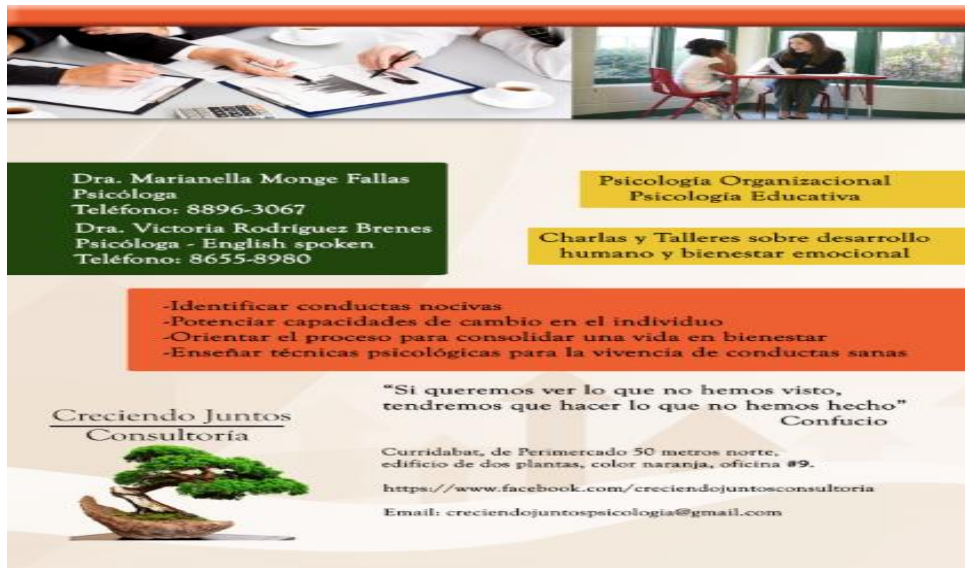
- ✓ Disciplina: cómo lograr mis objetivos
- ✓ Imagen corporal: un vistazo por diferentes espejos
- ✓ Auto sabotaje – cómo ser mi mejor amigo
- ✓ Técnicas de relajación
- ✓ Técnica de renacimiento

### **Área social**

- ✓ Entrenamiento en habilidades sociales e inteligencia emocional
- ✓ Relaciones con amigos cibernéticos

Figura 1.

Presentación de catálogo de servicios de Creciendo Juntos Consultoría, año 2013



Fuente: Creciendo Juntos

Figura 2.

Volante de servicios de Creciendo Juntos, año 2014



Fuente: Creciendo Juntos

Ambas psicólogas inician sus labores y permanecen en el mercado durante tres años, tiempo que se podría llamar: etapa inicial, la cual consiste básicamente en darse a conocer y atraer clientes a su oficina. No obstante, tal meta no se cumple

tan productivamente como se fijó en el plan de trabajo, debido a que los clientes eran escasos.

Lo anterior derivó en pérdidas económicas de las profesionales en lo referente al mantenimiento de los gastos fijos de operación. Consecuentemente, decidieron cerrar las operaciones con oficina física fija y mantener la línea de labores por medio digital en la red social Facebook y alquilando, por horas, oficinas de trabajo para efectos de terapias o talleres. Esta etapa podría ser complementaria a inicial, la cual brinda mejores resultados económicos porque se eliminan las pérdidas al no tener que hacer gastos fijos de operación, pues solo se costaba el pago del alquiler en porcentaje por evento programado.

Dicho estilo se mantuvo así por un par de años, pero venía creciendo una distancia laboral a partir del quehacer digital de la oficina. Esto provocó un cambio significativo que hace que la Profesional Marianela Monge se desligue del Consultorio, y deje Creciendo Juntos de forma permanente, acordando que la socia Victoria Rodríguez continúe con la labor por ella misma.

En el año 2017, la psicóloga Rodríguez asume la consultoría en forma individual y actualiza la documentación existente, las tarjetas y la página de perfil laboral.

**Figura 3.**

*Tarjeta de presentación Creciendo Juntos con una socia*



**Fuente:** Creciendo Juntos

**Figura 4.**

*Logo actualizado Creciendo Juntos con una socia*



**Fuente:** Creciendo Juntos

Realiza la primera acción de renovación y persiste en trabajar con el método que venía funcionando, manteniéndose así dos años más. En este período, encuentra una oficina fija que alquila por horas, lo cual es conveniente y rentable, y empieza no solo a mantener el negocio, sino a generar un margen de ganancia aceptable.

No obstante, el año 2020 viene a ser un golpe casi mortal para el servicio debido a la afectación por la pandemia COVID-19, cuando las labores psicológicas se suspenden por unos meses; sin embargo, no todo es pérdida, pues, bajo esta causa, surge el área de acción de clases de inglés, formando un grupo que recibe clases por vía digital durante el 2020 y mitad del 2021. Lo anterior genera utilidades, aun en tiempos de pandemia y, esporádicamente, surge también la consulta psicológica virtual.

Cuando se reanudan las operaciones físicas postpandemia, se mantienen las clases virtuales de inglés y se reinicia la terapia psicológica en el consultorio anterior alquilado por horas. Todo parece indicar que la afectación en la salud mental de las personas por la COVID-19 crea la necesidad de mayor consulta de diversos temas que aquejan a las personas. Es así como se programan más citas psicológicas y más empleo en esta área con la desventaja de que se producen choques de horario frecuentes entre la dueña de la oficina y la profesional Victoria Rodríguez.

Por tanto, la señora Rodríguez decidió que es necesario volver a la acción de un consultorio propio, pero esta vez comprado y no alquilado, inclusive con el

plan de crear grupos de inglés presenciales en el sitio, manteniendo así la diversidad de servicios de Creciendo Juntos Consultoría.

La idea es fructífera y se da el proceso de compra de casa, que incluye oficina y espacio para impartir clases presenciales. El año 2021 es el marco del recorrido del camino de crédito de vivienda y se compra el inmueble. Luego de esto, en el año actual 2022, se lleva a cabo una renovación de la marca que contiene cambio de nombre –se elimina la palabra Consultoría, y se deja solo Creciendo Juntos, se cambia el logo, se refresca el perfil en la página de la red social y se ofrecen ambos servicios de la microempresa, anunciando además la nueva ubicación e instalaciones.

Las operaciones siguen teniendo prosperidad aceptable, pero ahora la deuda hipotecaria exige producir mayor rentabilidad al negocio, lo cual se ha complicado en cuanto a la baja en la venta de los servicios en parte por la inflación económica del país al intentar reactivar la economía, y en parte por el desconocimiento de planes estratégicos que incluyan procedimientos financieros, publicitarios y hasta de recurso humano que impulsen la generación de utilidades a través del posicionamiento del negocio y de la marca en el mercado.

Es aquí donde se evidencia la situación actual de Creciendo Juntos en lo referente al aumento de la rentabilidad económica de la microempresa para sostener sus operaciones, costear los gastos fijos y mantener el activo del inmueble, solventando la operación crediticia correspondiente y, finalmente, dando a conocer la marca para que se posicione en el mercado en forma consolidada y permanente.

**Figura 5.**

*Logo actualizado 2022 - Creciendo Juntos*



**Fuente:** Creciendo Juntos

**Figura 6.**

*Banner de actualización de perfil de Creciendo Juntos en la red social Facebook*



**Fuente:** Creciendo Juntos

## **Estructura de la microempresa Creciendo Juntos**

### **Misión**

Promovemos la calidad de vida de cada persona al potenciar la capacidad de cambio (descubrimiento del ser: YO SOY) por medio de conocimiento que

genere desarrollo integral en los ámbitos: personales, familiares, laborales, educativos y sociales.

### Visión

Posicionarnos a nivel latinoamericano como agentes de cambio afectivos y efectivos dentro de la sociedad.

### Valores

1. **Libertad del SER:** YO SOY.
2. **Corresponsabilidad:** compromiso, toma de acción.
3. **Aceptación:** empatía, humanidad y respeto.
4. **Comunicación asertividad:** transparencia, objetividad y confianza.

**Tabla 1.**  
*DAFO de Creciendo Juntos*

<b>DAFO</b>	
<b>Interno</b>	<b>Externo</b>
<p><b>Debilidades</b></p> <p>Mentalidad emprendedora Planeamiento del tiempo-sesión Uso de redes sociales</p>	<p><b>Amenazas</b></p> <p>Espacio físico propio Gastos extras actuales Agenda del servicio Comprensión de los servicios Inversión inicial</p>
<p><b>Fortalezas</b></p> <p>Metodologías propias y probadas Capacidad de aprendizaje Capacidad de organización Experiencia en ambos servicios Administración de agenda y presupuesto Resolución de conflictos Habilidades sociales muy desarrolladas IE Capital ahorrado Excelente administración de tiempo y dinero Asumir retos</p>	<p><b>Oportunidades</b></p> <p>Ganancias actuales Formación continua (cursos) Algunos contactos Pandemia Presencialidad y virtualidad Materiales ya hechos Creación de nuevos productos y servicios</p>

**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

**Perfiles de la población meta de la microempresa Creciendo Juntos: consultantes y estudiantes de inglés**

## Perfil geográfico

- **¿Dónde está?:** Costa Rica: San José/Desamparados, Curridabat, San Sebastián, GAM/ Latinoamérica.

## Perfil demográfico

- **¿Qué edad tiene?:** 05-60 años (menores de edad acompañados por el encargado)

- **¿A qué se dedica?:**

Consultantes: docentes, orientadores, padres y madres de familia, amas de casa, personas interesadas por su desarrollo personal (autodidactas).

Estudiantes de inglés: adultos profesionales o en estudio de carrera que necesitan aprender el idioma para ser promovidos en su trabajo.

- **¿Dónde trabaja?:** Sector educación primaria, secundaria y universitaria pública y privada. Sector salud, especialmente privado y varios sectores empresariales dirigidos al desarrollo humano.

- **Nivel educativo:** secundaria incompleta en adelante.

- **Género:** masculino y femenino.

- **Estado civil:** sin estado civil específico, con o sin hijos.

- **Condición de necesidad para buscar el servicio:**

Consultantes: algunos con problemas de salud crónicos o recurrentes y/o emocionales.

Estudiantes de inglés: plan de buscar un mejor empleo al terminar de estudiar el colegio, una carrera o mientras estudia en alguno de los dos procesos. En ocasiones, únicamente es estudiante de idioma.

- **Ingresos:** depende del servicio por pagar

Consultantes: 300 mil colones mensuales en adelante.

Estudiantes de inglés: adultos estudiantes o padres de los estudiantes, 300 mil mensuales en adelante.

## Perfil psicográfico

- **¿Qué le interesa?** Conocer formas de mejorar su espacio vital, relación en forma armónica, positiva, de bienestar con los demás, aprender a hablar inglés, conseguir un trabajo que le genere mejores ingresos de los actuales o ingresos más altos al de un salario base.
- **¿Cuáles aspectos lo caracterizan?** Búsqueda de soluciones o respuestas a dilemas propios, especialmente familiares, de pareja y educativos (hijos), generar armonía en sus relaciones, socializar con personas de diferentes nacionalidades, viajar.
- **¿Cómo es su actitud frente a un problema o ante una situación determinada?** Se mantiene alerta para regular sus emociones, pero, si no lo logra, busca ayuda y apoyo, lo cual podría ser asesoramiento profesional psicológico y, en el caso de aprender inglés, busca aprender el idioma.

## Perfil conductual

- **Cómo encontrar su contenido:** leyendo, conversando con las personas, usando medios digitales.
- **Hobbies:** leer, investigar, probar técnicas prácticas de autoconocimiento y desarrollo personal, ver películas en inglés, escuchar música en inglés.
- **Gustos:** leer, compartir en familia diversas actividades/resolver conflictos personales, usar el idioma inglés en diferentes actividades.

## Ejemplo de consultante

Nombre y apellidos: Jennifer Castillo García, la analítica: conversadora, proactiva, buscadora de respuestas/soluciones a preguntas existenciales vividas y situaciones experimentadas en su vida.

## **Ejemplo de estudiante de inglés**

Nombre y apellidos: Mike Ramos Monge, el perseverante: es un poco extrovertido y quiere aprender inglés. Ya ha probado con otros métodos, pero no le han resultado. Por eso, prefiere clases o grupos privados pequeños.

### **Objetivos del consultante y del estudiante de inglés**

- **¿Qué es lo que lo mueve a ser de una forma u otra?**

Mejorar el ambiente donde convive y relacionarse con los demás enseñándole el idioma inglés desde las cuatro áreas de enseñanza.

- **¿Cómo podemos ayudarlo? ¿Cómo podemos satisfacer sus necesidades y qué necesitamos para ello?**

Por medio de conocimiento, proveer técnicas y estrategias para manejar positivamente situaciones específicas enfocadas en las relaciones con las personas de su familia y cercanas a ella.

Por medio del conocimiento del idioma inglés en las cuatro áreas de estudio: escucha-habla y lectura-escritura, enfocándose en métodos que contengan técnicas apropiadas para su forma de adquirir un segundo idioma.

- **¿Cuáles problemas tiene?**

Nos ayudará saber qué lo mueve y cuáles son sus necesidades para poder satisfacerlas

Consultante: dificultades de convivencia, conflictos en las relaciones personales, problemas de crianza de los hijos y problemas de salud, especialmente crónicos.

Estudiante de inglés: desempleado o con dificultades de encontrar trabajo, y/o cambiar de trabajo a uno con un salario y condiciones mejores. Dificultades en el aprendizaje del inglés en procesos académicos en secundaria o en otros cursos de inglés recibidos.

## **Análisis competitivo**

### **¿Quién es la competencia de Creciendo Juntos?**

La competencia en ambas áreas de labor de la microempresa Creciendo Juntos es variada, especialmente, si se observa desde la óptica de servicio personalizado, por tanto, la competencia es la siguiente:

#### **Psicología**

- **Dra. Karla Cordero**

Master en Psicología de la Salud, Master en Educación, Lic. en Psicología. Labora en universidades privadas y ejerce Psicología Clínica en un consultorio privado ubicado en San Francisco de Dos Ríos.

- **Dra. Delia Peña Maduro**

Lic. en Psicología. Labora en universidades privadas y ejerce Psicología Clínica en un consultorio privado ubicado en Desamparados.

- **Estefany Valverde**

Lic. en Psicología. Labora en Psicología Clínica en un consultorio privado ubicado en Desamparados.

Todos ellos tienen perfiles en la red social Facebook, donde ofrecen servicios de procesos terapéuticos, talleres, charlas y actividades de desarrollo humano en general.

#### **Enseñanza del inglés**

- **Teachers Inc.**

Microempresa que imparte clases de inglés a grupos de niños, jóvenes y adultos en forma presencial y virtual en San José.

- **CPI Idiomas**

Microempresa que imparte clases de inglés a grupos de niños, jóvenes y adultos en forma presencial y virtual en San José.

Todos ellos ofrecen clases presenciales y en grupos pequeños en los niveles de principiantes e intermedios.

## **¿Qué ofrece la competencia de Creciendo Juntos?**

La competencia de Creciendo Juntos es activa en sus perfiles en la red social Facebook, ya que, con frecuencia, publican contenidos de valor y creativos sobre sus servicios y productos, los cuales mantienen activas a las personas seguidoras de su página. Postean afirmaciones, frases para completar, ideas para crear hábitos, entre otras, que promueven acciones para la venta de sus servicios.

## **¿Qué ofrece Creciendo Juntos en sus servicios?**

- Tiempo extendido de consulta en sesión o de clase de idioma.
- Acompañamiento permanente durante todo el proceso /dentro y fuera de sesión y/o clase.
- Acompañamiento basado en el eje de valores específicos.
- Guía en la búsqueda de materiales que sirvan como herramienta de autoconocimiento/autodescubrimiento.
- Materiales específicos digitales e impresos que son herramientas específicas de autoconocimiento/autodescubrimiento.
- Servicios, terapias y clases presenciales y digitales.
- Servicios, terapias y clases trilingües inglés/español/portugués.
- Vasta experiencia en ambas áreas de servicios.
- Metodología basada en pedagogía profesional en docencia y psicología.
- Atención personalizada por medio de seguimiento de cada proceso individual para detectar necesidades específicas.
- Instalaciones accesibles en San José, cómodas, agradables, seguras y con parqueo seguro sin pago extra.
- Disponibilidad y flexibilidad de horarios.
- Diferentes modalidades de pago: efectivo, transferencia bancaria o SINPE Móvil.

## Propuesta de valor de Creciendo Juntos

La propuesta de valor de Creciendo Juntos se engloba en la palabra **psicoeducación** al referirse a los servicios de terapia psicológica y de enseñanza de inglés, esbozados tal como se muestra en la siguiente figura 7 y descritos en la tabla 2.

Figura 7.



*Estilo de propuesta de valor*

**Fuente:** Creciendo Juntos

**Tabla 2.**

*Contenido de la propuesta de valor de Creciendo Juntos*

<b>Propuesta de valor de Creciendo Juntos</b>	<b>Ejemplo de consultante</b>	<b>Tareas</b>	<b>Beneficios</b>	<b>Opción de solución</b>
	<b>Dolores</b> ¿Qué le molesta? ¿Qué desea resolver?	<b>Aquellas que intenta resolver</b>	<b>¿Cuáles beneficios desea obtener?</b>	<b>¿Cuáles podemos resolver con nuestro producto/servicio?</b>
<b>Perfil del consultante</b>	Dependencia Temores Angustia Ambivalencia Le molesta el YO real, sin las habilidades psicológicas que necesita para transformarse. No puedo solo/a.*	Ambivalencia ¿Qué hacer con su situación y cómo?	Fortaleza Claridad Constancia/disciplina Nuevos comportamientos Alcanzar el YO ideal. Acompañamiento	Tener claridad de que los resultados de la terapia dependen solo de él/ella misma.
<b>Perfil del estudiante</b>	Ignorancia Temores Indecisión Desprestigio profesional Le molesta el YO real, sin las habilidades académicas que necesita para transformarse en persona bilingüe. No puedo solo/a.	Cómo desarrollar esas habilidades académicas. Corto tiempo y precio.	Conocimientos de idioma Conocimientos de hábitos y técnicas de estudio de un idioma. Acompañamiento	Conocimientos de idioma. Conocimientos de hábitos y técnicas de estudio de un idioma.

**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora con base en información proporcionada por Creciendo Juntos, 2022

## Plataforma de mensaje de marca

- **¿Quién es Creciendo Juntos?**

Creciendo Juntos es un **agente de cambio** que promueve la calidad de vida de las personas a través de espacios psicoeducativos, como la terapia y la enseñanza del inglés y del portugués.

- **¿Adónde va Creciendo Juntos?**

Hacia el **descubrimiento del ser: YO SOY** por medio del **cambio constante y continuo** que impacta la **calidad de vida** de las personas.

- **Propósito:** acompañar a las personas a descubrir su potencial para impactar positivamente en su calidad de vida

- **Función inspiracional:** potenciar la capacidad de cambio de las personas -Ser: YO SOY

- **Reputación empresarial:**

Servicio personalizado de calidad.

- **Tema eje de psicología:** dependencias

Temas transversales: traumas, límites, autoestima: **SER/YO SOY: identidad**

- **Tema eje de enseñanza del inglés:** aprendizaje del inglés

Temas transversales: áreas del idioma: escucha-habla/lectura-escritura, lenguaje técnico en áreas específicas.

- **Propuesta de valor**

Psico-educación y enseñanza de inglés y portugués. (Ver cuadro de la propuesta).

- **Expectativas**

**Lo que pueden esperar de mi marca:** servicio profesional de alta calidad, confiable, transparente y veraz.

**Lo que espera Creciendo Juntos de sus clientes:** compromiso, transparencia y confianza en el proceso.

- **Posicionamiento en el mercado**

- **Valores en acciones**

## **1. Libertad del SER: YO SOY**

Guiar a la persona al autoconocimiento por medio del autodescubrimiento de su capacidad de aprendizaje sobre sí mismo.

## **2. Corresponsabilidad:** compromiso, toma de acción

Indicar el proceso como tal y que incluye constancia y toma de decisiones a lo largo de éste por parte de la persona. Mi rol es acompañar y guiar, facilitar herramientas, mientras el rol de la persona es llevar a cabo las acciones necesarias para lograr los objetivos propuestos.

## **3. Aceptación:** empatía, humanidad, respeto

Espacio libre de críticas, juicios y etiquetas. Toda acción es neutra y se valoran las consecuencias de cada una de acuerdo con el impacto que genera en la vida de la persona.

## **4. Comunicación asertividad:** (transparencia, objetividad, confianza)

Transmitir ideas con respeto, cordialidad y en tono comprensivo de las situaciones, pero en forma directa y sin argumentos que puedan confundir a la persona.

## **Identidad visual**

### **Logotipo**

**Tipografía:** verdana

**Colores:** azul, amarillo, blanco y negro

**Iconografía:** personas juntas formando un círculo

**Fotografía:** banner de servicios con fotografía de la profesional

**Elementos de diseño:** triángulos y esferas formando figura humana

**Figura 8.**

*Logo Creciendo Juntos 2022*



**Fuente:** Creciendo Juntos

## **Comunicación y publicidad**

### **Situación actual**

Creciendo Juntos se renueva en su imagen, ubicación e instalaciones en el año 2022, lo cual engloba cambios significativos en el mantenimiento de las operaciones que siguen teniendo un margen de utilidad aceptable. Sin embargo, en la actualidad, la deuda hipotecaria exige producir mayor rentabilidad al negocio, lo cual se ha complicado en cuanto a la disminución en la venta de los servicios en parte por la inflación económica del país al intentar reactivar la economía, y en parte por el desconocimiento de planes estratégicos que incluyan procedimientos financieros, publicitarios y hasta de recurso humano que impulsen la generación de utilidades por medio del posicionamiento del negocio y de la marca en el mercado.

Es aquí donde se evidencia la situación actual de Creciendo Juntos en lo referente al aumento de la rentabilidad económica de la microempresa para sostener sus operaciones, costear los gastos fijos y mantener el activo del inmueble, solventando la operación crediticia correspondiente, y, finalmente, dando

a conocer la marca para que se posicione en el mercado en forma consolidada y permanente.

### Servicios de Creciendo Juntos

Debido a que Creciendo Juntos abarca dos áreas de labores, los servicios son diferentes y se muestran en la siguiente tabla 3:

**Tabla 3**  
**Servicios de Creciendo Juntos**

<b>SERVICIOS</b>	
<p><b>I. Servicios para consultantes</b></p> <p>A. Terapia individual (niños, adolescentes, jóvenes, adultos)</p> <p>B. Terapia de pareja</p> <p>C. Terapia de familiar</p> <p>D. Charlas</p> <p>E. Talleres</p>	<p><b>II. Servicios para estudiantes de idiomas</b></p> <p>F. Cursos de inglés</p>

Fuente: Creciendo Juntos

### Diseño de los servicios de Creciendo Juntos

A continuación, la tabla 4 muestra el diseño de los servicios de Creciendo Juntos en el año 2022:

**Tabla 4**  
**Diseño de servicios de Creciendo Juntos**

<b>DISEÑO DEL SERVICIO 1, 2, 3</b>		
<b>Mercado de trabajo de psicología</b>		
<b>I. Servicios para consultantes</b>		
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>Precio:</b> 26.000 x hora	<b>Valor:</b> C39.000	<b>Costo:</b> C30 mil /U: C0
<b>A. Terapia individual (niños, adolescentes, jóvenes, adultos)</b>		
<b>1.Recolección de información:</b> Datos de afiliación/diagnóstico 1 sesión: 1.5 h	<b>2. Sesiones</b> Cantidad y frecuencia del proceso varía. Estrategias y materiales	<b>3. BONUS</b> Acompañamiento fuera de sesión
<b>B. Terapia de pareja</b>		
<b>1.Recolección de información:</b> Datos de afiliación/diagnóstico	<b>2. Sesiones</b>	<b>3. BONUS</b>

1 sesión: 2h	Cantidad frecuencia proceso Estrategias materiales	y del y	Acompañamiento fuera de sesión
<b>C. Terapia familiar</b>			
<b>1.Recolección de información:</b> Datos de afiliación/Diagnóstico 1 sesión: 3h	<b>2. Sesiones</b> Cantidad frecuencia proceso Estrategia materiales	y del y	<b>3. BONUS</b> Acompañamiento fuera de sesión
<b>D. Charlas de 1 hora</b>			
Precio: 5 h x C26.000 x hora 130.000 + IVA Investigación del tema, planeamiento del evento y presentación	Valor: C150.000		Costo: 5 h x 26.000 x hora C140.000 + IVA U: C10.000 Dividido entre # clientes
<b>E. Talleres</b>			
Precio: 20 h x C26.000 x hora C520.000 + IVA Información de la empresa: descripción del mercado Tema/s por desarrollar y objetivo general Información del lugar o formato del evento (presencial/virtual/híbrido)	Valor: C500.000		Costo: 20h x C26.000 x hora C520.000 + IVA U: C20.000 Dividido entre # clientes
<b>1. Recolección de información:</b> Definir tiempos: duración y fecha del evento Información de la audiencia: perfil de la audiencia, y cantidad de personas / 1 h	<b>2. Sesiones</b> Investigación del tema Planeamiento del evento y presentación	del del y	<b>3. BONUS</b> Materiales complementarios en formato digital y/o físico.
<b>Servicios para estudiantes de idiomas</b>			
<b>Cursos de inglés</b>			
<b>1</b>	<b>2</b>		<b>3</b>
<b>Precio:</b> 10 h x 26.000 x hora 260.000 + IVA clases mensuales / # personas 10 personas: C26.000 mensuales 20 personas: C16.000 mensuales	<b>Valor:</b> C260.000 mensual		Costo: C260.000 +IVA C30.000 x persona mensual Utilidad C4.000 x persona
<b>Estructura del curso:</b> 3 módulos de acuerdo con el MCE Duración del curso; c/módulo es de 6 meses El tiempo total: 1. 5 años Creación de los módulos en formato presencial / 2 h x módulo=6h			
<b>Clases</b> Diagnóstico sobre conocimiento del idioma Impartir las lecciones 2 h			<b>BONUS</b> Materiales complementarios en formato digital y/o físico. Acompañamiento psicopedagógico en la adquisición del idioma

Adaptación de los módulos a formato virtual 4 h Planeamiento de las lecciones y materiales 1 h	Revisar tareas y proyectos 1 h	
--	--------------------------------	--

Fuente: Creciendo Juntos

## Costos de operación de Creciendo Juntos

A continuación, la tabla 5 muestra el diseño de costos de operación de Creciendo Juntos en el año 2022:

**Tabla 5**  
**Costos de operación de Creciendo Juntos, 2022**

<b>Costo de operación Creciendo Juntos 2022</b>		
<b>Costos de operación fijos</b>		<b>Precio del servicio</b>
<b>Espacio físico</b>		<b>Hora prof.</b>
Pago hipoteca	₡270.000	Psicología Docencia ₡28.000
<b>Servicios</b>		
Agua	₡10.000	
Luz	15.000	
Internet		
<b>Administrativos</b>		
Facturas GTI	₡1.000	
Contador	₡10.000	
Técnico computo	₡10.000	
Publicidad	₡20.000	
<b>Materiales</b>		
Tinta y papel	₡2.000	
Velas, incienso	₡3.000	
Computador	₡10.000	
USB drive	₡1.000	
Headset, parlantes	₡1.000	
Plataforma didáctica	₡10.000	
Plataforma de comunicación	₡15.000	
		<b>7 pacientes</b>

<b>Costo mensual</b>	<b>₡378.000</b>	<b>7 estudiantes</b>
----------------------	-----------------	----------------------

Fuente: Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

## Registro de ventas de Creciendo Juntos

A continuación, la tabla 6 muestra el diseño de costos de operación de Creciendo Juntos en el año 2022.

**Tabla 6**  
*Registro de ventas brutas de Creciendo Juntos, 2022*

<b>CRECIENDO JUNTOS</b>			
<b>Servicio</b>	<b>Cantidad de Clientes</b>	<b>Monto por cliente</b>	<b>Monto total</b>
<b>Psicología</b>			
<b>I Trimestre</b> enero-feb-marzo	19	₡26.000	₡494.000
<b>II Trimestre</b> abril-mayo-junio	31	₡26.000	₡806.000
<b>III Trimestre</b> julio-agosto-set	28	₡26.000	₡728.000
<b>IV Trimestre</b> oct-nov-dic	33	₡26.000	₡924.000
<b>Total percibido</b>	-	-	₡2.952.000
<b>Inglés</b>			
<b>I Trimestre</b>	<b>No aplica</b>	<b>No aplica</b>	<b>No aplica</b>
<b>II Trimestre</b>	<b>No aplica</b>	<b>No aplica</b>	<b>No aplica</b>
<b>III Trimestre</b>	19	₡20.000	₡380.000
<b>IV Trimestre</b>	<b>No aplica</b>	<b>No aplica</b>	<b>No aplica</b>
<b>Total percibido</b>	-	-	₡ 380. 000

**Nota:** Los cursos de inglés comenzaron a partir del III Trimestre 2022.

Fuente: Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

El análisis de la información contenida en este documento hace pensar en una situación económica complicada para la microempresa Creciendo Juntos. No obstante, es posible crear un plan estratégico para implementar las opciones de recuperación que reflejen una mejora en la rentabilidad económica evidente en el aumento de utilidades generadas.

Esta relación rentabilidad-utilidad es básica para mantener las empresas a flote y funcionando, por tanto, es esencial prestar atención a la movilización de estos elementos y, por supuesto, a su capacidad de determinar el futuro de todo negocio. En ese sentido, se reitera la idea de que todos ellos se producen en un solo contexto: la empresa, la cual está inserta en un campo macrosocial que también impone sus fuerzas y afecta e influencia la sostenibilidad de la organización y de emprendimientos en los mercados.

Entonces, es importante recalcar, en este punto, que, si por alguna razón una persona incurre en un desequilibrio de fuerzas económicas dentro de la empresa, es probable que se ponga en riesgo el funcionamiento de dicha organización, lo cual se explora en el resto de este documento.

# **CAPÍTULO III**

## **MARCO METODOLÓGICO**

En el presente capítulo, se definen los métodos, las acciones y los procedimientos llevados a cabo con el fin de desarrollar la investigación sobre el problema planteado, procurando hacerlo de manera clara y precisa al desarrollar cada uno de los pasos e instrumentos utilizados para comprobar la sospecha de investigación.

Según Álvarez (2009), “la metodología de la investigación es una disciplina de conocimiento encargada de elaborar, definir y sistematizar el conjunto de técnicas, métodos y procedimientos que se deben seguir durante el desarrollo de un proceso de investigación para la producción de conocimiento” (p. 22). Las investigaciones pueden tener un enfoque cuantitativo o un enfoque cualitativo según el eje de estudio elegido por el investigador.

### **3.1 Tipo de investigación**

Esta investigación se sitúa en un enfoque mixto que engloba el paradigma cuantitativo y cualitativo orientado por los principios metodológicos fenomenológicos. Al respecto, Barrantes (2001) afirma que “un análisis cuantitativo, se fundamenta en aspectos observables y susceptibles de cuantificar, es decir, que pueden ser contados, se sirve de estadística para el análisis de datos” (p. 7).

El análisis cuantitativo del sector en estudio permite identificar las necesidades en el campo administrativo y financiero de la microempresa Creciendo Juntos. Por su parte, el enfoque cualitativo es hermenéutico al explicar el fenómeno de estudio, y conlleva conocer a los sujetos de información al ahondar en sus vivencias para estar al tanto de lo que perciben del fenómeno de estudio, pues ya lo han vivido, tal como lo explica la siguiente cita:

*“En la metodología cualitativa, el investigador ve el escenario y a las personas en una perspectiva holística. Las personas, los escenarios o los grupos no son reducidos a variables, sino considerados como un todo. El investigador estudia a las personas en el contexto de su pasado y de las situaciones en las que se encuentran (Álvarez, 2009, p. 24).*

Precisamente, en la investigación, se estudia un contexto específico, los sujetos de estudio proporcionan información desde sus vivencias sobre el tema, se recopilan los datos y se analizan para lograr identificar los factores que se pueden asociar a la respuesta del problema planteado.

### **3.2 Sujetos de información participantes en la investigación**

Según Mata (2021), en su artículo “Investigación, los sujetos de estudio”, “los sujetos de estudio son aquellas personas o grupos de personas que forman parte de los colectivos cuyas características, opiniones, experiencias, condiciones de vida, entre otros rasgos y atributos cobran interés particular para investigaciones con enfoque cuantitativo o cualitativo” (p. 1).

En este trabajo en particular, los consultantes y estudiantes clientes de la microempresa Creciendo Juntos y los microempresarios conforman un grupo de 20 sujetos clasificados de la siguiente manera:

- 14 personas consultantes que acuden individualmente a terapia psicológica.
- 5 personas estudiantes adultas que asisten a clases de inglés.
- 1 microempresario dueño de una empresa de servicios.

La composición anterior se constituye de la manera expuesta porque así se obtiene información sobre desde distintas ópticas que abarcan el tema en estudio en este proyecto.

### **3.3 Población de estudio**

- La población de estudio se constituye por 19 sujetos participantes en la investigación, los cuales se relacionan con el área de servicios de psicología y enseñanza-aprendizaje del inglés.
- En cuanto al microempresario participante en este proyecto, se trata del chef Jorge Luis Chaves Rodríguez, dueño del emprendimiento Jorge El Chef, quien ofrece servicios de alimentación en la línea de servicios profesionales.

### 3.3.1 Criterios de selección

#### Informantes

Las personas elegidas como sujetos de estudio se seleccionaron con base en los siguientes criterios:

1. Clientes de Creciendo Juntos: consultantes y estudiantes.
2. Microempresario vinculado a Creciendo Juntos con quien se realiza alianza estratégica.
3. Disponibilidad para brindar información basada en su vivencia sobre el tema.
4. Disponibilidad de tiempo para transmitir los datos a la investigadora.

### 3.4 Categorías de análisis

Las categorías de análisis son criterios que delimitan el tema de la investigación a conceptos específicos con base en el problema de estudio. La recolección de la información se trasladará a cada una de ellas con el fin de analizar los datos obtenidos para alcanzar los objetivos planteados.

**Tabla 7**  
***Categorías y subcategorías de análisis***

<b>Objetivo 1:</b> Crear el diagnóstico empresarial de la microempresa Creciendo Juntos para determinar acciones administrativas durante los cuatro trimestres del año 2022	
<b>Categorías de análisis</b>	<b>Subcategorías de análisis</b>
Microempresa	Mercado
Diagnostico empresarial	Herramientas financieras (tablas) Rentabilidad Utilidades Pérdidas Costos Gastos

**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

A continuación, se definen las categorías de análisis de este objetivo:

### **Microempresa**

**Definición conceptual.** Son aquellas pequeñas empresas que desempeñan una función importante en el crecimiento y avance en el entorno local de grupos limitados de personas, logrando oportunidades de empleos.

**Definición operacional.** El concepto de microempresa está contenido en todos los instrumentos, ya que éstos incluyen aquellas actividades pertenecientes a las áreas de desempeño de la empresa, es decir, Psicología y Enseñanza del Inglés.

**Definición instrumental.** La palabra microempresa se incluye en el título de cada instrumento.

**Mercado.** Son los segmentos concretos de la demanda los cuales se dirigen hacia un determinado producto, creando conexiones comerciales, así como la generación de nuevas oportunidades de negocio en donde se obtiene un incremento económico y social en la región.

### **Diagnostico empresarial**

**Definición conceptual.** Es una herramienta aplicada para conocer el estado de una empresa. Normalmente, el crecimiento se logra con base en su capacidad financiera para mejorar sus capacidades en pro del negocio.

**Definición operacional.** El concepto de diagnóstico empresarial está contenido en la tabla 5: Costos de operación de microempresa Creciendo Juntos y en la tabla 6: Registro de ventas de microempresa Creciendo Juntos, donde se incluyen aquellas actividades pertenecientes a las áreas que revelan la situación económica actual de la microempresa.

**Definición instrumental.** Los instrumentos 1 y 2 contienen la información pertinente para llevar a cabo el diagnóstico empresarial.

**Herramientas financieras.** Son aquellos recursos cuantitativos y cualitativos implementados para el manejo de las finanzas, tanto para análisis, como para administrar, logrando aumentar ganancias y recabar datos para la toma de decisiones acertadas.

**Rentabilidad.** Son los indicadores que muestran las ganancias obtenidas por la organización, lo cual representa la base de todo el análisis de una empresa. Al respecto, Villasmil y Reyes, et al. (2020 p.276) mencionan que la "rentabilidad es entendida como una medida eficaz que muestra el resultado de las estrategias aplicadas por la organización en el entorno económico en el que se desenvuelve".

**Utilidades.** Las utilidades son un objetivo primario de una organización para lograr maximizar sus utilidades que, en este caso, son los fondos resultantes de deducir egresos de la empresa. De acuerdo con lo detallado por Zenteno (2017, p. 24), citando a Gitman (2007), "el administrador financiero es quien toma únicamente las decisiones que tengan una contribución importante a las utilidades totales logrando un aumento y como consecuencia un incremento a largo plazo".

**Pérdidas.** Hace referencia al resultado negativo obtenido por una empresa al deducir los costos y gastos. Cuando se da el incremento de gastos en un proyecto establecido y dichos gastos son mayores que los ingresos, se habrá sufrido una pérdida.

**Costos.** Los costos son un factor que determina la supervivencia de la organización. Según lo expuesto en el libro *Tipos de rentabilidad: consecuencias de una eficiente gestión estratégica de costos en empresas manufactureras de plástico 1* (2020, p. 272, citando a Chiliquinga y Vallejos, 2017, p. 26), el costo de bienes o servicios se define como "la conjunción de los valores incurridos en un determinado periodo de tiempo, identificados con el producto que se fabrica". Es

una expresión monetaria de los gastos en que se incurre en la realización de bien o servicio.

**Gastos.** Los gastos tienen como concepto general a todas aquellas salidas de dinero que una empresa debe pagar para obtener el derecho a un bien o servicio sea tangible o intangible, esto según sea la necesidad de la organización.

**Tabla 8**  
**Categorías y subcategorías de análisis**

<b>Objetivo 2:</b> Crear un plan estratégico para aplicar medidas administrativas que impacten en la rentabilidad de la microempresa Creciendo Juntos durante los dos primeros trimestres del año 2022.	
<b>Categorías de análisis</b>	<b>Subcategorías de análisis</b>
Plan estratégico	Medidas administrativas: Reducción de costos y gastos Utilizar publicidad gratuita Diversificar servicios Crear alianzas estratégicas

**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

A continuación, se define la categoría de análisis de este objetivo:

### **Plan estratégico**

**Definición conceptual.** Es una técnica implementada para el alcance de resultados con el fin de que se alcancen los objetivos de la empresa por medio de la planeación y control.

**Definición operacional.** El concepto de plan estratégico se abarca en todos los instrumentos, los cuales incluyen todas las distintas variables analizadas sobre la situación económica de la empresa.

**Definición instrumental.** Los 6 instrumentos implementados son relevantes en la investigación, pues contienen la información pertinente para proseguir con el

diagnóstico empresarial y realizar la toma de decisiones para alcanzar el aumento en sus ingresos.

**Medidas administrativas.** Es el concepto de los procesos que se enmarcan por una organización para la gestión integral con la finalidad de lograr indicadores para lograr el funcionamiento óptimo de la organización.

**Tabla 9**  
***Categorías y subcategorías de análisis***

<b>Objetivo 3:</b> Analizar los resultados de la aplicación del plan estratégico creado para la microempresa Creciendo Juntos durante los dos primeros trimestres del año 2022.	
<b>Categorías de análisis</b>	<b>Subcategorías de análisis</b>
Plan estratégico	Resultados

**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

A continuación, se define la categoría de análisis de este objetivo:

**Plan estratégico.** Es una técnica implementada para el alcance de resultados con el fin de que se alcancen los objetivos de la empresa por medio de la planeación y control.

**Resultados.** Alude a un efecto o acción generado en la parte económica de una organización, en donde se provoca una consecuencia, sea positiva o negativa, que puede afectar a una persona, comunidad, país o hasta región.

### **3.5 Técnicas para la recolección de la información**

En la parte cuantitativa de la investigación, la recolección de la información se lleva a cabo por medio de la utilización de distintos instrumentos de medición o tomados de los registros de la microempresa Creciendo Juntos, los cuales son los siguientes incluidos en el marco teórico de esta investigación:

- Tabla 4: Diseño del servicio 1,2,3
- Tabla 5: Costos de operación
- Tabla 6: Registro de ventas

En la parte cualitativa de la investigación, la recolección de la información se ejecuta al aplicar los siguientes instrumentos:

- Una entrevista abierta semiestructurada, la cual se aplicó al microempresario que brinda servicios profesionales en forma privada. Dicho instrumento pretende obtener datos acerca del posicionamiento en el mercado de su negocio y utilizar algunos de sus criterios como base para la creación del plan estratégico para Creciendo Juntos.
- Creación de plan estratégico para Creciendo Juntos.
- Encuesta para medir satisfacción del servicio y métodos de pago por medio de escala de Likert o de satisfacción, lo cual significa que se utiliza una escala de calificaciones para evaluar la opinión en si está de acuerdo o en desacuerdo con una declaración.
- Lista de cotejo de respuesta cerrada específica para medir cómo se enteran las personas acerca de los servicios de la microempresa Creciendo Juntos.
- Lista de cotejo de respuesta cerrada para investigar servicios futuros a los cuales les gustaría recibir información de la microempresa Creciendo Juntos.
- Cuestionario abierto al microempresario para alianza estratégica.

### 3.6 Instrumentos

A continuación, se detallan los instrumentos utilizados:

Los instrumentos pertenecientes al **enfoque cuantitativo** son los siguientes:

#### **Instrumento 1: Tabla 5 Costos de operación de microempresa Creciendo Juntos**

Dicha tabla está conformada por tres columnas y 28 filas que muestran información de los costos de operación fijos de Creciendo Juntos, los cuales se

dividen en 4 secciones tituladas: espacio físico, servicios, administrativos y materiales. La tercera columna muestra el precio del servicio profesional por hora para ambas profesiones: Psicología y Docencia.

### **Instrumento 2: Tabla 6 Registro de ventas de microempresa Creciendo Juntos**

Esta tabla está conformada por cuatro columnas y 15 filas que muestran información sobre los servicios de la microempresa Creciendo Juntos en las siguientes cuatro secciones: servicio, cantidad de clientes, monto por cliente y monto total. Las anteriores se exploran en las filas en términos de I, II, III, IV trimestres y el total percibido para cada área de acción: Psicología y Clases de inglés.

Los instrumentos pertenecientes al **enfoque cualitativo** son los siguientes:

### **Instrumento 3: Grado de satisfacción de los servicios recibidos por parte de la microempresa Creciendo Juntos**

Es una tabla de ocho columnas que contienen la escala de Likert seleccionada para el documento y 12 filas que contienen las preguntas para ser evaluadas por las personas a las cuales se les administre el instrumento.

### **Instrumento 4: Método de pago por los servicios brindados de parte de la microempresa Creciendo Juntos**

Es una tabla de seis columnas y cuatro filas que muestra las formas de pago utilizadas para cancelar los servicios brindados por parte de la microempresa Creciendo Juntos: efectivo, SINPE Móvil, transferencia bancaria, crédito y otro.

### **Instrumento 5: Medio de comunicación utilizado para divulgar los servicios de la microempresa Creciendo Juntos**

Es una tabla de seis columnas y dos filas que muestra los medios de comunicación utilizados por la organización para divulgar sus servicios: boca en boca, red social Facebook, red social Instagram, Google, WhatsApp y publicidad empresa.

### **Instrumento 6: Otros servicios que le gustaría recibir por parte de la microempresa Creciendo Juntos**

Dicha tabla se conforma de dos columnas y diez filas que muestran las opciones para responder a la pregunta de cuáles otros servicios les gustaría recibir de Creciendo Juntos en los dos ámbitos de acción: Psicología y Enseñanza del Inglés.

### **3.7 Procedimiento general de recolección de la información**

Es fundamental establecer los pasos del procedimiento que se darán a nivel general para la recolección de la información de esta investigación. En el siguiente cuadro creado por la investigadora, se muestra una breve descripción de las fases del proceso de investigación cualitativa como se detalla a continuación:

**Tabla 10**  
*Etapas del proceso de investigación*

<b>Fases del procedimiento</b>	<b>Descripción de acciones</b>
<b>Fase 1: Exploratoria/reflexiva y de diseño de la investigación</b>	Construcción teórica del problema de estudio
<b>Fase 2: Entrada en el escenario</b>	Negociación con los sujetos de información para definir entrevistas
<b>Fase 3: Selección de los y las participantes</b>	Primera entrevista con los y las informantes sobre el propósito de la investigación, la factibilidad de su participación, así como la obtención del consentimiento informado. Contacto

	con los expertos y con el microempresario.
<b>Fase 4: Recolección de la información</b>	Aplicación de las estrategias para la recolección de la información: envió digital, revisión de correos de respuesta, transcripción de entrevistas a expertos y microempresario.
<b>Fase 5: Retirada del escenario</b>	Se realizó la retirada del campo, que incluyó un adecuado cierre del proceso y agradecimiento por parte de la investigadora.
<b>Fase 6: Análisis a profundidad de los datos</b>	Se procedió al análisis cualitativo (hermenéutico) de los datos, aplicando las estrategias apropiadas

**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora a partir de Latorre, et al. (1999, citados en Sandin y Paz, 2003)

### 3.8 Análisis de la información

El análisis de la información se desarrolló con el siguiente proceso metodológico: en la etapa cuantitativa, se procedió a obtener la información directamente de la microempresa Creciendo Juntos con respecto a los instrumentos escritos con anterioridad. Seguidamente, se solicita el consentimiento informado a los y las participantes o sujetos de estudio para poder aplicar los instrumentos diseñados para la recopilación de la información obtenida y triangular dicha información. Luego del análisis cualitativo respectivo, se procedió a establecer conclusiones teóricas y prácticas sobre el problema de estudio que guio esta investigación.

Se redactan las conclusiones y recomendaciones teóricas y prácticas dirigidas a las personas que deciden establecer microempresas de servicios: profesionales en psicología y la enseñanza del inglés, así como para el público en general.

### 3.9 Criterios de validez

La investigación mixta permite validar el conocimiento a través de la aplicación metodológica. La credibilidad o validez interna cuantitativa /cualitativa se explica en la siguiente cita: “La credibilidad tiene que ver también con nuestra

capacidad de comunicar el lenguaje, pensamientos, emociones y puntos de vista de los participantes” (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p. 665).

Uno de los primeros criterios que validan esta investigación es la búsqueda de antecedentes locales e internacionales, además de la utilización de varias fuentes de información, diversos instrumentos y, finalmente, la interpretación exhaustiva que brinda mayor confianza en los datos. Esta etapa revela los estudios realizados sobre el tema y da pie a llevar a cabo la investigación como un aporte novedoso del ámbito de estudio seleccionado.

Este proyecto es pertinente en cuanto a la producción académica novedosa, ya que los estudios existentes al respecto son escasos y no específicos una microempresa costarricense ejerciendo funciones en la ciudad capital del país y en dos ámbitos diferentes de funciones al mismo tiempo. Los documentos encontrados permitieron construir la base teórica de la investigación y su pertinente creación de nuevo conocimiento.

La confiabilidad de los resultados del proyecto se apoyó en la triangulación de los instrumentos elegidos y en la revisión del tutor, ya que esto permite comprobar las sospechas de investigación planteadas. Asimismo, el criterio de confidencialidad prevaleció al mantener el anonimato de los informantes y proteger su identidad.

Toda la información es de uso discrecional y solamente para la producción académica de esta investigación. Finalmente, el tipo de estudio se centró en la fenomenología, la cual se enfoca en un fenómeno en particular, así como también en la hermenéutica, que permite conocer los textos y su significado. Lo anterior representa el cierre del círculo que completa la validez del estudio en su totalidad.

### **3.10 Principios éticos que guiaron el proceso de investigación**

Los principios éticos son necesarios para llevar a cabo cualquier proceso de investigación debido a que son una manera de mantener formalidad con los y las participantes, tal como se describe en la cita siguiente:

*El investigador debe establecer un contrato claro y justo con los participantes, informar ampliamente a los mismos y obtener su consentimiento antes de iniciar el trabajo; está igualmente comprometido a cumplir las obligaciones y promesas que contraiga con los participantes (Harrsch, 2005, p. 215).*

Uno de los principios éticos contemplados fue la libertad por parte de la persona participante para aceptar o rechazar su condición como sujeto en la investigación. Igualmente, el investigador debe aceptar la renuncia de algún informante en cualquier punto del proceso de la investigación sin que existan represalias contra dicho participante. Al respecto, Harrsch (2005) señala lo siguiente: “Art. 32 Los sujetos de la investigación deberán: d) tener plena libertad para retirar su consentimiento y suspender su participación en cualquier momento, sin que esto les acarree perjuicio alguno” (p. 219). Tal libertad no es negociable y se respeta en todo momento.

Otro principio ético es el derecho del individuo a su intimidad. Por esta razón, prevalece el criterio de confiabilidad, manteniendo el anonimato del informante para evitar distorsiones en los datos y proteger su identidad si fuera necesario con las previsiones que correspondan. Nuevamente, Harrsch (2005) indica lo siguiente:

*Deberá respetarse el derecho del individuo a su intimidad, para lo que se tomarán las debidas precauciones. Por lo tanto, se garantizará el anonimato de los sujetos y la confidencialidad de la información obtenida de ellos, a menos que previamente se haya llegado a un acuerdo diferente (p. 219).*

En resumen, los principios éticos son ineludibles porque aseguran pautas de funcionamiento a lo largo de todo el proceso investigativo como son las siguientes: mantienen la investigación con un orden establecido, protegen, tanto al investigador, como a los y las participantes, reafirman valores de la condición humana como justicia y libertad, y validan los derechos humanos poseídos por toda persona.

La apropiada asimilación del contenido del sustento metodológico dará luz verde para mostrar el fruto del trabajo de campo necesario en toda labor de investigación. Tales datos son recopilados y presentados en el siguiente capítulo de análisis de la información.

**CAPÍTULO IV**  
**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**  
**DE DATOS**

## **Análisis e interpretación de los datos**

### **4.1 Consideraciones generales**

El presente capítulo contiene la síntesis final del proceso de análisis e interpretación de los datos obtenidos en el trabajo de campo mediante la aplicación de los instrumentos señalados en el capítulo III. Dicho compendio se encuentra recopilado en un cuadro matriz por instrumentos según categorías y subcategorías de acuerdo con la contrastación y comprensión-interpretación de los datos. Es importante mencionar que todo el análisis quedó consignado en el libro de evidencias.

### **4.2 Comprensión e interpretación de los datos, según patrones comunes y tendencias, en categorías y subcategorías de análisis**

#### **4.2.1 Diagnóstico de la microempresa Creciendo Juntos, 2022**

De acuerdo con las categorías de análisis del primer objetivo, se analiza la información para crear el diagnóstico de la microempresa Creciendo Juntos con base en los documentos internos de ésta y son utilizados como instrumentos de campo en la parte cuantitativa de esta investigación:

**Tabla 3:** Servicios de Creciendo Juntos, 2022

**Tabla 4:** Diseño de servicios de Creciendo Juntos, 2022

**Tabla 5:** Costos de operación de Creciendo Juntos, 2022

**Tabla 6:** Registro de ventas de Creciendo Juntos, 2022

Las tablas 3 y 4 anotadas arriba describen, tanto los servicios de Creciendo Juntos, como el diseño de cada uno de ellos con respecto a su valor real y el costo de venta en el mercado para el año en curso. Dichos documentos abarcan las dos áreas de labores de Psicología y Enseñanza del Inglés de la microempresa. Con respecto a Psicología, se realizan labores de brindar terapia individual, de pareja, familiar, charlas y talleres sobre temas psicológicos, y dichas actividades pueden

llevarse a cabo en forma presencial o virtual. En el ámbito de inglés, la operación incluye impartir cursos del idioma extranjero basado en un programa de un año y medio de duración para grupos de estudiantes adultos en modalidad presencial. Las tablas mencionadas ya están incluidas en el marco teórico de esta investigación y cada una de ellas es puntual en la información de los servicios y sus cálculos específicos con respecto al valor, costos y precios fijados.

Partiendo de este punto, es evidente el uso de mecanismos de mercado y financieros para la elaboración de la base de datos de la microempresa en cuestión, lo cual se resume en las tablas anotadas con anterioridad. Con el uso de dichas herramientas, fue posible observar la rentabilidad definida por los costos, utilidades y pérdidas con respecto al funcionamiento de la compañía, lo cual se describe seguidamente.

Primero, es evidente cada uno de los servicios -con su precio definido- de Creciendo Juntos. Segundo, el costo de operación mensual mostrado en la tabla 5 contiene la clasificación de gastos: espacio físico, administrativo, y materiales, todo lo cual suma ₡378.000.00 mensuales. Dicho monto es el necesario para mantener el negocio funcionando sin pérdidas, ni ganancias, sin embargo, en la tabla, se exhibe el total trimestral, siendo el resultado del cálculo: ₡1.134.000.00, como gastos de operación de la empresa cada trimestre, para un total de ₡4.536.000 anuales.

A continuación, se contrastan los totales de las tablas 5 y 6: costos de operación y registro de ventas generados en ambas ramas de trabajo de la microempresa Creciendo Juntos para un evidente resultado que arroja una pérdida anual de ₡1.204.000.00.

La información numérica anterior se detalla en la tabla 7 incluida más abajo, pero la idea principal de este análisis es que la rentabilidad de la microempresa en estudio revela números rojos al no generar el dinero suficiente para su mantenimiento y no producirse ganancias, lo cual es contraproducente para la existencia de la compañía.

Esta situación actual del negocio refleja lo opuesto a lo señalado por Cano y Olivera, et al. (2013), quienes indican que:

*Un buen uso de la rentabilidad es importante, dado que denota la capacidad de un negocio para mantenerse funcionando sin necesidad de inyectar capital por parte de los accionistas, de tal manera que se demuestre la capacidad o competencia que tiene la gerencia para la administración de costos y gastos para lograr un aumento de las utilidades (p.81).*

Consecuentemente, retomando la idea de Cano y Olivera, et al. (2013) y los resultados desfavorables de la tabla 12, es necesario generar acciones correctivas dentro de la microempresa para evitar el cierre definitivo de las operaciones del negocio, lo cual orienta la elaboración del plan estratégico para Creciendo Juntos y viene a ser el eje del objetivo 2 de esta investigación.

**Tabla 11**  
**Rentabilidad de Creciendo Juntos 2022**

Servicio	Cantidad de clientes		Monto por cliente	Monto generado		Costo trimestral	Rentabilidad	
	Psicología	Inglés		Inglés	Psicología		Utilidades	Pérdidas
<b>I Trimestre</b> ene-feb-marzo	19	NP	¢26.000	NP	¢494.000	¢1.134.000	¢0	¢640.000
<b>II Trimestre</b> abril-mayo-junio	31	NP	¢26.000	NP	¢806.000	¢1.134.000	¢0	¢328.000
<b>III Trimestre</b> julio-agosto-set	28	19	¢20.000	¢380.000	¢728.000	¢1.134.000	¢0	¢26.000
<b>IV Trimestre</b> oct-nov-dic	33	NP	¢26.000	NP	¢924.000	¢1.134.000	¢0	¢210.000
<b>Totales</b>	<b>111</b>	<b>19</b>		¢380.000	¢2.952.000		¢0	
<b>Totales globales</b>	<b>130</b>			<b>¢3.332.000</b>		<b>¢4.536.000</b>	<b>¢0</b>	<b>¢1.204.000</b>

Fuente: Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

#### **4.2.2 Plan estratégico para la microempresa Creciendo Juntos**

De acuerdo con el diagnóstico en el apartado anterior, el plan estratégico se da tipo estratégico y funcional para la microempresa Creciendo Juntos, en donde

basándose en el objetivo específico 2 para la aplicación de medidas administrativas, es posible apoyarse en acciones tales como:

1. Implementación de promociones en redes sociales que sean más atractivas para el público meta.
2. Aplicación de diversificación de servicios en donde se dan grupos de inglés en diferentes niveles según el conocimiento de cada estudiante.
3. Reducción de costos y gastos en donde se da la sustitución de materiales impresos por digitales.
4. Alianzas estratégicas que mejoren la rentabilidad de la compañía con empresa Jorge el Chef.

Es importante mencionar que, para tal actividad, se toman en cuenta los totales globales de la tabla 7 y los resultados obtenidos de los instrumentos aplicados a los sujetos de información seleccionados para esta investigación, que siguen a continuación.

#### **4.2.2.1 Resultados de los instrumentos aplicados**

Los resultados de la aplicación de los instrumentos creados para esta investigación permiten obtener información utilizada como base en la elaboración del plan estratégico que se implementará en la microempresa Creciendo Juntos, pues los datos muestran la percepción de los sujetos de información, los cuales son clientes: consultantes y estudiantes de la microempresa. Los datos de estos instrumentos orientarán la toma de decisiones en lo referente a las medidas administrativas dirigidas hacia el repunte de la rentabilidad de esta compañía. Por tanto, en este apartado, corresponde escribir y tabular los resultados de los instrumentos, tal como aparece a continuación.

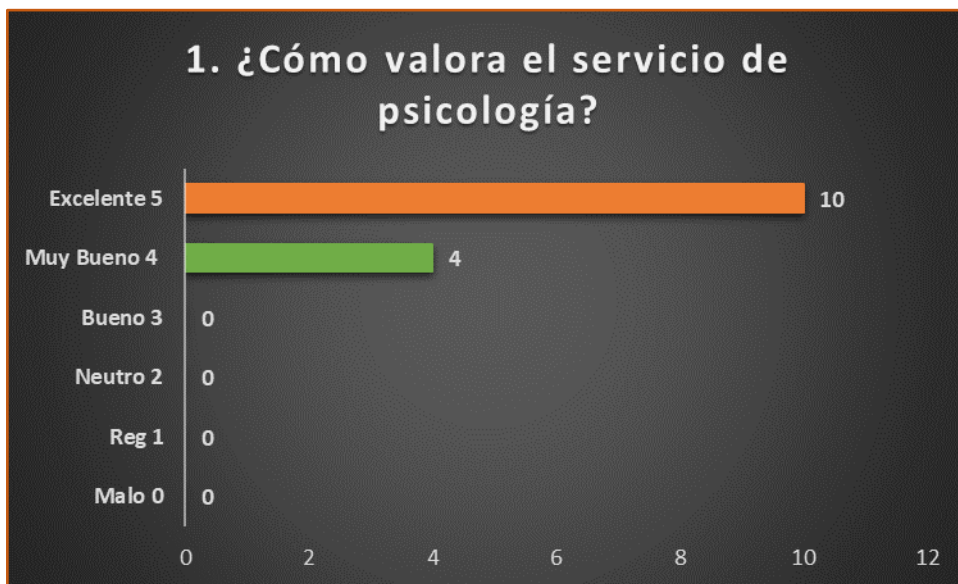
**INSTRUMENTO 3**  
**Grado de satisfacción de los servicios recibidos**  
**por parte de la microempresa Creciendo Juntos**

Escala	0	1	2	3	4	5
	Malo	Reg	Neutro	Bueno	MB	Exc.
Preguntas						
1. ¿Cómo valora el servicio de psicología?					4	10
2. ¿Cómo valora el servicio de clases de inglés?					5	0

3. ¿Cómo valora la limpieza de las instalaciones?			3	3	8	5
4. ¿Cómo valora la comodidad de las instalaciones?				2	5	12
5. ¿Cómo valora el tiempo de respuesta para obtener un espacio en los servicios de inglés y/o psicología?				1	6	12
6. ¿Está satisfecho con el servicio de inglés que recibe?						5
7. ¿Está satisfecho con el servicio de psicología?					5	14
8. ¿Está satisfecho con el precio recibido del servicio de inglés?					5	
9. ¿Está satisfecho con el precio del servicio de psicología que recibe?						5

### Gráfico 1

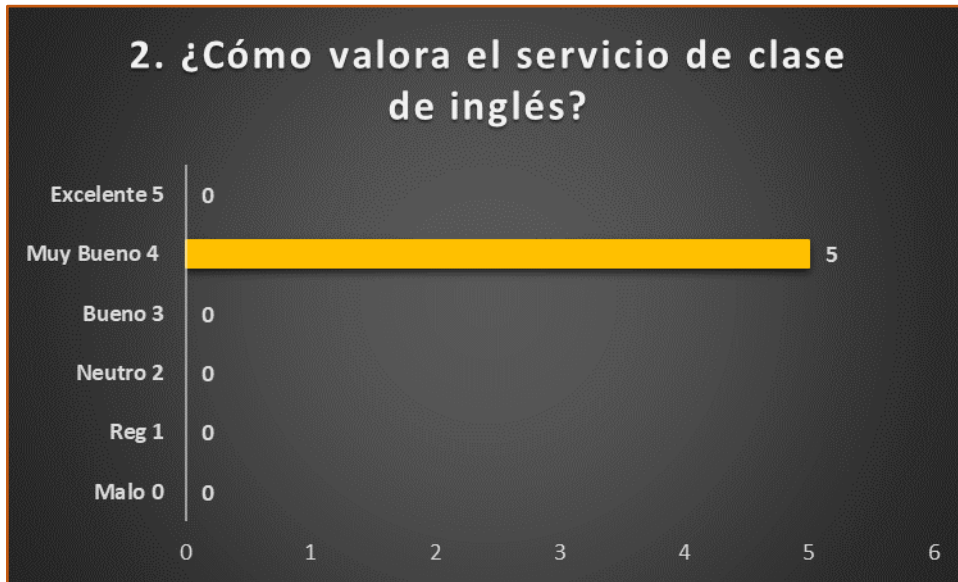
*¿Cómo valora el servicio de psicología?*



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

## Gráfico 2

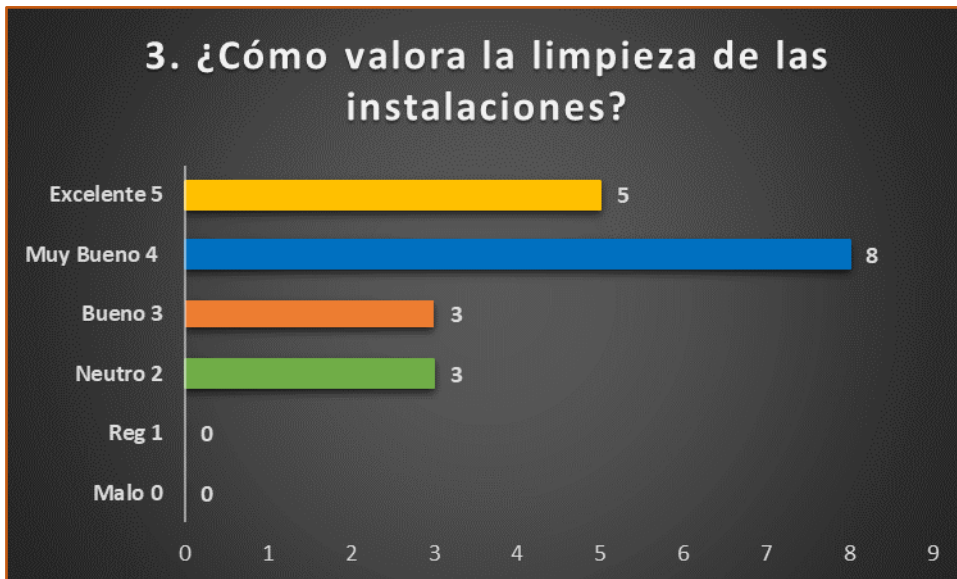
¿Cómo valora el servicio de clases de inglés?



Fuente: Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

## Gráfico 3

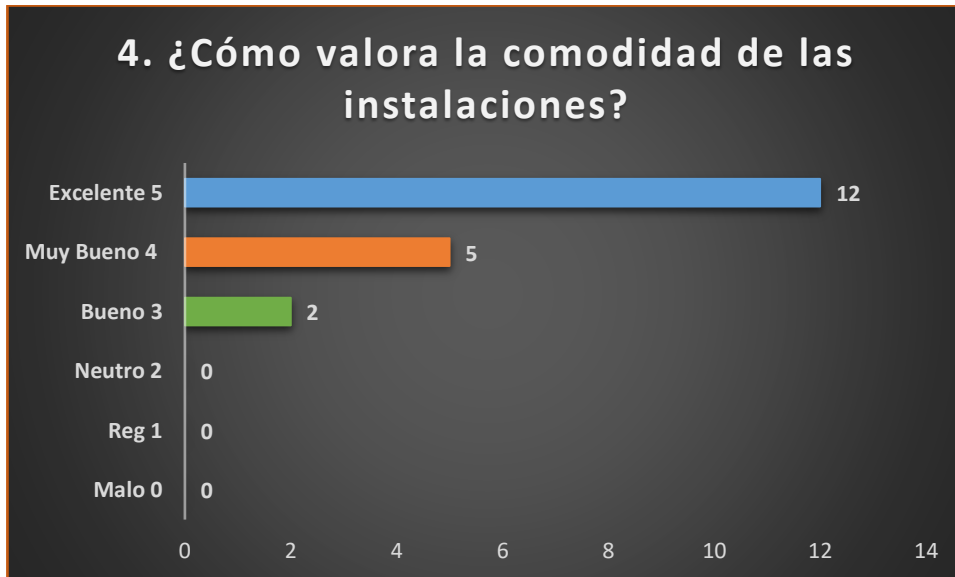
¿Cómo valora la limpieza de las instalaciones?



Fuente: Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

#### Gráfico 4

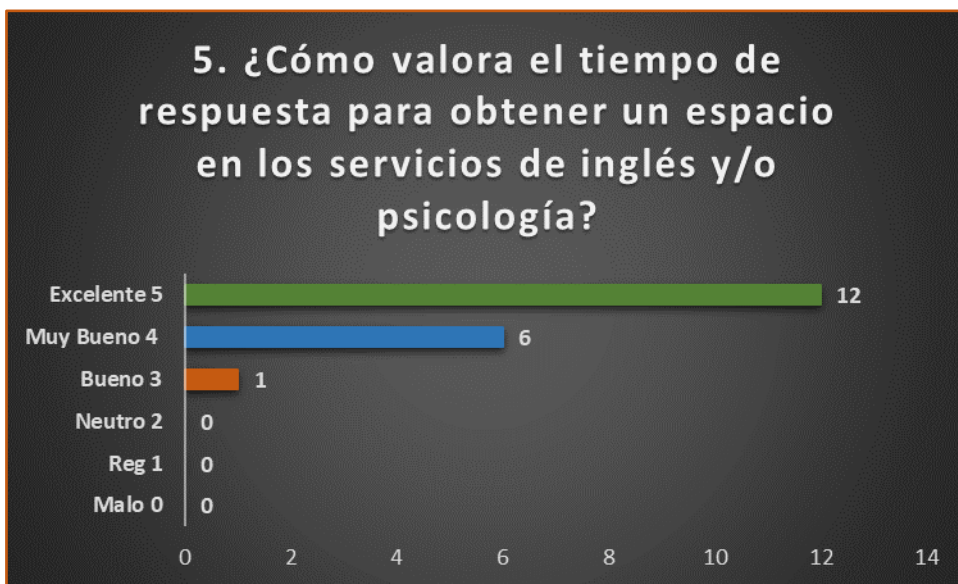
¿Cómo valora la comodidad de las instalaciones?



Fuente: Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

#### Gráfico 5

¿Cómo valora el tiempo de respuesta para obtener un espacio en los servicios de inglés y/o psicología?



Fuente: Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

### Gráfico 6

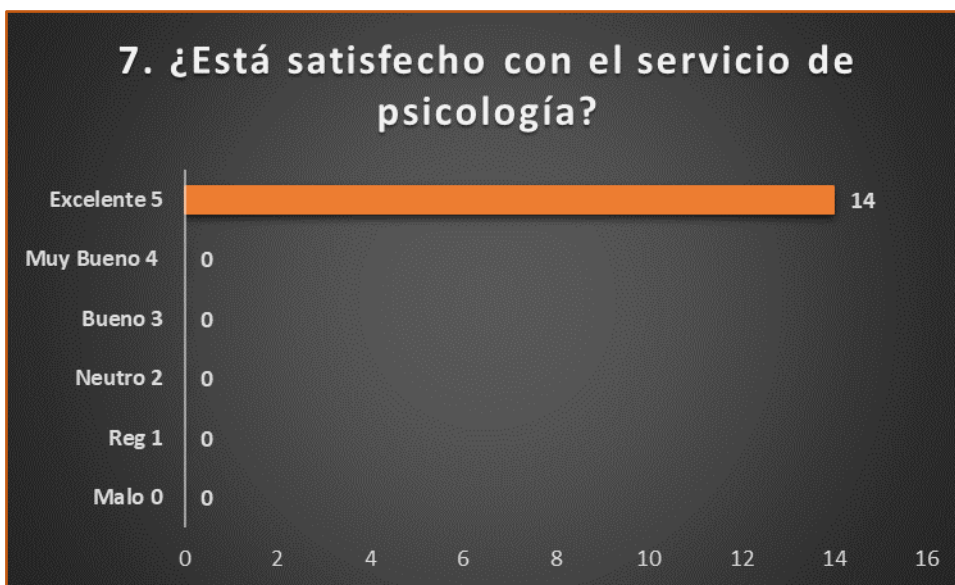
¿Está satisfecho con el servicio de inglés que recibe?



Fuente: Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

### Gráfico 7

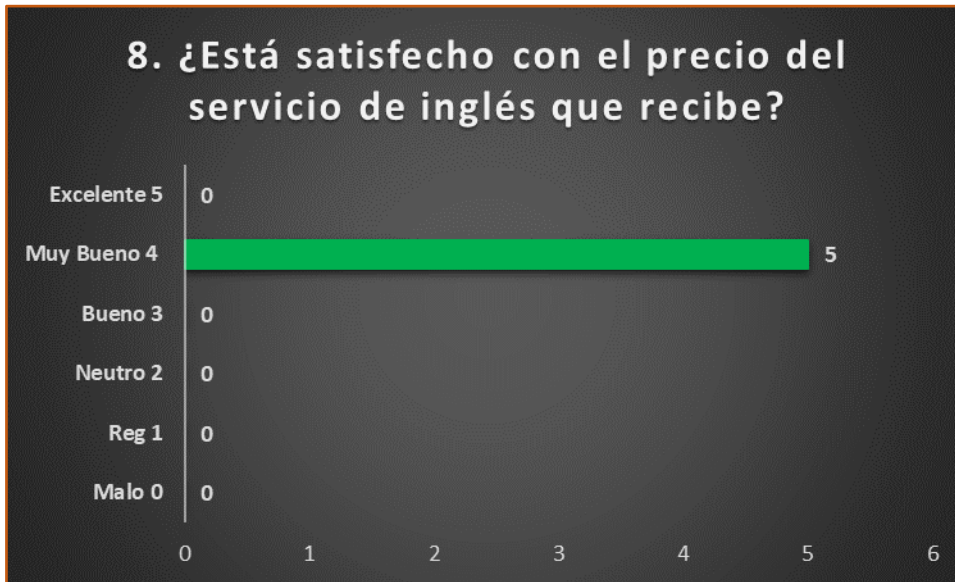
¿Está satisfecho con el servicio de psicología?



Fuente: Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

### Gráfico 8

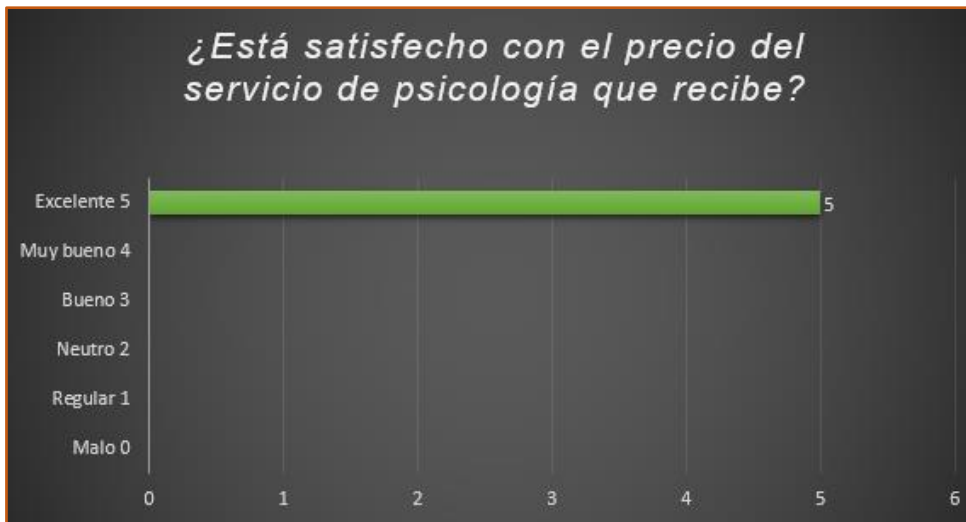
*¿Está satisfecho con el precio del servicio de inglés que recibe?*



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

### Gráfico 9

*¿Está satisfecho con el precio del servicio de psicología que recibe?*



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

Las respuestas de los sujetos de estudio en el instrumento tres muestran que los 14 pacientes de psicología encuestados mencionan en las respuestas sobre servicios y nivel de satisfacción en la pregunta 1 y 7, que son catalogadas de muy buena a excelente. Adicionalmente, en las preguntas 2, 6, 8 y 9, los 5 estudiantes de inglés entrevistados expresan estar muy satisfechos al anotarse el mayor

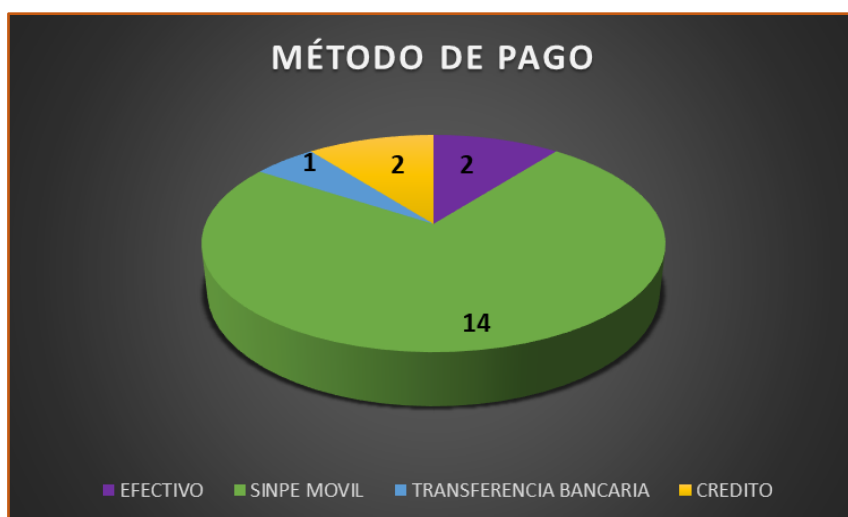
puntaje entre las casillas de muy bueno y excelente. Para las restantes preguntas 3, 4 y 5, los consultantes y estudiantes indican principalmente que la instalación y tiempo de respuesta es catalogada como muy buena, así como la limpieza de la infraestructura.

**INSTRUMENTO 4**  
**Método de pago por los servicios brindados por parte de**  
**la microempresa Creciendo Juntos**

Escala	Efectivo	SINPE Móvil	Transferencia bancaria	Crédito	Otros
Método de pago	2	14	1	2	0

**Gráfico 10**

*Método de pago*



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

Los resultados del instrumento cuatro exponen que el método de pago más utilizado por los clientes de Creciendo Juntos es el SINPE Móvil, seguido del uso de efectivo, para luego utilizar, en igual medida, transferencias bancarias y una línea de crédito que les brinda el negocio en estudio.

## INSTRUMENTO 5

### Medio de comunicación utilizado para divulgar los servicios de la microempresa Creciendo Juntos

Escala	Boca en boca	Red social Facebook	Red social Instagram	Google	WhatsApp	Publicidad impresa
Medio por el cual usted se enteró de los servicios de Creciendo Juntos	15	2	0	2	0	0

#### Gráfico 11

Medio de comunicación utilizado para divulgar los servicios



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

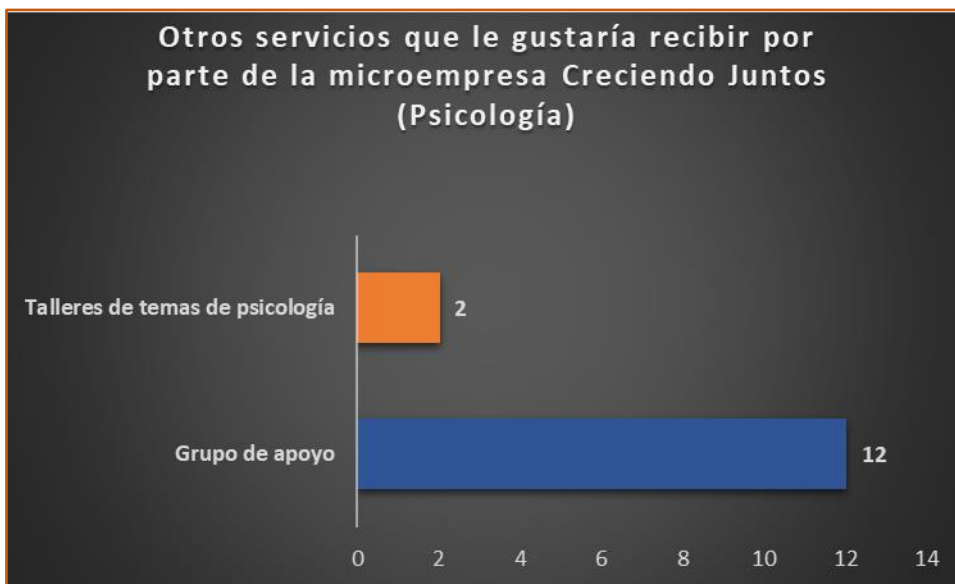
El instrumento cinco evidencia que el principal medio de comunicación utilizado para divulgar los servicios de la microempresa Creciendo Juntos es de “boca en boca”, el cual muestra un puntaje de 15 personas, por tanto, es el más alto de la tabla. Seguidamente, los otros medios publicitarios son la red social Facebook con un total de 2 personas, mientras otras 2 escogen Internet a través del navegador Google. Para la red social Instagram y WhatsApp, se detalla que no son utilizadas por los clientes, ni tampoco se enteran de los servicios del negocio por medio de publicidad impresa.

**INSTRUMENTO 6**  
**Otros servicios que le gustaría recibir por parte**  
**de la microempresa Creciendo Juntos**

¿Cuáles otros servicios le gustaría recibir por parte de Creciendo Juntos?	
<b>Psicología</b>	
1. Grupo de apoyo	12
2. Talleres de temas de psicología	2
3. Otro:	
<b>Inglés</b>	
4. Tutorías individuales de inglés para adolescentes	1
5. Clubes de conversación de inglés	5
6. Entrenamiento para entrevistas de trabajo	2
7. Otro: comida para comer en el recreo de las clases de inglés	5

**Gráfico 12**

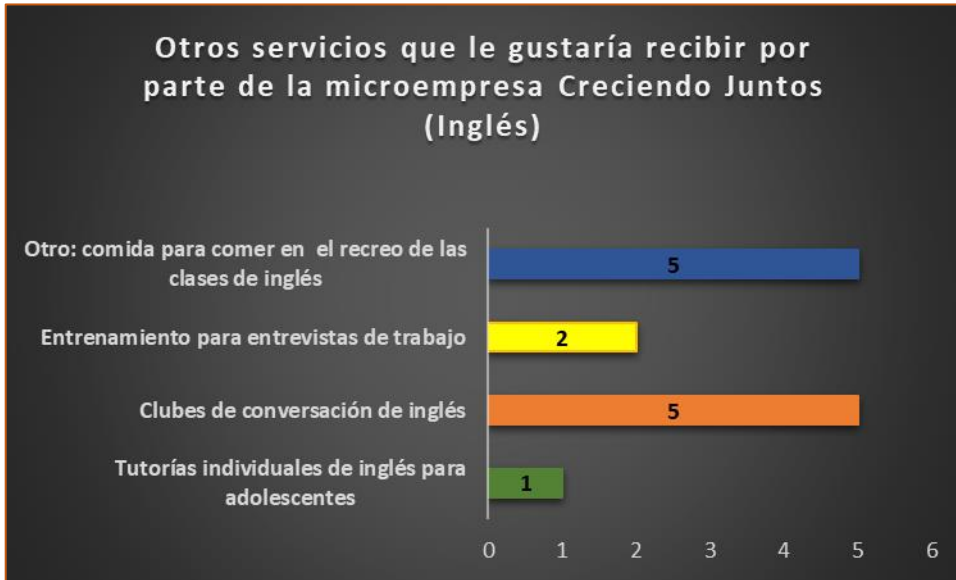
*Otros servicios que le gustaría recibir por parte de la microempresa Creciendo Juntos (psicología)*



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

**Gráfico 13**

**Otros servicios que le gustaría recibir por parte de la microempresa Creciendo Juntos (inglés)**



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

El instrumento seis evidencia que el mayor puntaje percibido en los servicios de psicología que les gustaría que se puedan adicionar es el de grupo de apoyo, principalmente, y, de manera posterior, el de talleres de temas de apoyo en psicología. Para la misma pregunta realizada en la parte educativa en temas de inglés, el de mayor preferencia es el club conversacional para adolescentes, así como el tener comida en el recreo de las clases. Los de menor agrado fueron los entrenamientos para entrevistas de trabajo y tutorías individuales para adolescentes.

#### **4.2.2.2 Elaboración del plan estratégico**

Con base en los resultados del diagnóstico de la microempresa Creciendo Juntos, el cual incluyó la parte cuantitativa contenida en las tablas tres, cuatro, cinco, seis y siete descritas en este capítulo, y los resultados de la parte cualitativa que contiene la tabulación de las respuestas de los instrumentos aplicados a los sujetos de estudio seleccionados, se definen las medidas administrativas que podrían tener efecto en la rentabilidad de la compañía en estudio con el fin de eliminar pérdidas y estabilizar el mantenimiento del funcionamiento del negocio al

ser posible solventar los gastos de operación. En resumen, mejorar la rentabilidad económica de la empresa es el objetivo financiero del plan estratégico -en adelante llamado PE- detallado en el cuadro de Excel en los anexos de esta investigación y es el objetivo general de esta investigación.

A partir del referido objetivo financiero del PE, se deriva el objetivo específico de mejorar la productividad y funcionalidad de la microempresa, lo cual se hará al aplicar las siguientes medidas administrativas con sus correspondientes acciones.

- Reducción de costos y gastos.
- Sustitución de materiales impresos por materiales digitales.
- Retiro del uso de plataformas didácticas y de comunicación de pago, y utilización de las versiones gratuitas.
- Carpeta con material digitalizado.
- Uso de versiones gratuitas: Skype y Streamyard.

Estas acciones evidentemente reducen el costo de operación del negocio al no tener que realizar esos pagos, ni gastar en papel o tinta. Además, la creación de la carpeta con material digitalizado permitirá usar y reutilizar dicha información cuando se requiera. Es importante enfatizar que cada una de dichas acciones es viable y no afectará el buen funcionamiento de la microempresa.

- Diversificar servicios:

Abrir un grupo de inglés, nivel principiante.

Abrir un grupo de inglés, nivel intermedio.

Abrir un club de conversación, nivel intermedio.

Abrir un grupo de apoyo terapéutico.

Grupo de inglés, nivel principiante con 8 personas.

Grupo de inglés, nivel intermedio con 8 personas.

Grupo de club de conversación, nivel intermedio con 10 personas.

Grupo de apoyo terapéutico de 12 personas.

En tabla 7 incluida en este documento, se muestra que la menor pérdida de la microempresa fue en el tercer trimestre del año, la cual fue de ₡26.000, que ni siquiera se acerca a pérdidas de los trimestres anteriores de ₡328.000 y ₡640.000.

Este suceso se debe a la suma de ₡380.000 que se generó por la actividad de clases de inglés, la cual no estaba operando desde inicios de año e incursionó con un curso de inglés para adultos principiantes en los meses de julio, agosto y setiembre. Esto significa que se debe mantener la actividad de enseñanza del inglés abierta con cursos para principiantes, intermedios y clubes de conversación en ambos niveles.

El aumento de actividad en inglés no significa una disminución del área de trabajo de psicología; por el contrario, se pretende abrir un grupo de apoyo terapéutico, lo cual podría generar nuevos consultantes en el servicio de terapia individual, pareja y familiar. Inclusive, esta acción es totalmente coherente con los resultados de los instrumentos tres y seis que comunican satisfacción de los clientes de Creciendo Juntos, y la apertura a nuevos servicios como: club de conversación y grupo de apoyo terapéutico; junto con un servicio de comida, el cual se detallará más adelante. Por tanto, la diversificación de actividades es una acción certera para cumplir la meta de generar recursos financieros que establezcan la rentabilidad del negocio.

- Mejorar e incrementar el uso de publicidad gratuita digital:

Incrementar el uso de redes sociales.

Aumentar la frecuencia de publicaciones gratuitas.

Iniciar transmisiones "en vivo" en FB.

Enlazar las redes sociales FB, Instagram y WhatsApp, y abrir la red social TikTok.

Postear material variado de psicología e inglés 5 veces por semana entre ambos.

Crear un programa de charlas psicológicas enfocadas en bienestar personal.

Con la intención de impulsar las acciones anteriores, la publicidad es un eje clave para cumplirlas. El instrumento cinco, que muestra los medios de comunicación utilizados para divulgar los servicios de la microempresa Creciendo Juntos, indica que la mayoría de los clientes encuentran dicha compañía por medio de "boca en boca", es decir, por recomendación directa de una persona a otra. Esto expone que los servicios son de buena calidad, ya que los clientes expresan

sentirse satisfechos de acuerdo con los resultados del instrumento uno. Entonces, lo que sigue en este proceso es mercadear dichos servicios de calidad para atraer más consultantes y estudiantes a la microempresa. Si el método de recomendación tradicional ha funcionado, se puede especular que también funcionará la publicidad digital ubicada en redes sociales y de uso gratuito, por tanto, no se generarán gastos extras dentro de la compañía.

Finalmente, el instrumento seis presenta que los clientes de la microempresa Creciendo Juntos sugieren la apertura de un nuevo servicio de comida que se brinde durante las lecciones de inglés, específicamente, en el tiempo de recreo de las clases. Este requerimiento está basado en la necesidad de alimentación en ese período, pues los estudiantes son personas adultas que acuden a sus lecciones de inglés en horario nocturno al salir de sus trabajos; por lo tanto, no les da tiempo de cenar o de consumir algún bocadillo antes de las lecciones.

Además, según Jorge Chaves, dueño del emprendimiento Jorge El Chef, no existe un lugar práctico y económico para comprar comida hecha en las cercanías de las instalaciones de Creciendo Juntos. Por tanto, Creciendo Juntos y Jorge El Chef ya planifican una alianza para brindar el servicio de comida preparada, fresca y caliente en el lugar donde se imparten las clases de inglés para ser vendida en el tiempo de receso de dichas lecciones.

- Crear alianzas estratégicas:

Alianza con la empresa Jorge El Chef.

Creación de servicio de comida que se entrega a la hora del receso durante las clases de inglés en horario de 6-9 p.m.

Consecuentemente, la diversificación de actividades es una acción certera para cumplir la meta de generar recursos financieros que establezcan la rentabilidad del negocio. En consecuencia, al aplicarse las acciones de cada rubro anterior, se espera que, en forma adicional, se produzca una retención de clientes como resultado de la mejora continua del negocio que brinda servicios de calidad y más variedad de ellos. De la misma manera, se promoverá la atracción de nuevos clientes que comprarán los nuevos productos y servicios en las dos áreas de labores de Creciendo Juntos, lo cual se podrá ver en el siguiente apartado.

### 4.2.3 Aplicación del plan estratégico para la microempresa Creciendo Juntos

El impacto de la aplicación del plan estratégico creado para la microempresa Creciendo Juntos, en término global, logrará alcanzar el objetivo de mejorar la rentabilidad económica de la compañía. Adicionalmente, cabe destacar que, en el análisis de la aplicación del plan estratégico, no se dieron costos monetarios, pues se brindan los resultados como parte de la investigación. Al parecer, las acciones establecidas en el PE generan ingresos financieros en el área de inglés al abrir un grupo de ocho estudiantes, los cuales pagan una mensualidad de ₡26.000, que suman 24 pagos por trimestre, para un total de ₡624.000, lo cual, junto a los ingresos del área de psicología calculados en una media de 28 pacientes por trimestre, que generan ₡728.000, al unir ambos montos da: ₡1.352.000.

Lo anterior se considera junto con la reducción de costos de ₡28.000 mensuales que no se pagan de tinta, papel, plataformas de comunicación y plataformas didácticas, por tanto, los costos de operación cambian de ₡378.000 a ₡350.000 mensuales para un costo trimestral de ₡1.050.000.

Las dos cifras más grandes anteriores se plantean de la siguiente manera:

Ingresos de inglés y psicología:	₡1.352.000 trimestrales
Costos de operación:	₡1.050.000 trimestrales
TOTAL	₡302.000 trimestrales x 4 trimestres da un total anual de ganancia ₡1.208.000, lo cual representa una ganancia de ₡100.000 mensuales.

A partir de los resultados favorables, es relevante adjuntar, en este punto, la tabla 12 de proyección de rentabilidad de Creciendo Juntos 2023 con el propósito de entregar un aproximado estimado basado en una media de estudiantes y consultantes que podrían ser clientes de la empresa si se continúa aplicando continuamente las medidas correctivas incluidas en el PE.

**Tabla 12**  
**Rentabilidad proyectada de Creciendo Juntos 2022**

Servicio	Cantidad de clientes		Monto por cliente	Monto generado		Costo trimestral	Rentabilidad	
				Inglés	Psicología		Utilidades	Pérdidas
	Psicología	Inglés						
<b>I Trimestre</b> ene-feb-marzo	28	c/u paga 3 veces 8x3=24	24 pagos C\$26.000	C\$624.000	C\$728.000	C\$ 1.050.000	C\$302.000	C\$0
<b>II Trimestre</b> abril-mayo-junio	28	8x3=24	24 pagos C\$26.000	C\$624.000	C\$728.000	C\$ 1.050.000	C\$302.000	C\$0
<b>III Trimestre</b> julio-agosto-set	28	8x3=24	24 pagos C\$26.000	C\$624.000	C\$728.000	C\$ 1.050.000	C\$302.000	C\$0
<b>IV Trimestre</b> oct-nov-dic	27	8x3=24	24 pagos C\$26.000	C\$624.000	C\$702.000	C\$ 1.050.000	C\$276.000	C\$0
<b>Totales</b>	<b>111</b>	<b>32</b>		C\$2496.00	C\$2.886.000			
<b>Totales globales</b>	<b>130</b>			<b>C\$ 5.382.000</b>		<b>C\$ 4.200.000</b>	<b>C\$1182.000</b>	<b>C\$0</b>

**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

En definitiva, el objetivo específico del PE de mejorar la productividad y funcionalidad de la microempresa fue efectivo en las medidas de reducción de costos y la diversificación de servicios, lo cual permitió abrir un grupo de inglés nivel principiante. Dichas medidas se ejecutaron al llevar a cabo la acción de mejorar e incrementar el uso de publicidad gratuita digital en las redes sociales al aumentar la frecuencia de publicaciones gratuitas y enlazar las redes sociales FB, Instagram y WhatsApp, y abrir la red social Tik-Tok, donde se posteó material variado de psicología e inglés 5 veces por semana entre ambos.

Por último, solo resta indicar que aún siguen en progreso otras acciones del PE como: crear un programa de charlas psicológicas enfocadas en el bienestar personal e iniciar transmisiones "en vivo" en FB para abrir un grupo de apoyo terapéutico. En el área de inglés, queda pendiente abrir un grupo de inglés nivel intermedio y el club de conversación.

Además, sí se llevó a cabo la puesta en marcha de la alianza estratégica, pues Jorge El Chef sí está dando el servicio de comida, lo cual no genera ingresos económicos directos a Creciendo Juntos porque las ganancias de las ventas de comida son para el propietario Jorge Chaves. No obstante, Creciendo Juntos ofrece esa opción, la cual es muy atractiva para la apertura del grupo de inglés en el horario nocturno.

## **Conclusión**

Como conclusión de este capítulo, se puede exponer que se examinó detalladamente la información recopilada por medio del trabajo de campo y se expusieron los detalles de tal síntesis basándose en las categorías y subcategorías de análisis ya determinadas. Consecuentemente, el próximo capítulo V contiene, tanto las conclusiones teóricas y prácticas, como las recomendaciones, las cuales son el resultado de este proyecto académico.

**CAPÍTULO V**  
**CONCLUSIONES Y**  
**RECOMENDACIONES**

## Conclusiones y recomendaciones

En este capítulo, se presentan las conclusiones y recomendaciones derivadas de esta investigación como producto de dos procesos: 1) la construcción teórica del objeto de estudio que corresponde al capítulo II del marco teórico; 2) el desarrollo de estrategias de análisis de datos recopilados en el trabajo de campo y plasmados en el capítulo IV de análisis e interpretaciones de datos. La culminación de los puntos uno y dos posibilita la elaboración de las conclusiones sobre cada una de las subcategorías, objetivos generales y específicos planteados previamente en el capítulo uno de esta tesis.

### 5.1. Conclusiones teóricas

Seguidamente, se exponen las conclusiones de esta investigación, las cuales se deducen de la construcción teórica del objeto de estudio basadas en las categorías y subcategorías analizadas y adjuntas en marco metodológico, además de señalarse los aspectos más relevantes de éstas.

#### 5.1.1. Microempresa-mercado

- Es relevante anotar que, en Costa Rica, es posible crear **iniciativas de emprendimiento** desde pequeña a gran escala, cada una de ellas con la complejidad requerida. Los **mercados** están abiertos para iniciar el camino del autoempleo si es el caso, debido a que la promoción digital gratuita pone recursos de mercadeo al alcance de muchas personas que buscan ser vendedores y consumidores en línea.

#### 5.1.2. Diagnóstico empresarial

- Siempre es posible siempre llevar a cabo un **diagnóstico empresarial** de toda compañía por medio de herramientas financieras, administrativas y de mercadeo, como las usadas en este estudio: tabla de servicios, tabla de diseño de cada servicio, tabla de costos de operación y tabla de rentabilidad, que muestren utilidades y pérdidas. Todas ellas se construyen con los datos reales

de la compañía y sirven para obtener una visión objetiva del negocio en los ámbitos ya mencionados.

- Es factible crear un plan de estratégico en toda compañía que así lo requiera con el objetivo de determinar las medidas administrativas apropiadas para el buen y sano funcionamiento del negocio en áreas financieras y de mercadeo. Cada plan se ajusta a las necesidades y al tipo de empresa, pero, en general, se incluyen las categorías del plan elaborado para este estudio: reducción de costos y gastos, utilización de publicidad gratuita, diversificación de servicios y creación de alianzas estratégicas, cuyo análisis se detalla en la sección de conclusiones prácticas.

### **5.1.3. Resultados**

- La variable **resultados** se determina por medio de la tabla 8: Rentabilidad proyectada de Creciendo Juntos 2023, la cual muestra el cambio numérico que se genera luego de aplicar las medidas administrativas incluidas en el plan estratégico.

## **5.2. Conclusiones prácticas**

A continuación, se establecen las conclusiones prácticas del trabajo de campo realizado durante este proyecto investigativo titulado:

### **“Estrategias empresariales para mejorar la rentabilidad económica de la microempresa Creciendo Juntos en el año 2023 en San José, Costa Rica”**

El propósito general era determinar la estrategia empresarial que podría impactar positivamente en la rentabilidad económica de la microempresa Creciendo Juntos en el año 2023 en San José, Costa Rica. A partir del título con los correspondientes objetivos indicados en el capítulo uno de este documento, se derivan las siguientes conclusiones prácticas.

A continuación, se detallan los resultados obtenidos según los objetivos específicos en la investigación:

1. Crear el diagnóstico empresarial de la microempresa Creciendo Juntos para determinar acciones administrativas durante los cuatro trimestres del año 2022.

- El objetivo uno de esta investigación se cumple al ser posible crear el **diagnóstico empresarial** de la **microempresa** Creciendo Juntos para tener una visión clara de la situación actual del negocio para enrumbarlo a su camino futuro en el año 2023.
- Las **herramientas financieras, administrativas y de mercadeo** seleccionadas para llevar a cabo el diagnóstico empresarial son apropiadas en cuanto a la información generada, ya que sirvieron para determinar el **plan estratégico** para aplicar las **medidas administrativas** convenientes.
- La rentabilidad de la microempresa muestra un **estado de pérdidas** general durante todos los trimestres del año 2022.
- Las pérdidas se basan en dos aspectos esenciales: a) costo de operación del negocio, donde el rubro de pago de préstamo de la propiedad es de ₡270.000 mensuales y b) las labores en el área de enseñanza de inglés solo generaron ingresos durante el tercer trimestre del año 2022.
- Las labores del ámbito de psicología se mantuvieron activas durante todos los trimestres del año con una actividad constante durante cada período. No obstante, estos ingresos fueron insuficientes para mantener la rentabilidad en números sanos para la microempresa.
- Lo anterior combinado muestra que es preciso activar, en forma significativa, el desempeño de la enseñanza del inglés en Creciendo Juntos con el fin de generar mayores ingresos que estabilicen las pérdidas mostradas y mejore la rentabilidad de la compañía.

2. Crear un plan estratégico para aplicar medidas administrativas que impacten en la rentabilidad de la microempresa Creciendo Juntos durante el primer trimestre del año 2023.

- La aplicación del **plan estratégico** (mencionado anteriormente) durante dos meses evidencia que es viable continuar con las actividades incluidas en dicho

plan con el fin de generar los ingresos que mantengan la rentabilidad sana del negocio durante el año 2023.

- Los resultados de la aplicación del plan estratégico por un período de dos meses permiten observar que los resultados obtenidos son una señal positiva de que, en el futuro, es posible obtener y alcanzar las metas establecidas en la tabla 12 de rentabilidad proyectada para Creciendo Juntos en el año 2023.
- La medida de reducción de costos fue efectiva al eliminar los siguientes rubros:
  - a) tinta y papel
  - b) plataforma didáctica, en este caso “Canva”
  - c) plataforma de comunicación, “Zoom”

Lo anterior representa una suma total de ₡28.000, que redujeron la suma global de operación de la microempresa de ₡378.000 a ₡370.000, mensuales – generando una disminución del costo anual de: ₡336.000, el cual es un monto significativo que colabora en el equilibrio de la rentabilidad anual de la microempresa.

- La eliminación de tinta y papel consiste en no imprimir todo documento y crear un registro digital guardado en una “carpeta digital” que contiene, tanto documentos de la empresa, como materiales entregables a los clientes, lo cual resulta ser más práctico, eficiente, económico y hasta amigable con el medio ambiente. A los clientes, les resultó cómodo el cambio y la transición realizada al respecto al expresar que era mejor archivar imágenes en su teléfono móvil donde tienen acceso a ellos rápida y efectivamente; de la misma forma, la dueña de Creciendo Juntos se siente satisfecha con sus documentos digitalizados y debidamente respaldados.
- La mudanza de las plataformas de pago, tanto didácticas, como de comunicación es exitosa porque se mantiene la elaboración de materiales para publicidad y otros fines de los servicios de la microempresa, por ejemplo, la comunicación regular virtual con clientes y proveedores; por medio de la plataforma Skype Empresarial en su versión gratuita.
- La diversificación de servicios en ambos campos de trabajo de la microempresa Creciendo Juntos apunta hacia grupos de apoyo terapéuticos y clubes de conversación, los cuales pueden generar réditos en las utilidades del negocio.

- La diversificación de servicios es una medida apta como catapulta de generación de ingresos en los dos ámbitos de la microempresa Creciendo Juntos. En psicología, el grupo de apoyo terapéutico, mientras en la enseñanza del inglés, la apertura de los clubes de conversación, fueron las acciones apoyadas por los sujetos de estudio en sus respuestas a los instrumentos aplicados. Ambos servicios pueden crear ingresos que sumen a la rentabilidad del negocio, aunque ellos no se han implementado aún, por tanto, quedan pendientes de lanzarse en los otros trimestres del año 2023.
- La publicidad utilizada por la microempresa Creciendo Juntos que atrajo a la mayoría de los clientes fue la de boca en boca, la cual parece insuficiente para conseguir más personas que requieran de los servicios de dicho negocio. A partir de ello, surge la toma de decisión de utilizar publicidad digital gratuita en redes sociales.
- La utilización de publicidad gratuita es conveniente, pues dicho recurso está disponible con solo cubrir el costo del pago de Internet requerido en la microempresa. Por ende, las redes sociales Facebook con su Face-Market, Instagram, Tik-Tok. y WhatsApp son aliadas de muchos negocios para hacer llegar publicidad a los usuarios digitales con la posibilidad de convertirlos en seguidores y potenciales clientes de los servicios del negocio.
- La publicidad digital en medios como redes sociales Instagram, Tik-Tok. y WhatsApp pueden ser opciones accesibles y prácticas para aumentar clientes para la microempresa Creciendo Juntos, la cual se implementa mayormente de forma gratuita; sin embargo, también se realiza el pago de dicha publicidad con un monto estimado de ₡20.000 mensuales incluidos en la tabla de costos de operación de la microempresa.
- El uso de publicidad gratuita enlazada a las redes sociales mencionadas en el párrafo anterior es una acción que genera seguidores porque resulta en una mayor cobertura de personas expuestas a los anuncios y material creado acerca de los servicios de Creciendo Juntos. Lo anterior es así no solo por el uso de varias redes sociales simultáneamente, sino por el aumento de la frecuencia en las publicaciones que es de un rango de 5 por semana, sin contar la

implementación de la acción de la transmisión de “en vivos” en la red social Facebook.

- La ejecución de transmisiones en vivo en la red social Facebook se realiza dos veces al mes con temas del área de psicología. Esta acción ha sido atractiva para los usuarios que se han convertido en seguidores de la página y en potenciales clientes del servicio de terapia de Creciendo Juntos.
- Dichas transmisiones arrojan temas que son el insumo para la creación de un programa de charlas psicológicas enfocadas a bienestar personal, que siguen un orden sistemático que pueden ser reutilizadas a futuro.
- La apertura de la red social Tik-Tok. es un acierto para generar interés en personas de edad joven, adolescentes y adultos jóvenes, los cuales, a pesar de no ser usuarios directos de los servicios de psicología, sí lo son de las clases de inglés. Por tanto, es una vía de atracción de más seguidores de la página, pues vienen a ser potenciales clientes.
- Las transmisiones en vivo, las publicaciones y el enlace de las redes sociales anotadas son acciones que siguen estando en progreso porque son de aplicación continua durante el 2023 con el fin de generar retroalimentación al finalizar ese año.
- Las acciones anteriores permiten especular que la apertura del grupo de apoyo terapéutico y, en el área de inglés, la apertura de un grupo más de nivel principiante e intermedio, junto con su club de conversación, son viables a mediados de año.
- La alianza estratégica llevada a cabo por medio de la unión de servicios de Creciendo Juntos con el emprendimiento Jorge El Chef es un acierto que impacta a ambos negocios. Brindar servicio de comida casera, fresca y caliente justo a la hora del recreo durante las clases de inglés de horario nocturno -de 6:00 a 9:00 p.m.- es una actividad acogida por los estudiantes con alegría al poder solventar su necesidad de alimentación en el mismo lugar donde estudian, a un costo razonable y con alta calidad de alimentos. Tanto los microempresarios, como los estudiantes consumidores de ambos servicios están satisfechos con dicha alianza. Incluso, se percibe un ambiente de aprendizaje más motivador debido a que las lecciones son amenas y hay un

tiempo de espera para la cena de ese día. Este servicio piensa mantenerse en forma permanente durante las clases de inglés en horario nocturno.

- Las variadas formas de pago ofrecidas por la microempresa Creciendo Juntos a sus clientes han sido un atractivo para la retención de éstos. Además, dichas formas de cancelar los servicios han demostrado ser efectivas para la recolección de los pagos.
- Las estadísticas generadas por la red social Facebook en relación con el uso de publicidad gratuita y pagada es información que cambia día tras día.

3. Analizar los resultados de la aplicación del plan estratégico creado para la microempresa Creciendo Juntos durante el primer trimestre del año 2023

- Se puede determinar que, por la fluctuación de dichos datos analizados y como eje principal de este estudio, las variables de mercadeo y publicidad como: *branding*, *leading*, suscripción y ventas dentro de la página, no son objetos de estudio detallados en esta investigación, pero sí se anotan en esta conclusión como parte relevante del trabajo de campo aplicado y de seguimiento durante el 2023 para lograr el incremento de ingresos y la captación de público meta.
- Los clientes de la microempresa Creciendo Juntos, tanto consultantes del área de psicología, como los estudiantes de inglés se sienten satisfechos con los servicios recibidos y expresan valor hacia ambas labores.
- Finalmente, como conclusión global del análisis estratégico, es posible afirmar que este proyecto, en su situación actual y su consecuente seguimiento en este año 2023, es viable de ejecutar para alcanzar las metas establecidas en la tabla 8 de proyección de rentabilidad de la microempresa Creciendo Juntos.

### **5.3. Recomendaciones**

Seguidamente, se formulan recomendaciones dirigidas a las siguientes personas y entidades: microempresarios en las áreas de psicología e inglés, microempresarios que promocionan sus productos en la red social Facebook u otras redes sociales, microempresarios que promocionan sus productos fuera de las redes sociales o en modalidad presencial exclusivamente, usuarios y/o

compradores de modalidad híbrida: virtual y presencial, colegios profesionales de cada área de labor: Colegio de Profesionales en Psicología de Costa Rica (CPPCR) y Colegio de Licenciados y Profesores en Letras, Filosofía, Ciencias y Artes (COLYPRO), funcionarios de instituciones costarricenses relacionadas con el emprendedurismo, en especial, en productos y/o servicios de formación humana, personal docente-administrativo y público en general que asiste a la Universidad Central, Costa Rica y al público en general.

### **5.3.1 Recomendaciones para microempresarios en el área de Psicología e inglés**

- Crear y/o actualizar documentos financieros para llevar el control de todos los movimientos financieros del negocio para así implementar una forma ordenada y viable de seguimiento de éstos.
- Crear y/o actualizar documentos financieros que muestren el estado financiero actual y real del negocio para que dicha información sea el insumo confiable de la toma de decisiones de medidas administrativas apropiadas para la empresa, tales como los implementados en esta investigación.
- Observar el mercado para estar al día con tendencias que generen oportunidades de negocio de nichos nuevos, vacíos y/o desactualizados, así como poner atención a la competencia en aras de competir sana y efectivamente.
- Aprender sobre temas de uso de las nuevas tecnologías de comunicación (TIC), además de su desempeño y efectos en los negocios.
- Entrenarse en las múltiples funciones que la red social Facebook brinda a sus usuarios en temas de negocios con el fin de utilizar la plataforma en cuestión lo más productivamente posible.

### **5.3.2 Recomendaciones para microempresarios que promocionan sus productos en la red social Facebook u otras redes sociales**

- Tomar en cuenta que el uso de redes sociales y otras plataformas de comunicación y didácticas son recursos gratuitos en muchas de sus funciones, lo cual beneficia a los dueños de microempresas para aprovecharlas sin costo alguno, con un uso básico.
- Aprender sobre las múltiples funciones que la red social Facebook les brinda a sus usuarios en temas de negocios con el fin de utilizar la plataforma en cuestión lo más productivamente posible.
- Saber que las redes sociales Facebook con su Face-Market, Instagram y WhatsApp se enlazan, lo cual es relevante para mostrar publicidad simultáneamente en todas ellas, en forma gratuita o de pago, en un solo pago que cubre a todas. La red social Tik-Tok. está separada de este beneficio.
- Conocer que las distintas redes sociales abarcan diferentes tipos de audiencias, por tanto, es importante establecer la diferencia ente cada una para elegir las más apropiadas para promocionar productos y/o servicios del negocio.
- Tener claro que la red social FB abarca mayormente público adulto medio, por lo tanto, productos para una población meta de menor edad pueden ser promocionados con mayor efectividad en otras plataformas como Instagram o Tik-Tok.
- Tomar en cuenta que el uso de esta red social abarca mayormente público adulto medio, por lo cual productos para una población meta de menor edad pueden ser promocionados con mayor efectividad en otras plataformas como Instagram o Tik-Tok.
- Reforzar el patrón de comunicación con una variedad de publicaciones tales como: posteos de contenido, promoción, humor y de valor con una frecuencia que se base en las estadísticas brindadas por la página en forma gratuita.
- Crear un calendario de publicación mensual y, a su vez, una carpeta de contenido digital como insumo para mantener futuras publicaciones, ya sea para repetirlas o modificarlas.

- Analizar cuidadosamente el material que se va a exponer en la red social Facebook, ya que esto conlleva la idea de pensar qué y por qué se necesita subir o no dicha información, ya sea en forma gráfica o escrita.
- Mantener los estándares de privacidad actualizados con la mayor protección que brindan las redes sociales y plataformas digitales con el propósito de salvaguardar la integridad de la identidad virtual y física.
- Mantenerse actualizado en el tema de mercadeo y, especialmente, en el mercadeo digital en cuanto a la variedad de formas de utilizarlo. Existen cursos gratuitos en línea al respecto en “Google Garage” o se pueden conseguir cursos cortos a bajo costo en lugares de modalidad presencial, tal como en Parque La Libertad, ubicado en Desamparados.
- Incentivar el uso de dichas páginas a las personas emprendedoras por medio de alianzas o recomendaciones.

### **5.3.3 Recomendaciones para microempresarios que promocionan sus productos fuera de las redes sociales o en modalidad presencial exclusivamente**

- Tener conocimiento de la popularidad de las redes sociales y la accesibilidad a éstas tiene un innegable efecto en las empresas en relación con el mercadeo digital, ya que provee una cantidad grande de recursos, muchos de los cuales son forma gratuita y pueden ser un activo importante para promocionar productos y/o servicios de las empresas.
- Aprender sobre las múltiples funciones de las redes sociales y el mercadeo digital para aprender nuevas formas de ofrecer sus productos y/o servicios a las personas con el fin de agrandar la cartera de clientes.

### **5.3.4 Recomendaciones para usuarios y/o compradores de modalidad híbrida: virtual y presencial**

- Verificar la veracidad de la página donde se anuncian los productos y/o servicios, antes de adquirirlos para evitar estafas.

- Revisar opiniones de compradores anteriores para corroborar la calidad de los productos y/o servicios, la puntualidad en las fechas de entrega u otros detalles relevantes de tomar en cuenta a la hora de la compra.
- Comprobar que las formas de pago sean claras y transparentes para evitar estafas de cualquier tipo, y, sobre todo, nunca entregar información personal de cuentas bancarias, tarjetas de débito o crédito, u otro documento financiero de uso privado personal o empresarial.
- Insistir en comunicarse con la persona encargada de vender el producto y/o servicio antes de realizar una orden de compra o pagarlos. En ese sentido, algunas personas prefieren visitar los locales comerciales si es posible.
- Evitar encuentros en lugares que generen duda, sean solitarios o no públicos para prevenir robos o delitos afines.

### **5.3.5 Recomendaciones para los colegios profesionales de cada área de labor: Colegio de Profesionales en Psicología de Costa Rica (CPPCR) y Colegio de Licenciados y Profesores en Letras, Filosofía, Ciencias y Artes (COLYPRO)**

- Tener disposición de escuchar y/o atender observaciones, inquietudes o vivencias de profesionales de los profesionales formadores, desde las dos áreas: psicología y docencia de cada colegio profesional con el fin de crear iniciativas que brinden apoyo a las labores de los microempresarios en estos ámbitos dentro del marco de lo posible.
- Buscar mecanismos para incentivar la apertura de emprendimientos en estos campos profesionales para generar variedad de productos y/o servicios en cada área.
- Cumplir un rol de observador activo del contexto nacional e internacional en relación con la creación de emprendimientos referentes a ambos espacios laborales con el propósito de crear mecanismos de apoyo, tanto en el área de emprendedurismo, como de divulgación, entrenamiento y educación de los temas vinculados a cada colegio profesional. Lo anterior podría llevarse a cabo a través de actividades como ferias, cursos y concursos, entre otros.

- Llevar a cabo un papel de ente activo en contexto nacional en relación con la influencia de las nuevas tecnologías de información y comunicación masiva en la vida cotidiana de las personas, las cuales son usuarios y consumidores de productos que adquieren a través de mecanismos digitales, ya que esto podría generar mayor inclusión e identificación de los profesionales y clientes de esos profesionales con cada colegio. Esto podría llevarse a cabo por medio de pronunciamientos oficiales, creación de cursos, talleres, manuales o guías de orientación, regulaciones sobre dichas iniciativas u otro apoyo a los microempresarios colegiados.
- Trabajar en conjunto con otras instituciones públicas o privadas para buscar patrocinios, subvenciones u otras ayudas financieras que les permita a los microempresarios tener su espacio de trabajo, sin la amenaza competitiva de compañías enormes que compiten con mayor comodidad y recursos.
- Publicar artículos para un acceso al público en general sobre estos temas con el fin de dar a conocer las acciones en cada espacio de trabajo para mucha población que podría estar interesada en observar, conocer, aprender y participar en las acciones realizadas, ya que estos entes son los encargados de difundir y ser los principales agentes de cambio en Costa Rica con respecto a cada campo.

### **5.3.6 Recomendaciones para funcionarios de instituciones costarricenses relacionadas con el emprendedurismo, especialmente en productos y/o servicios de formación humana**

- Realizar esfuerzos para cambiar el imaginario social con respecto a la adquisición de productos y/o servicios de formación humana -en este caso en las áreas de Psicología y Enseñanza del Inglés- provenientes de grandes empresas, institutos, cadenas o compañías trasnacionales. Por tanto, son las universidades, institutos, el INA y demás instancias las llamadas a abrir puertas para crear usuarios de productos y/o servicios costarricenses, artesanales y al detalle, naturalizando este consumo y sosteniendo empleos y autoempleo que generan riqueza y bienestar a compradores y vendedores pequeños.

- Asumir la necesidad de brindar más y mejores herramientas a los usuarios, microempresarios o no con respecto al uso de medios digitales en el rol de usuarios de redes, plataformas digitales y/o compradores. Por tanto, acciones como cursos, ferias, becas u otros mecanismos de enseñanza-aprendizaje sobre el tema son necesarias de implementar en forma accesible para la población en general.
- Entrenar a la población laboral de toda empresa e institución para que tenga el conocimiento de la influencia de las nuevas tecnologías de información y comunicación masiva y cómo estas afectan directamente a las empresas y a la sociedad en general.
- Actualizar políticas, protocolos, manuales, reglamentos y cualquier otro documento oficial en las empresas o instituciones públicas o privadas con respecto a la regulación de apertura de emprendimientos y microempresas.

### **5.3.7 Recomendaciones para personal docente-administrativo y público en general que asiste a la Universidad Central, Costa Rica**

- Mantener la actualización de políticas, protocolos, manuales y reglamentos y cualquier otro documento oficial que se utiliza para llevar a cabo cursos de investigación, procesos de elaboración de tesis de grado, seminarios o prácticas profesionales en todas las carreras; con el fin de incluir con mayor provecho las nuevas tecnologías de información y comunicación masiva.
- Orientar a la población universitaria, docentes y estudiantes sobre emprendimientos y uso de TIC y herramientas financieras, en especial, la utilización de funciones de plataformas populares como redes sociales para publicidad digital gratuita o de pago regulado.
- Efectuar una revisión de los programas para actualizar los contenidos de cursos como con el fin de incluir la diversa utilidad de nuevas tecnologías de información y comunicación masiva, y administración general para negocios pequeños.
- Actualizar la biblioteca de la universidad con respecto al tema de nuevas tecnologías de información y comunicación masiva, y administración general para negocios pequeños.

- Analizar el perfil profesional, la experiencia en el uso de nuevas tecnologías de información y comunicación masiva enfocados en el área de gestión empresarial durante el proceso de contratación y selección del personal docente en la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas con Énfasis en Gerencia.

### **5.3.8 Recomendaciones para público en general**

- Mostrar interés por apoyar iniciativas de microempresarios, especialmente costarricenses, al adquirir productos y/o servicios en forma híbrida para impulsar el mantenimiento y el crecimiento de esos negocios.
- Conocer, aprender y/o usar las nuevas tecnologías de información y comunicación para visualizar cómo éstas han influenciado la vida del mundo comercial. Es necesario informarse, leer o buscar datos en general, incluso en Internet, y mostrar interés por conocer, aprender y/o usar las nuevas tecnologías de información y comunicación para visualizar cómo éstas han influenciado la vida del mundo comercial y participar en iniciativas relacionadas con tema. En otras palabras, educarse para entender la nueva cotidianidad cibernética y sus efectos, lo cual se extiende al consumo y venta de productos y servicios de uso cotidiano.
- Saber que la presencialidad y la virtualidad se complementan en materia de mercadeo, por lo cual es relevante considerar ambos métodos en la actualidad cuando se adquieren productos y/o servicios, y cuando se quiere iniciar un negocio.

### **5.3.9 Recomendaciones para la microempresa Creciendo Juntos**

- Asegurarse de mantener el uso de plataformas digitales en constante uso, en donde se puedan incorporar materiales didácticos atractivos a los pacientes y clientes atendidos.

- Mantener claros los indicadores en los métodos implementados para los procesos utilizados en general, tanto de herramientas, como para la rentabilidad económica de la empresa. Esto tiene como finalidad mantener un control de las actividades y reducción de tiempos, además de facilitar la identificación de las áreas de oportunidad de mejora.
- Realizar continuos análisis de clientes en donde se puedan conocer y comprender las necesidades y expectativas con base en los resultados. En ese sentido, se pueden implementar ideas innovadoras, las cuales, aplicadas a la empresa, lograrán un desarrollo de interés y un equilibrio en casos de contingencia.

Es necesario aclarar que, con lo anterior, se cierra la presente investigación esperando que el tema se siga profundizando para lograr integrar, de manera beneficiosa y productiva, la apertura de emprendimientos que sean microempresas insertas en el mundo presencial y digital.

En este proceso, la gestión administrativa que incluye el uso de herramientas financieras y de mercadeo digital se debe enfocar hacia la rentabilidad sana del negocio enrumbo hacia un contexto macro, donde la venta y adquisición de productos y/o servicios de los emprendedores, microempresarios, compradores y usuarios en general sean un activo en el gran abanico de opciones que la sociedad moderna ofrece, esperanzadamente brindando beneficios y calidad de vida a todos en el quehacer diario, y potenciando el bienestar para las familias, instituciones, y sociedad en general.

# ANEXOS

## ANEXO A:

Tabla 3

*Servicios de Creciendo Juntos*

SERVICIOS	
<b>I. Servicios para consultantes</b> A. Terapia individual (niños, adolescentes, jóvenes, adultos) B. Terapia de pareja C. Terapia de familiar D. Charlas E. Talleres	<b>II. Servicios para estudiantes de idiomas</b> F. Cursos de inglés

Fuente: Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

## ANEXO B:

Tabla 4

*Diseño de servicios de Creciendo Juntos*

DISEÑO DEL SERVICIO 1, 2, 3 Mercado de trabajo de Psicología		
<b>I. Servicios para consultantes</b>		
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Precio: 26.000 x hora	Valor: C39.000	Costo: C30 mil /U: C0
<b>A. Terapia individual (niños, adolescentes, jóvenes, adultos)</b>		
<b>1.Recolección de información:</b> Datos de afiliación/diagnóstico 1 sesión: 1.5 h	<b>2. Sesiones</b> Cantidad y frecuencia del proceso varía. Estrategia y materiales	<b>3. BONUS</b> Acompañamiento fuera de sesión
<b>B. Terapia de pareja</b>		
<b>1.Recolección de información:</b> Datos de afiliación/diagnóstico 1 sesión: 2 h	<b>2. Sesiones</b> Cantidad y frecuencia del proceso Estrategia y materiales	<b>3. BONUS</b> Acompañamiento fuera de sesión
<b>C. Terapia familiar</b>		
<b>1.Recolección de información:</b> Datos de afiliación/diagnóstico 1 sesión: 3 h	<b>2. Sesiones</b> Cantidad y frecuencia del proceso Estrategia y materiales	<b>3. BONUS</b> Acompañamiento fuera de sesión
<b>D. Charlas de 1 hora</b>		
Precio: 5h x C26.000 x hora	Valor: C150.000	Costo: 5 h x 26.000 x hora

130.000 + IVA Investigación del tema, planeamiento del evento y presentación		C140.000 + IVA U: C10.000 Dividido entre # clientes
<b>E. Talleres</b>		
Precio: 20 h x C26.000 x hora C520.000 + IVA Información de la empresa: descripción del mercado Tema/s a desarrollar y objetivo general Información del lugar o formato del evento (presencial/virtual/híbrido)	Valor: C500.000	Costo: 20 h x C26.000 x hora C520.000 + IVA U: C20.000 Dividido entre # clientes
<b>1. Recolección de información:</b> Definir tiempos: duración y fecha del evento Información de la audiencia: perfil de la audiencia, y cantidad de personas / 1 h	<b>2. Sesiones</b> Investigación del tema Planeamiento del evento y presentación	<b>3. BONUS</b> Materiales complementarios en formato digital y/o físico.
<b>Servicios para estudiantes de idiomas</b>		
<b>Cursos de inglés</b>		
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>Precio:</b> 10 h x 26.000 x hora 260.000 + IVA clases mensuales / # personas 10 personas: C26.000 mensuales 20 personas: C16.000 mensuales	<b>Valor:</b> C260.000 mensual	Costo: C260.000 +IVA C30.000 x persona mensual Utilidad C4.000 x persona
<b>Estructura del curso:</b> 3 módulos de acuerdo con el MCE Duración del curso; c/módulo es de 6 meses El tiempo total: 1. 5 años Creación de los módulos en formato presencial / 2 h x módulo=6 h Adaptación de los módulos a formato virtual 4 h Planeamiento de las lecciones y materiales 1 h	<b>Clases</b> Diagnóstico sobre conocimiento del idioma Impartir las lecciones 2 h Revisar tareas y proyectos 1 h	<b>BONUS</b> Materiales complementarios en formato digital y/o físico. Acompañamiento psicopedagógico en la adquisición del idioma

**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

## ANEXO C:

Tabla 5

*Costos de operación de Creciendo Juntos, 2022*

<b>Costo de operación Creciendo Juntos 2022</b>		
<b>Costos de operación fijos</b>		<b>Precio del servicio</b>
<b>Espacio físico</b>		<b>Hora prof.</b>
Pago hipoteca	¢270.000	Psicología Docencia ¢28.000
<b>Servicios</b>		
Agua	¢10.000	
Luz	15.000	
Internet		
<b>Administrativos</b>		
Facturas GTI	¢1.000	
Contador	¢10.000	
Técnico computo	¢10.000	
Publicidad	¢20.000	
<b>Materiales</b>		
Tinta y papel	¢2.000	
Velas, incienso	¢3.000	
Computador	¢10.000	
USB drive	¢1.000	
Headset, parlantes	¢1.000	
Plataforma didáctica	¢10.000	
Plataforma de comunicación	¢15.000	
<b>Costo mensual</b>	<b>¢378.000</b>	<b>7 pacientes 7 estudiantes</b>

**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

## ANEXO D:

Tabla 6

Registro de ventas brutas de Creciendo Juntos 2022

<b>CRECIENDO JUNTOS</b>			
<b>Servicio</b>	<b>Cantidad de clientes</b>	<b>Monto por cliente</b>	<b>Monto total</b>
<b>Psicología</b>			
<b>I Trimestre</b> enero-feb-marzo	19	€26.000	€494.000
<b>II Trimestre</b> abril-mayo-junio	31	€26.000	€806.000
<b>III Trimestre</b> julio-agosto-set	28	€26.000	€728.000
<b>IV Trimestre</b> oct-nov-dic	33	€26.000	€924.000
<b>Total percibido</b>	-	-	€2.952.000
<b>Inglés</b>			
<b>I Trimestre</b>	<b>No aplica</b>	<b>No aplica</b>	<b>No aplica</b>
<b>II Trimestre</b>	<b>No aplica</b>	<b>No aplica</b>	<b>No aplica</b>
<b>III Trimestre</b>	19	€20.000	€380.000
<b>IV Trimestre</b>	<b>No aplica</b>	<b>No aplica</b>	<b>No aplica</b>
<b>Total percibido</b>	-	-	€ 380. 000

*Nota:* Los cursos de inglés comenzaron a partir del III Trimestre 2022.

*Fuente:* Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

## ANEXO E:

Tabla 12

Rentabilidad de Creciendo Juntos 2022

<b>Servicio</b>	<b>Cantidad de clientes</b>		<b>Monto por cliente</b>	<b>Monto generado</b>		<b>Costo trimestral</b>	<b>Rentabilidad</b>	
				<b>Inglés</b>	<b>Psicología</b>		<b>Utilidades</b>	<b>Pérdidas</b>
	<small>Psicología</small>	<small>Inglés</small>						
<b>I Trimestre</b> ene-feb-marzo	19	NP	€26.000	NP	€494.000	€1.134.000	€0	€640.000
<b>II Trimestre</b> abril-mayo-junio	31	NP	€26.000	NP	€806.000	€1.134.000	€0	€328.000
<b>III Trimestre</b> julio-agosto-set	28	19	€20.000	€380.000	€728.000	€1.134.000	€0	€26.000
<b>IV Trimestre</b> oct-nov-dic	33	NP	€26.000	NP	€924.000	€1.134.000	€0	€210.000
<b>Totales</b>	<b>111</b>	<b>19</b>		€380.000	€2.952.000		€0	
<b>Totales globales</b>	<b>130</b>			<b>€3.332.000</b>		<b>€4.536.000</b>	<b>€0</b>	<b>€1.204.000</b>

*Fuente:* Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

## ANEXO F:

**Tabla 12**  
**Rentabilidad proyectada de Creciendo Juntos 2023**

Servicio	Cantidad de clientes		Monto por cliente	Monto generado		Costo trimestral	Rentabilidad	
				Inglés	Psicología		Utilidades	Pérdidas
	Psicología	Inglés						
<b>I Trimestre</b> ene-feb-marzo	28	c/u paga 3 veces 8x3=24	24 pagos C\$26.000	C\$624.000	C\$728.000	C\$ 1.050.000	C\$302.000	C\$0
<b>II Trimestre</b> abril-mayo-junio	28	8x3=24	24 pagos C\$26.000	C\$624.000	C\$728.000	C\$ 1.050.000	C\$302.000	C\$0
<b>III Trimestre</b> julio-agosto-set	28	8x3=24	24 pagos C\$26.000	C\$624.000	C\$728.000	C\$ 1.050.000	C\$302.000	C\$0
<b>IV Trimestre</b> oct-nov-dic	27	8x3=24	24 pagos C\$26.000	C\$624.000	C\$702.000	C\$ 1.050.000	C\$276.000	C\$0
<b>Totales</b>	<b>111</b>	<b>32</b>		C\$2496.00	C\$2.886.000			
<b>Totales globales</b>	<b>130</b>			<b>C\$ 5.382.000</b>		<b>C\$ 4.200.000</b>	<b>C\$1182.000</b>	<b>C\$0</b>

Fuente: Elaboración propia de la investigadora para efectos del presente trabajo investigativo, 2022

## ANEXO G: INSTRUMENTO 3

### Grado de satisfacción de los servicios recibidos por parte de la microempresa Creciendo Juntos

Marque con una X la casilla correspondiente de acuerdo con la escala dada, donde 0 es la valoración más baja y 5 es la valoración más alta. NR significa no responde y NA significa no aplica.

Escala	0	1	2	3	4	5	NA
	Malo	Regular	Neutro	Bueno	Muy bueno	Exc.	NR
<b>Preguntas</b>							
1. ¿Cómo valora el servicio de psicología?							
2. ¿Cómo valora el servicio de clases de inglés?							
3. ¿Cómo valora la limpieza de las instalaciones?							
4. ¿Cómo valora la comodidad de las instalaciones?							
5. ¿Cómo valora el tiempo de respuesta?							
6. ¿Cómo valora el tiempo de respuesta para obtener un espacio en los servicios de inglés y/o psicología?							
7. ¿Está satisfecho con el servicio de inglés que recibe?							

8. ¿Está satisfecho con el servicio de psicología?							
9. ¿Está satisfecho con el precio del servicio de inglés que recibe?							
10. ¿Está satisfecho con el precio del servicio de inglés que recibe?							

#### ANEXO H: INSTRUMENTO 4

**Método de pago por los servicios brindados de parte de la microempresa Creciendo Juntos**  
 Marque con una X la casilla correspondiente de acuerdo con la opción que usted utiliza al pagar los servicios recibidos

			<b>Transferencia</b>		
<b>Escala</b>	<b>Efectivo</b>	<b>Sinpe móvil</b>	<b>Bancaria</b>	<b>Crédito</b>	<b>Otros</b>
<b>Método de pago</b>					

#### ANEXO I: INSTRUMENTO 5

**Medio de comunicación utilizado para divulgar los servicios de la microempresa Creciendo Juntos**

Marque con una X la casilla correspondiente de acuerdo con la opción utilizada por usted.

<b>Escala</b>	<b>Boca en boca</b>	<b>Red social Facebook</b>	<b>Red social Instagram</b>	<b>Google</b>	<b>WhatsApp</b>	<b>Publicidad impresa</b>
<b>Medio por el cual usted se enteró de los servicios de Creciendo Juntos</b>						

#### ANEXO J: INSTRUMENTO 6

**Otros servicios que le gustaría recibir por parte de la microempresa Creciendo Juntos**  
 Marque con una X la casilla correspondiente de acuerdo con su opinión.

<b>¿Cuáles otros servicios le gustaría recibir por parte de Creciendo Juntos?</b>	
<b>Psicología</b>	
1. Grupo de apoyo	
2. Talleres de temas de psicología	
3. Otro:	
<b>Inglés</b>	
4. Tutorías individuales de inglés para adolescentes	
5. Clubes de conversación de inglés	
6. Entrenamiento para entrevistas de trabajo	

7. Otro:	
----------	--

## ANEXO K: Project Charter

<b>NOMBRE DEL PROYECTO</b>	Creciendo Juntos Consultoría.
<b>UBICACIÓN</b>	San José, San Francisco de Dos Ríos.
<b>NECESIDAD</b>	Cubrir necesidades de los pacientes que requieran atención Psicológica, así como asesoría educativos de idioma inglés con el fin de fomentar la educación continua en dichos campos.
<b>JUSTIFICACION DEL PROYECTO</b>	Ser agentes de cambio donde se promueve la transformación de las personas en los protagonistas de su vida en desarrollo en las siguientes áreas: académica, corporativa, de relacionamientos: pareja, familia, padres-hijos, adolescentes, salud integral y área social
<b>OBJETIVO GENERAL</b>	Aumentar el volumen de clientes para el segundo semestre del 2022, con la aplicación de diferentes estrategias de mercado según los diferentes servicios que ofrecemos.
<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desarrollar el plan para un mecanismo digital eficiente para iniciar en el segundo semestre 2022 con la finalidad de sacar la cita directamente en la página digital.</li> <li>2. Publicar contenidos de valor dos veces por semana para generar la inquietud de consultar temas psicológicos y de educación en el idioma de inglés empresarial y con ello atraer nuevos clientes</li> <li>3. Ofrecer paquetes de asesoramiento psicológicos familiares asociadas a la consulta por un costo global a partir del segundo semestre 2022.</li> </ol>
<b>DESCRIPCION PRELIMINAR ALCANCE DEL PROYECTO</b>	El alcance del proyecto contempla el diseño de las estrategias para generar el aumento del volumen de clientes para el segundo semestre del 2022.
<b>PLAZO ESTIMADO</b>	Segundo semestre del 2022
<b>COSTO ESTIMADO</b>	400.000 mensual
<b>SUPUESTOS</b>	<p>Supuestos a considerar:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tener un aporte de capital para el desarrollo de publicidad y mejoras continuas de la pagina en redes sociales por medio de un profesional.</li> <li>2. Adicionalmente al contar con una instalación propia y al no solo ofrecer consultoria si no talleres, se puede implementar de manera virtual o presencial a horarios flexibles segun la necesidad de los clientes para mantener el seguimiento de casos y seguir con la fidelidad de nuestros clientes.</li> </ol>
<b>LIMITANTES</b>	<p>Costo de la tecnología.</p> <p>Competencia en el mercado.</p> <p>Inflación que afecte el poder adquisitivo del consumidor</p>
<b>INTERESADOS (INTERNOS)</b>	<p>Personas involucradas en el negocio: Psicóloga con 21 años de experiencia llamada Victoria Rodriguez, Master en Enseñanza de idiomas y traducción, Licenciada en Psicología.</p> <p>Jennifer Ureña Salas Bachiller en administración de negocios, encargada de la gestión de tiempo, manejo de agenda, servicio en gestión financiera y servicio al cliente del negocio.</p>
<b>INTERESADOS (EXTERNOS)</b>	<p>Dentro de los interesados externos, nuestra principal fuente es nuestros clientes (público en general) tanto mayores de edad como menores de edad acompañados de sus tutores.</p> <p>Proyectos educativos que se imparten adicionalmente a grupos de bien social en comunidades de escasos recursos.</p>

## ANEXO L: Análisis estratégico

### PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Análisis CANVA	
<b>Socios Clave</b>	Socios principales del proyecto: Lic. Victoria Rodríguez y Sra. Jennifer Ureña. Contratación de asesor informático. No posee proveedores ni patrocinadores.
<b>Recursos Clave</b>	Nuestros recursos clave son: Redes Sociales. Consultorio. Material educativo para los talleres de idiomas Asesor de informática para temas de consultoría y mejoras. Ubicación geográfica.
<b>Propuesta de valor</b>	Asesoramiento personalizado del cliente en consulta según su necesidad para manejo de diversos enfoques. Planamiento de temas educativos para la colocación de grupos de idioma según el nivel que manejan. Publicaciones con contenidos de valor que impulsen el deseo de adquirir nuestros paquetes. Generar equilibrio psico-emocional en su contexto social para encontrar soluciones o respuestas a dilemas propios, especialmente familiares, de pareja y educativos (hijos) para
<b>Relación con clientes</b>	Dentro de la relación con el cliente se busca encontrar soluciones o respuestas a sus enunciados existenciales con el fin de orientar su desarrollo personal en aras de la propia evolución. Conocer formas de mejorar su espacio vital, relación de forma armónica sus necesidades y poder desarrollar sus capacidades educativas por medio de los talleres, creando fidelidad y seguridad. Dar seguimiento a nuestros clientes por el trato recibido.
<b>Segmentos de clientes</b>	Público en general, hombres, mujeres y niños sin estado civil específico, algunos con problemas de salud crónicos o recurrentes y/o emocionales.



ANÁLISIS FODA					
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #008080; color: white;"> <th style="text-align: center; padding: 2px;">Fortalezas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 2px;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recursos de logística y administración de empresas</li> <li>• Manejo de diversos enfoques psicológicos</li> <li>• Experiencia en pedagogía y docencia</li> <li>• Respuesta rápida a los consultantes</li> <li>• Disciplina en los procesos</li> <li>• Orden – organización</li> <li>• Transporte propio</li> <li>• Atención bilingüe</li> <li>• Actitud pro-activas</li> <li>• Posición de cambio</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recursos de logística y administración de empresas</li> <li>• Manejo de diversos enfoques psicológicos</li> <li>• Experiencia en pedagogía y docencia</li> <li>• Respuesta rápida a los consultantes</li> <li>• Disciplina en los procesos</li> <li>• Orden – organización</li> <li>• Transporte propio</li> <li>• Atención bilingüe</li> <li>• Actitud pro-activas</li> <li>• Posición de cambio</li> </ul>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #008080; color: white;"> <th style="text-align: center; padding: 2px;">Oportunidades</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 2px;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprendizaje para crear estrategias empresariales</li> <li>• Atención personalizada en cada proceso</li> <li>• Tema moderno, actual de uso diario</li> <li>• Cubrir todos los ámbitos</li> <li>• Precio accesible</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprendizaje para crear estrategias empresariales</li> <li>• Atención personalizada en cada proceso</li> <li>• Tema moderno, actual de uso diario</li> <li>• Cubrir todos los ámbitos</li> <li>• Precio accesible</li> </ul>
Fortalezas					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recursos de logística y administración de empresas</li> <li>• Manejo de diversos enfoques psicológicos</li> <li>• Experiencia en pedagogía y docencia</li> <li>• Respuesta rápida a los consultantes</li> <li>• Disciplina en los procesos</li> <li>• Orden – organización</li> <li>• Transporte propio</li> <li>• Atención bilingüe</li> <li>• Actitud pro-activas</li> <li>• Posición de cambio</li> </ul>					
Oportunidades					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprendizaje para crear estrategias empresariales</li> <li>• Atención personalizada en cada proceso</li> <li>• Tema moderno, actual de uso diario</li> <li>• Cubrir todos los ámbitos</li> <li>• Precio accesible</li> </ul>					
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #008080; color: white;"> <th style="text-align: center; padding: 2px;">Debilidades</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 2px;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Carga emocional y lesión en la sensibilidad</li> <li>• Poco tiempo libre para limpieza mental</li> <li>• Infraestructura amplia para talleres con mayor participación de clientes</li> <li>• Tecnología por comprar</li> <li>• Publicidad limitada</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carga emocional y lesión en la sensibilidad</li> <li>• Poco tiempo libre para limpieza mental</li> <li>• Infraestructura amplia para talleres con mayor participación de clientes</li> <li>• Tecnología por comprar</li> <li>• Publicidad limitada</li> </ul>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #008080; color: white;"> <th style="text-align: center; padding: 2px;">Amenazas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 2px;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor experiencia otros colegas en áreas específicas</li> <li>• Falta firmeza en los procesos</li> <li>• Posponer y/o cancelar citas</li> <li>• Personas con poca visión</li> <li>• Competencia desleal</li> <li>• Proyecto no atractivo</li> <li>• Precios externos</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor experiencia otros colegas en áreas específicas</li> <li>• Falta firmeza en los procesos</li> <li>• Posponer y/o cancelar citas</li> <li>• Personas con poca visión</li> <li>• Competencia desleal</li> <li>• Proyecto no atractivo</li> <li>• Precios externos</li> </ul>
Debilidades					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carga emocional y lesión en la sensibilidad</li> <li>• Poco tiempo libre para limpieza mental</li> <li>• Infraestructura amplia para talleres con mayor participación de clientes</li> <li>• Tecnología por comprar</li> <li>• Publicidad limitada</li> </ul>					
Amenazas					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor experiencia otros colegas en áreas específicas</li> <li>• Falta firmeza en los procesos</li> <li>• Posponer y/o cancelar citas</li> <li>• Personas con poca visión</li> <li>• Competencia desleal</li> <li>• Proyecto no atractivo</li> <li>• Precios externos</li> </ul>					



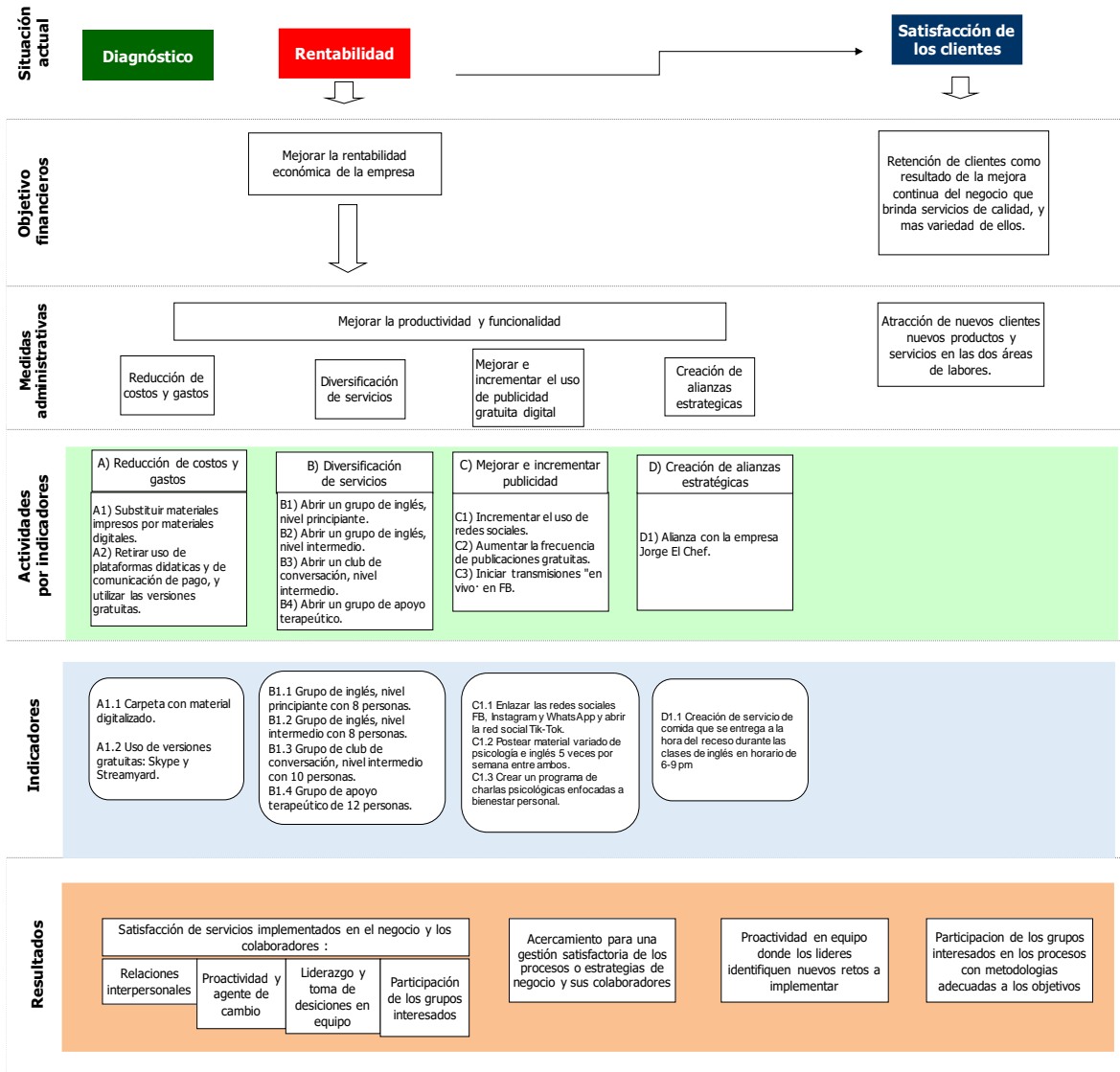
### Objetivos Estratégicos

<b>Objetivo 1</b>	1.Desarrollar el plan para un mecanismo digital e	<b>Indicador</b>	1 mecanismo digital para citas
<b>Objetivo 2</b>	2. Publicar contenidos de valor dos veces por se	<b>Indicador</b>	2 publicaciones por semana con contenido de te
<b>Objetivo 3</b>	3.Ofrecer paquetes de asesoramiento psicológico	<b>Indicador</b>	Ofrecimiento de paquetes globales familiares

<b>Estrategia</b>	Diversificación: Por medio de contratación del proyecto por un tercero
<b>Estrategia</b>	Diversificación penetración de mercado: pago de publicaciones en redes sociales para impulsar contenidos del negocio
<b>Estrategia</b>	Diversificación: Creación de paquetes según la n

# ANEXO M: Mapa estratégico

## Plan Estratégico Creciendo Juntos 2022



## ANEXO N: Matriz de riesgos

MATRIZ DE RIESGOS							
No	RIESGO	RESPONSABLE	RESPUESTA	DISPARADOR	PROBABILIDAD	IMPACTO	
1	Como resultado de la resistencia al cambio en pacientes que asisten a terapias psicológicas, entonces el proceso de respuesta a mejoras en sus consultas serán más largas.	Pacientes y Psicólogo	<b>Evitar</b> Creación de un modelo integral que genere cambios en la conducta potenciando el avance de mejoras	El tiempo de las sesiones llevadas con el paciente durante el primer mes.	0,3	3	0,90
2	Como resultado de no contar con los implementos adecuados para los talleres educativos en idioma ingles, se obtiene un absentismo de los estudiantes que finalmente abandonarían los talleres.	Profesor	<b>Mitigar</b> Probar y utilizar métodos educativos que potencialicen el desarrollo de aprendizaje y bienestar.	Validar las herramientas y metodos educativos que generen retrocesos en aprendizaje	0,1	3	0,30
3	Como resultado de no seguir recomendaciones y mejoras en procesos de innovación tecnologica en los modelos de aprendizaje para estudiantes de primer ingreso en los talleres de idioma ingles, puede ocurrir una baja en los rendimientos de los cursos implementados en general	Estudiante y Profesor	<b>Evitar</b> Diseñar programas acordes a las necesidades del estudiante donde se de reforzamientos y una formación educativa adecuada para potenciar el desarrollo educativo	Malas implementaciones de programas en los cursos llevados según el nivel en el que se encuentre el estudiante	0,3	3	0,90
4	Como resultado de no contar con lealtad de colegas para referir pacientes potenciales en las consultas de psicología según su necesidad, puede ocurrir que se desmotive a los futuros clientes e incremente el ausentismo	Colegas	<b>Mitigar</b> Contar con una lista de colegas donde se de recomendaciones para la asignación de pacientes según la tipología que presenten y así obtener referidos a futuro.	Las malas practicas llevadas entre profesionales donde carecen de etica profesional	0,3	5	1,50

## Referencias bibliográficas

- Acortar link URL (2022). *Acortar link*. <https://acortar.link/>
- Acuña, T. (2021). *Guía de apoyo a las pymes dedicadas al cuidado personal y belleza, que carecen de herramientas financieras, en el distrito San Francisco de Heredia, para el primer cuatrimestre del 2021. [PFD]*. (Tesis de grado Universidad Latina de Costa Rica: Facultad Ciencias Empresariales, Escuela de Administración de Negocios. Licenciatura en Administración de Negocios con Énfasis en Finanzas). Heredia, San José, Costa Rica.
- Alonso, S. (2019). *Propuestas para el mejoramiento de la competitividad empresarial costarricense*. Compilado por Juan Carlos Leiva. [Libro digital]. Editorial Tecnológica de Costa Rica: Tecnológico de Costa Rica- TEC: Cartago, Costa Rica. <https://acortar.link/OA78KE>
- Álvarez Gayou, J.L. (2009). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. México: Paidós.
- Arévalo C. y Bernal, D. (2016). *Propuesta para la internacionalización de la microempresa Palmitorres en el mercado chileno*. Facultad de Ciencias Jurídicas: Universidad del Azuay, Cuenca, Ecuador: Tesis de grado. <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/6333>
- Barrantes, R. (2001). *Investigación, un camino al conocimiento*. Un enfoque cuantitativo y cualitativo. San José, Costa Rica: EUNED.
- Bonilla J. (2018). *Los emprendedores y la creación de empresas*. Editorial Tecnológica de Costa Rica: Instituto Tecnológico de Costa Rica-TEC, Cartago, Costa Rica.
- Cano M. y Olivera D., et al. (2013). *Rentabilidad y Competitividad PYME*. Ciencia Administrativa. Universidad Veracruzana. <https://acortar.link/sVmqZ8>
- Castro, E. (2010). Las estrategias competitivas y su importancia en la buena gestión de las empresas. [PFD]. Artículo científico. *Revista Ciencias Económicas* 28-No. 1: 2010 / 247-276 / ISSN: 0252-9521
- Céliz, J. (2017). Estrategias financieras para mejorar la liquidez de una empresa educativa de Chiclayo. [Artículo científico]. *Revista Horizonte Empresarial*, VOL 4/# 2 Universidad Señor de Sipán. <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/762>
- Fernández, A. (2012). *Conceptos de estrategia empresarial*. Escuela de Organización Industrial: Unión Europea. <https://acortar.link/azt3aE>
- García, A. *Estrategias empresariales una visión holística*. Primera edición electrónica ISBN 978-958-57943-1-3: Bilineata Publishing. Bogotá. <https://acortar.link/Jy6rTP>
- García, S. (s.f.). *Estrategia empresarial. Cómo implementar la estrategia en la empresa*. Díaz de Santos. S.A. San José, Costa Rica. <https://acortar.link/fhG0x4>
- Gutiérrez D. y Coronado J. et al. (2013). *Estrategias empresariales. Segunda edición [PDF]*. Editorial Lagares, México.
- Harrsch, C. (2005). *Identidad del Psicólogo*. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Jiménez, J. y García, J., et al. (2006). Guía técnica para construcción de cuestionarios. *Revista Electrónica de Pedagogía Odiseo*. <https://acortar.link/HkSoAw>

- Mata, L. (2021). *Investigación: Los sujetos de estudio*. <https://investigaliacr.com/investigacion/los-sujetos-de-estudio/#:~:text=Los%20sujetos%20de%20estudio%20son,con%20enfoque%20cuantitativo%20o%20cualitativo>.
- Mora, M. (2017). *Sistema de recursos empresariales para la microempresa XOXO*. [PFD]. (Tesis de grado Universidad Nacional de Costa Rica. UNA: Facultad de Ciencias Exactas y Naturales, Escuela de Informática. Licenciatura en Informática con énfasis en sistemas de Información). Heredia, San José, Costa Rica.
- Nuño de León, P. (2012). *Administración de pequeñas empresas*. Red Tercer Milenio s.c. México. <https://acortar.link/WVsPSM>
- Pacheco, C. (2013). Estrategias empresariales más utilizadas por las pymes en Sincelejo. *Revista Económicas*. Barranquilla Colombia. <https://acortar.link/WVsPSM>
- Quintero, I. y Galvis, A., et al. (2019). *Capacidades de innovación retos y oportunidades para las microempresas* [PDF]. Editorial Redipe. Universidad Pontificia Bolivariana.
- Sandin, E. y Paz, M. (2003). *Investigación cualitativa en educación*. Madrid: McGraw-Hill.
- Ramos, A. y Durán, G., et al. (2020). *Las nuevas tecnologías como estrategia empresarial*. [PDF]. Universidad Autónoma de Chiapas. <file:///C:/Users/victo/Downloads/relayn-vol.4-num.1-enero-2020-completo-final-8-14.pdf>
- Sinónimos on line. (2022). *Diccionario de sinónimos on line*. <https://www.sinonimosonline.com/acerca.php>
- Terán, F. y García, N. (2020). Estrategias para el incremento de ventas: caso de microempresa Mundo de Ensueños. *Revista Investigación en Ciencias de la Administración: Enfoques*, Centro de estudios transdisciplinarios, Bolivia. <https://acortar.link/L1krER>
- Universidad Autónoma de Aguascalientes (2017) *La microempresa en México: un diagnóstico de situación actual* [PDF]. ISBN 978-607-8523-06-1. <https://acortar.link/WVsPSM>
- Uribe Beltrán, C. I. y Sabogal Neira, D. F. (2021). Marketing digital en micro y pequeñas empresas de publicidad de Bogotá. *Revista Universidad & Empresa* 23 (40), 1-22. <https://acortar.link/kUGcbk>
- Villasmil, M. y Reyes, J., et al. (2020). *Tipos de rentabilidad: consecuencias de una eficiente gestión estratégica de costos en empresas manufactureras de plástico 1*. Sello Editorial Tecnológico de Antioquia, Colombia. <https://acortar.link/rBHEyh>
- Zenteno, J. (2017). *El acceso al financiamiento de las microempresas de la región económica VII de los bosques, Chiapas y la importancia de la maximización de sus utilidades*. Universidad Autónoma de Chiapas, Facultad de Contaduría y Administración, Campus I. <https://acortar.link/MTcWBJ>