ESTADO NACIONAL de las MIPYMES 2012

Lizette Brenes Bonilla
Velia Govaere Vicarioli Compiladoras

Observatorio de MiPYMES
UNED
UNIVERSIDAD ESTATAL A DISTANCIA

Presentación

En el año 2006 se inició el proyecto denominado El Observatorio de las Mipymes, el cual ha sido desarrollado por medio de una trabajo interinstitucional de las siguientes entidades: como ente rector la Universidad Estatal a Distancia (UNED), con apoyo de la Universidad de Costa Rica, la Universidad Nacional y el Instituto Tecnológico de Costa Rica.

Desde sus inicios el Observatorio propuso, como parte de su trabajo, generar conocimiento sobre las empresas del país, ya que aunque la mayor parte del parque empresarial costarricense está compuesto por mipymes, es necesario saber con más detalle sus características principales.
Dentro del programa de trabajo desarrollado por el Observatorio se aplicó en el año 2007 una primera encuesta para diagnosticar la situación general de las mipymes. Actividad que fue coordinada por el Observatorio del Desarrollo de la Universidad de Costa Rica, mediante la ejecución técnica de la Unidad de Servicios Estadísticos (USES) de la Escuela de Estadística.
Con el propósito de darle continuidad al diagnóstico de 2007, se decidió realizar una segunda encuesta en el año 2011 con la coordinación del Observatorio del Desarrollo y la USES, ambas de la Universidad de Costa Rica.

El presente documento tiene como propósito presentar los detalles del diseño de la muestra y algunos resultados básicos del trabajo de campo, con el propósito de ubicar los análisis ulteriores y específicos dentro de las temáticas de la encuesta.

Prefacio

Por:

Lizette Brenes

Catedrática de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica, Doctora en Ciencias económicas y empresariales, estudios de posgrado en gestión, gerencia y calidad. Amplia experiencia en gestión de redes, vinculación universidad, empresa, gobierno. Conferencista consultora y académica internacional. Ha publicado cuatro textos universitarios y numerosos artículos en reconocidas revistas indexadas internacionales y ponencias en Congresos. Actualmente es la Vicerrectora de Investigación de la UNED.

Velia Govaere

Abogado con especialidad en derecho comercial internacional con más de 15 de experiencia laboral en Centroamérica y el Caribe. Licenciada en Derecho de la Universidad de Costa Rica, realizó estudios de posgrado (maestría) en la Universidad de Michigan, en los Estados Unidos. Se desempeñó como Viceministra de Economía, Industria y Comercio (MEIC) en la Administración Arias y ha sido consultora del BID, de la USAID y de la OEA. Ha trabajado diseñando políticas públicas en la gestión del comercio exterior para Centroamérica y el Caribe. Durante 12 años coordinó la maestría de Derecho Económico de la UNED y actualmente es directora del Observatorio de Comercio Exterior (OCEX) de la Universidad Estatal a Distancia. Ha publicado y coeditado 4 libros bajo el sello editorial EUNED en materia de comercio exterior, Tratados de Libre Comercio y Políticas Públicas de PYMES. Colaboradora de la página de opinión de La Nación desde 1993 a la fecha, tiene amplia trayectoria como formadora de opinión en temas de económicos, sociales, de comercio exterior, competitividad, políticas públicas, comunicación estratégica y género, entre otros.

En Costa Rica, la mipyme responde prácticamente por el 98% del tejido empresarial nacional. Ese es el hormiguero que origina la mitad del empleo formal, pero menos de un tercio del PIB nacional (28%). El paradigma de la creación de empleos descansa en ellas porque son responsables de la mayor parte de ellos, pero la mayor parte de ellas son informales, tienen una expectativa de vida corta y tienen la debilidad de brindar un bien o un servicio de bajo valor agregado, como lo prueba su baja participación en el PIB costarricense.

En las mipymes se refleja un escenario de empresas heterogéneas, por su origen y objetivo, tipo de actividades, sector económico, acceso al crédito, niveles educativos, valor agregado de sus bienes y servicios y muchas otras variables que determinan la necesidad de información específica como punto de partida para el diseño de políticas públicas eficaces y pertinentes. La ausencia

de información factual oportuna sigue siendo, hoy como ayer, el "Talón de Aquiles" en el diseño de políticas públicas que realmente tengan incidencia en el mejoramiento de las condiciones de las mipymes.

El resultado más notorio de una visión genérica, indiferenciada y basada en presunciones no corroboradas son políticas públicas de apoyo a las mipymes que no pueden cumplir con el objetivo de satisfacer las necesidades reales de estas empresas. En nuestro país, lo prueba con dolor y vergüenza ajena, las graves carencias técnicas en la elaboración de la Ley del Sistema de la Banca de Desarrollo, que tuvieron en su origen la pobreza de análisis funcional del sistema financiero. Todo esto contribuyó a un sistema defectivo que sigue en proceso eterno de reformas legales, que eran para ayer, pero que tampoco estarán listas mañana.

De ahí la trascendencia nacional que tiene la creación de OMIPYME en las Universidades Estatales, como respuesta académica que incorpora la capacidad universitaria instalada y personal especializado en generación de conocimiento. El Observatorio de MIPYMES es resultado de la vinculación entre cuatro Universidades Estatales costarricenses, que articulan así con otros actores para nutrir con estudios pertinentes la generación de nuevas políticas públicas bajo un abordaje integral.

La creación del Observatorio de MIPYMES (OMIPYME) ha permitido la creación de un marco de coordinación sistémico, amplio y fluido entre sectores académicos, privados e institucionales, para asumir, desde la Academia, la recolección y el procesamiento de información sobre el comportamiento de esta categoría de empresas.

OMIPYME presenta la segunda Encuesta Nacional de la MIPYME costarricense, fruto de la vocación académica de generar fuentes de información confiables. OMIPYME responde así a una demanda sistemática y perentoria de estudios estadísticos y datos actualizados, requeridos por las empresas, los actores políticos y la sociedad civil, que se nutren de los resultados investigativos del Observatorio.

En este segundo Diagnóstico de las mipymes volvemos a separar mitos de realidades, mejoramos nuestro entendimiento de las formas concretas de funcionamiento empresarial de este segmento productivo y de sus características diferenciadas con el propósito de ofrecer al país un estudio

científico que aborda anatomía, fisonomía y fisiología reales del cuerpo social de las mipymes costarricenses.

Estas encuestas de OMIPYME se han convertido en la principal fuente de información sistémica de nuestras mipymes, ya que las bases de datos oficiales carecen precisamente de ese carácter holístico, dada su vocación informativa hacia áreas temáticas puntuales.

La segunda encuesta de OMIPYME, plasmada desde varios ángulos temáticos en los XX capítulos de este libro, es la fuente más sistémica de información en Costa Rica sobre las características y el desempeño de las Mipymes costarricenses. Se recogen en cada uno de esos capítulos, el análisis de datos a nivel de empresa, de una gran muestra representativa de 1167 empresas, el 51% de las cuales son microempresas, el 34% empresas pequeñas y un 15% de empresas de tamaño mediano.

Con esta obra y a través de cada uno de sus capítulos, OMIPYME ofrece al país información actualizada y autorizada sobre:

La composición de las empresas por tamaño y actividad productiva;

El comportamiento exportador de este tipo de empresas, donde no solo se analiza el desempeño exportador de la mipyme sino que se agregan, por primera vez, datos e información sobre el estado de situación del encadenamiento de la mipyme;

El papel de las mujeres como empresarias en este segmento productivo;

El modelo de gestión de las mipymes;

El acceso y uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) por parte de estas empresas;

Las actividades de innovación que realizan las mipymes;

Las actividades de capacitación y formación que se llevan a cabo en estas empresas.

Cabe destacar como que esta obra contiene dos áreas novedosas donde se refleja el esfuerzo de mejora constante de OMIPYME, en la primera geo-

referenciación de las mipymes en el territorio costarricense y en el análisis de la composición del segmento mipyme desde una perspectiva de género.

Este esfuerzo constituye un importante aporte al acervo de conocimientos sobre las características, retos y oportunidades de las mipymes de Costa Rica. Hasta ahí puede llegar la academia. Compete ahora al Estado asumir esta información y transformarla en políticas públicas eficientes, articuladas y holísticas.

Es nuestro mayor deseo, y el de todos los colaboradores de OMIPYME, descubrir, en la futura tercera encuesta de mipymes, que nuestro país viva ya una realidad más cercana a la solidaridad y a la equidad que se merecen las empresas que más hacen para que no se vaya, en nuestro país, a la cama ningún niño y ninguna niña sin comer.

Prólogo

Costa Rica es una economía pequeña y abierta al comercio internacional, la cual ha mostrado un sólido crecimiento durante las últimas décadas y donde aproximadamente el noventa y ocho por ciento (98%) de sus empresas se caracterizan por ser micros, pequeñas y medianas (Mipymes). No obstante el crecimiento mostrado por esta economía, no se ha logrado una reducción en el nivel de pobreza y de desigualdad en el país. Esta situación está asociada al rezago que las Mipymes tienen en muchas dimensiones respecto a empresas de mayor tamaño. De hecho, la literatura apunta a que este resultado es producto de una serie de restricciones que enfrentan las Mipymes, tales como la falta de acceso al financiamiento, débil capacidad de administración y carencia de habilidades por parte de sus empleados, imposibilidad para explotar economías de escala, información imperfecta sobre oportunidades de mercado, poco acceso a las nuevas tecnologías y métodos de organización del trabajo, excesivos trámites burocráticos para su creación y operación, entre otras restricciones asociadas con el clima de inversión.[1]

Las restricciones señaladas tienen serias repercusiones sobre el desarrollo de las Mipymes y por ende de la economía en general. Tales restricciones hacen que la mayoría de las Mipymes que nacen permanezcan pequeñas, fracasen en convertirse en exportadoras, y experimenten altos costos de transacción y elevadas tasas de quiebra.[2] *Además, la mayoría de estas empresas tienden a convertirse en actividades productivas de muy baja productividad, las cuales brindan principalmente un medio de supervivencia para los pobres –microempresas de autoempleo.*[3] *Esta situación impide a Costa Rica contar con una mayor cantidad de medianas y grandes empresas, que tienen mayor capacidad de producción y potencial de crecimiento que las micro y pequeñas empresas, un fenómeno al cual se le ha dado en llamar "la falta de medianas" (the missing middle phenomenon). Todo lo anterior debido a que el*

---

[1] *Doing Business 2011: Making a difference for entrepreneurs, World Bank, 2010.*

[2] World Bank (2006): World Development Report 2006: Equity and Development. Washington DC: World Bank / Oxford University Press.

[3] *La Era de la Productividad: Cómo Transformar las Economías desde sus Cimientos* (www.iadb.org/WMSfiles/products/research/dia/2010/files/DIA_2010_Spanish.pdf)

peso relativo de las restricciones señaladas es mucho mayor para las micros y pequeñas empresas, que para empresas de mayor tamaño.

El contexto en que se desarrollan las Mipymes costarricenses se complica aún más al considerar ciertas características de la economía mundial. En primer lugar, el surgimiento de la economía del conocimiento a partir de las últimas décadas impone nuevos retos, tales como garantizar el acceso de las Mipymes a las tecnologías de la información y comunicación (TICs), así como el desarrollo de habilidades y destrezas del recurso humano que permitan a estas empresas enfrentar con éxito los desafíos y aprovechar las oportunidades del nuevo entorno.

En segundo lugar, la entrada de nuevos e importantes actores al comercio mundial -China, India y los países de Europa Central- plantea un nuevo desafío, puesto que altera la gama de estrategias posibles para el desarrollo de nuevas ventajas comparativas para países como Costa Rica. Básicamente los salarios de nuestro país son demasiado altos para poder competir en la producción de bienes intensivos en el uso de mano de obra no calificada, y al mismo tiempo, la productividad de Costa Rica es demasiado baja, en términos relativos, para competir con éxito contra los países industrializados en la producción de mercancías intensivas en el uso de mano de obra altamente calificada (conocimiento).[4]

En tercer lugar, la globalización expone a Costa Rica a mayores riesgos de crisis sistémicas, tal como sucedió con la crisis financiera mundial 2008/2009. Esta situación hace más vulnerable a las Mipymes costarricenses, especialmente aquellas que participan activamente en cadenas globales de valor.

Finalmente, durante las últimas décadas ha existido una tendencia importante hacia la definición de políticas que promuevan el crecimiento y desarrollo de las Mipymes en Costa Rica, debido a su importancia tanto para la estabilidad social como para el crecimiento económico del país. En muchos casos, sin embargo, los hacedores de políticas (policy makers) no han contado con información estadística fehaciente sobre las principales características, retos y oportunidades de este segmento del parque productivo nacional. Más aún, el monitoreo y la evaluación de tales políticas generalmente no satisface

[4] Abugattas L, Paus E (2008), "Policy space for a capability-centered development strategy for Latin American", en Sanchez-Ancochea D, Shadlen K, editors. *Responding to globalization in the Americas. The political economy of hemispheric integration*. New York, Macmillan, USA.

los estándares académicos e internacionales de calidad, debido a la falta de datos sobre las Mipymes. Esta situación revela la necesidad de contar con información confiable sobre las características y el desempeño de las Mipymes costarricenses; es decir, contar con datos a nivel de empresa. Cualquier investigación en este campo proporcionaría nuevo conocimiento sobre el quehacer de las Mipymes, lo cual es de suma importancia para la definición de políticas que favorezcan el crecimiento inclusivo de este importante segmento del parque productivo costarricense.

En el año 2011 el Observatorio de Mipymes llevó a cabo la segunda encuesta sobre el sector de las Mipymes, entrevistando a una muestra representativa de 1167 empresas de este sector, de las cuales el 51% son microempresas, 34% pequeñas y 15% medianas. Un 12.2% de estas empresas operan en el sector agrícola y pesca, un 30.4% en el comercio, un 48.1% en otros servicios y 9.3% en la industria manufacturera. Con base en los resultados de esta encuesta, un destacado grupo de investigadores han elaborado un importante conjunto de informes los cuales se presenta un análisis por temas de los resultados. En síntesis, se aborda un importante abanico de temas como el comportamiento exportador de este tipo de empresas; el origen de este tipo de empresas; el papel de las mujeres como empresarias en este segmento productivo; el modelo de gestión de las Mipymes; el acceso y uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) por parte de estas empresas; las actividades de innovación que realizan las Mipymes y su sostenibilidad; las actividades de capacitación y formación que se llevan a cabo en estas empresas; el peso de la regulación en las Mipymes; el acceso a fuentes de financiamiento, y la geo-referenciación de las Mipymes en el territorio costarricense. Este esfuerzo constituye un importante aporte al acervo de conocimientos sobre las características, retos y oportunidades de las Mipymes de Costa Rica.

En el primer capítulo, Juan Carlos Leiva nos describe el fenómeno emprendedor o proceso de creación de empresas en Costa Rica. Afirma el autor que demográficamente el emprendedor costarricense es un hombre (83%), ubicado mayoritariamente en el rango de edad de entre 25 a 34 años (39,6%), aunque con matices diferentes según se trate de sexo, tamaño y sector de la empresa. Hay alta presencia de personas con educación universitaria (53%). Laboralmente la persona emprendedora al momento de crear su propia firma tenía un trabajo fijo (67,9%), no tenía experiencia como empresario (71% a 84% según sexo) y dependía mayoritariamente de los ingresos de su nueva empresa (68,7%). En cuanto a la motivación que impulsa el emprendimiento, en

términos generales fue mayoritariamente el deseo de independencia (68%) y respondiendo a oportunidades percibidas en el entorno. Otras características generales son la poca presencia de empresas tipo spin off (33% de las firmas), además que son emprendimientos individuales (55%), es decir con poca presencia de socios. Es al analizar los resultados por sexo donde si hay diferencias muy interesantes. Con la salvedad que las mujeres emprendedoras son una minoría (17% media general), los resultados en cuanto a la edad de inicio, las motivaciones y el grado de asociatividad muestran diferencias muy interesantes de profundizar en otros estudios. Por ejemplo las mujeres emprenden, proporcionalmente, más jóvenes (menos de 24 años) y más adultas (más de 50 años) que sus contrapartes hombres y estas diferencias se concentran en sectores como el industrial. Las mujeres emprenden más con socios. Las motivaciones que las impulsan, definidas en términos de negocios por oportunidad versus necesidad, también son diferentes. En términos del contexto en que surgen los emprendimientos, Juan Carlos encuentra que los emprendedores arrancan fuera de sus casas de habitación (80%), con fondos propios (alrededor del 80%) y haciendo todos los trámites requeridos desde el inicio (60%). Una mayoría importante (cerca del 75%) no consideró importante pedir prestado. Este último elemento constituye un asunto de sumo interés para futuros estudios. En términos generales, concluye el autor que las personas emprendedoras costarricenses en general son similares a sus colegas de contextos cercanos y que internamente los resultados arrojan una serie de diferencias según sexo interesantes de abordar, para conocer mejor al emprendedor y la emprendedora costarricense.

El capítulo segundo sobre el modelo de gestión de las Mipymes, escrito por Lilly Cheng, trata de identificar las variables que influyen en el desempeño organizacional de las Mipymes. La autora encuentra que a nivel de gerencia el 46,6% de las Mipymes presenta el liderazgo de un jefe, el 23,6% dos, el 11,3% tres y el 15,6% cuatro jefes. Además, existe una mediana influencia familiar en los puestos clave de las estas empresas, ya que un 31% de los puestos de trabajo es ocupado por familiares. Respecto a las áreas de mayor importancia en la gestión administrativa, el 39,7% mencionó la satisfacción de los clientes, el 20,7% los resultados de las ventas, el 9,6% el flujo de efectivo, el 8,5% el manejo de costos y el 8,5% la producción. Los principales obstáculos de las Mipymes, durante los últimos doce meses fueron: la crisis económica (20%), disminución en las ventas (20%), problemas de liquidez (11%), aumento de la competencia (8%), falta de personal (7%) e incremento en los costos (6%). A pesar de estos obstáculos, las expectativas de inversión fueron positivas ya que

el 58.6% de los empresarios(as) afirmaron planear invertir en la empresa durante los próximos doce meses. La existencia de una relación empresarial o de asociatividad es una práctica poco frecuente en este sector productivo (14,2% de las empresas lo hacen). El mercado interno (Costa Rica) constituye el principal destino de la producción de bienes y servicios de las Mipymes, pues en él se encuentra el 91,5% de los clientes de estas empresas. Es mercado es, a su vez, la principal fuente de donde se proveen las empresas (75.2% de los proveedores son nacionales). Estos resultados muestran que la participación de la Mipymes en el mercado internacional es muy baja, tanto a la hora de vender sus productos como de adquirir sus materias primas e insumos. Es interesante destacar que para la mayoría de las Mipymes los tratados de libre comercio no han tenido impacto (64%), para un grupo pequeño han sido beneficiosos (16%) y sólo par aún 9% tales arreglos comerciales les ha impactado en forma negativa.

En el capítulo tercero sobre Leonardo Chacón nos presenta un análisis sobre los trámites que debe enfrentar una Mipyme en Costa Rica para la apertura y operación de un negocio. El autor muestra las diferencias de la formalización en los grupos de empresas de tamaño "micro", separando los resultados para micros de uno, dos, tres y cuatro empleados permanentes. Los resultados muestran que el cumplimiento de todos los trámites para la apertura y operación de un negocio tiende a ser mayor conforme aumenta el tamaño de la empresa, por ejemplo un 72% de las micros con cuatro empleados cumplieron todos los trámites desde el inicio de sus operaciones, lo que contrasta con un 45% de las micros con dos empleados. Adicionalmente se agrupan las percepciones sobre los trámites, a partir de dos dimensiones para caracterizar las empresas: las TICs y la capacidad de gestión. Para cada una el autor define tres y cuatro categorías respectivamente, a fin de disponer de un criterio sobre su mayor o menor orientación al uso de TICs y una mayor o menor capacidad de gestión y su respectiva valoración sobre los trámites. Los resultados muestran como los grupos de empresas con una mayor orientación a las TICs y una mayor capacidad de gestión presentan mayores niveles de cumplimiento de los trámites desde el inicio, 64% y 68% respectivamente, lo cual contrasta con el promedio de todas las empresas de un 48%. Las valoraciones del capítulo buscan reflejar como el contexto de las regulaciones incide en las Mipymes, y cómo tales regulaciones constituyen barreras de distinto grado para grupos de empresas de diferentes tamaños.

El capítulo cuarto sobre el acceso y uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), elaborado por Rytha Picado y Ana

Cristina Rivas, aborda los temas del acceso y uso de equipo informático, la Internet, el comercio electrónico, la Internet celular, la banca electrónica y las redes sociales por parte de las Mipymes. Entre los principales resultados obtenidos a partir de los datos recolectados en la encuesta se puede concluir que las Mipymes costarricenses conocen la importancia del uso de las TIC y las diversas aplicaciones de éstas como apoyo a la operación del negocio. Para el año 2011 el 84,2% de las Mipymes costarricenses tenían computadoras, y de estas un 91.7% estaban conectadas a la red. Lo cual pareciera indicar que el uso y aprovechamiento de los servicios que se brindan en línea ha cobrado importancia por parte de las Mipymes. No obstante este resultado, el uso de la Internet para realizar actividades de comercio electrónico es relativamente bajo, siendo las empresas del sector manufacturero y las empresas pequeñas, las que más hacen uso del mismo, en el pago o compra a proveedores (65.2% y 60,4%, respectivamente). En el área de la capacitación la Internet es poco usada por las Mipymes, donde las empresas del sector de servicios y las medianas empresas son las que más utilizan esta herramienta para estos propósitos (17% y 20,1%, respectivamente). Con respecto a la utilización de la Internet celular cuando los empresarios están fuera de la empresa, la necesidad se orienta a la utilización del correo electrónico (82.8%). Los servicios de banca electrónica, por sus parte, son muy usados por las Mipymes, toda vez que sólo una quinta parte de ellas no usan dicho servicio (21,1%). Las redes sociales no son realmente aprovechadas por las Mipymes, ya que, a nivel de sector o actividad, el porcentaje más alto lo presentan las empresas del área de servicio, con un 35.6%.

En el capítulo quinto sobre las actividades de capacitación y formación que se llevan a cabo en estas empresas, Shirley Benavides señala que sólo el 25% de los empresarios del sector de las Mipymes cuenta con educación universitaria, mientras el resto cuenta con niveles de educación técnica, secundaria y primaria. Las empresas del sector de servicios son las que han contratado mayor cantidad de profesionales, en tanto las del sector agrícola y pesca son las que emplean mayoritariamente trabajadores con educación primaria. Por su parte las empresas dedicadas al comercio e industria contratan mayoritariamente trabajadores con educación primaria y secundaria. Por tamaño, la autora señala que la distribución por nivel educativo es bastante homogénea, donde las microempresas cuentan con mayor porcentaje de empleados con formación técnica. La mayoría de las Mipymes invierte en sus empleados ya que consideran importante su formación y actualización de conocimientos. Con respecto a donde los empresarios obtienen la capacitación

para sus empleados, se obtuvo que los principales proveedores son: los consultores externos y el propio personal de la empresa. Otros actores como centros de capacitación públicos son menos empleados para obtener conocimientos que mejoren el desempeño productivo de estas empresas. Las principales necesidades de capacitación identificadas incluyen el servicio al cliente y lo relacionado con el manejo de las tecnologías de la información y comunicación (TIC).

El capítulo sexto sobre las actividades de innovación que realizan las Mipymes y su sostenibilidad, Shirley Benavides encontró que el 58.7% de estas empresas indicaron que sí habían desarrollado innovaciones durante los últimos tres años. Siendo las empresas cuyos dueños cuentan con mayor grado de escolaridad las que realizan este tipo de actividades. Las Mipymes menos innovadoras se encuentran en el sector agrícola y de pesca. La mediana empresa es la que dedica más esfuerzos a la innovación, seguida por la pequeña. La mayoría de las innovaciones versan sobre diseño de los productos y servicios que brindan, acompañadas de mejoras en la calidad del servicio al cliente. Cabe destacar que el 59% han materializado esfuerzos en pro del medio ambiente en lo que se trata al manejo de residuos y reciclaje. En cuanto al impacto que las innovaciones han tenido en los puestos de trabajo, un 56,3% de las Mipymes indican que han generado efectos positivos; mientras un 35,5% manifiesta lo contrario. En la industria un 61% obtuvo impacto positivo, seguido del sector de servicios con un 59%, comercio con 56% y la agricultura y pesca con un 46%. En relación con el tamaño de la empresa, el 73% de las medianas lograron un impacto positivo de las innovaciones, un 62% de las pequeñas y un 51% de las microempresas. Un elemento importante como resultado de las innovaciones, es el registro de patentes. Sólo un 19,9% de las Mipymes que innovan tienen registrada al menos una patente. Las empresas dedicadas al comercio e industria son las que señalan el mayor porcentaje de registro de patentes, con un 27 y 21%, respectivamente. Según tamaño de la empresa, las medianas son las que más generan patentes (28%) versus las pequeñas (24%) y las micros (17%). Estas patentes son empleadas principalmente en el mercado costarricense, principal mercado de las Mipymes. En materia de innovaciones de procesos las empresas del sector servicios son las que más innovaciones realizaron (75%), mientras que por tamaño lo fueron las microempresas (74%). En relación con las mejoras realizadas en la organización, de nuevo son las empresas de servicios las que más realizan este tipo de innovaciones (78%), así como las microempresas (81%).

El capítulo séptimo, sobre el papel de las mujeres como empresarias en este segmento productivo, elaborado por Lizette Brenes y Ligia Bermúdez nos reporta que sólo el 10% de las Mipymes son propiedad de empresarias. Un resultado similar al obtenido en la encuesta del año 2007. La mayoría de estas empresas, sin embargo, son relativamente adultas -más de diez años de funcionamiento. Las empresas jóvenes propiedad de mujeres constituyen el doble, en términos porcentuales, que en el caso de los hombres (16.8% versus 8.8%). Consistente con el hecho de que la mayoría de las Mipymes del país son microempresas, la mayoría de las empresas propiedad de mujeres pertenecen a esta categoría. Además, estas empresas operan principalmente en el sector comercio y otros servicios, como consultorías, outsourcing, hospedaje y alimentación. En materia de emprendimientos las mujeres cuentan con mayor grado de formación universitaria que los hombres (59% versus 44%), han tenido menos experiencia empresarial que los varones (16% tenían una empresa antes versus 29% en el caso de los hombres). En materia de financiamiento, las mujeres siguen teniendo que emplear sus propios recursos, siendo esta situación un 10% más frecuente que en el caso de los hombres. Es interesante observar que las mujeres empresarias utilizan menos la Internet que los varones, no obstante que éstas tienen mayor grado de formación profesional. Por otra parte, pareciera que las empresarias son ligeramente más innovadoras (60.5%) que los empresarios (57.4%). Sólo un 5.5% de las empresas propiedad de mujeres participa del comercio internacional como exportadoras.

El octavo capítulo sobre el comportamiento exportador de las Mipymes, a cargo de Velia Govaere, nos muestra que casi una de cada cuatro (23.9%) de estas empresas participa directa o indirectamente en el esfuerzo exportador costarricense. Poco menos de la mitad (44.3%) lo hace de forma directa, mientras la mayor parte (55.6%) se encadena a otras empresas que exportan. Por sector de producción la mayor parte de las Mipymes exportadoras, directas o por encadenamiento, se vincula al sector industrial o al sector de agricultura y pesca, siendo este sector el de mayor participación en la categoría de encadenamiento. La importancia de las exportaciones, para estas empresas, se manifiesta en el porcentaje de sus ventas al exterior con relación al total de las ventas de la empresa. Es notorio que para el 70% de las Mipymes exportadoras sus ventas al exterior representan entre el 90-100% de su ventas totales. Se podría decir que el comportamiento exportador de las Mipymes está asociado a su tamaño. Las empresas medianas son las más representativas, ya que el 24.4% de ellas ha realizado una exportación directa en los últimos doce meses (un 11.4% encadenado), mientras que solamente un 15.4% de las empresas

pequeñas exportaron de forma directa (7.4% encadenada) y un 6.3% de las micro (7% encadenada). Igual observación se podría hacer con relación a su consolidación en el mercado externo. Así, mientras solo un 19% de las microempresas exportadoras vendían al exterior desde hace más de 20 años (previo a 1990), un 39.9% de las empresas medianas exportadoras muestran similar comportamiento. Lo que muestra que las empresas exportadoras medianas tienen una notable permanencia en el mercado externo, al cual venden exitosamente. Eso parecería indicar una aparente capacidad de supervivencia exportadora de acuerdo con el tamaño de las empresas. Sin embargo, el mayor desarrollo de Mipymes exportadoras se presenta en la última década -2001 al 2011-, donde aún con todos los negativos efectos de la crisis financiera mundial del 2008/2009, el 66.4% de las microempresas, el 51% de las pequeñas y el 45.8% de las medianas empresas exportadoras iniciaron su actividad exportadora en ese período.

Las Mipymes que exportan muestran una actividad exportadora relativamente constante. Casi la mitad (41.0%) de ellas indicaron que han exportado sin interrupciones desde que iniciaron esta actividad. Obviamente, las empresas medianas acusan las menores interrupciones (62.2%) y en ese orden, las pequeñas tienen desempeño exportador menos interrumpido (49.3%) que las microempresas (30.1%). Un importante hallazgo de la encuesta es el destino de las exportaciones directas de las Mipymes. Toda vez que América Central con la inclusión de Panamá, constituye el destino de más de un tercio de las exportaciones originadas por las Mipymes (20.8% a Centroamérica y 13.1% a Panamá). El segundo destino de exportación de estas empresas es, como era de esperar, los Estados Unidos (19%). Notable dato aportado por esta encuesta es que Europa es el tercer destino exportador de las Mipymes (14.9%), casi por encima de la proporción que representa ese destino para toda la exportación global costarricense. Eso marca el peso de ese mercado, desde el punto de vista de su impacto social y territorial. El segmento de exportación de servicios va tomando poco a poco auge también entre las Mipymes, ya que el 14.5% que exporta lo hace en el área de servicios, un 5.5% de forma directa y un 9% proveyendo servicios de forma encadenada a otras empresas exportadoras. La venta de servicios presenta un comportamiento muy dinámico. Las empresas que participan en él aparecen con mayor permanencia que en otras ramas, ya que el 26.8% de las Mipymes de servicios exportaban ya desde antes de 1990 y un 23.4% entre los años 1991-2000. De la misma manera que ese sector manifiesta un crecimiento acelerado en su participación en el esfuerzo exportador de Costa Rica, en las Mipymes casi la mitad de las

exportadoras de servicios iniciaron operaciones en la última década (49.8%). El destino principal de las Mipymes de servicios es América Central (17.4% Centroamérica y 7.3% Panamá).

Dentro de las ventas totales de las empresas que exportan, además de ofrecer servicios en el país, se manifiesta que el mayor volumen de ingresos viene por su actividad exportadora. Un 82.9% de las Mipymes exportadoras de servicios indicaron que las exportaciones representan más del 90% de las ventas totales de sus empresas. Un dato de contraste que manifiesta la encuesta es que a pesar de la relativa estabilidad y éxito exportador de las Mipymes que se atreven a enfrentar ese reto, el resto de las empresas encuestadas manifiestan poco interés en incursionar en los mercados externos. Solo el 2% de las empresas nacionales de servicios mostraron interés por el mercado internacional. En las empresas comerciales el porcentaje apenas aumentó un poco (5%). Solamente las empresas industriales (16%) manifestaron un interés por encima del 10%. Por tamaño, ningún segmento de Mipymes que no exporta manifiesta interés de hacerlo por encima del 10%, incluyendo las empresas medianas (9%).

En el capítulo noveno sobre el financiamiento de las Mipymes, Lizette Brenes y Ligia Bermudez muestran que la mayoría de las Mipymes (75%) utiliza como principal fuente de financiamiento sus propios ingresos. En el caso particular de las microempresas, este porcentaje aumenta al 77%. Respecto de otras opciones de financiamiento, los proveedores representan una alternativa relativamente importante para las empresas dedicadas a la industria y a los servicios; mientras que los préstamos personales son utilizados en un porcentaje más alto por las empresas dedicadas a la agricultura y pesca. Los préstamos diseñados para Mipymes son la fuente de financiamiento que muestra el menor porcentaje general (2,2%). Del total de Mipymes entrevistadas el 38% afirmó haber solicitado un crédito durante los últimos cinco años. Por rama de actividad, las Mipymes industriales fueron las que solicitaron crédito en mayor porcentaje (47%) y, al contrario, las empresas de servicios lo hicieron en menor proporción (35,5%). Con relación al tamaño, el 48,5% de las empresas medianas solicitaron crédito, y el porcentaje más bajo corresponde a las microempresas (33%). Respecto a las entidades donde fueron solicitados los créditos, el Banco Nacional fue mencionado en primer lugar (29%), seguido del Banco de Costa Rica (11,8%). Los resultados de las solicitudes fueron favorables para la mayoría de empresas, ya que se aprobaron el 95% de los créditos solicitados. La mayoría de los créditos se solicitan para

compra de bienes de capital, así como para la adquisición de inventario, vehículos y mobiliario. En promedio, las Mipymes deben destinar un 16% de sus ingresos mensuales para el pago del crédito recibido. Por rama de actividad el porcentaje más alto corresponde a las empresas comerciales (20%) y por tamaño a las microempresas, con un promedio de 19%. Si se comparan los resultados anteriores con los obtenidos en la primera encuesta (OMIPYME, 2007) el porcentaje de los ingresos que las Mipymes destinan para el pago mensual de un préstamo aumentó, al pasar de un 11.9% en el 2007 a un 16% en el 2011.

Respecto de las fuentes de financiamiento externas que más utilizan o han utilizado las Mipymes, el porcentaje más alto corresponde a los bancos públicos con un 36,5%. La segunda fuente en orden de importancia son los proveedores y la tercera los bancos privados. Los parientes o amigos también constituyen una fuente importante para el 5,5% de las empresas. De nuevo, los fondos diseñados para MIPYMES, como PROPYME y los fondos del Sistema de Banca para el Desarrollo, aparecen entre las opciones de financiamiento con menores porcentajes de utilización (2%). El tema de financiamiento sigue siendo un tema importante en materia de política pública. En general, el 16,6% de las MIPYMES consideran que han perdido oportunidades de negocio por no conseguir financiamiento. Este resultado es superior al 12,8% obtenido en el 2007, lo cual pareciera indicar que las empresas perciben menos posibilidades de contar con un financiamiento externo oportuno para su desarrollo actualmente. El porcentaje más alto de pérdida de negocios por falta de financiamiento corresponde a las empresas industriales (25%) y el más bajo a la agricultura y pesca (15,4%). Así mismo, por tamaño de empresas, las micros y pequeñas empresas muestran porcentajes del 17% de pérdidas de negocios en contraste con las medianas de un 5,4%. Las cuatro principales oportunidades de negocios que consideran haber perdido las Mipymes por falta de financiamiento están relacionadas con la compra de maquinaria (13%), adquisición de materia prima o inventario (12,3%), construcción, ampliación o remodelación de la empresa (11,6%) y compra de propiedades (10%). Actualmente, hay necesidades de financiamiento manifiestan por un 40% de las Mipymes, las cuales en orden de importancia corresponden a la actualización de equipo o maquinaria, ampliación del negocio, capital de trabajo, adquisición de mercadería y ampliación del inventario.

Finalmente, en el décimo capítulo, Oscar Chacón presenta por primera vez en el país un análisis sobre la geo-referenciación de las Mipymes, ubicando

geográficamente un total de 6707 negocios en las áreas de comercio, servicios, industria y transporte dentro del Gran Area Metropolitina, según los datos obtenidos a partir del levantamiento geográfico que dio paso el Censo Nacional 2011. De este capítulo se puede concluir que los cantones con mayor concentración de empresas del sector comercio son Alajuela, San José y Desamparados, mientras las empresas del sector industrial se concentran más en Alajuela, Cartago y San José. Las Mipymes de servicios presentan una concentración un poco diferente, siendo los tres principales cantones de concentración San José, Goicoechea y Desamparados. Finalmente en el caso de transporte la concentración más importante se observa en los cantones de San José, Heredia y Alajuela. En adición a esta información, el autor presenta los resultados de un análisis de la distribución de servicios por área comercial y servicios, contemplando a los empleadores como a los trabajadores. Además, muestra una nueva herramienta de consulta en la Web de mapas temáticos.

Se espera que la información brindada en este libro sirva para la discusión en una amplia gama de temas de la mayor importancia para el desarrollo de las Mipymes costarricenses. Así como para motivar investigaciones de mayor alcance que ayuden a la formulación de políticas públicas en estos campos. Todo lo cual permitiría reforzar aquellas áreas en las cuales se cuenta con importantes fortalezas y atender adecuadamente las necesidades o debilidades de este tipo de las Mipymes costarricenses.

Ricardo Monge González
Secretario Técnico
Consejo Presidencial de Competitividad e Innovación
Gobierno de la República de Costa Rica

Origen de la empresa

Juan Carlos Leiva

Profesional en Administración Pública de la Universidad de Costa Rica, con experiencia en investigación aplicada y docencia en temas sobre administración pública, políticas públicas e información para la toma de decisiones.

Introducción

La creación de empresas es un tema relevante para el desarrollo socioeconómico de los países (Audretsch & Keilbach, 2004; Van Stel, Carree y Thurik, 2005), para que sea efectiva y rinda los frutos que se esperan de ella, debe considerarse tanto a la persona que crea la empresa como el contexto que la rodea (GEM, 2008). Por tal motivo esta publicación abarca ambos tópicos y este capítulo en específico analiza a la persona emprendedora al momento de iniciar su empresa así como algunos elementos del contexto costarricense.

A la luz de lo señalado, este capítulo tiene como objetivo aportar en el conocimiento del fenómeno emprendedor en Costa Rica. El fin último es conocer mejor el proceso creador de empresas para que de esta forma los mismos empresarios, hacedores de política pública y académicos, tomen mejores decisiones.

Antes de iniciar es valioso plantear los antecedentes del tema, o lo que es igual, preguntarse en primer término, ¿qué sabemos sobre estas personas en Costa Rica? No hay un estudio exhaustivo que diga cómo es el "emprendedor promedio" costarricense pero existen algunos buenos acercamientos.

Por ejemplo, el *Primer Estado Nacional de las Mipymes,* publicado en 2009 por el Observatorio de las micros, pequeñas y medianas empresas (Omipymes) perfiló al emprendedor costarricense de empresas formales de tamaño micro, pequeña o mediana, aplicando una encuesta a 809 emprendedores en el territorio costarricense (Brenes y Govaere, 2009). Por su lado, el Informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) del año 2010 para Costa Rica (Lebendiker, 2010) también proporciona una pincelada de los emprendedores nacientes y consolidados mediante una encuesta a 2000 personas. Finalmente, trabajos patrocinados por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) proporcionan un conocimiento básico de los emprendedores dinámicos nacionales, es decir aquellos con empresas que crecen a un ritmo considerablemente mayor que sus pares (Kantis, Angelelli, y Koenig 2004; Kantis, Ishida, y Komori 2002; Leiva 2002).

Es vital mencionar que los trabajos citados previamente fueron hechos con metodologías y enfoques distintos, por lo cual no son completamente comparables al nuestro ni entre ellos, pero sí permiten de forma conjunta dar un vistazo a ciertas características personales y condiciones del entorno costarricense para la creación de empresas.

De forma muy resumida, previo a esta publicación, hay indicios de que en las etapas iniciales el emprendimiento se presenta tanto entre hombres y mujeres

(Lebendiker, 2010), pero cuando se habla de empresas creadas, un 73% son de hombres, en 55% de los casos con educación universitaria, con una edad que ronda los 35 a 49 años y un promedio cercano a los 36 años cuando funda su empresa (Leiva, 2009). Hay indicios también que estas características no marcan diferencia con las empresas más dinámicas (Kantis et ál. 2004, 2002; Leiva 2002).

Asimismo se dispone de evidencia (Leiva, 2009) para afirmar que 72% de los emprendedores no posee experiencia previa en este tipo de labores pero sí como empleados en otras empresas (64%). Además que una mayoría importante (entre 65 y 68%),sigue combinando labores de empleado u otras, con su rol de empresario (Lebendiker, 2010).

En cuanto a la motivación, la evidencia disponible señala al deseo de independencia, de incrementar ingresos y el conocimiento del negocio como los más relevantes, y además destaca que la mayoría son impulsados por aprovechar oportunidades más que por una necesidad de supervivencia, es decir en este caso crear una empresa como subsistencia al no encontrar otra forma de ganarse la vida (Lebendiker, 2010; Leiva, 2009).

Finalmente, con respecto al contexto, la evidencia aportada por Leiva (2009) indica que el acceso al crédito para iniciar una empresa es limitado (68% se financia con fondos propios exclusivamente), que los problemas más comunes son de índole económico y de mercado, mientras que el elemento más favorable es el acceso a proveedores. Además la mayoría se ubica en el sector servicios (Leiva, 2009), en especial los dirigidos a personas (Lebendiker, 2010). Como dijimos previamente, a partir de estos antecedentes, nuestro objetivo es aportar en el conocimiento del fenómeno emprendedor en Costa Rica.

Lo que resta del capítulo ha sido ordenado de la siguiente forma. En primer lugar una sucinta revisión teórica para fundamentar el trabajo, seguido de los resultados y cerrando con las conclusiones. La metodología no se incluye en este capítulo por haber una general para todo el estudio objeto de este libro.

Marco conceptual

La creación de empresas teóricamente hablando es un campo de estudio dentro del área del *entrepreneurship*, el cual se halla en plena evolución, es decir carece de un cuerpo teórico consensuado que permita estudiar el fenómeno desde una única perspectiva (Brush, Manolova y Edelman, 2008). Siempre dentro del campo de la creación de empresas, puede señalarse que hay diversos tópicos de interés. Uno de ellos, en línea con nuestro trabajo, es identificar los emprendedores y las condiciones en las cuales emprenden.

La identificación de los emprendedores *per ser* no es relevante a menos que se liguen con las condiciones del contexto en el cual se emprende (Low y Macmillan, 1988). Al respecto podemos señalar algunos modelos que intentan esto. Por ejemplo Kantis et ál. (2002; 2004) proponen uno que combina una serie de factores personales y contextuales para entender el proceso creador de empresas (figura 1.1).

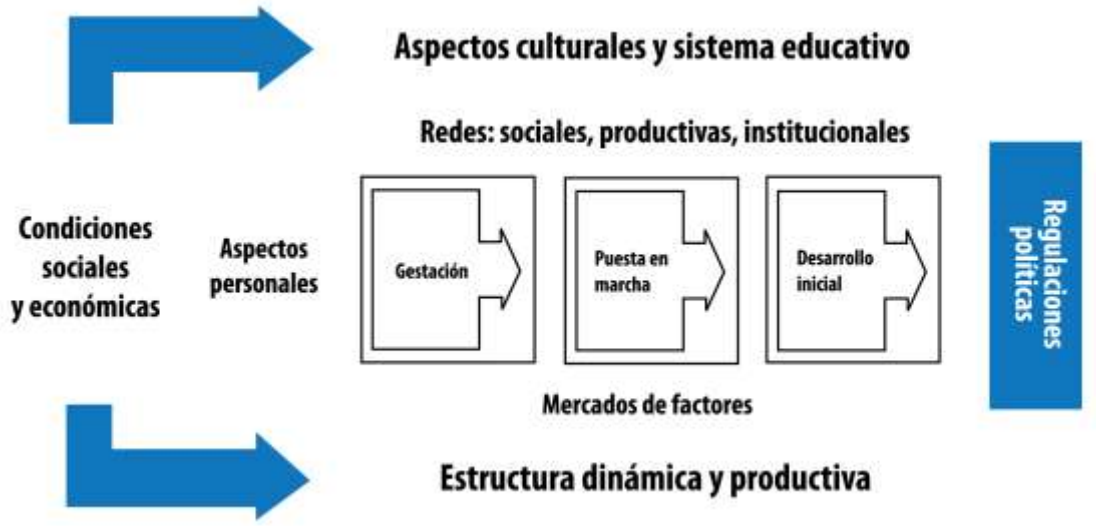


Figura 1.1. Modelo de creación de empresas de Kantis et ál. (2004).

Vemos de esa forma como se combinan aspectos sociales, económicos y personales, junto con otros elementos propios del proceso y el entorno, para intentar comprender la creación de empresas.

Otra propuesta interesante emana del GEM. En su planteamiento original este modelo esbozaba una serie de factores condicionantes divididos según se tratase de factores relativos al entorno (social, político y cultural) general del país o específicos del entorno emprendedor (Levie y Autio, 2008). En los primeros se citaban elementos como apertura de mercados, papel del gobierno, eficiencia de los mercados financieros, nivel e intensidad de la inversión en investigación y desarrollo, infraestructura física, habilidades de gestión, flexibilidad de mercados locales y la institucionalidad. En cuanto a los concernientes al entorno emprendedor se mencionaban aspectos financieros, políticas y apoyo gubernamental, educación, transferencia de investigación y desarrollo, infraestructura, legalidad, apertura de mercados locales, acceso a infraestructura física así las normas socioculturales.

A partir de dicho modelo original e incorporando la metodología del profesor Porter, el nuevo modelo revisado de GEM (2008) propone que los factores condicionantes variarán en función del estado de desarrollo económico en sus tres fases: economías dirigidas por los factores productivos, por la eficiencia y por la innovación. De esta forma surge una nueva propuesta que, como se ve en la figura 1.2, exhibe un

entorno social, cultural y político para el desarrollo del emprendimiento acorde al estadio de desarrollo de cada país.

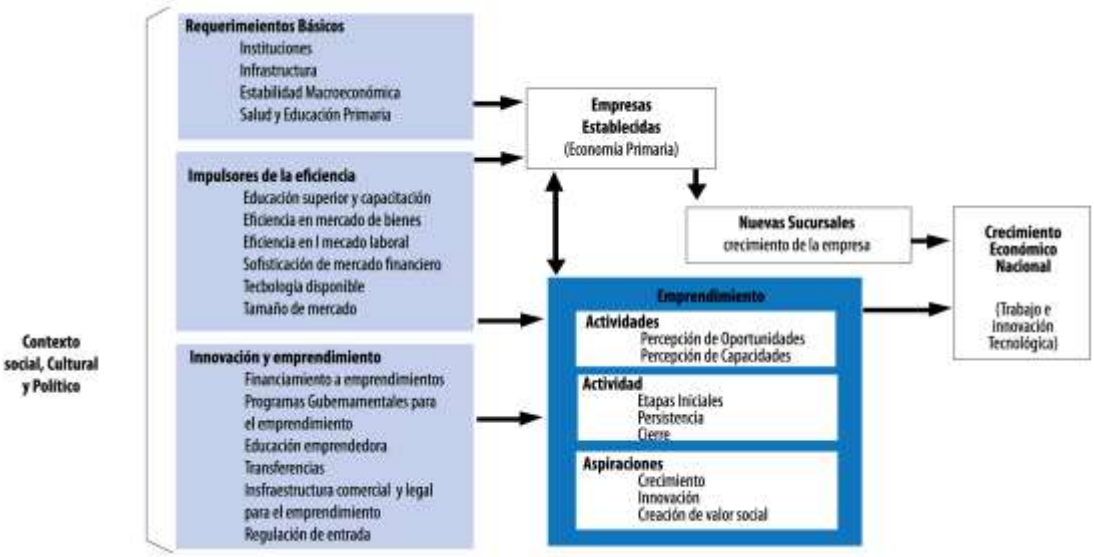


Figura 1.2. Nuevo modelo revisado de factores que afectan la actividad empresarial del Consorcio GEM (2008).

Con este nuevo modelo GEM, conforme la economía crece hay factores condicionantes para la creación de empresas más específicos. Por ejemplo en una economía dirigida por la eficiencia, los factores influyentes serán la educación superior, la eficiencia de los mercados de bienes y productos así como de los laborales y financieros. En cambio, para economías dirigidas por la inovación hay otros factores más específicos aún, como el financiamiento, los programas de apoyo y educación para el emprendimiento, la transferencia de investigación y desarrollo, la infraestructura comercial, legal y física para las nuevas empresas, así como la regulación de entrada a los negocios.

Si bien nuestro trabajo abarca someramente algunos de los elementos que componen estos modelos, nos pareció relevante ligarlos a nuestro enfoque analítico.

Más atinente a nuestro trabajo y para concluir esta breve revisión teórica, es menester señalar que nuestro enfoque teórico se adhiere a varios fundamentos teóricos que según la literatura deben explicitarse cuando se estudia el tema emprendedor (Low y Macmillan, 1988).

Por ejemplo, que nuestro objetivo es caracterizar a las personas inmersas en la creación y operación de empresas. Dicha caracterización es demográfica, laboral, motivacional, y del contexto creador (específicamente financiero, lugar de inicio y trámites). El segundo punto es la perspectiva analítica, en nuestro caso adaptación estratégica (ergo: el fenómeno emprendedor se guía por una conducta estratégica

adaptativa). Nuestro enfoque investigativo, tercer aspecto, es la mezcla de elementos personales y contextuales. En cuarto y último lugar señalamos como nivel de análisis el individual.

Resultados

Los resultados de este apartado han sido organizados en dos bloques. En primera instancia se presenta una serie de resultados relacionados con características de la persona emprendedora y posteriormente los concernientes al contexto en el cual se crea la empresa.

Características de la persona emprendedora

Sexo de la persona fundadora

La presencia de hombres creadores de empresas es superior a la de mujeres en todos los casos, según se vea por actividad a la que se dedica la empresa o tamaño de la misma (cuadro 1.1). En general 83% de los casos corresponde a hombres versus 17% a mujeres.

Cuadro 1.1. *Sexo de las personas fundadoras por tamaño y sector de la empresa*

		Sexo del dueño actual del Negocio	
		Hombre	Mujer
		% de la fila	% de la fila
Principal actividad codificada (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Servicios	80,90%	19,10%
	Comercio	83,80%	16,20%
	Industria	91,40%	8,60%
	Agr. y pesca	82,90%	17,10%
	Total	83,00%	17,00%
Tipo de empresa final (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Micro	78,50%	21,50%
	Pequeña	89,50%	10,50%
	Mediana	92,90%	7,10%
	Total	83,00%	17,00%

Hemos señalado que no es posible comparar, fehacientemente, estos resultados con otros en la temática porque las metodologías son diferentes, sin embargo en términos generales estamos ante un hecho, mayor presencia de hombres, que se repite en otros resultados tanto a nivel local como internacional (Lebendiker 2010; Leiva 2009, 2002; Kantis 2004, 2002).

Ahora bien, hay ciertos matices interesantes de hacer notar cuando se analiza la información por sector o tamaño de empresa. Por ejemplo, sectorialmente es llamativo como disminuye la proporción de mujeres emprendedoras en la industria (8,6%) y las firmas medianas (7,1%) versus el aumento entre las empresas dedicadas a servicios (19,1%) y micros (21,5%).

Sin duda una serie de factores socioculturales propios de las emprendedoras y el entorno costarricense ayudarían a comprender mejor este fenómeno. Igualmente este hallazgo sería interesante de relacionar con otros del mismo Omipymes, que por ejemplo sugieren que entre empresas semiformales e informales la presencia de emprendimiento femenino es superior al masculino.

Edad de la persona fundadora al iniciar la empresa

Los emprendedores iniciaron sus empresas en edades distintas según el sexo que se trate (cuadro 1.2). La edad media general ronda los 38 años (dato sin mostrar en el cuadro), aunque este dato debe verse cuidadosamente pues la tasa de respuesta en esta pregunta en concreto fue baja (cercana a 50%). Entre hombres se puede ver como son casi la misma proporción quienes iniciaron entre los rangos de edad de 25 a 34 años (39,6%) y 35 a 49 años (38,8%). En cambio entre las mujeres predominaron de 35 a 49 años (35%), aunque la distribución entre los restantes rangos fue menos dispersa que en el caso de los hombres.

Cuadro 1.2. *Edad del emprendedor al fundar la empresa, por sexo y según sector y tamaño*

		Sexo del dueño actual del Negocio							
		Hombre				Mujer			
		¿Qué edad tenía (Usted/él/ella) cuando inició con su/la empresa?				¿Qué edad tenía (Usted/él/ella) cuando inició con su/la empresa?			
		Menor de 24 años	de 25 a 34	de 35 a 49	de 50 y más	Menor de 24 años	de 25 a 34	de 35 a 49	de 50 y más
		% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila
Principal actividad codificada (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Servicios	9,6%	43,9%	38,9%	7,6%	30,2%	23,1%	35,1%	11,5%
	Comercio	12,6%	44,2%	34,8%	8,4%	5,3%	37,0%	37,0%	20,7%
	Industria	20,1%	29,2%	40,7%	9,9%	26,4%	38,2%	35,4%	,0%
	Agr. y pesca	19,4%	26,2%	44,7%	9,7%	22,8%	5,8%	28,6%	42,9%
	Total	13,1%	39,6%	38,8%	8,4%	21,4%	26,6%	35,2%	16,7%
Tipo de empresa final (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Micro	12,3%	36,3%	43,4%	8,0%	19,1%	25,9%	38,0%	16,9%
	Pequeña	15,9%	49,1%	25,1%	9,9%	38,0%	31,1%	15,3%	15,6%
	Mediana	,0%	43,5%	56,5%	,0%	22,4%	31,8%	31,8%	14,1%
	Total	13,1%	39,6%	38,8%	8,4%	21,4%	26,6%	35,2%	16,7%

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Hay datos que son interesantes de resaltar. Por ejemplo entre las mujeres como dijimos la distribución entre los rangos de edades son más equitativas, lo cual nos deja ver por ejemplo como 21,4% de los emprendimientos fueron generados por emprendedoras menores a 24 años o, por el otro lado, 16,7% por mayores de 50 años. Estos datos son mayores a los correspondientes a los hombres. Sin duda algo interesante de reflexionar.

Los emprendimientos entre jóvenes, personas menores de 24 años, es sin duda un tema de interés, especialmente hoy día que las universidades y algunas instituciones de enseñanza secundaria buscan inculcar el espíritu emprendedor entre esta población. Nótese como la industria, tanto en casos de hombres como mujeres, es la que muestra mayor tasa de emprendedores fundadores jóvenes (20,1% hombres y 26,4% mujeres), lo cual es sin duda un tópico importante de profundizar.

En el ámbito de otros trabajos (Kantis et ál. 2002; 2004; Leiva 2002) los resultados no son muy diferentes, excepto cuando se trata de las cifras de emprendimiento femenino, lo cual abre una veta investigativa.

Escolaridad

El nivel de escolaridad del emprendedor es alto (cuadro 1.3), dado que poco más de la mitad posee educación universitaria y de posgrado. Si añadimos a las personas con educación técnica y secundaria encontramos que una cifra cercana a 15% de las personas emprendedoras posee únicamente educación primaria.

Cuadro 1.3. *Nivel educativo de los emprendedores al fundar la empresa, por sector y tamaño de firma*

		¿Y qué nivel de escolaridad tenía (Usted/él/ella) cuando inició con su/la empresa?					
		Primaria o menos	Secundaria	Técnico	Universitaria	Posgrado	NS/NR
		% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila
Principal actividad codificada (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Servicios	14,4%	21,6%	5,2%	52,3%	4,0%	2,5%
	Comercio	11,8%	27,0%	10,0%	46,2%	4,0%	1,0%
	Industria	17,8%	29,3%	4,2%	41,8%	3,5%	3,4%
	Agr. y pesca	24,1%	21,3%	5,8%	40,3%	5,8%	2,9%
	Total	15,4%	23,9%	6,5%	47,8%	4,2%	2,2%
Tipo de empresa final (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Micro	17,6%	24,1%	5,0%	47,8%	4,1%	1,4%
	Pequeña	8,8%	23,6%	11,8%	47,2%	4,6%	4,0%
	Mediana	4,4%	11,3%	,0%	58,9%	5,7%	19,7%
	Total	15,4%	23,9%	6,5%	47,8%	4,2%	2,2%

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Los resultados por sector de actividad empresarial son muy similares, es decir no hay grandes diferencias intersectoriales, quizá sea llamativa la menor presencia de personas universitarias en empresas de agricultura y pesca versus las firmas de servicios, aunque la diferencia no es muy significativa (40 versus 52%).

Lo mismo puede decirse de las empresas por tamaño, no se ven grandes diferencias. La presencia de personas universitarias es relativamente similar en los tres bloques (micros, pequeñas y medianas), mientras que las personas con solamente formación primaria son un poco más comunes en las firmas micros versus las medianas, por ejemplo, 17% versus 4%.

Estamos ante un resultado que tampoco marca diferencias con otros estudios de carácter internacional, que muestran como las personas con formación universitaria son parte relevante de los emprendimientos en diversos sectores económicos de las naciones (Lebendiker 2010; Kantis 2002, 2004; Leiva 2009, 2002).

Experiencia laboral previa de los emprendedores

Los emprendedores con experiencia laboral previa fueron mayoría, pues 67,9% de ellos tenían trabajo fijo previo a crear su propia empresa (cuadro 1. 4). Sectorialmente hablando el resultado más alto fue comercio (73%) y el más bajo agricultura y pesca (52,5%). Por tamaño de empresas, la firma mediana fue la que mas arrojó presencia de emprendedores con trabajo previo a crear su empresa (73,4%).

Cuadro 1.4. *Emprendedores con trabajo fijo previo a crear su emprendimiento por sector y tamaño de empresa*

		¿Y (Usted/él/ella) tenía un trabajo fijo antes de iniciar con su/la empresa?		
		Sí	No	NS/NR
		% de la fila	% de la fila	% de la fila
Principal actividad codificada (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Servicios	69,3%	26,6%	4,1%
	Comercio	73,1%	25,9%	1,0%
	Industria	68,6%	29,2%	2,3%
	Agr. y pesca	52,5%	43,9%	3,6%
	Total	67,9%	29,1%	3,0%
Tipo de empresa final (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Micro	70,2%	27,9%	1,9%
	Pequeña	59,8%	33,8%	6,4%
	Mediana	73,4%	16,8%	9,8%
	Total	67,9%	29,1%	3,0%

Fuente: *II Encuesta Mipymes, 2011*

En esta misma temática consultamos sobre experiencia laboral como empresario, el 29% de los hombres y 16% de las mujeres sí la habían tenido (cuadro 1.5). Esta diferenciación es llamativa sin duda. Sectorialmente hablando, el comercio es donde hay mayor presencia de personas con experiencia empresarial previa (34,8%), mientras que por tamaño es en las firmas medianas (56,9%). Este último dato es interesante también pues podría insinuar una relación entre ese tipo de experiencia y el crecimiento de la empresa, al menos en número de empleados.

Cuadro 1.5. *Emprendedores con experiencia empresarial previa a crear su emprendimiento por sexo y según sector y tamaño de empresa*

		Sexo del dueño actual del Negocio					
		Hombre			Mujer		
		¿Y (Usted/él/ella) ha tenido antes otra empresa?			¿Y (Usted/él/ella) ha tenido antes otra empresa?		
		Sí	No	NS/NR	Sí	No	NS/NR
		% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila
Principal actividad codificada (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Servicios	30,3%	67,6%	2,1%	9,4%	90,6%	,0%
	Comercio	34,8%	65,2%	,0%	25,6%	74,4%	,0%
	Industria	22,1%	75,4%	2,5%	23,6%	76,4%	,0%
	Agr. y pesca	20,3%	77,9%	1,8%	17,6%	74,5%	7,8%
	Total	29,0%	69,5%	1,5%	16,2%	82,9%	,9%
Tipo de empresa final (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Micro	27,1%	71,9%	1,0%	17,6%	81,3%	1,0%
	Pequeña	33,2%	64,2%	2,6%	,0%	100,0%	,0%
	Mediana	56,9%	28,9%	14,2%	45,9%	54,1%	,0%
	Total	29,0%	69,5%	1,5%	16,2%	82,9%	,9%

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

El perfil laboral previo del fundador de la firma lo completamos indagando sobre la presencia de ingresos adicionales por parte del emprendedor al crear la compañía.

Al respecto se obtuvo que 68,7% de los encuestados dependía de los ingresos de su nueva empresa. Por sectores esta dependencia fue mayor en servicios (71,2%) y por tamaño en las micro (69,8%). Los resultados pueden verse en el cuadro 1,6

Cuadro 1.6. *Emprendedores que dependían completamente de los ingresos generados por su nueva compañía al iniciar, por sector y tamaño de firma*

		¿Y al empezar la empresa (Usted/él/ella) dependía únicamente de los ingresos de la empresa o tenía otros ingresos adicionales?		
		Dependía de ingresos de la empresa	Tenía otros adicionales	NS/NR
		% de la fila	% de la fila	% de la fila
Principal actividad codificada (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Servicios	71,2%	26,0%	2,7%
	Comercio	70,9%	29,1%	,0%
	Industria	64,1%	29,4%	6,5%
	Agr. y pesca	59,0%	36,7%	4,3%
	Total	68,7%	28,8%	2,6%
Tipo de empresa final (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Micro	69,8%	29,0%	1,2%
	Pequeña	66,5%	26,9%	6,7%
	Mediana	39,3%	50,9%	9,8%
	Total	68,7%	28,8%	2,6%

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Con base en la evidencia disponible, podemos afirmar que la persona emprendedora al momento de crear su propia firma tenía un trabajo fijo (67,9%), no poseía experiencia como empresario (71% a 84% según sexo) y dependía mayoritariamente de los ingresos de su nueva organización (68,7%).

Este resultado no se aleja de los otros trabajos reseñados para el caso costarricense así como para contextos internacionales (Lebendiker 2010; Kantis et ál. 2004, 2002; Leiva 2009, 2002). Con respecto a la dependencia de los ingresos podemos hacer una observación interesante: en el trabajo del GEM Costa Rica para 2010 (Lebendiker, 2010) se señala que no más de 78% de los emprendedores se declaran auto-empleados (la cifra es más baja si se habla de emprendedores nacientes), lo cual contrasta de alguna forma con este resultado de 68% de los emprendedores dependientes de los ingresos de su nueva firma.

Otro contraste interesante es que, según un reciente trabajo, de los emprendedores que crearon su propia empresa después de haber sido empleados en compañías multinacionales de alta tecnología radicadas en Costa Rica, solamente 18% manifestó tener experiencia empresarial previa (Monge, Leiva y Alegre, 2011). En este sentido, parece que este subconjunto de emprendedores provenientes de empresas de alta tecnología difieren del típico emprendedor objeto de nuestro estudio.

Motivación inicial de los emprendedores

La motivación para lanzar su propia empresa, más mencionada por los emprendedores, fue el deseo de independencia (67,6%), seguido del conocimiento del negocio (64,5). Al consultarse sobre la naturaleza del lanzamiento, diferenciando entre empresas creadas por una necesidad inmediata de obtener empleo versus la visualización de una oportunidad de negocio, se obtuvo que la mayoría fue por una oportunidad. De forma interesante es mayor la proporción entre mujeres que así lo señalan (69% versus 56%).

En el cuadro 1.7 además puede observarse como la industria y la agricultura presentan mayores tasas de compañías creadas por oportunidad, lo cual es comprensible por el nivel de inversión inicial requerida y las barreras al inicio prevalecientes en estos sectores. Pero es muy interesante notar que en el caso de las mujeres el comportamiento es al contrario, por ejemplo son más quienes incursionaron en industria por una necesidad inmediata de empleo que por una oportunidad (55 versus 44%). Habría que preguntarse qué tipo de industrias son y por qué son vistas por las mujeres cómo una forma de paliar su necesidad de empleo inmediato.

Por tamaño de empresa y motivación existen también datos muy llamativos. Por ejemplo entre las empresas medianas el 85% fueron creadas atendiendo una oportunidad; salvando el 15% que no respondió, nadie dijo haber creado la empresa por necesidad de empleo. Valdría la pena explorar este hallazgo. Igualmente véase de qué forma en las mujeres creadoras de micro empresas 73% señaló que la creó por oportunidad, lo cual difiere bastante del comportamiento masculino en ese tipo de empresa (54%).

En términos generales, las empresas son creadas mayoritariamente atendiendo deseos de independencia y respondiendo a oportunidades percibidas en el entorno, por oposición a necesidades inmediatas de empleo, siendo sí notables las diferencias entre hombres y mujeres en este último aspecto. En última instancia quizá estemos ante diferencias en la percepción, expectativas y condicionantes del emprendimiento masculino y femenino. Sin duda otro tema interesante de explorar.

Cuadro 1.7. *Empresas creadas por oportunidades versus necesidad inmediata de empleo, según sexo y por sector - tamaño de la empresa*

		Sexo del dueño actual del negocio					
		Hombre			Mujer		
		¿Usted creo la empresa por necesidad o porque vio una oportunidad de trabajo?			¿Usted creo la empresa por necesidad o porque vio una oportunidad de trabajo?		
		Creada a partir de una necesidad inmediata de trabajo	Creada porque se vio una oportunidad de negocio	NS/NR	Creada a partir de una necesidad inmediata de trabajo	Creada porque se vio una oportunidad de negocio	NS/NR
		% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila
Principal actividad codificada (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Servicios	40,0%	53,0%	6,9%	27,9%	69,2%	2,9%
	Comercio	37,7%	53,8%	8,5%	22,8%	73,3%	3,9%
	Industria	33,4%	60,9%	5,7%	55,3%	44,7%	,0%
	Agr. y pesca	28,2%	64,8%	7,0%	23,5%	64,7%	11,8%
	Total	36,8%	56,0%	7,2%	26,8%	69,1%	4,1%
Tipo de empresa final (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Micro	39,5%	54,2%	6,3%	23,8%	73,4%	2,8%
	Pequeña	30,6%	60,0%	9,5%	49,2%	35,2%	15,6%
	Mediana	,0%	85,8%	14,2%	31,8%	68,2%	,0%
	Total	36,8%	56,0%	7,2%	26,8%	69,1%	4,1%

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Nuevamente nos hallamos frente a otro resultado que, globalmente, tampoco difiere mayor cosa de la evidencia local en la temática relativa a las motivaciones emprendedoras (Kantis et ál., 2002,2004; Leiva, 2009, 2002; Monge et ál., 2011).

Parece además que tenemos suficiente evidencia para señalar que las motivaciones que impulsan a los emprendedores a lanzar su propia empresa son una mezcla de factores donde los de índole intrínsecamente personal (independencia,

conocimiento, detección de oportunidades) son de mayor o al menos similar relevancia que los de índole contextual (desempleo, herencias, tradición). Esto sin olvidar que los trabajos referidos, así como el presente, no entran a analizar la población que emprende informalmente, la cual probablemente entraña otra dinámica emprendedora.

Empresas surgidas como resultado del trabajo del emprendedor en otra compañía (spin off)

El surgimiento de empresas denominadas en la literatura como *spin offs*, es decir aquellas surgidas como resultado del trabajo de la persona fundadora como empleado en otra compañía, fue un tópico de interés en este trabajo.

Al respecto podemos señalar que aproximadamente en 33% de los casos se presentó este resultado (cuadro 1.8). Desde una óptica por sectores y tamaños, podemos afirmar que en las empresas dedicadas a la agricultura y pesca es donde menos se produce este tipo de emprendimientos (19,7%) mientras que por tamaño en las medianas (26%).

Cuadro 1.8. Presencia de empresas *spin off*

		¿Su/La empresa fue creada como producto de su trabajo en otra empresa en la cual usted laboraba y luego se separó como empresa independiente?		
		Sí	No	NS/NR
		% de la fila	% de la fila	% de la fila
Principal actividad codificada (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Servicios	37,9%	56,2%	6,0%
	Comercio	31,5%	64,7%	3,8%
	Industria	31,0%	67,0%	2,0%
	Agr. y pesca	19,7%	78,8%	1,4%
	Total	33,2%	62,4%	4,4%
Tipo de empresa final (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Micro	33,8%	62,4%	3,8%
	Pequeña	33,4%	61,5%	5,1%
	Mediana	26,0%	67,3%	6,8%
	Total	33,2%	62,4%	4,4%

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

El tema de las empresas *spin off* ha sido poco estudiado en nuestro contexto. A nivel internacional, desde los años 80 del siglo anterior se afirmaba que los *spin off* eran más frecuentes de lo que los analistas asumían y se presentaban en muchas industrias y en diferentes ciclos de vida empresariales (Garvin, 1983). Más recientemente podemos encontrar trabajos que se enfocan en el estudio de *spin off* tanto a nivel general (Hirakawa, Muendler y Rauch, 2010) como en sectores muy concretos, por ejemplo firmas de base tecnológica (Klepper y Sleeper, 2005; Agarwal; Echambadi, Franco y Sarkar, 2004); o emprendimientos de académicos (Niosi, 2006; Morales, 2010). En general se coincide en que el *spin off* es relevante en la creación de empresas y un campo de acción interesante para generar política pública e investigación académica.

Presencia de socios

El emprendimiento individual, sin la presencia de socios, fue más frecuente entre hombres que mujeres (cuadro 1.9). Mientras que en el caso de los hombres 55% manifestó haber creado su empresa sin socios, la cifra fue de 39% para las mujeres, entre quienes fue más frecuente la presencia de socios al iniciar la empresa.

Cuadro 1.9. Presencia de socios al iniciar la empresa según sexo y por sectores y tamaño de las empresas

		Sexo del dueño actual del negocio			
		Hombre		Mujer	
		¿Cuándo inicio la empresa ud. la inicio sólo o con otra persona?		¿Cuándo inicio la empresa ud. la inicio sólo o con otra persona?	
		La inició solo	La inició acompañado	La inició solo	La inició acompañado
		% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila
Principal actividad codificada (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Servicios	57,7%	42,3%	36,5%	63,5%
	Comercio	55,3%	44,7%	46,8%	53,2%
	Industria	49,1%	50,9%	23,6%	76,4%
	Agr. y pesca	54,5%	45,5%	35,3%	64,7%
	Total	55,6%	44,4%	39,2%	60,8%
Tipo de empresa final (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Micro	58,3%	41,7%	39,1%	60,9%
	Pequeña	49,3%	50,7%	42,5%	57,5%
	Mediana	20,1%	79,9%	22,4%	77,6%
	Total	55,6%	44,4%	39,2%	60,8%

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Por sectores y tamaños hay pocas diferencias, pero en general son las mujeres quienes muestran mayor grado de asociatividad. Por ejemplo, sectorialmente hablando, en las empresas de servicios los hombres es donde en mayor porcentaje inician individualmente (57,7%), pero las mujeres son más individualistas cuando se trata de empresas de comercio (46,8%). La mayor presencia de socios en el caso de los emprendedores fue en firmas de industria, comportamiento que se repite entre las mujeres aunque los porcentajes son diferentes, siguen mostrándose más individualistas los hombres (50 vs. 76%).

En relación con el tamaño de las compañías, es claro como las empresas medianas presentan mayor presencia de socios, ya se trate de firmas fundadas por

hombres o mujeres, incluso en este caso es levemente mayor la proporción de hombres en sociedad (79 vs. 77%).

Otros estudios señalados previamente también muestran signos muy similares en cuanto a este tema de la presencia de socios, (Kantis 2002; 2004; Leiva 2009, 2002; Monge et ál., 2011), aunque el matiz que marca las diferencias por sexo es un aporte interesante de profundizar en otros trabajos.

Características del contexto

Lugar de inicio

Las empresas estudiadas nacieron en su mayoría (79,9%) en ubicaciones físicas independientes de la residencia del emprendedor fundador (cuadro 1.10). Sectorialmente, los datos son muy homogéneos, a excepción de las empresas de agricultura y caza donde el dato disminuye (34%), pues por la naturaleza del negocio un 51,9% inició operaciones en una finca. Lo mismo por tamaño, solamente las micros presentan una menor proporción (76,4%) pero no es muy diferente de la media señalada (79,9%).

Cuadro 1.10. *Lugar de inicio de operaciones de las empresas estudiadas*

		¿ Su/la empresa está ubicada en un lugar independiente o dentro de una casa de habitación?					
		Lugar independiente	Finca	Casa de habitación, con lugar exclusivo para el negocio	Casa de habitación, sin lugar exclusivo para el negocio	Condominio	Otro
		% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila
Principal actividad codificada (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Servicios	83,1%	1,6%	10,3%	2,3%	,7%	2,0%
	Comercio	89,9%	2,1%	4,7%	1,0%	,8%	1,4%
	Industria	86,7%	1,3%	8,0%	2,8%	,0%	1,3%
	Agr. y pesca	34,0%	51,9%	6,7%	6,0%	,7%	,7%
	Total	79,9%	7,6%	7,9%	2,4%	,7%	1,6%
Tipo de empresa final (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Micro	76,4%	8,1%	10,7%	3,0%	,7%	1,0%
	Pequeña	84,5%	7,1%	3,8%	1,7%	,3%	2,6%
	Mediana	87,6%	4,7%	3,5%	,0%	2,0%	2,2%
	Total	79,9%	7,6%	7,9%	2,4%	,7%	1,6%

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Este dato no es muy habitual de hallar en otros estudios pero sí mantiene continuidad con el primer informe emitido por Omipymes (Brenes y Govaere, 2009), mismo que como hemos señalado no puede ser comparado completamente pero permite esbozar algunas tendencias generales. En este caso, que la mayoría de las personas fundadoras emprende "fuera de casa".

Fondos para arranque

El financiamiento con fondos propios predomina claramente. Entre 76,7% y 86,2% de los emprendedores, ya sea por sector o tamaño de empresa, financiaron el lanzamiento de sus nuevas compañías con recursos propios. La segunda fuente,

aunque mucho menor en importancia, fueron los bancos públicos con porcentajes entre 3,6% (empresa mediana) y 11% (empresas en agricultura y pesca).

Lo anterior no es ninguna novedad en términos locales como internacionales (Kantis et ál., 2002, 2004; Leiva, 2009, 2002; Monge et ál., 2011). La novedad aparece al investigar las razones de este comportamiento. Lo anterior, por cuanto de alguna forma sorprende ver los resultados (cuadro 1.11). Como se aprecia casi la mitad de las respuestas son del tipo "porque contaba con el capital" o "no hay necesidad de pedir préstamos". Si sumamos otro tipo de respuestas que podemos definir relacionadas con la demanda versus la oferta (esto último equivale a decir porque se lo negaron), se nota como la mayoría (cercano a 75%) son respuestas ligadas con la demanda. Ergo: el empresario no pensó ni valoró importante pedir prestado para arrancar el negocio, lo cual puede originarse por asuntos de escala de los negocios, nivel de riesgo asumido y percibido, cultura empresaria, entre otros temas. Sin duda un asunto para futuro análisis y con muchas implicaciones para el diseño de políticas públicas de apoyo al emprendedor.

Cuadro 1.11. *Razones para usar fondos propios en el lanzamiento de la empresa*

		¿Por qué utilizó los recursos propios para formar la empresa?										
		Alcanza ingreso	Capacidad familiar	Referencia de los dueños	Contaba con capital	No hay necesidad pedir prestamos	Por ser una empresa familiar	Nadie le daba préstamo	Criterio personal	Mejor opción	Otras respuestas	No responde
		% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila
Principal actividad codificada (Estrato Ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Servicios	13,2%	2,5%	2,0%	43,1%	11,4%	2,0%	6,2%	,4%	1,4%	6,3%	11,5%
	Comercio	10,4%	2,5%	4,1%	29,1%	16,6%	1,6%	6,5%	2,1%	4,0%	8,3%	14,6%
	Industria	11,3%	2,0%	2,8%	25,1%	17,2%	3,1%	12,2%	1,6%	6,4%	4,8%	13,4%
	Agr. y pesca	15,2%	5,5%	1,8%	28,7%	22,9%	1,5%	5,0%	1,0%	2,0%	11,0%	5,5%
	Total	12,4%	2,8%	2,7%	35,5%	14,9%	1,9%	6,7%	1,1%	2,7%	7,3%	12,0%
Tipo de empresa final (Estrato Ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Micro	13,1%	2,8%	2,2%	31,7%	18,2%	1,1%	7,7%	1,3%	3,3%	9,1%	9,7%
	Pequeña	10,7%	3,0%	3,4%	41,4%	9,5%	3,6%	5,4%	,9%	2,3%	4,6%	15,1%
	Mediana	14,3%	1,2%	3,5%	39,1%	12,5%	1,4%	4,6%	,8%	,0%	5,4%	17,1%
	Total	12,4%	2,8%	2,7%	35,5%	14,9%	1,9%	6,7%	1,1%	2,7%	7,3%	12,0%

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Trámites para el inicio

El tema de trámites es relevante dentro del contexto emprendedor. Basta señalar para nuestros efectos que en promedio 60% de los emprendedores efectúa los trámites respectivos para la apertura de su negocio desde el inicio y que la mayoría, del 26% que respondió hacerlo "poco a poco", los realiza al cabo de los primeros tres meses de operaciones.

Conclusiones

Este acápite presenta una serie de conclusiones, extraídas de los resultados y el análisis comparativo, pero especialmente plantea una serie de interrogantes que surgen a la luz de los mismos resultados y del alcance del trabajo. Por ello, más que conclusiones presentamos una serie de indicios que esbozan temasde investigación, relevantes de acometer en trabajos posteriores.

En primer lugar podemos esbozar, producto del trabajo efectuado, un perfil depurado del emprendedor típico medio creador de empresas, quien demográficamente es un hombre (83%), ubicado mayoritariamente en el rango de edad de entre 25 a 34 años (39,6%), aunque con matices diferentes según se trate de sexo, tamaño y sector de la empresa. Esta persona posee educación universitaria (53%). Laboralmente, al momento de crear su propia firma disfrutaba de un trabajo fijo (67,9%), no tenía experiencia como empresario (71% a 84% según sexo) y dependía mayoritariamente de los ingresos de su nueva organización (68,7%).

En cuanto a la motivación que impulsa el emprendimiento, en términos generales fue mayoritariamente el deseo de independencia (68%) y respondiendo a oportunidades percibidas en el entorno. Esto último por oposición a necesidades inmediatas de empleo, siendo eso sí notables las diferencias entre hombres y mujeres en este aspecto.

Otras características generales son la poca presencia de empresas tipo *spin off* (33% de las firmas), además que son emprendimientos individuales (55%), es decir con poca presencia de socios.

Este perfil depurado no difiere de otros efectuados tanto para el contexto costarricense como latinoamericano, con las limitaciones comparativas subrayadas previamente, y según fue expuesto y referenciado en la sección de resultados. Esta es una primera conclusión limitada, pero interesante, Costa Rica no es distinta en grandes términos a los elementos descriptivos más generales de las personas creadoras de empresas en otros contextos.

A partir del trabajo efectuado resaltan algunas diferencias muy llamativas por el sexo de la persona fundadora. Por mencionar algunos ejemplos, la edad de inicio,

las motivaciones y el grado de asociatividad, nos dejan resultados muy interesantes pero además algunas preguntas en el tintero.

Así, ¿cómo podemos explicar que las mujeres emprenden, proporcionalmente, más jóvenes (menos de 24 años) y más adultas (más de 50 años) que sus contrapartes hombres?, ¿estará relacionado con aspectos de rol de vida, como su papel de madre, y condicionantes culturales del emprendimiento femenino?

¿Qué tipo de industrias son las que explican el resultado obtenido?, en el sentido que las mujeres fueron quienes más incursionaron en este tipo de negocios motivadas por una necesidad inmediata de empleo que por una oportunidad. ¿Estará esto conectado con asuntos del tipo de industria, en cuanto a tamaño de escala y eficiencia? Como decíamos, valdría la pena preguntarse qué tipo de industrias son y por qué son vistas por las mujeres cómo una forma de paliar su necesidad de empleo inmediato.

¿Por qué en las empresas creadas por mujeres hay proporcionalmente mayor presencia de sociedades?, es decir, socios creadores de la empresa.

En estos tópicos, sin duda alguna hay una serie de aspectos socioculturales que permitirían comprender mejor estas diferencias, pero escapan al alcance del trabajo.

Asimismo, es cauto considerar que las empresas creadas por mujeres fueron bastante menos que las de hombres, pero no por ello las diferencias esbozadas pierden validez como temas de futura atención.

Por otro lado, desde una perspectiva sectorial también hay elementos dignos de destacar.

Por ejemplo en la industria es donde hay mayor presencia de jóvenes emprendedores (tanto en casos de hombres como mujeres, 20,1% y 26,4% respectivamente). ¿Cómo relacionar estos datos con la mayor cantidad de barreras a la entrada que según la teoría, existen en esta clase de negocios?

Por otro lado, en el comercio es donde hay mayor representación de personas con experiencia empresarial previa (34,8%) ¿Implicará este resultado un traslado de personas con experiencia previa en otros sectores hacia el comercio?, como de alguna forma lo revela el trabajo de Monge et ál. (2011) entre trabajadores exempleados de compañías multinacionales. Si fuera así, ¿qué implicaciones sobre el capital humano costarricense podría tener una situación como la descrita?

Por tamaño de las empresas igualmente podemos extraer algunas diferencias llamativas. Por ejemplo señalamos que entre las firmas medianas es mayor la presencia de equipos de socios emprendedores. Ya otros trabajos (Kantis et ál. 2202; 2004) han señalado una posible conexión entre la presencia de socios emprendedores con formación y habilidades complementarias con un mayor crecimiento de las firmas. ¿Irá nuestro resultado en una línea similar?

En cuanto al contexto, se observa que los emprendedores arrancan fuera de sus casas de habitación (80%), con fondos propios (alrededor de 80%) y haciendo todos los trámites (60%) requeridos desde el inicio. Una mayoría importante (cerca de 90%) no consideró importante pedir prestado.

Este último elemento constituye también un asunto de sumo interés. En la mayoría de trabajos las cuestiones de financiamiento de los nuevos emprendimientos es mencionado como uno de los obstáculos más serios del entorno costarricense para la creación de empresas (Leiva 2009, 2002), pero por otro lado en este trabajo una alta proporción de emprendedores ni siquiera valoró solicitar un préstamo, en muchos casos por razones propias del emprendedor versus cuestiones de la oferta crediticia disponible. ¿Qué implicaciones tiene esto para la eficiencia de las nuevas empresas?, ¿por qué razón los emprendedores tienen esta visión?

Como corolario de este capítulo podemos señalar que las personas emprendedoras costarricenses, en general, son similares a sus colegas de contextos cercanos y que internamente los resultados arrojan una serie de diferencias interesantes de abordar para conocer mejor al emprendedor y la emprendedora costarricense.

Referencias

Agarwal, R., Echambadi, R., Franco A. M., y Sarkar, M. B. (2004). Knowledge Transfer through Inheritance: Spin-out Generation, Development and Survival. Academy of *Management Journal*, 47(4): 501-522.

Audretsch, D.B. & Keilbach, M. (2004). Does entrepreneurship capital matter? Entrepreneurship: *Theory & Practice*, 28 (5): 419-429.

Brenes, L. y Govaere, V. (2009). *El estado nacional de las mipymes costarricenses formales*. San José: editorial UNED Costa Rica.

Brush, C.G., Manolova, T.S., y Edelman, L.F. (2008). Separated by a Common Language? Entrepreneurship Research Across the Atlantic. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(2): 249-266.

Garvin, D.A. (1983).Spin-offs and the new firm formation process. *California Management Review*, 25: 3-20.

GEM Global Entreprenurship Monitor (2008). Executive report. Disponible en www.consortiumgem.org

Hirakawa, O., Muendler, M.A., y Rauch, J.E. (2010). Employee Spinoffs and Other Entrants: Stylized Facts from Brazil. NBER Working Paper N^{o}. 15638

Kantis H., Ishida M., y Komori M (2002). Empresarialidad en economías emergentes: la creación de empresas en América Latina y el este de Asia. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.

Kantis H., Angelelli P., y Morí V. (2004). Desarrollo emprendedor: América latina y la experiencia internacional. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo y FUNDES.

Klepper S., y Sleeper S. (2005). Entry by Spin-offs. *Management Science,* 51(8): 1291–1306

Leiva, J.C. (2009) El origen de la empresa. En Brenes, L., y Govaere, V. (Eds). "El estado nacional de las mipymes costarricenses formales". San José: editorial UNED Costa Rica.

Leiva J. C. (2002). El proceso de creación de empresas en Costa Rica: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia: Informe Costa Rica. *Revista Tecnología en Marcha*, 17(2), 87.

Levie, J., y Autio, E. (2008). A theoretical grounding and test of the GEM model. *Small Business Economics*, 31:235–263.

Low M.B. y Macmillan I.C. (1988). Entrepreneurship: past research and futures challenges. *Journal of Management*, 14: 139-161.

Monge, R., Leiva, J. C. y Alegre, J. (2011). Creación de empresas por parte de ex empleados de empresas multinacionales de alta tecnología en Costa Rica. *Revista Tec Empresarial*, 5(3): 8-20

Morales, S. (2012). El emprendedor académico español: su perfil y motivaciones para convertirse en empresario. *Revista Tec Empresarial*, 4(2): 9-20.

Niosi, J. (2006). Success Factors in Canadian Academic Spin-Offs. *Journal of Technology Transfer*, 31: 451–457.

Van Stel, A., Carree, M. & Thurik, R. (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small Business Economics*, 24(3): 311-321.

Modelo de gestión de las mipymes en Costa Rica

Lilly Cheng
Doctora en Educación con mención en Mediación Pedagógica. Coordinadora Observatorio MiPyme (a partir de enero 2012) y coordinadora del Programa de Desarrollo Gerencial de la UNED, tutora, consultora y Asesora en Administración de Negocios.

Introducción

La gestión es la actividad de ejecutar todos aquellos planes y ordenes de la administración, esto lleva implícito el planeamiento previo, conceptualizado como la raíz de la gestión.

En el modelo natural la organización nace al estructurarse en forma ordenada un conjunto de partes, las cuales están integradas e interactuando mutuamente (Naturaleza). Desde una perspectiva sistémica el estado ideal de un modelo de gestión se alcanza cuando todos los procesos están integrados e interactuando continuamente. Así, en una actividad dada se produce el proceso de organización cuando sus acciones esenciales se encuentran debidamente subdivididas e integradas hacia el logro de un propósito común. Por lo tanto, las acciones básicas implícitas en cualquier actividad empresarial contemplan:

Conceptos generales sobre Gerencia

La gerencia se encarga de planificar y hacer que se ejecuten los planes. Asimismo, actúa en la base del liderazgo, el cual es efectivo si tiene información necesaria y una estrategia definida para cumplir los objetivos, por tanto su base de medición son los resultados de acuerdo con estadísticas y tiempos. La gerencia determina las zonas de énfasis, y estudia las inversiones. El análisis y evaluación de resultados es la base del proceso de mejora continua.

Actualmente, la integración tecnológica a la gerencia (TICS) potencia y acelera los resultados, porque la información necesaria está al alcance inmediatamente y a través de las bases de datos todos los colaboradores pueden retroalimentarse de los procesos efectivos y así ganar tiempo y eficacia.

Se debe mencionar que la gerencia cuenta con instrumentos como las políticas empresariales y el marco legal en el que tiene que operar la actividad.

En el modelo de gestión se identifican los siguientes factores:

- **Ingresos**

Es el área obligada de cualquier empresa, ella recibe y registra los bienes de la empresa y sirve como instrumento principal para el control del gasto, entre otras cosas. Un informe financiero es vital para la planificación y toma de decisiones. En esta área se estudian y se adhieren los programas de apoyo.

- **Relaciones empresariales**

Es el marco de referencia entre ambientes empresariales. En cuanto a operación toma cuidado por el ambiente, referenciándolo como marco de la responsabilidad social, como elemento contributivo a la comunidad donde se encuentra inmersa la empresa.

- **Personal**

Es el núcleo donde se encuentra la verdadera riqueza de la empresa. Porque son las personas las que logran los objetivos y no las máquinas. Conlleva los métodos de búsqueda de colaboradores, así como su entrenamiento, mantenimiento y regulación de los mismos. En un marco en el que se premia la creatividad y el esfuerzo productivo, la gestión de personal es el área más sensible del modelo.

- **Mercadeo**

El mercadeo busca comprender su público meta y los métodos de comunicación con él para integrarlos a la empresa, se llevan a cabo todas las actividades publicitarias de la empresa, así como las acciones de venta y entrega del producto. Su foco principal es el cliente.

- **Producción**

Esta es la espina dorsal del grupo ya que en la producción se encarna el propósito de ser de la organización. En esta área se encuentran implícitos los insumos, los proveedores, así como los instrumentos materiales y tecnológicos, y los procesos productivos, incluyendo sus políticas. El control de calidad es la parte final de la gestión de los procesos productivos.

En el diagrama resultante, las tres grandes áreas interactúan con base al siguiente grupo de variables:

- Relaciones empresariales
- Estrategias
- Zona de énfasis
- Inversiones
- Programas de apoyo
- Clientes
- Control de calidad
- Proveedores

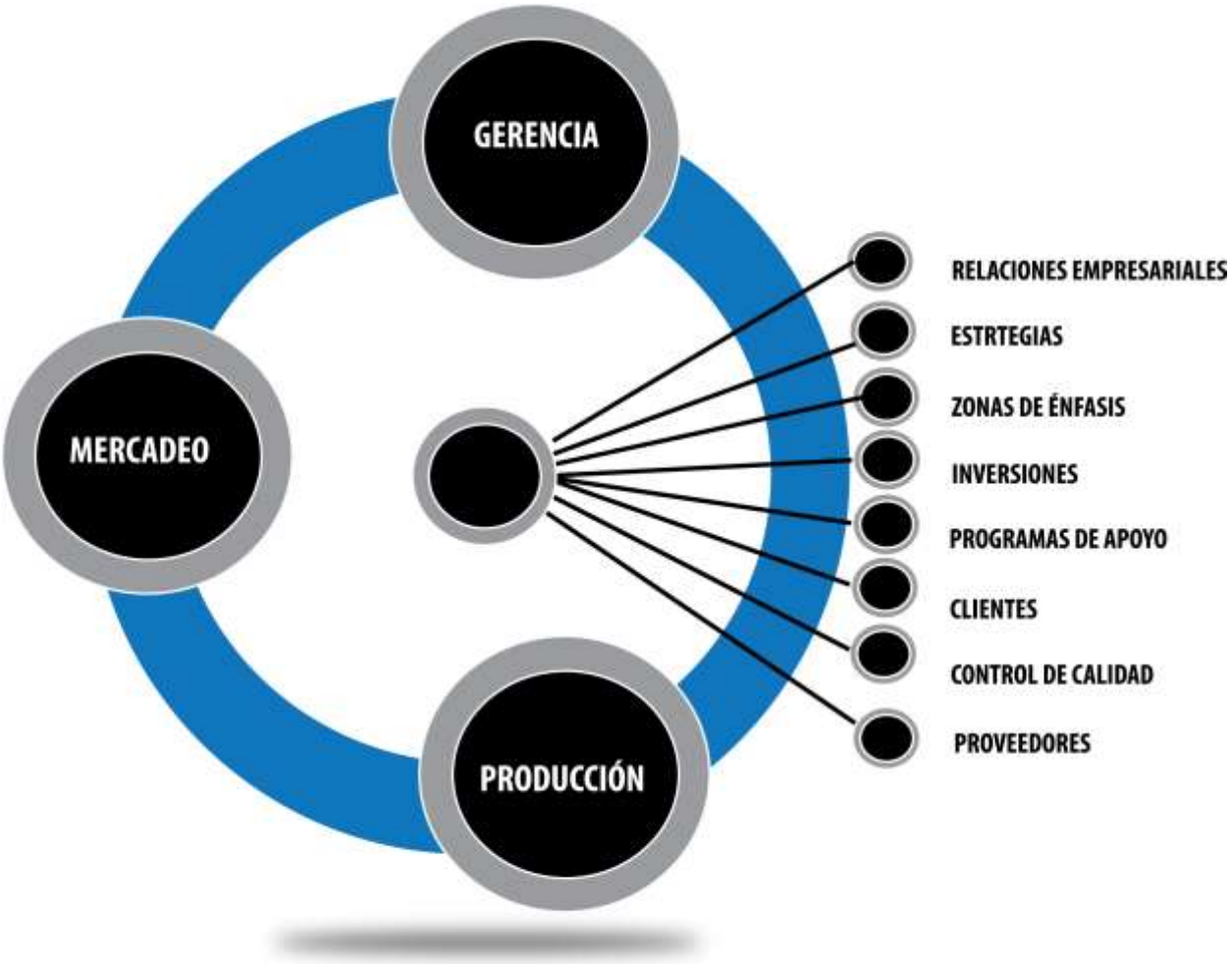
Sobre el Modelo Gestión

El término gestión nos viene del latín *gesĭo*, gestionis, compuesta de gestus (hecho, concluido), participio del verbo gerere (hacer, gestionar, llevar a cabo) y el sufijo -tio(-ción=acción y efecto). De ahí también la palabra gestionar.

Del verbo gerere nos llega también: ¨gerente¨ entre otros.

La palabra modelo es de origen italiano *modello* es un diminutivo de la palabra latina *modus (manera, medida).*

Este modelo de gestión es una representación de la manera en que las mipymes están llevando a cabo su actividad, en tres áreas definidas: gerencia, mercadeo y producción.



Antecedentes de la encuesta 2007[5]

La gestión está orientada a la satisfacción del cliente, aspecto al que prestan más importancia las personas que administran las mipymes (56,4%). La mitad de las mipymes tiene un solo jefe o gerente, una cuarta parte tiene dos jefes, 6,8% tiene tres jefes.

Por lo general, las ventas dependen de muchos clientes pequeños (48,9%) y no de pocos clientes grandes (19,4%). La mayoría (55,9%) dice tener alto grado de

[5] Hacia el Estado de las Mipymes. Primer Diagnóstico Nacional de Mipymes, 2008.

conocimiento de su competencia. Los clientes son la principal fuente de información (32,4%), seguido por las investigaciones (25,4%).

Las MIPYMES muestran baja cobertura geográfica pues 61,2% tiene sus clientes en la misma ciudad o en el Gran Área Metropolitana (GAM) y 62,6% afirma que sus proveedores se ubican en la misma ciudad o en el GAM.

También es bajo el porcentaje que cuenta con certificaciones de calidad nacional o internacional (26,4%) y el porcentaje asociado a una cooperativa (5,8%). Por el contrario, es alto el porcentaje (93,3%) que no usa programas de apoyo a mipymes. Las que más los aprovechan son las medianas (12,7%).

Interpretación del Modelo de Gestión 2011

Gerencia

El tamaño de la empresa influye en la jerarquía y en las relaciones de autoridad y responsabilidad. La clasificación de las mipymes de acuerdo con el tamaño, considera microempresa a la que emplea de una a cinco personas, la pequeña la que emplea de 6 a 30 personas y la mediana de 31 a 100 personas.

Con base en lo anterior, 46,6% de las mipymes presenta el liderazgo de un jefe, 23,6% dos, 11,3% tres y 15,6% cuatro jefes.

Los resultados por rama de actividad indican que las empresas de servicios y las de comercio con un jefe corresponden a 46,1%. Las de industria muestran que un 38,3% disponen de uno solo y en las empresas de agricultura y pesca un 56% tienen un solo jefe.

Bajo el criterio del tamaño de las empresas, los datos más destacados indican que en las medianas 58,6% menciona la existencia de cuatro o más jefes, mientras que en las microempresas 62,1% tienen un jefe.

Cuadro 1. Distribución porcentual del número de jefes en las mipymes, según rama de actividad y tamaño de empresa.

		Número de jefes o gerentes de las empresas				
		0	1	2	3	4 y más
		% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila
Principal actividad codificada (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Servicios	2,4%	46,1%	24,5%	10,5%	16,4%
	Comercio	1,4%	46,1%	23,3%	13,1%	16,1%
	Industria	1,8%	38,3%	28,8%	13,4%	17,6%
	Agricultura y pesca	10,6%	56,0%	16,4%	8,0%	8,9%
	Total	3,0%	46,6%	23,6%	11,3%	15,6%
Tipo de empresa final (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Micro	4,2%	62,1%	22,9%	5,9%	4,9%
	Pequeña	1,5%	26,1%	26,3%	19,7%	26,3%
	Mediana	,0%	9,9%	14,9%	16,6%	58,6%
	Total	3,0%	46,6%	23,6%	11,3%	15,6%

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Influencia familiar en puestos clave

En términos generales, existe mediana influencia familiar en puestos clave de las mipymes en Costa Rica, ya que un porcentaje de 31% de los puestos de la empresa es ocupado por familiares, en contraste con 48% que indicaron lo contrario. Por otra parte, 19,7% señaló que algunos puestos clave son ocupados por familiares.

En el análisis por rama de actividad, en la rama de actividad en donde hay menos participación de miembros familiares es en servicios (50,9%), agricultura y pesca con (46,6%) y comercio (45,5%).

El tamaño de la empresa es un factor determinante en nivel de influencia familiar, sin embargo los puestos clave no son ocupados por miembros de la familia en 46,3% de las microempresas, 48,7% de las pequeñas, y 57,6% de las medianas.

Cuadro 2. Distribución porcentual del personal clave de las Mipymes que son familia del propietario, según rama de actividad y tamaño de empresa.

		¿Las personas que ocupan puestos clave en la empresa son miembros de la familia del propietario?			
		Sí, todas	Sí, cuántas	No	NS/NR
		% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila
Principal actividad codificada (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Servicios	29,7%	18,7%	50,9%	,7%
	Comercio	29,2%	22,2%	45,6%	3,0%
	Industria	34,5%	23,3%	40,9%	1,3%
	Agricultura y pesca	39,2%	13,4%	46,6%	,8%
	Total	31,0%	19,7%	47,9%	1,5%
Tipo de empresa final (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Micro	35,0%	16,9%	46,3%	1,8%
	Pequeña	26,8%	23,7%	48,7%	,8%
	Mediana	16,4%	23,5%	57,6%	2,5%
	Total	31,0%	19,7%	47,9%	1,5%

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Zona o área de énfasis – nivel de prioridad

Respecto a las áreas de mayor importancia en la gestión administrativa, en la I Encuesta Nacional de Mipymes (2007), 56,4% había señalado como prioridad la satisfacción de los clientes. En la segunda encuesta se mantiene esa prioridad ya que 39,7% mencionó este ítem, 20,7% los resultados de las ventas, 9,6% el flujo de efectivo, 8,5% el manejo de costos y 8,5% la producción.

Existe conciencia sobre el enfoque del servicio al cliente y los resultados de las ventas, tanto si se analizan los resultados por rama de actividad como por tamaño de la empresa.

No obstante, en el caso de las empresas agrícolas se destaca como prioridad la producción (27,2%).

Cuadro 3. Distribución porcentual de los aspectos a los que les brindan más importancia en las Mipymes, según rama de actividad y tamaño de empresa.

		¿En relación con la administración de la empresa a cuál rubro le da prioridad en la administración?								
		Los resultados de las ventas	El manejo de los costos	El flujo de efectivo	Otra información financiera	Al personal	La producción	La satisfacción de los clientes	Otro	NS/NR
		% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila
Principal actividad codificada (Estrato Ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Servicios	15,6%	6,5%	10,2%	1,2%	1,8%	6,6%	46,8%	5,5%	5,7%
	Comercio	27,2%	7,1%	11,0%	,1%	1,5%	4,8%	39,5%	4,9%	3,7%
	Industria	25,9%	13,4%	7,6%	,5%	1,9%	9,5%	28,8%	6,8%	5,5%
	Agr. y pesca	19,3%	17,3%	3,8%	,2%	3,2%	27,2%	17,1%	4,8%	7,2%
	Total	20,7%	8,5%	9,6%	,7%	1,9%	8,5%	39,7%	5,3%	5,2%
Tipo de empresa final (Estrato Ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Micro	19,4%	8,1%	7,8%	,7%	2,1%	9,8%	40,4%	5,6%	6,1%
	Pequeña	22,9%	8,3%	12,6%	,5%	1,5%	7,2%	38,5%	4,6%	2,8%
	Mediana	20,5%	8,0%	9,0%	1,6%	2,0%	3,4%	39,6%	6,6%	9,3%
	Total	20,7%	8,5%	9,6%	,7%	1,9%	8,5%	39,7%	5,3%	5,2%

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Principales obstáculos

Los principales obstáculos[6] de las mipymes en los últimos doce meses fueron: crisis económica (20%), disminución en las ventas (20%), problemas de liquidez (11%), aumento de la competencia (8%), falta de personal (7%) e incremento en los costos (6%). Los problemas mencionados representan 72% y el resto de los obstáculos estuvo asociado con altos costos de combustibles, bajas en producción, caída del dólar, clima, inestabilidad del mercado, deudas, enfermedad del personal, delincuencia, burocracia del estado, falta de tecnología y falta de trabajo.

Al analizar las respuestas por rama de actividad, se observa que tanto las empresas de servicios, comercio e industria tiene un comportamiento muy similar en

6 Para este cálculo no se tomaron en cuenta las respuestas NS/NR, Ninguno.

la identificación de los problemas, mientras que en agricultura y pesca se señalan el aumento en los costos de producción, el clima y la contracción del mercado.

Se advierte también que una dificultad presente en las empresas medianas es la falta de personal (16,82%).

Cuadro 4. Distribución porcentual de la pregunta ¿cuál ha sido el problema más importante que ha enfrentado en los últimos doce meses? Según rama de actividad y tamaño de empresa.

	Servicios	Comercio	Industria	Agricultura y pesca	Micro	Pequeña	Mediana
Crisis económica	24,08%	21,35%	25,79%	4,79%	20,83%	20,53%	24,35%
Altos costos combustibles	2,96%	1,74%	2,18%	2,22%	2,11%	2,81%	2,84%
Aumento de los costos de los productos-producción	4,25%	5,76%	6,07%	14,81%	5,97%	6,43%	7,96%
Competencia-aumento	5,57%	11,49%	10,73%	2,79%	6,66%	9,82%	5,82%
Bajas de las ventas	16,73%	23,90%	21,46%	19.79%	22,82%	15,69%	15,10%
Bajas en producción	1,94%	1,74%	5,29%	4,20%	2,32%	3,01%	1,34%
Caída dólar tipo de cambio	3,08%	1,74%	2,17%	2,54%	,79%	4,66%	7,13%
Clima, lluvias, con tracción del mercado	1,43%	2,33%	2,03%	12,57%	3,12%	3,54%	1,75%
Inestabilidad del mercado	5,91%	4,54%	1,72%	6,69%	6,68%	2,67%	3,53%
Deudas - financiamiento – pagos	5,59%	2,88%	3,43%	6,95%	5,26%	3,83%	3,20%
Enfermedad persona	,51%	,00%	,00%	3,90%	1,07%	,21%	,00%
Falta de personal	8,02%	6,47%	3,41%	4,20%	4,38%	8,62%	16,82%
Falta de dinero-efectivo-caja flujo	11,24%	10,73%	7,93%	9,25%	9,82%	12,39%	6,57%
Problemas sociales como delincuencia drogas, etc.	1,95%	3,04%	1,25%	1,68%	2,06%	2,45%	2,23%
Burocracia en el Estado	3,88%	,57%	2,64%	1,96%	2,90%	1,78%	1,34%
Falta de tecnología	,93%	,57%	1,40%	,00%	,79%	,79%	,00%
Falta de trabajo	1,94%	1,14%	2,51%	1,68%	2,40%	,77%	,00%

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Inversiones

A pesar de los obstáculos mencionados, las expectativas de inversión son positivas ya que 58,6% de los empresarios(as) afirmaron a nivel general que sí planean invertir en la empresa durante los próximos doce meses.

Por rama de actividad, las empresas de agricultura señalaron que no tienen planes de inversión (47,2%), lo cual puede explicarse por los obstáculos que mencionan las empresas agrícolas como: el aumento en los costos de producción, el clima y la contracción del mercado.

Por tamaño de empresa, la microempresa es la que presenta el porcentaje más alto en lo que respecta a la negativa de inversión (36,9%), mientras que en las pequeñas y medianas el porcentaje positivo de inversión es de 62,4% y 62,3%.

Cuadro 5. Distribución porcentual de la pregunta ¿Planean invertir en su/la empresa durante los próximos 12 meses? , según rama de actividad y tamaño de la empresa

		¿Planean invertir en su/la empresa durante los próximos 12 meses?		
		Sí	No	NS/NR
		% de la fila	% de la fila	% de la fila
Principal actividad codificada (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Servicios	59,7%	32,0%	8,3%
	Comercio	59,9%	27,9%	12,2%
	Industria	61,7%	31,6%	6,7%
	Agr. y pesca	47,2%	49,2%	3,6%
	Total	58,6%	32,5%	8,9%
Tipo de empresa final (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Micro	56,0%	36,9%	7,1%
	Pequeña	62,4%	26,9%	10,7%
	Mediana	62,3%	22,6%	15,1%
	Total	58,6%	32,5%	8,9%

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Programas de apoyo

El nivel de aprovechamiento de los programas de apoyo a las mipymes ha sido muy bajo debido a que en términos generales sólo 8,7% lo ha utilizado. Por rama de actividad las empresas industriales tienen la mayor participación (13,8%), mientras que por tamaño de la empresa la micro ha participado con 8,4%.

Sobre los beneficios directos que le brindó el programa a la empresa, los empresarios indicaron que en general el mismo fue financiero (14,1%), seguido de capacitación del recurso humano (12,3%). En el cuadro correspondiente a este apartado se puede observar el beneficio que el programa de apoyo le brindó a la empresa y las áreas que se beneficiaron, según rama de actividad y por tamaño.

Cuadro 6. Distribución porcentual de la pregunta ¿Planean invertir en su/la empresa durante los próximos 12 meses? , según rama de actividad y tamaño de la empresa.

		Pensando en el beneficio que el programa le brindó a su/la empresa, ¿en cuál área de la empresa le brindó más beneficio?							
		Ventas	Producción	Recurso humano / capacitación	Financiero / Contable / Económico	Todo	Administración	Otros	No sé/ No responde
		% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila
Principal actividad codificada (Estrato Ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Servicios	8,8%	,0%	14,4%	16,7%	14,4%	4,0%	36,1%	5,7%
	Comercio	3,1%	9,5%	12,6%	14,7%	3,1%	12,6%	19,1%	25,2%
	Industria	3,3%	12,1%	5,7%	17,8%	,0%	3,3%	36,3%	21,7%
	Agr. y pesca	4,4%	13,0%	13,0%	,0%	,0%	4,4%	60,8%	4,4%
	Total	5,2%	7,1%	12,3%	14,1%	6,1%	7,6%	31,8%	15,9%
Tipo de empresa final (Estrato Ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Micro	5,9%	7,1%	12,3%	7,5%	10,7%	7,7%	34,0%	14,7%
	Pequeña	4,6%	6,1%	11,5%	23,3%	,0%	8,1%	29,2%	17,1%
	Mediana	,0%	15,0%	20,4%	18,2%	,0%	,0%	25,8%	20,4%
	Total	5,2%	7,1%	12,3%	14,1%	6,1%	7,6%	31,8%	15,9%

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Relaciones empresariales

La existencia de una relación empresarial o asociatividad en los últimos cinco años con aliados o empresas para lograr algún objetivo comercial, estuvo presente en 14,2% de las empresas, lo cual significa que es una práctica poco frecuente, pues el porcentaje más alto por rama de actividad fue en las empresas de servicios (15,4%), mientras que por tamaño fue 18,3% en empresas medianas.

Cuadro 7. Distribución porcentual de la pregunta ¿Durante los últimos cinco años se han asociado o aliado formal o informalmente a otra empresa?, según rama de actividad y tamaño de empresa

		¿Durante los últimos cinco años se han asociado o aliado formal o informalmente a otra empresa(s) para lograr algún objetivo comercial?		
		Sí	No	NS/NR
		% de la fila	% de la fila	% de la fila
Principal actividad codificada (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Servicios	15,4%	82,7%	1,9%
	Comercio	14,3%	83,4%	2,3%
	Industria	10,7%	87,4%	1,9%
	Agr. y pesca	11,6%	87,4%	1,0%
	Total	14,2%	83,8%	1,9%
Tipo de empresa final (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Micro	13,0%	85,7%	1,3%
	Pequeña	15,7%	81,6%	2,7%
	Mediana	18,3%	78,8%	2,9%
	Total	14,2%	83,8%	1,9%

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Mercadeo

- ***Clientes***

Los principales clientes se ubican en todo el país (35,5%), en la GAM (25,9%), y en la misma ciudad de residencia de la empresa (20,4%).

El mercado de las mipymes es local ya que 91,5% de los clientes se encuentra en el país, mientras que 8,5% en el extranjero. El comportamiento a nivel de rama de actividad mantiene esa tendencia, sin embargo en las empresas industriales 10,4%

de los clientes son extranjeros y en empresas de agricultura 19,6%. El comercio es el sector en donde la participación del mercado extranjero es el más bajo (3,2%).

Al analizar por tamaño de empresa, se observa que las micro indican que 6,8% son extranjeras versus un 85,5% nacionales, las empresas pequeñas afirman que 9,8% de los clientes son extranjeros en contra de 84,9% nacionales y las empresas medianas afirman que 16,8% son extranjeros frente a 81,4% nacionales.

Cuadro 8. Distribución porcentual de la ubicación geográfica de los principales clientes de las mipymes, según rama de la actividad y tamaño de empresa

		¿Dónde están ubicados los clientes principales de la empresa?							
		En el extranjero	En todo el país	En las cabecera de provincia	En la Gran Área Metropolitana	En su misma ciudad	No tiene definido exactamente dónde está ubicado su mercado	Otro	NS/NR
		% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila
Principal actividad codificada (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Servicios	9,3%	37,2%	2,9%	24,7%	18,6%	2,4%	3,7%	1,2%
	Comercio	3,2%	33,5%	2,5%	33,3%	22,0%	,4%	4,5%	,7%
	Industria	10,4%	39,6%	4,1%	24,5%	18,5%	,5%	1,4%	1,0%
	Agr. y pesca	19,6%	30,2%	4,7%	10,8%	25,4%	1,6%	4,6%	3,2%
	Total	8,5%	35,5%	3,1%	25,9%	20,4%	1,5%	3,8%	1,2%
Tipo de empresa final (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Micro	6,8%	32,1%	4,6%	25,4%	23,5%	1,9%	4,5%	1,1%
	Pequeña	9,8%	39,7%	1,0%	27,5%	16,7%	1,1%	2,8%	1,4%
	Mediana	16,8%	43,5%	,7%	22,0%	12,2%	,0%	3,3%	1,5%
	Total	8,5%	35,5%	3,1%	25,9%	20,4%	1,5%	3,8%	1,2%

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Identificación de la competencia

Dentro de las estrategias que muestran las empresas para lograr sus metas y objetivos se señala la competencia. Ante esta pregunta, 66,4% de los empresarios

indicaron conocer mucho a la competencia, 18,1% algo y 11,8% no conocerla o conocerla poco.

Si se analizan los resultados por rama de actividad, se pueden apreciar algunas diferencias entre las empresas. Las de servicios indican conocer mucho a la competencia (68,1%), las de comercio (67,4%), las industriales (77,3%) y las de agricultura y pesca son las que menos conocen a la competencia (47,3%).

Tomando como base el tamaño de las empresas, las micro indican conocer a la competencia en 61%, las pequeñas 73,9% y las medianas 77,7%.

Cuadro 9. Distribución porcentual del grado de conocimiento de las mipymes sobre la competencia, según rama de actividad y tamaño de empresa

		En su opinión, ¿en su empresa conocen a la competencia mucho, algo, poco o no la conocen?				
		Mucho	Algo	Poco	No la conocen	NS/NR
		% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila
Principal actividad codificada (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Servicios	68,1%	17,1%	6,6%	4,6%	3,6%
	Comercio	67,4%	17,4%	6,2%	7,0%	1,9%
	Industria	77,3%	16,4%	3,0%	2,3%	1,0%
	Agr. y pesca	47,3%	25,8%	9,2%	6,2%	11,4%
	Total	66,4%	18,1%	6,5%	5,3%	3,7%
Tipo de empresa final (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Micro	60,9%	20,5%	7,7%	6,8%	4,0%
	Pequeña	73,9%	15,2%	4,7%	3,4%	2,9%
	Mediana	77,7%	11,0%	4,4%	2,4%	4,5%
	Total	66,4%	18,1%	6,5%	5,3%	3,7%

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Análisis de la competencia

Respecto al medio utilizado para conocer a la competencia, 33,3% informa que la fuente son los clientes, 20,4% menciona que se obtiene mediante investigaciones de mercado, 20,6% con publicidad y 18,8% por medio de proveedores.

Cuadro 10. Frecuencias: conocimiento mercado

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
conocimiento mercado[a]	¿Y cuáles mecanismos utilizan para conocer a la competencia? , ...investigaciones (mercado)?	418	20,4%	44,3%
	...por la publicidad?	421	20,6%	44,6%
	...por medio de clientes?	682	33,3%	72,2%
	...por los proveedores?	384	18,8%	40,7%
	...otro?	143	7,0%	15,1%
Total		**2049**	**100,0%**	**217,0%**

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

Producción

Encontramos aquí índices claros con respecto a la ubicación de los proveedores y los avances en los procesos de certificación, como indicador del control de calidad.

- ***Ubicación de proveedores***

Sobre el origen de los proveedores, 12,2% señala que son extranjeros, mientras que 75,2% que son nacionales.

Los resultados por tamaño de empresa denotan como las micro afirman que 11% de sus proveedores son extranjeros contra 74,1% costarricense, por su lado las empresas pequeñas indican que 14% de sus proveedores son extranjeros y 77,4% son nacionales, similar a las empresas medianas que estiman que 15,2% son extranjeros versus 74% nacionales.

Por rama de actividad, para las empresas de comercio el porcentaje que indica estar en el extranjero es el mayor de las cuatro; 20,7% afirmó dicha condición contra un 69,5% nacional. En contraste, las empresas de agricultura y pesca señalan que 2,8% de sus proveedores son extranjeros confrontando a las nacionales (85,8%).

Cuadro 11. Distribución porcentual de la pregunta ¿Dónde están sus principales proveedores?, según rama de actividad y tamaño de la empresa

		¿Dónde están ubicados sus principales proveedores?							
		En el extranjero	En todo el país	En las cabecera de provincia	En la Gran Área Metropolitana	En su misma ciudad	No tiene definido exactamente donde está ubicado su mercado	Otro	NS/NR
		% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila
Principal actividad codificada (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Servicios	7,9%	28,2%	1,8%	35,6%	11,1%	1,8%	3,3%	10,3%
	Comercio	20,7%	21,7%	1,1%	41,0%	5,7%	1,4%	5,4%	3,0%
	Industria	16,8%	30,5%	3,6%	34,5%	6,9%	,8%	4,2%	2,7%
	Agr. y pesca	2,8%	36,6%	5,5%	19,1%	24,6%	1,6%	3,4%	6,3%
	Total	12,2%	27,2%	2,1%	35,5%	10,4%	1,6%	4,1%	6,9%
Tipo de empresa final (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Micro	10,9%	25,0%	3,1%	34,9%	11,1%	1,7%	4,7%	8,7%
	Pequeña	14,0%	30,0%	,7%	37,6%	9,1%	1,7%	2,8%	4,1%
	Mediana	15,2%	32,7%	,7%	28,8%	11,8%	,4%	5,1%	5,3%
	Total	12,2%	27,2%	2,1%	35,5%	10,4%	1,6%	4,1%	6,9%

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

- ***Control de calidad***

Las certificaciones de calidad constituyen una garantía de que una empresa tiene un sistema de gestión que cumple con los requisitos establecidos en una norma que le permite competir a nivel nacional e internacional.

En términos generales, 15,9% señaló que cuenta con una certificación nacional, 9,2% indicó contar con una internacional, lo que significa que 25,15% de las empresas tienen algún tipo de certificación; mientras 69,2% no tiene ningún tipo de certificación.

En el caso de las empresas por rama de actividad, se destacan las de agricultura y pesca con un porcentaje de 40,8% (26% nacional y 14,6% internacional).

En relación con el tamaño, las empresas medianas son las que presentan más certificaciones con 32,5% (16,1% nacional y 16,4% internacional).

Cuadro 12. Distribución porcentual de la pregunta ¿Cuenta la empresa o negocio con certificaciones de calidad: 1.Nacional, 2.Internacional, 3.No cuenta con certificaciones, según rama de actividad y tamaño de empresa?

		¿Cuenta la empresa o negocio con certificaciones de calidad?				
		Sí, nacional	Sí, internacional	No cuenta con certificaciones	Ambos	NS/NR
		% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila
Principal actividad codificada (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Servicios	13,0%	9,2%	71,8%	,0%	6,1%
	Comercio	16,5%	8,2%	68,4%	,0%	6,9%
	Industria	17,6%	6,7%	71,6%	,0%	4,1%
	Agr. y pesca	26,2%	14,6%	57,6%	,0%	1,6%
	Total	15,9%	9,2%	69,2%	,0%	5,7%
Tipo de empresa final (estrato ajustado) por diferencias del marco y clasificación	Micro	14,4%	7,4%	72,9%	,0%	5,2%
	Pequeña	18,4%	10,9%	64,0%	,0%	6,7%
	Mediana	16,1%	16,4%	62,7%	,0%	4,7%
	Total	15,9%	9,2%	69,2%	,0%	5,7%

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Entorno

Aquí encontraremos cuales han sido los efectos con respecto al tipo de cambio, el nivel de perjuicio o beneficio que el sector siente que ha recibido. También veremos si a la fecha los tratados de libre comercio han generado alguna ventaja a este sector.

- ***Impacto del tipo de cambio***

Con respecto a las preguntas de entorno, los empresarios señalan que en 22% el sistema de tipo de cambio del dólar lo ha beneficiado, 42% indica lo contrario.

Las respuestas por rama de actividad presentan diferencias sustanciales, 17% de las empresas de servicios afirman que el sistema los ha beneficiado contra 45% que indica lo contrario. En el caso de las empresas de comercio la relación es 32% frente a 31%, para las empresas industriales es de 21% versus 44% y para las empresas de agricultura y pesca el porcentaje es de 12% contra el 55%.

Los resultados por tamaño de empresa indican que a 22% de las micro las ha beneficiado y 41% se han visto perjudicadas, para la empresa pequeña la relación es 21% contra 42% y para las medianas es de 18% versus 42%.

Cuadro 13. ¿Considera que el sistema de tipo de cambio del dólar lo /la ha beneficiado o perjudicado en los últimos dos años?

	En su opinión ¿considera que el sistema de tipo de cambio del dólar la/lo ha beneficiado o perjudicado en los últimos dos años?		
	La/lo ha beneficiado	La/lo ha perjudicado	NS/NR
	% de la fila	% de la fila	% de la fila
Servicios	17,0%	45,0%	38,0%
Comercio	32,0%	31,0%	37,0%
Industria	21,0%	44,0%	36,0%
Agr. y pesca	12,0%	55,0%	33,0%
Total	22,0%	42,0%	37,0%
Micro	22,0%	41,0%	37,0%
Pequeña	21,0%	42,0%	36,0%
Mediana	18,0%	42,0%	40,0%
Total	22,0%	42,0%	37,0%

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

- **Impacto de los tratados de libre comercio**

Una valoración sobre los tratados de libre comercio muestra que las mipymes opinan que no han tenido impacto en su gestión, ya que 16% de las empresas indican que los impactó positivamente, 9% negativamente y 64% lo considera nulo.

En el análisis por rama de actividad, el caso de las empresas de agricultura y pesca refleja el porcentaje más alto en impacto positivo con 22%. En relación con el tamaño de la empresa el porcentaje más alto en impacto positivo fue en las medianas (19%).

Cuadro 14. ¿Cómo han impactado los tratados de libre comercio a su/la empresa?

( ) 1.positivamente ( ) 2.negativamente ( ) 3.No ha tenido impacto

	En su opinión los tratados de libre comercio han impactado a su/la empresa ( ) 1.positivamente ( ) 2.negativamente ( ) 3.No ha tenido impacto			
	Positiva	Negativamente	No ha tenido impacto	NS/NR
	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila
Servicios	17,0%	45,0%	71,8%	38,0%
Comercio	32,0%	31,0%	68,4%	37,0%
Industria	21,0%	44,0%	71,6%	36,0%
Agricultura y pesca	12,0%	55,0%	57,6%	33,0%
Total	22,0%	42,0%	69,2%	37,0%
Micro	22,0%	41,0%	72,9%	37,0%
Pequeña	21,0%	42,0%	64,0%	36,0%
Mediana	18,0%	42,0%	62,7%	40,0%
Total	22,0%	42,0%	69,2%	37,0%

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Conclusión

Para el país es esencial monitorear esta información con el fin de prepararnos para el futuro ya que por el mismo proceso dinámico de la globalización, el modelo de gestión estará en constante trasformación y evolución.

Las mipymes se enfrentarán con importantes desafíos en la administración de sus organizaciones ante la necesidad de mejorar su calidad, productividad y competitividad para mantenerse vigentes tanto en el mercado local como en el internacional.

Lo que marcará la diferencia será la participación activa de las instituciones públicas y privadas en conjunto, para proponer medios y alternativas proactivas e innovadoras en concordancia con los retos, tendencias y necesidades de un mercado global.

Referencias

Omipyme. (2008). *Hacia el estado de las mipymes: Primer Diagnóstico Nacional de Mipymes. Serie: Observatorio de Mipymes*. San José, Costa Rica.

Omipyme. (2012). *Segunda Encuesta Nacional Mipymes. Serie: Observatorio de Mipymes*. San José, Costa Rica.

Los trámites y las mipymes en Costa Rica[3]

Leonardo Chacón Rodríguez
Profesional en Administración Pública de
> la Universidad de Costa Rica, con experiencia en investigación aplicada y
> docencia en temas sobre administración pública, políticas públicas e
> información para la toma de decisiones.

Las regulaciones para la apertura y operación de un negocio en Costa Rica han constituido un tema mal valorado en la gestión del sector público por parte de las personas empresarias, sectores académicos y políticos.

Estudios previos sobre la situación apuntada se recopilan en valoraciones realizadas por Castillo y Chaves (2001), así como en el Primer Diagnóstico Nacional sobre el Estado de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (UNED, 2009). Igualmente se han compilado en los diagnósticos oficiales, e incluido como propuestas en los planes nacionales de desarrollo y estrategias específicas, así como en acciones concretas por parte de las unidades especializadas del Ministerio de Economía Industria y Comercio y sus planes anuales (MEIC).[7]

Es consabida la importancia que tienen las regulaciones para la apertura de una empresa, tanto por la necesidad de promover una justa competencia entre actores económicos supeditados a reglas claras, así como la protección de eventuales consumidores de los bienes y servicios que éstas producen, lo cual sin duda constituye un punto de interés público que indefectiblemente debe ser regulado por la normativa vigente.

Sin embargo, la otra cara de la moneda también hace explícita la poca efectividad de las regulaciones, manifiesta principalmente por los bajos niveles de formalización, las cuales constituyen conductas de los empresarios motivadas -se enfatiza no justificadas- por la existencia de muchos trámites, costos asociados con su obtención, así como la duplicidad, duración y cantidad de estos, que juegan contra una racionalidad sustentada en una inversión inicial, periodos de recuperación, gastos fijos al tenor de un inicio de actividad y costos de operación, que entorpecen las bondades que debe buscar una necesaria, oportuna y ágil regulación.

Los sucesivos informes del *Doing Business,* desde una perspectiva comparada, han dado muestra de la mala situación del país, respecto no solo a naciones con un nivel de ingreso mayor y estructuras productivas diversas, sino respecto a los pares centroamericanos y latinoamericanos, lo cual constituye un reto para las aspiraciones en materia de competitividad y participación en mercados abiertos, así como objetivos orientados hacia mayor bienestar de la población y la oportunidad que

[3] Para el análisis de los resultados del Segundo Diagnóstico Nacional sobre las Mipymes en materia de trámites, se dispuso del apoyo de la estudiante de estadística, la Srta. Ana Vargas Ulate, quien trabajó como asistente de investigación.

[7] Ver Chacón (2009) Los trámites y las Mipymes en Costa Rica, que recopila los resultados del primer Diagnóstico Nacional respecto a los trámites, así como las acciones promovidas desde el sector público. En Brenes y Govaere (2009) Estado Nacional de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas Formales. EUNED, San José, Costa Rica.

significa la creación de fuentes de empleo mediante un parque empresarial dinámico y competitivo.

En el marco del Segundo Diagnóstico Nacional de las Mipymes, realizado por el Observatorio de la Mipymes en el 2011, se ofrece una valoración sobre las percepciones de las personas empresarias del país, así como parte del contexto en el cual se encuentra inmerso el país respecto a esta materia. El Diagnóstico incluye tres preguntas relacionadas con los trámites sobre las cuales se obtuvo información y se realizaron los análisis (Anexo 1). Es importante señalar que la encuesta total tiene un margen de error de 2,8%, aplicable para las estimaciones que obtengan proporciones a partir de la muestra total del estudio de 1230 empresas. En caso de realizar cruces entre variables, el margen debe ser recalculado a partir de los casos que cumplan con los criterios definidos, razón por la cual en el presente apartado se indican los resultados (gráficos y cuadros) que deben ser interpretados por la persona lectora, con un margen de error distinto al 2,8%, así como el número de casos a partir de los cuales se realiza la estimación.

Con esta indicación previa, se ofrece una valoración sobre la percepción de los trámites en las mipymes, mediante una agregación por tipologías de empresas, con mayor tendencia al uso de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y la capacidad de gestión (Ver Figura 1), a fin de valorar diferencias o similitudes que brinden elementos adicionales relacionados con las mipymes y los trámites y las características que permitieron la agrupación.

La valoración citada parte de una premisa de evaluar la percepción sobre los trámites, tomando como base parte de los constructos del diseño metodológico de los índices para analizar a las mipymes, diseñados a partir de los resultados del Primer Diagnóstico Nacional del 2007.

Es importante señalar que el segundo diagnóstico se realizó en julio del 2011, razón por la cual las percepciones no pueden valorarse en el marco de las acciones o mejoras regulatorias promovidas en la administración Chichilla Miranda (2010-2014) y que podrían tener efectos a finales del año 2012. En este sentido, se retoman acciones públicas relacionadas con la materia de trámites, como parte del contexto y esfuerzos gubernamentales para mejorar la situación regulatoria y ofrecer una continuidad en las acciones públicas.

Contexto mundial y regional [8]

El Informe *Doing Business* 2013 del Banco Mundial no presenta una posición favorable del país en términos de los componentes del *ranking* que proporciona una medición sobre las regulaciones para hacer negocios en 183 países. Si se toma como referencia el balance general sobre la facilidad para hacer negocios, la posición que

[8] Las valoraciones de este contenido son realizadas con base en el Informe *Doing Business* 2012

ocupa el país para el 2013 es la 128. Asimismo, tomando como base la categorización de países respecto al ingreso *per cápita*, Costa Rica ocupa la posición 35 de 49 países clasificados como de ingreso medio alto (entre $ 3,946 - $ 12,195) según el Banco Mundial. Comparando la situación con el resto de los países de América Latina y el Caribe (ALC), la posición es la número 21 de un total de 33 países considerados. Cuando se observan los datos para la región del Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, República Dominicana y Estados Unidos (CAFTA-DR), Costa Rica ocupa una segunda posición únicamente superado 17 posiciones por Guatemala.

El país presenta una posición diferente para cada uno de los componentes del *Doing Business* que incluye la apertura de un negocio (128) y se perdieron tres lugares respecto al *ranking* año 2012; manejo de permisos de construcción (128), se ganaron 11 lugares; registro de propiedades (46), bajó un puesto; obtención de crédito (83), se mejoró 14 posiciones; protección de los inversores (169), el pago de impuestos (125), se mejoró en 10 puestos; comercio transfronterizo (51), se mejoró 11 puestos; el cumplimiento de contratos (128); la obtención de servicio de electricidad (45) y el cierre de una empresa (128).

El componente de apertura de un negocio incluye como indicadores el número de procedimientos, el tiempo en días para la apertura de un negocio formal y el costo como porcentaje del ingreso *per cápita*. En este componente en la región ALC se ocupa la posición 21, supera a Nicaragua (22), República Dominicana (23), El Salvador (24), Honduras (27) y Guatemala (29) de la región CAFTA-DR. Tomando como base el número de procedimientos se tiene que Costa Rica presenta 12 de cinco procedimientos, comparado con la media de ALC de nueve y de los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD). Chile ocupa la primera posición en América Latina y el Caribe y muestra un gran contraste con los países de la región CAFTA-DR.

Respecto al tiempo en días para la apertura de un negocio, indica que en Costa Rica transcurren un total de 60 días para formalizarlo, comparado con la media de ALC de 53 y la OECD de 12. En el costo de apertura para Costa Rica representa 11,4 % del ingreso *per cápita*, comparado con una media para ALC de 33,7% y la OECD de 4,5 %. El cuadro 1 siguiente resume la información para los países del CAFTA-RD, Panamá y Chile. El *ranking* mundial presenta la posición general de cada país.

Cuadro 1. *Región CAFTA-CR y Panamá. Indicadores para la apertura de un negocio*

País	Número de procedimientos	Tiempo en días	Costo *per cápita*	Ubicación en *ranking* Mundial	Ubicación en *ranking* mundial a nivel general
Costa Rica	**12**	**60**	**11,4**	**128**	**110**
Panamá	6	7	8,8	23	61
Nicaragua	8	39	100,6	131	119
El Salvador	8	17	46,7	139	113
Honduras	13	14	45,9	155	125
Guatemala	12	40	48,1	172	93
República Dominicana	7	19	17,3	137	116
Chile	7	8	4,5	32	37
ALC	9	53	33,7	n/a	n/a
OECD	5	12	4,5	n/a	n/a

Fuente: Elaboración propia con base en Doing Business, 2013. Se incluye Chile que ocupa la primera posición en América Latina y el Caribe

Resultados del segundo diagnóstico nacional sobre las mipymes en materia de trámites

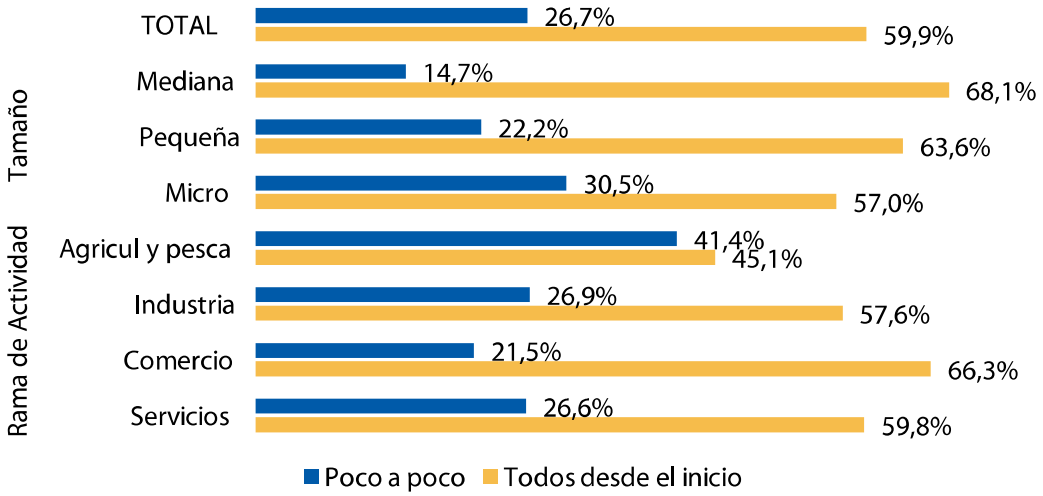
Un punto de partida importante implica remontarse a los resultados del primer estudio sobre las mipymes del 2007. En el estudio se les consultó sobre el principal problema enfrentado al iniciar una empresa y señalaron en primera instancia problemas económicos (46,7%), inserción al mercado (15,2%), capacitación (12,8%) y en cuarto lugar los trámites (11,5%). Este resultado en su momento reflejó como los trámites constituyen uno los principales obstáculos que enfrentan las mipymes cuando inician sus actividades (UNED, 2009:93).

Si bien es cierto los datos anteriores no son comparables con los resultados de la segunda encuesta, permiten determinar el impacto de los trámites en las creación de empresas. La Encuesta 2011 se enfocó en dimensionar y precisar algunos

componentes adicionales relacionados con el tiempo, la dificultad para realizar algunos trámites, se retomó la consulta sobre el trámite con mayor dificultad y la formalización en el inicio de actividades.

Los resultados sobre si la mipyme realizó todos los trámites desde el inicio muestran que aproximadamente un 60% de las empresas formalizaron la totalidad de los trámites (Ver gráfico 1). Por rama de actividad los mayores niveles de formalización se encuentran en el comercio (66.3%) y las valoraciones por tamaño indican que la mediana empresa presenta un mayor nivel de cumplimiento con 68%.

Gráfico 1. *MiPymes Costa Rica. Cumplimiento de trámites desde el inicio*



Fuente: *Elaboración propia con datos de la Segunda Encuesta Nacional MiPymes, Observatorio MiPymes, 2011*

La consulta sobre el periodo transcurrido para el cumplimiento de todos los trámites requeridos muestra resultados distintos entre las empresas. Por rama de actividad se tiene que 74,9% de las empresas de comercio lo realizaron en menos de tres meses, siendo las empresas de agricultura (10,5%) e industria (10,5%) las que señalaron en mayor proporción haber durado de uno a dos años y más de dos años respectivamente.

Los resultados por tamaño evidenciaron que la empresa mediana es la que registra la mayor proporción de empresas que en menos de tres meses cumplieron con los requisitos (69,1%), este mismo grupo presentó el mayor porcentaje en cumplir en uno o dos años (9,9%). Por su parte, las empresas pequeñas muestran la mayor proporción de empresas que duran más de dos años (7,5%). El cuadro 2 presenta los resultados en los periodos identificados.

Cuadro 2. *Mipymes Costa Rica. Tiempo para la formalización de todos los trámites **

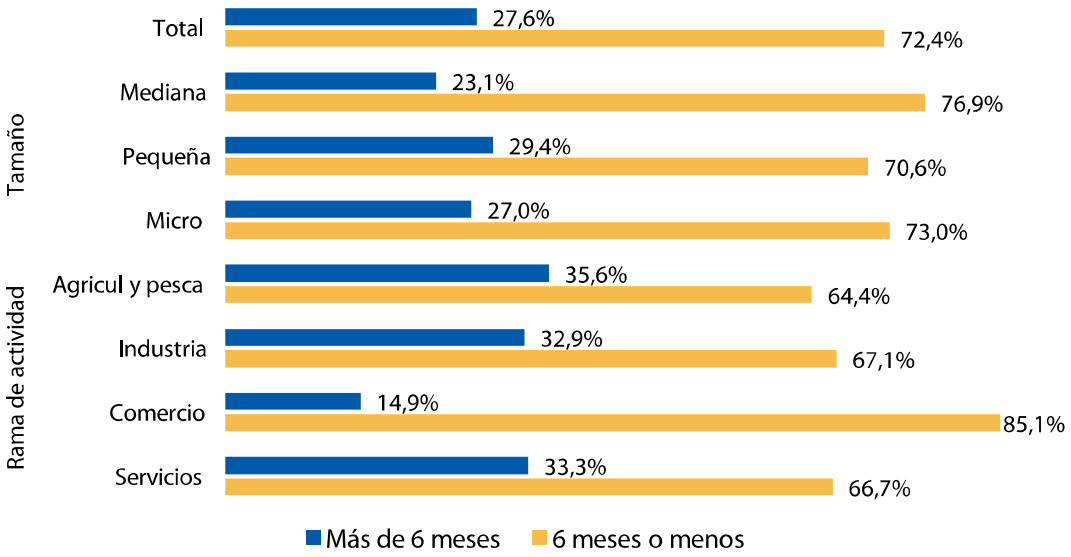
Rama /Tamaño *		Menos de 3 meses	de 3 a 6 meses	de 6 a 12 meses	de 1 a 2 años	Más de 24 meses
TOTAL		**57,90%**	**14,50%**	**15,00%**	**6,00%**	**6,50%**
Rama de actividad	Servicios	49,40%	17,30%	19,60%	7,70%	6,00%
	Comercio	74,90%	10,20%	7,70%	2,20%	4,90%
	Industria	50,10%	17,10%	17,20%	5,20%	10,50%
	Agricultura y pesca	51,30%	13,10%	15,70%	10,50%	9,40%
	Total	57,90%	14,50%	15,00%	6,00%	6,50%
Tamaño	Micro	55,80%	17,20%	15,00%	5,80%	6,20%
	Pequeña	60,40%	10,20%	16,00%	5,90%	7,50%
	Mediana	69,10%	7,70%	9,40%	9,90%	3,80%

* Valores con respecto a la fila

Fuente: *Elaboración propia con datos de la Segunda Encuesta Nacional Mipymes, Observatorio Mipymes, 2012.*

El cuadro 2 permite agregar los datos y visualizar que en general un 72,44% de las mipymes lograron cumplir con todos los trámites en seis meses o menos (180 días), este dato es importante observarlo con el tiempo reportado, por ejemplo, en los informes del *Doing Businnes* que indica un promedio de 60 días para la apertura de un negocio. Por rama de actividad, se observa que los empresas comerciales logran en mayor proporción cumplir con todos los trámites en seis meses o menos (85,1%), presentando las mayores dificultades agricultura y pesca (64,4%), así como el mayor porcentaje de empresas que duran más de un año (35,6%), seguidos del sector servicios e industria. Por tamaño se presentan diferencias entre éstas, lo cual sugiere que a mayor tamaño hay una formalización más temprana, aunque no se podría afirmar en forma contundente. Los resultados se resumen en el gráfico 2.

Gráfico 2. *Mipymes Costa Rica. Tiempo para la formalización de todos los trámites*



Fuente: *Elaboración propia con datos de la Segunda Encuesta Nacional Mipymes, Observatorio Mipymes, 2012.*

Los trámites que presentan mayores dificultades paras las mipymes están relacionados con las municipalidades en general y las patentes que éstas aprueban, así como el Ministerio de Salud. Los resultados (Ver cuadro 3) por rama de actividad muestran que las empresas de servicios (10,2%) presentan la mayor disconformidad con las municipalidades. Las empresas industriales señalaron su mayor dificultad con el Ministerio de Salud (14,5%) y las empresas comerciales con las patentes municipales (13,4%). Por tamaño las empresas pequeñas muestran mayor insatisfacción con las municipalidades (9,2%); con el Ministerio de Salud las empresas micro, y con resultados cercanos a 9% las empresas de todos los tamaños señalaron que las mayores dificultades se presentan con las patentes.

Cuadro 3. *Trámites e instituciones en las cuales se presentó mayor dificultad*

Rama / tamaño		Municipalidad	Ministerio de Salud	Patentes	Otros 1/	Ninguno	Todos	NS/NR	Otros
TOTAL		**8,00%**	**9,80%**	**9,20%**	**7,20%**	**20,10%**	**2,10%**	**36,40%**	**7,20%**
Rama de Actividad	Servicios	10,20%	7,20%	7,40%	6,30%	20,40%	2,30%	37,90%	8,30%
	Comercio	5,60%	12,70%	13,40%	8,50%	18,90%	2,00%	34,90%	4,00%
	Industria	6,70%	14,50%	10,70%	5,60%	13,90%	2,10%	40,20%	6,20%
	Agricultura y pesca	5,90%	8,80%	4,40%	8,80%	27,80%	1,70%	30,60%	12,10%
	Total	8,00%	9,80%	9,20%	7,20%	20,10%	2,10%	36,40%	7,20%
Tamaño	Micro	7,70%	11,30%	9,20%	7,60%	23,80%	2,30%	30,90%	7,20%
	Pequeña	9,20%	7,70%	9,20%	6,00%	16,10%	1,90%	42,50%	7,30%
	Mediana	4,50%	5,90%	9,90%	9,60%	5,80%	1,80%	57,00%	5,50%

* Valores con respecto a la fila, 1/ incluyen certificaciones, CCSS, inscripción de sociedad, licencia de exportación, Ministerio de Hacienda, traspaso.

Fuente: *Elaboración propia con datos de la Segunda Encuesta Nacional Mipymes, Observatorio Mipymes, 2012*

Al realizar un ajuste en los porcentajes, de modo que no se consideren las empresas que no respondieron o no sabían, así como las que manifestaron que ningún trámite era difícil, se pueden visualizar mejor las proporciones de las mipymes que presentan mayores dificultades por rama de actividad y sector.

Cuadro 4. *Trámites e instituciones en las cuales se presentó mayor dificultad. Solo empresas que respondieron presentar o tener certeza en la respuesta*

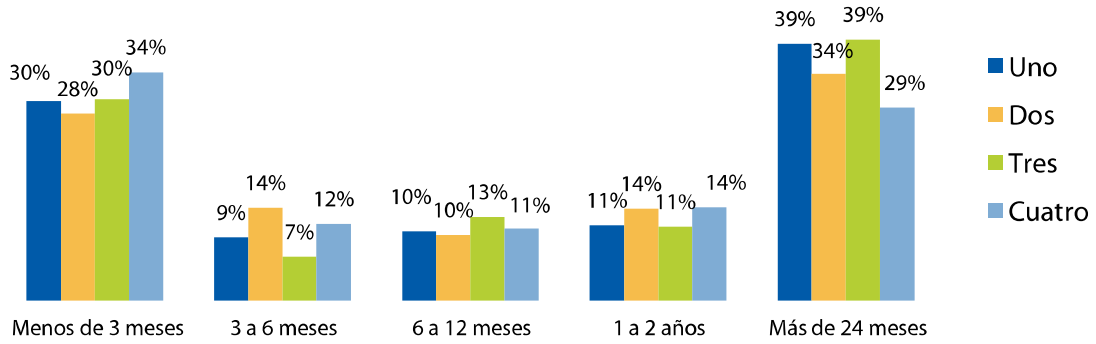
Rama / Tamaño		Municipalidad	Ministerio de Salud	Patentes	Otros 1/	Todos	Otras
TOTAL		**18,40%**	**22,50%**	**21,30%**	**16,50%**	**4,90%**	**16,5%**
Rama de Actividad	Servicios	24,50%	17,40%	17,70%	15,20%	5,50%	19,90%
	Comercio	12,20%	27,50%	29,00%	18,30%	4,30%	8,60%
	Industria	14,50%	31,70%	23,40%	12,10%	4,70%	13,60%
	Agricultura y pesca	18,40%	22,50%	21,30%	16,50%	4,90%	16,50%
	Total	17,00%	25,00%	20,30%	16,70%	5,00%	16,00%
Tamaño	Micro	17,00%	25,00%	20,30%	16,70%	5,00%	16,00%
	Pequeña	22,30%	18,60%	22,30%	14,50%	4,60%	17,80%
	Mediana	12,00%	15,80%	26,70%	25,80%	4,90%	14,80%
Rama / Tamaño		**Municipalidad**	**Ministerio de Salud**	**Patentes**	**Otros 1/**	**Todos**	**Otras**
TOTAL		**18,40%**	**22,50%**	**21,30%**	**16,50%**	**4,90%**	**16,5%**
Rama de Actividad	Servicios	24,50%	17,40%	17,70%	15,20%	5,50%	19,90%
	Comercio	12,20%	27,50%	29,00%	18,30%	4,30%	8,60%
	Industria	14,50%	31,70%	23,40%	12,10%	4,70%	13,60%
	Agricultura y pesca	18,40%	22,50%	21,30%	16,50%	4,90%	16,50%
	Total	17,00%	25,00%	20,30%	16,70%	5,00%	16,00%
Tamaño	Micro	17,00%	25,00%	20,30%	16,70%	5,00%	16,00%
	Pequeña	22,30%	18,60%	22,30%	14,50%	4,60%	17,80%
	Mediana	12,00%	15,80%	26,70%	25,80%	4,90%	14,80%

* Valores con respecto a la fila, 1/ incluye certificaciones, CCSS, inscripción de sociedad, licencia de exportación, Ministerio de Hacienda, traspaso.

Fuente: *Elaboración propia con datos de la Segunda Encuesta Nacional Mipymes, Observatorio Mipymes, 2012*

Un aspecto que cobra importancia en la formalización y el cumplimiento de los trámites para operar está relacionado con el tamaño de la empresa. Como se indicó líneas arriba existen variaciones entre micro, pequeña y mediana empresa; sin embargo, es pertinente hacer algunas acotaciones con aquellas empresas que tienen entre uno y cuatro empleados. En el gráfico 3 se recopilan los datos para estas empresas y se puede distinguir como el cumplimiento de todos los trámites presenta brechas mayores entre los que los cumplen desde el inicio y aquellas empresas que indicaron "poco a poco". Tómese de ejemplo que en las empresas con un empleado la brecha es de 17 puntos, mientras que empresas de cuatro empleados ésta asciende a 53 puntos porcentuales.

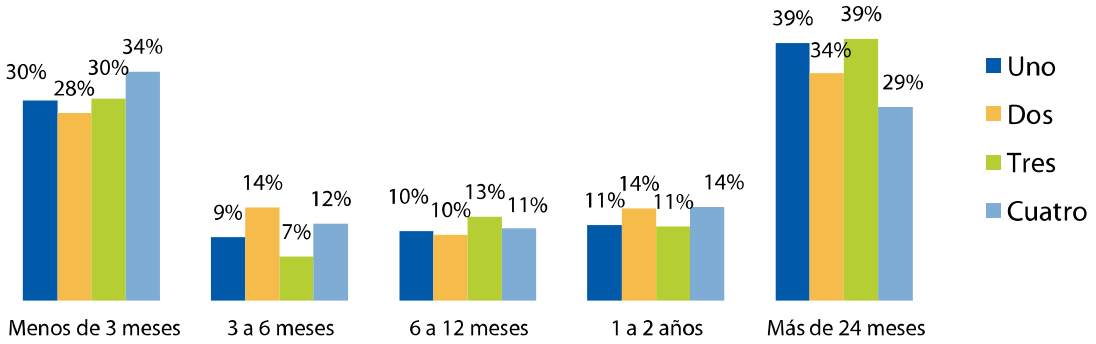
Gráfico 3. *Mipymes Costa Rica. Cumplimiento de trámites desde el inicio. Percepción de las empresas con uno a cuatro empleados permanentes*



Fuente: *Elaboración propia con datos de la Segunda Encuesta Nacional Mipymes, Observatorio Mipymes, 2012. El margen de error para estas agrupaciones es equivalente al 5,2% con un total de 359 casos sobre los cuales se hicieron las estimaciones.*

Resultados similares se presentan en el tiempo para la formalización o cumplimiento de todos los trámites, por ejemplo, para una formalización en un tiempo menor de tres meses se presenta una diferencia de cuatro puntos porcentuales entre empresas con uno y cuatro empleados. En el extremo opuesto, en un periodo superior a los 24 meses se observa una diferencia de diez puntos entre las empresas con uno y cuatro empleados. Esta valoración no permite inferir que existe una relación entre tamaño y formalización y busca complementar las valoraciones previas que toman un valor promedio; sin embargo, sí se puede intuir que existen diferencias entre las posibilidades de formalización y el tamaño de las empresas y principalmente en las empresas micro (Ver gráfico 4).

Gráfico 4. Mipymes Costa Rica. Tiempo para la formalización



Percepción de las empresas con uno a cuatro empleados

Fuente: *Elaboración propia con datos de la Segunda Encuesta Nacional Mipymes, Observatorio Mipymes, 2012. El margen de error para estas agrupaciones es equivalente al 5,2% con un total de 359 casos sobre los cuales se hicieron las estimaciones.*

Una valoración adicional para comprender la percepción de los trámites en las mipymes de Costa Rica, se realiza mediante la categorización de las empresas conforme algunas variables consideradas en las dimensiones capacidad de gestión y orientación hacia el uso de las TIC[9]. Las categorías definidas buscan identificar si entre grupos de mipymes con una mayor o menor presencia de las características indicadas, muestran diferencias significativas en la percepción sobre los trámites. La figura 1 ilustra los constructos realizados.

[9] Para la operacionalización de estos constructos se tomó como base los indicadores propuestos para la mipyme. Se utilizaron dimensiones de los índices de "Desempeño empresarial" en las dimensiones de Talento y TIC, así como el "Índice de Talento Empresarial" en la dimensión capacidad de gestión. Estos índices fueron calculados a partir de los resultados del Primer Estudio Nacional de las Mipymes, 2007. Es importante señalar que se utilizaron dimensiones de estos índices, a fin de generar categorías de análisis que complementen las valoraciones realizadas por tamaño y por sector de actividad. Las agrupaciones de empresas obtenidas con estas categorías, permitieron generar cruces con la información obtenida para las respuestas en las preguntas sobre trámites.

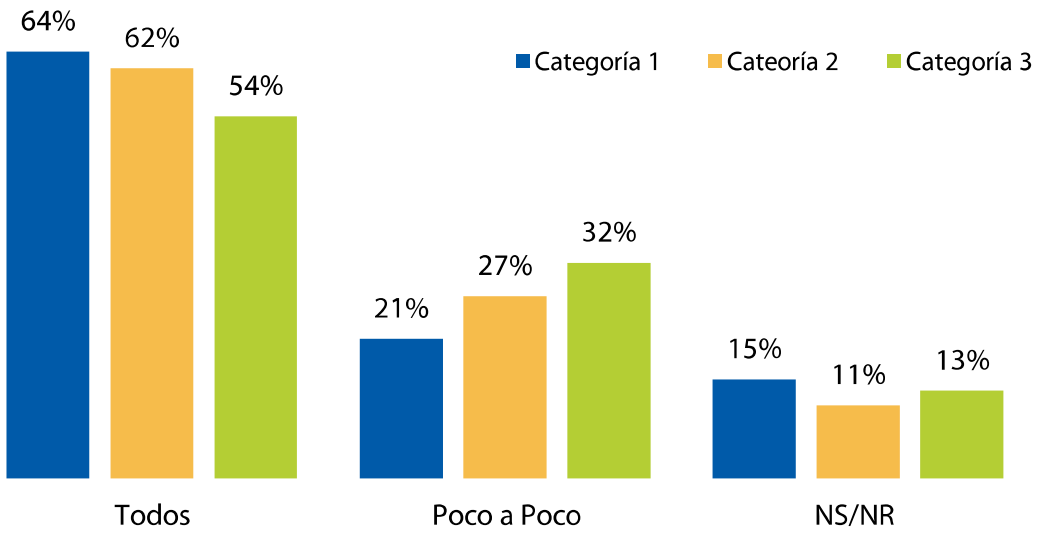
Figura 1. *Categorías de análisis complementarias para la valoración de los trámites*

Dimensión	Variable utilizada (pregunta del cuestionario)	Categorías de análisis
TIC	• Vende productos o servicios por Internet (TIC5) • Paga o compra a proveedores por Internet (TIC6) • Han recibido cursos por Internet (TIC7) • Uso de redes sociales para socializar y/o publicitar la información de su empresa (TIC8) • Ofrece Internet a los clientes (TIC9) • Tiene servicio de Banca Electrónica con algún Banco (TIC10)	Categoría 1: Mipymes que contestaron Si en al menos cuatro, cinco o todas las preguntas. Categoría 2: Mipymes que contestaron Si en al menos una, dos o tres preguntas. Categoría 3: Incluye las mipymes que contestaron No en todas.
Capacidad de gestión	• Mejora en la calidad del servicio a clientes (SIN21) • Mejora en la calidad del servicio a clientes (SIN19) • Conocimiento sobre los mercados (SIN22)	Categoría 1: Mipymes que contestaron Si en todas las preguntas. Categoría 2: Mipymes que contestaron Si en al menos dos preguntas. Categoría 3: Mipymes que contestaron Si en al menos una pregunta. Categoría 4: Incluye las mipymes que contestaron No en todas.

Fuente: *Elaboración propia con base en las preguntas del cuestionario del Estudio del 2011. En paréntesis se indica la pregunta específica. Para los cálculos se agruparon las empresas utilizando el total de empleados permanentes y empleados temporales. Para cada uno de los cruces se calculó el error de muestreo utilizando la siguiente fórmula d = [(1,96 2 * 0,50*0,50)/casos] 0,5.*

La valoración evidenció algunas diferencias entre las empresas en función de su inclinación hacia uso de las TIC. Por ejemplo, se encontró que las mipymes con una mayor orientación al uso de las TIC realizan en mayor proporción todos los trámites desde el inicio que aquellas empresas que no presentaron respuestas afirmativas en estas variables (Gráfico 5). Las empresas ubicadas en la categoría 1 y categoría 2, registraron un 62% y 64% respectivamente. Nótese, por ejemplo, que la brecha en las empresas con categoría 1 es de 41 puntos, entre el cumplimiento desde el inicio a poco. En las empresas categoría 3 la brecha se reduce a 22 puntos.

Gráfico 5. *MiPymes Costa Rica. Cumplimiento de trámites desde el inicio*

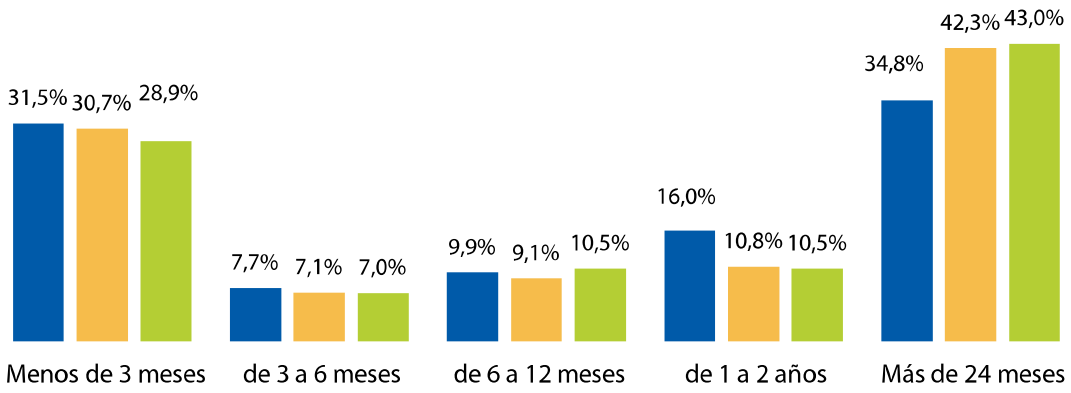


Percepción de las empresas según orientación al uso de TIC

Fuente: *Elaboración propia con datos de la Segunda Encuesta Nacional Mipymes, Observatorio Mipymes, 2012. Ver definición de categorías en Figura 1. El margen de error para estas agrupaciones es equivalente al 3,2% con un total de 934 casos sobre los cuales se hicieron las estimaciones.*

El tiempo para la formalización expresado en meses también evidenció diferencias entre las empresas con mayor o menor orientación hacia las TIC (Gráfico 6). En el caso de la formalización en los primeros tres meses las Mipymes en la categoría 3 (28%) son menores que las empresas en categorías 1 y 2. Si bien estas diferencias son más marcadas en la formalización posterior a dos años, en las cuales las empresas en la categoría 1 presentan diferencias de hasta 12 puntos porcentuales con las empresas en categoría 1. Entre uno y dos años para el periodo de formalización la diferencia es de seis puntos porcentuales entre ambas categorías.

***Gráfico 6**. MiPymes Costa Rica. Tiempo para la formalización*



Percepción de las empresas según orientación al uso de TIC

***Fuente:** Elaboración propia con datos de la Segunda Encuesta Nacional Mipymes, Observatorio Mipymes, 2012. Ver definición de categorías en Figura 1. El margen de error para estas agrupaciones es equivalente al 3,2% con un total de 934 casos sobre los cuales se hicieron las estimaciones.*

El análisis respecto a la dificultad de los trámites presenta que en las empresas en categoría tres el trámite peor percibido está relacionados con las municipalidades, además presentan una diferencia de 15 puntos con las mipymes en categoría uno. En el caso específico de las patentes, la percepción negativa mayor la presentan las empresas en categoría uno (Ver cuadro 5).

Cuadro 5. *Mipymes Costa Rica. Percepción de las empresas según orientación al uso de TIC*

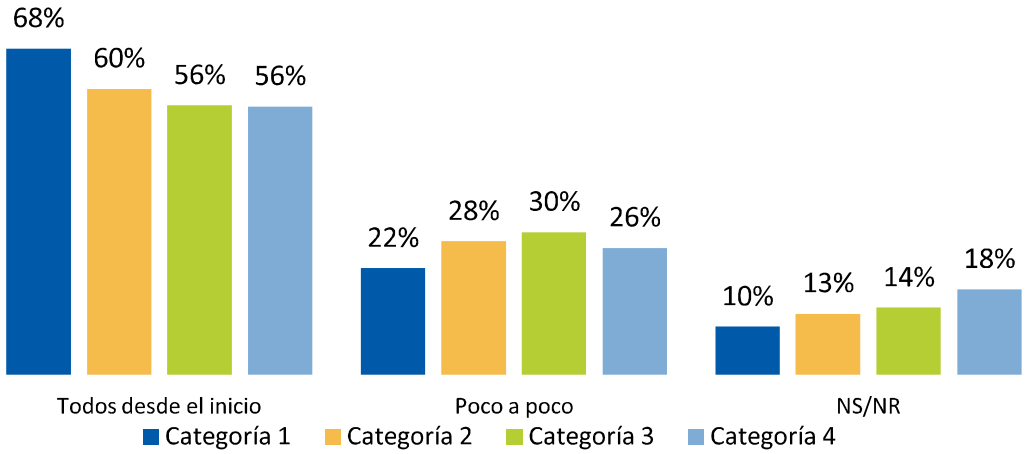
Categoría	Municipalidad	Ministerio de Salud	Patentes	Otros 1/	Todos	Otras	Total
TOTAL	**19%**	**23%**	**22%**	**20%**	**5%**	**11%**	**100%**
Uno	17%	21%	24%	21%	6%	11%	100%
Dos	18%	23%	23%	20%	4%	12%	100%
Tres	32%	21%	5%	21%	13%	8%	100%

Trámites e instituciones en las cuales se presentó mayor dificultad. Solo empresas que respondieron presentar o tener certeza en la respuesta.

Fuente: *Elaboración propia con datos de la Segunda Encuesta Nacional Mipymes, Observatorio Mipymes, 2012. Ver definición de categorías en Figura 1. El margen de error para estas agrupaciones es equivalente al 4.9% con un total de 399 casos sobre los cuales se hicieron las estimaciones. * Valores con respecto a la fila, 1/ Incluye certificaciones, CCSS, Inscripción de sociedad, licencia de exportación, Ministerio de hacienda, traspaso.*

Los resultados respecto a la capacidad de gestión fueron agrupados en cuatro categorías de empresas, como se indica en la figura 1. Al contrastar los resultados (Gráfico 7) de las agrupaciones se tiene que las empresas con mayor capacidad de gestión que cumplieron a cabalidad con los trámites desde el inicio alcanzaron un 68% y presentan una diferencia de 12 puntos porcentuales con las empresas en la categoría uno. Nótese que la brecha en la formalización total y "poco a poco" se acorta entre las empresas de la categoría cuatro, lo cual denota una mayor formalización. En el caso de la categoría uno se alcanza una brecha de 46%, la cual contrasta con la brecha de 30% de la cuarta categoría.

Gráfico 7. Mipymes Costa Rica. Cumplimiento de trámites desde el inicio

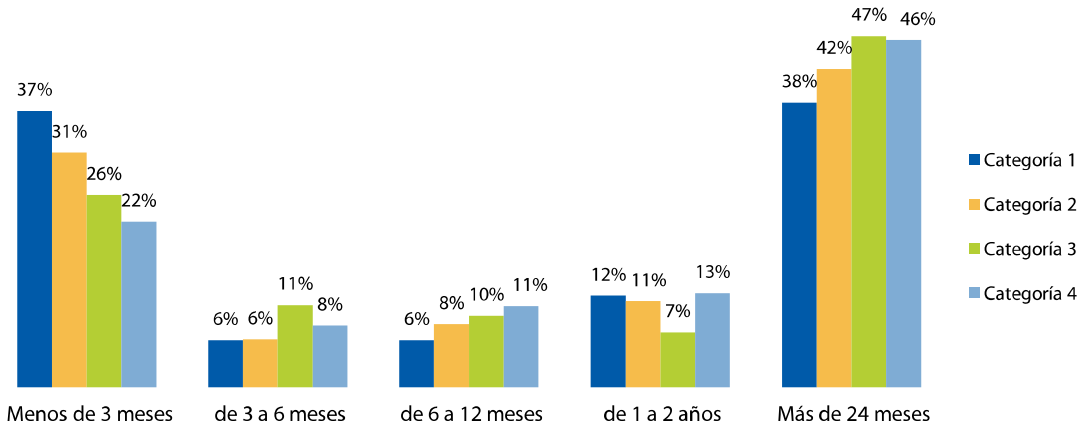


Percepción de las empresas según capacidad de gestión

Fuente: *Elaboración propia con datos de la Segunda Encuesta Nacional Mipymes, Observatorio Mipymes, 2012. Ver definición de categorías en Figura 1. El margen de error para estas agrupaciones es equivalente al 2,9%, con un total de 1167 casos sobre los cuales se hicieron las estimaciones.*

La valoración sobre el tiempo de la formalización hace evidente que las empresas en categoría uno muestran un mayor porcentaje en el plazo de tres meses (37%) y con una diferencia de 15 puntos con las empresas de la categoría cuatro que formalizaron en el mismo lapso (Gráfico 8). En el opuesto extremo las empresas que tardaron hasta 24 meses en formalizar las mipymes agrupadas en categoría cuatro superan en 8 puntos porcentuales a las empresas de la categoría uno.

Gráfico 8. Mipymes Costa Rica. Tiempo para la formalización



Percepción de las empresas según capacidad de de gestión.

Fuente: *Elaboración propia con datos de la Segunda Encuesta Nacional Mipymes, Observatorio Mipymes, 2012. Ver definición de categorías en la figura 1. El margen de error para estas agrupaciones es equivalente al 2,9%, con un total de 1167 casos sobre los cuales se hicieron las estimaciones.*

El análisis respecto a la dificultad de los trámites presenta que en las empresas con categoría cuatro el trámite peor percibido están relacionados con las municipalidades y presenta una diferencia de 12 puntos con las mipymes en categoría uno. En el caso específico de las patentes la percepción negativa mayor la muestran las empresas en categoría dos (Cuadro 6).

Cuadro 6. Mipymes Costa Rica. Percepción de las empresas según capacidad de gestión

Categoría	Municipalidad	Ministerio de Salud	Patentes	Otros 1/	Todos	Otros
TOTAL	**19%**	**23%**	**22%**	**21%**	**5%**	**11%**
Uno	19%	24%	18%	24%	3%	10%
Dos	12%	26%	24%	20%	5%	13%
Tres	17%	21%	23%	19%	8%	12%
Cuatro	31%	18%	19%	21%	3%	8%

Trámites e instituciones en las cuales se presentó mayor dificultad. Solo empresas que respondieron presentar o tener certeza en la respuesta

* Valores con respecto a la fila, 1/ incluye certificaciones, CCSS, inscripción de sociedad, licencia de exportación, Ministerio de Hacienda, traspaso.

Fuente: *Elaboración propia con datos de la Segunda Encuesta Nacional Mipymes, Observatorio Mipymes, 2012. El margen de error para estas agrupaciones es equivalente al 4,5 % con un total de 478 casos sobre los cuales se hicieron las estimaciones.*

Acciones públicas en materia de trámites [10]

En materia de trámites ha existido un interés por incidir en forma positiva en la gestión de los trámites. Es un hecho que la administración Arias Sánchez (2006-2010) propuso cambios en materia de trámites que resultaron en acciones conducentes hacia la mejora en materia regulatoria y competitividad, principalmente en la facilidad para hacer negocios o como se le conoce por su nombre en inglés *Doing Business*. A continuación se recopilan algunas acciones de la administración 2006-2010, a fin de concatenar con las propuestas de la administración 2010-2014.

[10] En la publicación Estado Nacional de las micro, pequeñas y medianas empresas formales, en el capítulo de trámites se recopilan las acciones públicas de otras administraciones. Ver páginas 71-118. El presente capítulo se enfoca en destacar las principales acciones de la administración Chichilla Miranda. (2010-2014)

Cuadro 7. Acciones ejecutadas en la administración Arias Sánchez (2006-2010).

Las acciones fueron ejecutadas por el MEIC, en el periodo del ministro Eduardo Sibaja Arias y del Programa Nacional de Competitividad y Mejora Regulatoria, a cargo del ministro del ramo Jorge Woodbrige González. Se destaca en materia de mejora regulatoria y trámites lo siguiente:
Sistema de formalización de empresas. Plan piloto para la obtención del permiso sanitario del Ministerio de Salud, registro de contribuyente ante tributación y la póliza de riesgos profesionales y el reporte de patrono ante la CCSS. El proyecto también incluyó con un grupo de municipalidades en materia de construcción.
Implementación del expediente digital de SETENA. Orientado a permitir administrar y resolver los trámites de evaluación de impacto ambiental.
Sistema de permisos de construcción para viviendas unifamiliares. Dirigido a ingenieros y responsables que puedan realizar trámites de visado de planos y los permisos de construcción de viviendas en 48 horas.
Certificado veterinario de operación. Orientado a permitir a los productores pecuarios obtenerlo en línea en dos días.
Sistema digital de catálogo de trámites. Permite consultar los en línea los trámites de todas las instituciones públicas con información de los requisitos, procedimientos, plazos e instancias.
Sistema digital de formalización de empresas. Centraliza en un solo lugar los trámites básicos para que un negocio opere legalmente en el país.
Portal de trámites de construcción. Ofrece detalles de los trámites y requisitos para desarrollar proyectos de construcción.
Expediente municipal. Plan piloto visión 2020. Almacena imágenes sobre propiedades

Fuente: *Elaboración propia con base en el Informe de Labores del Ministro del MEIC, 2007-2010 (pp. 25-35) y el Informe de Labores del Ministro del Programa Competitividad y Mejora Regulatoria, 2007-2010 (pp.10-12).*

Es importante destacar el hecho de que para la administración Arias Sánchez se nombrara, con rango de ministro sin cartera, una persona responsable en materia de competitividad y mejora regulatoria (Decreto, N° 33150), lo cual denota la prioridad que tuvo la temática, máxime por la práctica institucionalizada en diferentes gobiernos de nombrar ministros sin cartera, siendo la competitividad una de las áreas designadas por la Presidencia de la República.

La administración Chichilla Miranda (2010-2014) mantiene prioritarias las acciones en materia de trámites y mejora regulatoria. En el Plan Nacional de Nacional de Desarrollo María Teresa, 2011-2014, se incluye en el capítulo sobre

"Competitividad e innovación" un diagnóstico sobre el tema de los trámites, de modo que se aumente la competitividad y haya una mejora en la "tramitología" del país.

> El exceso de trámites, muchos de poco o ningún valor agregado, que casi nunca se completan dentro de los plazos previstos por la ley y que suelen contener requisitos poco precisos, se ha constituido en una fuente de constantes quejas por parte del sector empresarial y la ciudadanía en general. Se suma a ello la desarticulación institucional, que redunda en duplicidad de funciones y dispersión de agendas y recursos, restando fuerza e impacto a iniciativas que deberían contribuir al desarrollo nacional. La ineficiencia en los procesos gubernamentales descritos se ha puesto en evidencia en índices internacionales basados en encuestas de percepción, como el Índice de Competitividad Global y el Índice de Facilidad para Hacer. (MIDEPLAN, 2011:87)

Como parte del objetivo estratégico que busca "[…] *aumentar la producción: inversiones en capital humano y físico y el incremento de la eficiencia"*, se considera como una de las acciones el "mejoramiento en aspectos de tramitología y reforma regulatoria", en particular esta acción promueve:

> […] un ambicioso programa de simplificación de trámites. El proceso incluye la mejora de 41 trámites prioritarios en las cinco instituciones que más afectan al sector productivo, así como una mejora regulatoria integral en el resto de las instituciones. Se complementa este accionar con el avance del uso de las tecnologías de información y Gobierno Digital, en miras de mejorar la calidad de la prestación de servicios, fin mismo de la administración pública. (MIDEPLAN, 2011:90)[11]

Un aspecto importante de esta administración está referido a la formalización de la *Política Pública de Fomento a las Pyme y al Emprendedurismo* (MEIC, 2010), en la cual se definen ocho estrategias, siendo una de éstas el área de articulación productiva, en la cual se incluye el *Programa Nacional de Simplificación de Trámites*. Este programa parte de una situación actual en la cual se deben "[…] *realizar 12 procedimientos para la apertura de una empresa, con una duración promedio de 77 días y un costo de 21.3 del ingreso nacional per cápita"*, esto conforme con el informe *Doing Business* 2008. En el cuadro 8 siguiente se resume las acciones contenidas en el Informe del *Doing Business* para varios años, lo cual permiten visualizar los aspectos más relevantes sobre Costa Rica recopilados en el periodo 2007-2012.

[11] Esta acción tiene un costo estimado de 781.2 millones de colones y las instituciones responsables son el MEIC, sobre quien recae la rectoría, INTA, MAG y SENASA.

Cuadro 8. Avances reconocidos en el Informe *Doing Business*, 2007-2012

Año del informe	Temática para la cual se documentó el avance
2007	Apertura de un negocio: simplifica otras formalidades sello, publicación, notario, inspección, entre otros requisitos (2009:10).
2008	Comercio transfronterizo: Costa Rica recorta más de una semana el tiempo de las operaciones comerciales después de permitir a los comerciantes la presentación de declaraciones electrónicas (2008:53).
2009	Costa Rica recorta 17 días al digitalizar la inscripción ante la autoridad tributaria (2009:17).
2010	Cumplimiento de contratos.
2011	No se reportan reformas.
2012	Se destaca Costa Rica como una de las diez economías a nivel mundial que hicieron tres o más reformas. Para Costa Rica se reportan cuatro: 1. Creación de una empresa: simplifica el proceso de obtención de un permiso sanitario para actividades de bajo riesgo. 2. Manejo de permisos de construcción: simplifica el proceso para la obtención de permisos de construcción mediante la implementación de sistemas de aprobación en línea. 3. Obtención de crédito: mejora el acceso a la información crediticia de garantizar el derecho de los prestatarios para inspeccionar sus datos personales. 4. Pago de impuestos: aplicación de pago electrónico para los impuestos municipales e impuesto de tasa única (2012:137).

Fuente: *elaboración propia con base en reportes del Doing Business*

En particular en la Administración 2010-2014, se propone como objetivo *"[…] implementar el programa de simplificación y reducción de trámites que deben realizar las pymes para iniciar negocios y en su posterior operación, incluyendo a los gobiernos locales de las zonas estratégicas definidas"* (MEIC, 2010:13). Las acciones concretas que se proponen se presentan en el cuadro 9.

Cuadro 9. Acciones del Programa Nacional de Simplificación de Trámites

❑ Implementación de un mapeo de trámites respecto a la creación y operación de las empresas, particularmente en los gobiernos locales de las zonas estratégicas definidas y asociados a los centros de innovación e incubación.
❑ Definición de planes de mejora regulatoria que permita reducir los plazos de los trámites requeridos por las pymes.
❑ Desarrollo de una guía digital sobre los principales trámites y procesos que debe realizar una pyme.
❑ Establecimiento de una ventana única para las pymes, la cual permita una atención especializada de los trámites que deben realizar.
❑ Digitalización y automatización de procesos y trámites que sean requeridos por las pymes en coordinación con la Secretaría de Gobierno Digital.

***Fuente**: Elaboración propia con base MEIC (2010:13)*

Lo anterior denota un esfuerzo por atender el tema de la "tramitología" mediante un enfoque hacia las mipymes, en el marco de la Política Mipyme que se definió. Otro aspecto que merece ser destacado refiere a la focalización de las políticas en zonas prioritarias y al fortalecimiento de capacidades en los gobiernos locales, en una clara y necesaria relación entre el espacio institucional del Gobierno Central y las municipalidades que tienen competencias definidas sobre la apertura de las empresas y su operación.

La administración Chichilla Miranda mantiene una continuidad en materia de trámites y simplificación y, por medio de la Directriz Nº 002-MP-MEIC, se insta a "*Ministros de Estado, Presidentes Ejecutivos de la Instituciones Autónomas del Estado y demás jerarcas de las entidades de Derecho Público, a coordinar, apoyar y ejecutar las políticas públicas y recomendaciones que en materia de competitividad, mejora regulatoria y simplificación de trámites*" (Art.1). La directriz contiene aspectos que dirigen la política en materia regulatoria, el catálogo electrónico de trámites y enlaces oficiales de simplificación de trámites y un plan de mejora regulatoria y simplificación de esos trámites, con el propósito de determinar cuáles trámites deben ser modificados y eliminados (Arts. 1.3 y 4).

En atención a que la administración Chinchilla Miranda se encontraba en su primer año durante la ejecución del trabajo de campo de la encuesta 2011, es intuitivo pensar que las percepciones de las empresas respecto a los trámites, no pueden ser atribuidas únicamente al ejercicio de esta administración. En este sentido, en el cuadro 10 se detallan algunas valoraciones obtenidas de las

evaluaciones del MEIC en el año 2010 y 2011, que complementan las acotaciones sobre los propuestas mencionadas anteriormente.

Cuadro 10. Acciones ejecutadas por el MEIC en los periodos 2010 y 2011

2010	❑ Se menciona el trabajo con la propuesta en sectores clave como construcción, turismo, ambiente, salud, agropecuario y comercio. Se menciona también la priorización en los trámites de las cinco instituciones que más afectan al desarrollo del sector productivo, según la Estrategia Gubernamental de la Simplificación de Trámites, 2010-2014: MinSalud, MAG, MINAET, AyA y municipalidades. Se señala que de un total de 41 trámites de han logrado resultados concretos en 19. Se presentó por institución el siguiente logro: MAG (5/5), AyA (3/3), Municipalidades (1/4); MinSalud (5/10) y MINAET, (5/11). ❑ En el Catálogo Nacional de Trámites se incluyeron un total de 2034 trámites distribuidos en: ministerios (1336), autónomas y semiautónomas (609), empresas públicas (20) y otras (69). Se registran las instituciones con planes de mejora regulatoria presentados a enero del 2011: ministerios (11), autónomas y semiautónomas (17), empresas públicas (20) y otras (2). ❑ Se registran un total de diez municipalidades que participan en el Sistema de Expediente Digital: San José. Barva, Atenas, La Unión, Montes de Oca, Belén, Orotina, Pococí, San Isidro y Santa Bárbara.
2011	❑ Se mencionan las acciones de la Dirección de Mejora Regulatoria y Reglamentación Técnica y se citan como acciones las siguientes: ❑ Reducción de plazos en un 80%, en un promedio de once trámites simplificados. ❑ Se simplifican 16 de los 41 trámites que forman la Estrategia Nacional de Simplificación de Trámites, que representa un avance de 39%. ❑ Un avance de 26% en la actualización y simplificación de reglamentos técnicos, que representa el cumplimiento de la meta.

Fuente: *Elaboración propia con base en informes de evaluación anual del MEIC para los periodos 2010 y 2011*

En el periodo de la administración Chichilla Miranda y en una valoración sobre la rectoría en materia de mipymes, la Contraloría General de la República, consignó un informe sobre la rectoría de las mipymes dirigido al despacho de la Ministra Mayi Antillón Guerrero (DFOE--EC--IIF--03—2012). El informe reconoce los esfuerzos realizados a diez años de publicación de la Ley N° 8262; sin embargo, señala las debilidades en la definición de la población objetivo y la carencia de indicadores

como clave para atender este parque empresarial. En este informe no se realiza una valoración específica en materia de trámites, pero sí algunas observaciones respecto a las debilidades que, a criterio del órgano contralor, presenta el MEIC como rector de las mipymes, por ejemplo, la referente a las carencias en materia de información:

> Es necesario mencionar que el registro, las estadísticas y los sistemas de procesamiento de la información relativa al sector de pymes presenta de carencias y este es un tema clave en la definición de una política efectiva de promoción y fomento integral del sector, porque sólo contando con insumos que den cuenta de las peculiaridades de cada segmento o grupo empresarial o de tal o cual aspecto relevante a su desarrollo, será posible establecer y adecuar instrumentos de política pública que estén a la altura de sus verdaderas necesidades. (CGR, 2012:21)

Lo anterior sugiere también los desafíos que enfrenta el MEIC en materia de trámites, dado las particularidades de un sector productivo del cual se dispone poca información conforme con los requerimientos que indica el órgano contralor, a fin de orientar acciones estratégicas que conduzcan hacia una mayor facilidad para iniciar y operar las empresas.

Reflexiones finales

Como se indicó al inicio del análisis, el país en forma recurrente ocupa una mala posición en el ámbito mundial en materia de apertura de un negocio y no exhibe una posición de liderazgo en la región (se acotó a los países firmantes del tratado comercial CAFTA-DR). En este particular, es destacable la atención que han mostrado las autoridades gubernamentales pertinentes respecto a los hallazgos documentados en los sucesivos informes. Es preciso recalcar que este informe se basa en la normativa vigente y aportes de colaboradores en los distintos países que muestran ligamen con el sector empresarial y la formalización y operación de empresas.

En este sentido, se ofreció una mirada a partir de las percepciones de las personas empresarias y con base en el Segundo Estudio Nacional sobre las Mipymes en Costa Rica ejecutado por el Observatorio de Mipymes en el año 2011. Se incluyó nuevamente un apartado sobre los trámites el cual se estructuró mediante tres preguntas. Una primera acotación sobre los resultados refiere a la formalización, en la cual es notorio como el tamaño de la empresa y su rama de actividad incide en esta. En igual dirección se presenta el periodo de formalización, para el que también se

identifican variaciones, siendo el sector de actividad lo más determinante para evidenciar diferencias.

Para complementar estas valoraciones se incluyó un ejercicio que permitiera comparar a las empresas más pequeñas, las cuales se definieron entre uno y cuatro empleados, la cual denotó las dificultades que tienen las microempresas para el cumplimiento de todos los trámites desde el inicio y su periodo de formalización. Esta valoración develó que la capacidad para formalizar en microempresas es distinta al valor promedio registrados para el conjunto de empresas.

Un elemento que consideró el diagnóstico de las mipymes, refiere a la percepción de los trámites más difíciles, siendo los relacionados con las municipalidades y el Ministerio de Salud los así considerados. Esta situación contrasta con las acciones que promueven las autoridades del gobierno mediante las cuales estas entidades se han constituido prioritarias en las estrategias para mejorar los trámites, lo cual denota un trabajo pendiente ya reconocido en informes internacionales.

Un aporte del presente apartado se enfocó en valorar si la orientación hacia el uso de las tecnologías y la capacidad de gestión determinaba alguna diferencia en la percepción sobre los trámites. Los resultados permitieron encontrar diferencias entre las categorías de empresas definidas, siendo claro que las empresas con más capacidad de gestión y orientación hacia las TIC, mostraron una mayor capacidad para cumplir con todos los trámites, así como un periodo de formalización menor. Lo anterior, sugiere la importancia de que en el diseño de las estrategias se consideren estos elementos diferenciadores de las mipymes, en tanto podrían aumentar los niveles de éxito de las políticas públicas orientadas hacia una mejora en materia de trámites, máxime aquellas enfocadas en mejoras en el Gobierno Digital.

En el marco de las acciones públicas, son notables los esfuerzos gubernamentales por mejorar la "tramitología", prioridad en los Planes Nacionales de Desarrollo, dirigida desde el Ministerio de Economía Industria y Comercio; sin embargo el trabajo aún es insuficiente, tanto por la magnitud de las regulaciones y trámites existentes, así como por las propias particularidades del sector de las mipymes.

Por otra parte, no existe duda alguna de que la simplificación (Decreto Ejecutivo Nº 33678), la existencia de ventanillas únicas, el inventario o catálogo de trámites (Decreto Ejecutivo Nº 35358-MEIC), las limitaciones normativas en materia de costo-beneficio para crear nuevos trámite, constituyen acciones fundamentales para mejorar la competitividad del país.

En también importante reconocer las diferencias que se pueden presentar en regiones del país por las características del parque empresarial, así como las capacidades de respuesta en las diferentes administraciones públicas, tanto del

Poder Ejecutivo Central con unidades descentralizadas territorialmente (por ejemplo, Crea Pyme), así como de los gobiernos locales que como unidades organizativas presentan diversos grados de capacidad de respuesta ante las demandas de las personas y las empresas.

Lo anterior refuerza aún más las recomendaciones de la Contraloría General de la República sobre la importancia de conocer la población meta del MEIC; es decir, las mipymes que son diferentes por su tamaño, por la rama de actividad así como por sus capacidades. Algunas experiencias (CEPAL/FUNDES, 2007) sobre la simplificación de trámites han sido desarrolladas y sistematizadas, ofrecen una mirada sobre estas particularidades y la especificidad que implican las acciones conducentes al logro de este objetivo.

En general, el país actualmente conoce más del estado de situación en esta materia, lo cual es oportuno para tomar decisiones y como se reitera en diversos espacios, la importancia de la formalización de las mipymes es un asunto de naturaleza estratégica, máxime también por las condiciones institucionales de apoyo existentes y los recursos públicos destinados a estos fines, pero condicionados a la formalidad, lo cual ha generado principalmente la consabida subutilización de recursos financieros.

El aspecto precitado es fundamental por los efectos positivos que muestra una mayor formalidad de las mipymes, ya que desde el punto de vista legal y de los programas de atención del sector público hacia este conjunto productivo, el cumplimiento de los requisitos sirve para obtener los recursos de apoyo –técnicos y financieros- destinados para estos propósitos, y para generar un mayor conocimiento de este parque empresarial productor de empleo y bienestar en la sociedad costarricense.

Referencias

Banco Mundial. (2008). Informe Mundial Doing Business. Recuperado de: http://espanol.doingbusiness.org/~/media/FPDKM/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/Foreign/DB08-FullReport-Spanish.pdf

Banco Mundial. (2009). Informe Mundial Doing Business. Recuperado de: http://espanol.doingbusiness.org/~/media/FPDKM/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/Foreign/DB09-FullReport-Spanish.pdf

Banco Mundial. (2010). Informe Mundial Doing Business. Recuperado de: http://espanol.doingbusiness.org/~/media/FPDKM/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/Overview/DB10-Overview-Spanish.pdf

Banco Mundial. (2011). Informe Mundial Doing Business. Recuperado de: http://espanol.doingbusiness.org/~/media/FPDKM/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/Overview/DB11-Overview-Spanish.pdf

Banco Mundial. (2012).Informe Informe Mundial Doing Business. Recuperado de: http://espanol.doingbusiness.org/~/media/FPDKM/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/Foreign/DB12-Spanish.pdf

Banco Mundial. (2012). Informe Doing Business. Informe para Costa Rica. Recuperado de: http://espanol.doingbusiness.org/~/media/fpdkm/doing%20business/documents/profiles/country/CRI.pdf

CEPAL/FUNDE. (2007). *Simplificación de trámites para la creación de empresas: la experiencia de Fundes*. Documento compilado por Geovanny Castillo, Coordinador, Programa de Simplificación de Trámites, FUNDES Internacional e Irma Gutiérrez, Coordinadora de Investigación y Desarrollo de FUNDES Chile, y por Giovanni Stumpo de la Unidad de Desarrollo Industrial y Tecnológico, División de Desarrollo Productivo y Empresarial, de la CEPAL

Castillo y Chávez. (2001). *Pymes: una oportunidad de desarrollo para Costa Rica*. FUNDES Costa Rica. Programa de en entorno empresarial.

CGR. (2012). Informe de auditoría de carácter especial sobre algunos aspectos relacionados con la rectoría ejercida por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio en el sector de la micro, pequeña y mediana empresa. Informe N° DFOE--EC--IIF--03—2012 del 6 de junio, 2012. División de Fiscalización Operativa y Evaluativa. Área de servicios económicos

Chacón L. (2009). *Los trámites y las Mipymes en Costa Rica*. En Brenes y Govaere (2009) Estado Nacional de las micro, pequeñas y medianas empresas formales. EUNED, San José Costa Rica.

MEIC. (2007). Informe de Labores, Mayo 2006 a Mayo 2007 del Ministro Economía Industria y Comercio, Sr. Alfredo Volio Pérez.

MEIC. (2010). Informe final de gestión: Noviembre 2007-Mayo 2010 del del Ministro Economía Industria y Comercio, Sr. Eduardo Sibaja Arias

MEIC. (2011). Informe de Evaluación Anual del Ejercicio Económico 2010.

MEIC. (2012). Informe de Evaluación Anual del Ejercicio Económico 2011.

MIDEPLAN. (2011). Plan Nacional de Nacional de Desarrollo María Teresa, 2011-2014. Plan Nacional de la Administración Chichilla Miranda: 2010-2014.

Poder Ejecutivo de Costa Rica. (2006). Decreto Ejecutivo para la creación del Consejo Nacional de Competitividad. Decreto Ejecutivo MP-COMEX-MOPT-MAG-MEP-MICIT-MEIC-MDEIPLAN, Nº 33150. Publicado en el Diario Oficial *La Gaceta* Nº 163 del 27 de agosto de 2002.

Poder Ejecutivo de Costa Rica. (2007). Reglamento sobre los Programas de Mejora Regulatoria y Simplificación de Trámites dentro de la Administración Pública. Decreto Ejecutivo MP-MEIC-, Nº 33678. San José, a los quince días del mes de febrero del dos mil siete.

Poder Ejecutivo de Costa Rica. (2009). Reglamento sobre el Catálogo de Trámites y Plataformas de Servicios. Decreto Ejecutivo MEIC-, Nº 35358. San José, a los veintitrés días del mes junio de dos mil nueve.

Poder Ejecutivo de Costa Rica. (2010). Directriz Nº 002-MP-MEIC. San José, a los 8 días del mes de junio del dos mil diez.

Programa Nacional de Competitividad y Mejora Regulatoria. (2010). Informe de Labores Noviembre 2007-Mayo 2010 del Ministro de Competitividad y Mejora Regulatoria, Sr. Jorge Woodbridge González

UNED/Observatorio Mipymes. (2012). Resultados del Segundo Diagnóstico Nacional de las Mipymes en Costa Rica, julio de 2011.

Anexo 1

Segundo Estudio Nacional de las Mipymes, 2011

Temáticas utilizadas en el presente apartado

TRÁMITES	
TR1	¿Cuándo inicio su empresa tramitó el permiso de funcionamiento, las patentes y los seguros desde el inicio o lo fue haciendo poco a poco? 1. TODOS DESDE QUE INICIÓ 2. POCO A POCO 9. NS/NR
TR2	¿Cuánto tiempo después formalizó todos los trámites?
TR3	¿Cuál de todos los trámites que tuvo que realizar le presentó mayor dificultad?

Fuente: *Tomado del Informe Final de la Encuesta del Segundo Estudio Nacional de las Mipymes.* El presente capítulo muestra información que ubica a Costa Rica con respecto a las tecnologías de información y comunicación en el panorama mundial, latinoamericano y nacional, con el fin de identificar fortalezas y debilidades del país en el área.

Las TIC como instrumento para fortalecer el desarrollo de las MIPYMES costarricenses

Rytha Picado Arroyo

Máster Rytha Picado Arroyo, Coordinadora del Programa Institucional de Emprendedores, Tecnológico de Costa Rica. Profesora e investigadora en áreas de emprendimiento e innovación

Forma parte de la red de apoyo a mipymes liderada por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio y formó parte de la comisión redactora de la política pública de emprendimiento: Costa Rica Emprende. Asesora permanente del Centro de Incubación de Empresas del TEC.

Ana Cristina Rivas Bustos

Ingeniera en Computación, con Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Finanzas y en Mejoramiento de la Calidad y Productividad. Actualmente, laboro como Profesional en TIC en el Centro de Vinculación Universidad-Empresa, del Tecnológico de Costa Rica.

El capítulo inicia con la revisión del contexto global y latinoamericano, de seguido se analiza el contexto nacional y por último se incursiona en los resultados de la Segunda Encuesta Nacional Mipymes 2011.

Los resultados del informe se presentan por temas de interés: uso de equipo informático, *Internet*, *e-commerce*, Internet celular, banca electrónica y redes sociales.

Contexto global y latinoamericano

Las tecnologías de información y comunicación son una de las áreas que más ha revolucionado la industria, desarrollado nuevos mercados e impactado fuertemente el desarrollo económico y social de los países.

En este sentido, Barrere et ál. (2011) en un informe elaborado para el Observatorio Iberoamericano de la Ciencia, la Tecnología y la Sociedad establecen que las TIC han permeado de manera sensible y revolucionaria en las sociedades de todo el mundo. El acceso a las TIC en la actualidad se observa como una forma más de inclusión social.

Lo anterior es de suma importancia para las economías latinoamericanas pues si bien es cierto representa una oportunidad de desarrollo, también podría ampliar la brecha entre los países con diferentes niveles de avance en el campo de las TIC.

Según el Informe Global sobre las Tecnologías de la Información 2012, América Latina y el Caribe siguen sufriendo un retraso importante en la adopción de las TIC de manera más amplia.

Al analizar el índice NRI (Networked Readiness Index) que califica el ambiente, la infraestructura, el uso y el impacto de las TIC; se evidencian tres razones en común para el citado retraso: una insuficiente inversión en el desarrollo de la infraestructura de las TIC, una base de conocimientos débiles en la población, como resultado de los deficientes sistemas educativos que dificultan la capacidad de la sociedad para hacer un uso eficaz de estas tecnologías y las condiciones desfavorables de negocios que no son compatibles con el estímulo del espíritu empresarial y la innovación.

Panamá y Costa Rica, en la posición 57ª y 58ª, respectivamente, se destacan claramente del resto de los países en Centroamérica, una región que sufre un retraso general en temas de conectividad y las deficiencias en su ambiente de negocios.

En Costa Rica contribuyen a su desempeño los beneficios de una fuerte base de conocimientos gracias a un sistema educativo que funciona bien, no obstante, el país sufre de un retraso de la infraestructura que impide su capacidad para lograr mayores tasas de adopción de las TIC.

Cuadro 1. *Resultado de Costa Rica en el NRI (*) desde el año 2007 hasta el 2011*

Año	Desempeño
2007	3,87%
2008	3,99%
2009	3,95%
2010	4,05%
2011	**4,00%**

Aunque cada año el desempeño de Costa Rica es bueno, no muestra un comportamiento ascendente en forma consistente. Para abordar sus debilidades será fundamental mejorar el entorno empresarial y la innovación, el uso individual de las TIC y el impacto económico en la sociedad. Lo anterior se traduce en un país más competitivo y una economía orientada hacia actividades basadas en el conocimiento.

Contexto Nacional

A nivel de empresas, se observa un creciente interés y una adopción cada vez más amplia de las TIC. Según el informe de resultados*: Situación actual del uso y conocimiento de plataformas de comercio electrónico y TIC en los sectores comerciales, industriales y de comercio*, publicado por la Rectoría de Telecomunicaciones de Costa Rica en Enero 2011, 85% de las empresas costarricenses consideran importante el uso de las TIC dentro de la rama de actividad en que se desempeñan.

Por otra parte, en el Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación 2011-2014 (PNCTI), se menciona que la innovación tecnológica *"[…] es condición necesaria para posibilitar mejoras en la productividad y a través de ésta, en la competitividad de la economía, gracias a su impacto en el desarrollo de capacidades personales y colectivas, como elementos esenciales para usar la información y convertirla en conocimiento y bienestar"* (p. 63).

En relación con la capacidad país en el uso de las tecnologías de información y comunicación, específicamente en el campo de tecnologías digitales, el PNCTI también menciona que en el Foro Económico Mundial se incluye a Costa Rica entre los diez países del mundo cuya población está mejor preparada para aprovechar lo digital. De igual forma, el Banco Mundial reconoce a Costa Rica entre los diez países

con mayor proporción de bienes y servicios de alta tecnología en sus exportaciones totales, siendo la mayoría de tecnologías digitales.

En adición, en este plan, están claramente definidas varias metas que, en forma consecuente, promueven e impulsan el desarrollo y avance de las tecnologías de información y comunicación, a través de la formación y generación de capital humano capacitado en estas áreas y cuya inserción en los diversos sectores genera un impacto positivo, siendo las mipymes uno de los posibles sectores que también captará y aprovechará este recurso humano capacitado en las TIC.

Resultados de la Segunda Encuesta Nacional Mipymes 2011

A continuación se presentan los resultados de la Encuesta Nacional Mipymes 2011, en el área de las TIC.

- *Uso de equipo informático en las mipymes*

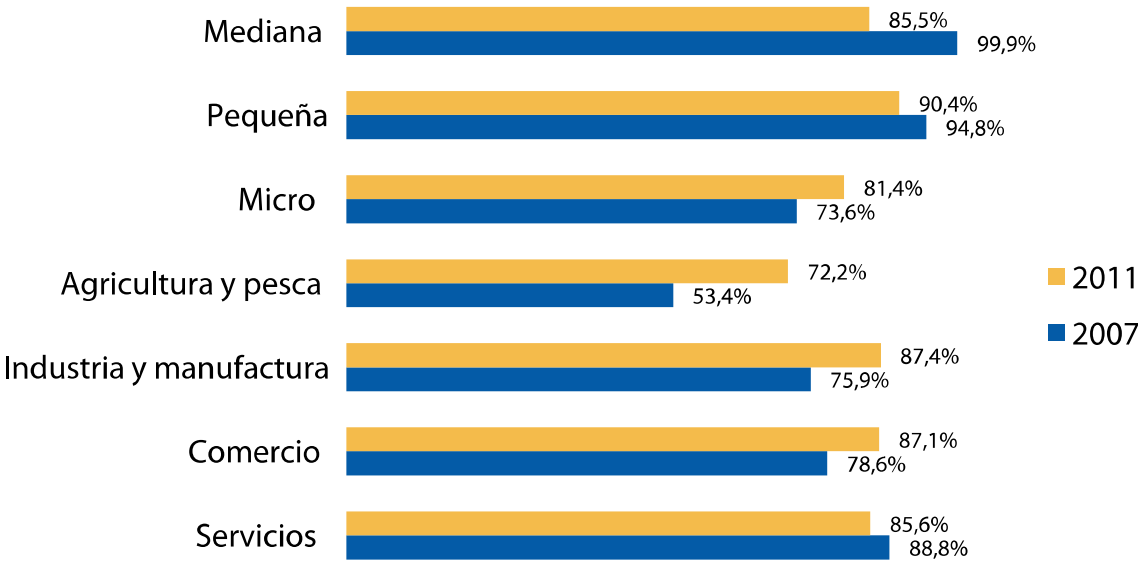
Al analizar los datos obtenidos en el 2011 y establecer una comparación con los resultados de la encuesta 2007, con respecto a la tenencia de computadoras, se observa un incremento en la cantidad de empresas que poseen computadoras, las cuales adquieren relevancia como herramientas tecnológicas para apoyar y potenciar las actividades del negocio.

Al agrupar la información por sector productivo, sólo se observa una baja porcentual en el sector servicios pasando de 88,8% a 85,6%. Cuando se efectúa la misma comparación por tamaño de empresa, también se presenta una sola contracción en el grupo de empresas medianas, de 99,9% a un 85,5%, una reducción significativa de 14,4%. Aparte de estos dos casos comentados, el resto (tanto por sector como por tamaño) muestra un comportamiento creciente en la distribución porcentual de empresas que poseen computadoras.

Sería interesante indagar los dos casos de baja, para conocer si una de las posibles causas es por haber migrado al uso de otros dispositivos electrónicos como *iPad*, tabletas, entre otros.

El gráfico 1 presenta los datos estadísticos del comparativo realizado entre las encuestas 2007 y 2011, para el rubro de tenencia de computadoras en las empresas.

Gráfico 1. *Distribución porcentual de número de computadoras en las Mipymes 2007 y 2011*

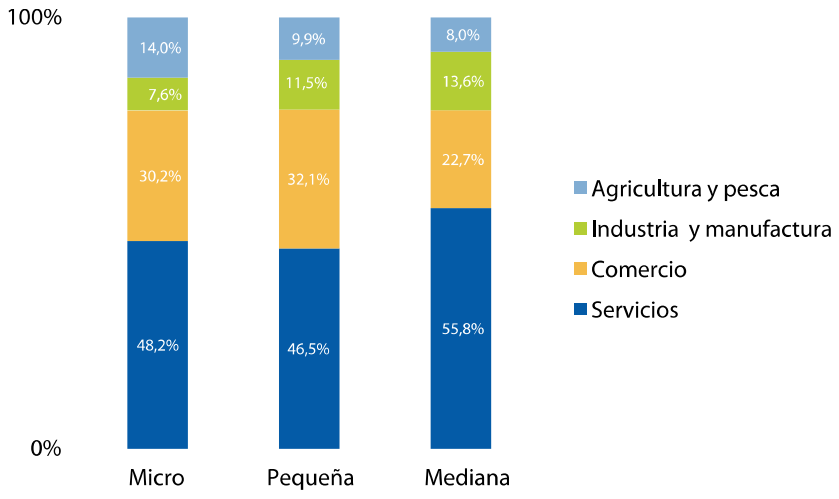


Fuente: *Encuesta Nacional de Mipymes, 2007 y 2011*

Otro ejercicio importante es la presentación de los datos estadísticos cruzados entre las variables existentes, sector y tamaño de empresas, solo para el año 2011.

En el gráfico 2 se observa que las empresas de los sectores servicios y comercio son las que más poseen computadoras, lo cual cobra sentido por el tipo de actividad que realizan, ya que por su dinámica de negocio demandan en mayor cantidad el uso del computador.

Gráfico 2. *Distribución porcentual de empresas MIPYMES con computador por tamaño y sector*



Fuente: *Encuesta Nacional de MIPYMES, 2011*

A partir del gráfico 2, bajo el supuesto que la cantidad de computadoras en una empresa está directamente relacionada a la cantidad de colaboradores en ésta, se pueden comentar varios aspectos que permiten tener una mejor comprensión de las mipymes y el uso de las computadoras.

Se observa que las empresas del sector servicio se constituyen en mayor proporción en empresas medianas. La misma situación se presenta con las empresas del sector industria y manufactura. A nivel de las empresas pequeñas, este sector está conformado en mayor proporción por empresas dedicadas al sector comercio. Finalmente, en el caso de las empresas del sector agricultura y pesca, la mayor cantidad de estas se establecen en empresas micro. Las inferencias comentadas pueden considerarse como el reflejo de la relación existente entre la actividad a la que se dedican las empresas y su inferencia directa con respecto al tamaño de las mismas.

El equipo informático, que se refiere básicamente al *hardware*, como computadoras e impresoras, cada vez se desactualiza con mayor rapidez por los cambios tan rápidos que muestra el sector al introducir nuevas tecnologías y versiones mejoradas de los diferentes equipos utilizados.

Cuando se les consulta a los encuestados sobre el equipo informático de sus empresas y su antigüedad, la mayor concentración se presenta en un período de 1 a 3 años (59%). En cuanto a las ramas de actividad y tamaño de las empresas no se presentan diferencias representativas. Sería interesante determinar si el tiempo de antigüedad de los equipos informáticos tiene una relación directa con los años de creación de las empresas.

Cuadro 2. *Tiempo de antigüedad del equipo informático en las empresas (computadoras, impresoras), según rama de actividad y tamaño de la empresa*

Sector y tamaño	Menos de 1 año	De 1 a 2 años	De 2 a 3 años	Más de 3 años	NS/NR
Servicios	14,0%	0,368	22,4%	0,225	4,4%
Comercio	13,5%	0,335	28,0%	0,216	3,4%
Industria	12,3%	0,265	28,4%	0,237	9,0%
Agricultura y pesca	17,2%	0,253	27,7%	0,277	2,2%
Micro	0,127	0,372	0,247	0,223	0,03
Pequeña	16,7%	0,291	26,2%	0,227	5,3%
Mediana	10,0%	0,297	23,7%	0,274	9,2%
Total	**14,0%**	**0,337**	**25,2%**	**0,228**	**4,3%**

Fuente: *Encuesta MIPYMES, 2011*

- *Uso de Internet e Internet celular*

Cuando se realiza el análisis de las empresas encuestadas, tomando como criterio el número de computadoras conectadas a Internet, se observa que de 2007 a 2011, a excepción de las empresas medianas, en todos los sectores de actividad y en las empresas micro y pequeñas se dio un aumento significativo en la distribución porcentual del número de computadoras conectadas a *Internet*, se puede deducir así que el uso y aprovechamiento de los servicios qu en línea cobró importancia en las mipymes.

Un dato curioso para posible análisis lo presenta el sector agricultura y pesca, ya que muestra el mayor incremento porcentual en el número de computadoras conectadas a Internet, en relación con la encuesta 2007, dicho incremento es de 26%.

Cuadro 3. *Distribución porcentual de las computadoras conectadas a Internet*

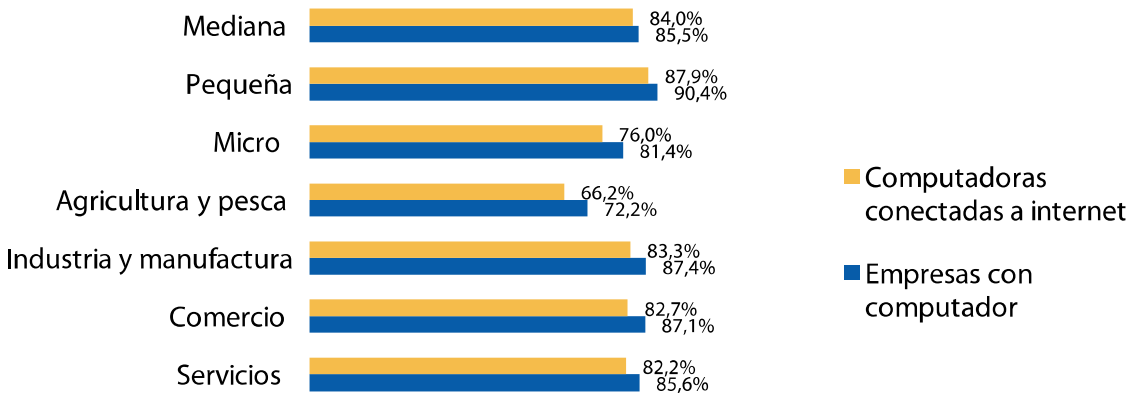
		2007	2011
Sector	Servicios	66,9%	82,2%
	Comercio	62,7%	82,7%
	Industria y manufactura	60,6%	83,3%
	Agricultura y pesca	40,2%	66,2%
Tamaño	Micro	51,3%	76,0%
	Pequeña	83,0%	87,9%
	Mediana	95,4%	84,0%

Fuente: *Encuesta Nacional de Mipymes, 2011*

Tal como se observa en el cuadro 3, el único caso que presenta una disminución con respecto a la encuesta anterior es el de las empresas medianas, en donde se dio una baja de 11,4%. Habría que estudiar si esto tiene las mismas causas que lo comentado en párrafos previos sobre la incorporación de nuevas tecnologías.

Una vez presentados los datos estadísticos de la distribución porcentual de empresas con computadoras y el porcentaje de estas conectadas a *Internet*, se muestra en el gráfico 3 el comparativo de ambas distribuciones.

Gráfico 3. *Porcentaje de empresas con computadora y computadoras conectadas a Internet*



Fuente: *Encuesta Nacional de Mipymes, 2011*

Es importante comentar que más de 91,7% de las computadoras instaladas tienen acceso a *Internet*, lo que confirma la hipótesis que se hizo previamente, en el sentido de que las empresas, sin distinción de sector y tamaño, le otorgan gran importancia a los servicios realizados por *Internet*.

En el informe sobre la *VIII Medición de la penetración de Internet banda ancha en Costa Rica*, segundo semestre 2009, elaborado por CAATEC, se menciona que en el 2009, 92,3% de las conexiones existentes en el país eran de banda ancha, imperando las tecnologías ADSL, seguida por Cable. También se menciona que la alta conectividad a *Internet* mostrada por las empresas responde a la amplia cobertura del servicio que brindan las instituciones como el ICE y RACSA, únicas proveedoras de este servicio antes de la apertura en telecomunicaciones.

En relación con la capacidad contratada, el sector empresarial ocupa el segundo lugar como demandante de estos servicios, después del sector residencial, principal consumidor.

Al comparar Costa Rica con otros países de América Latina, según el mismo documento, se observa que el país posee un 6,9% de cobertura, bajo la relación número de conexiones por cada 100 habitantes. En este sentido, está solo a 1,9% por debajo del índice mundial, a 0,6% sobre Brasil y a 0,3% por encima del índice de América Latina. Estas cifras revelan una aceptable posición competitiva de Costa Rica en la región.

Otros datos de este informe referenciado también permiten mostrar que Costa Rica cuenta con una excelente infraestructura para brindar y dar soporte del servicio de *Internet* y, a pesar que los precios mensuales por conexiones de más de 4Mbs son mucho más altos que el resto de países que incluye el informe de medición referenciado, los precios en velocidades de conexión menores a 4Mbs son comparativamente competitivos con el resto de América Latina.

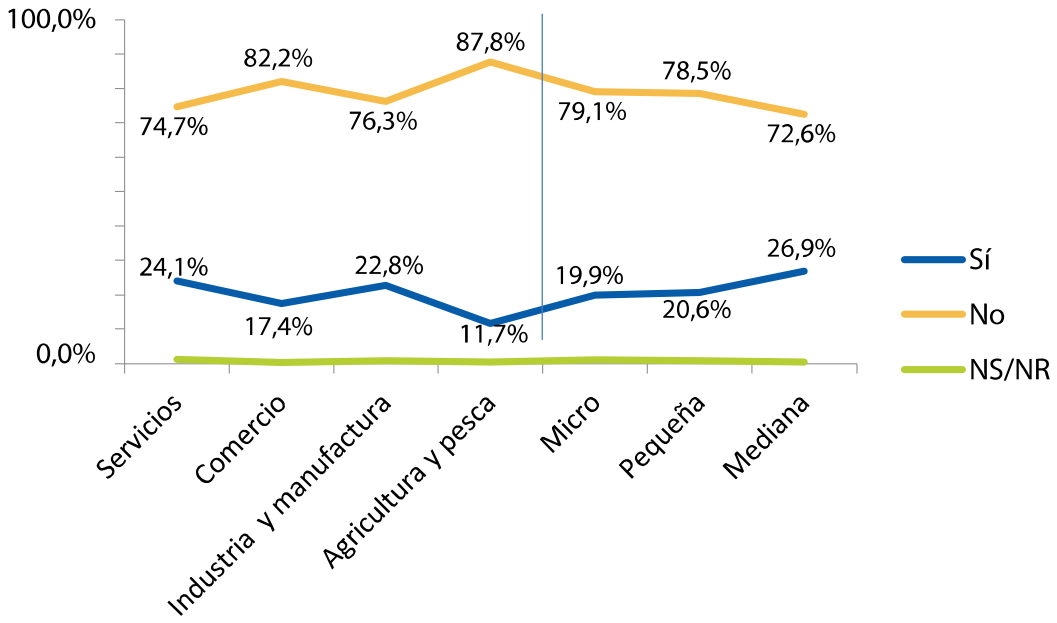
Es importante destacar los aspectos que se analizan por primera vez en esta encuesta.

- El *e-commerce* en las mipymes

En la temática del uso de *Internet* para realizar *e-commerce*, los resultados muestran que las empresas, en general, se mantienen muy reservadas en cuanto a venta de productos y de servicios. Por sector, las empresas de servicios son los que aprovechan más este recurso aunque el porcentaje es bastante bajo (24,1%). Si se observa el comportamiento por tamaño de empresa, presenta la misma tendencia que la clasificación por sector. En este caso, las empresas medianas son las que

presentan el mayor porcentaje de aprovechamiento del *e-commerce* (26,9%). Los porcentajes de NS/NR no se muestran ya que son valores muy pequeños, que oscilan entre 0,4% y 1,2%, por tanto poco significativos.

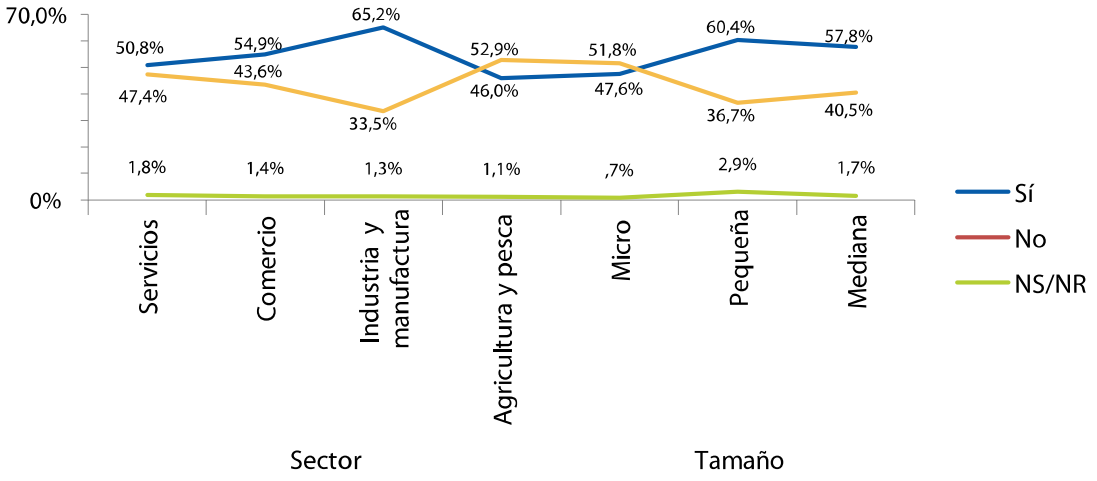
Gráfico 4. *Utilización de e-commerce para la venta de productos y de servicios*



Fuente: *Encuesta Nacional de Mipymes, 2011*

En cuanto a la utilización del *e-commerce* para el pago o compra a proveedores, se observa que, por parte de las empresas, este servicio ha sido más aprovechado, principalmente, en las empresas del sector industria y manufactura y en las empresas pequeñas, con porcentajes de 65,2% y 60,4%, respectivamente. A continuación se presenta el gráfico 5 con la información correspondiente.

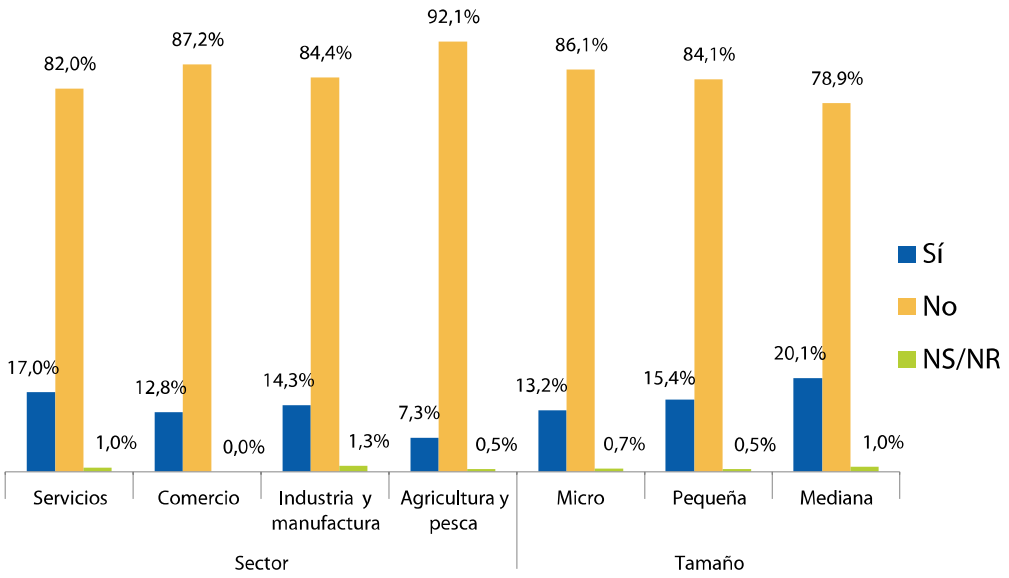
Gráfico 5. *Utilización de e-commerce para el pago y compra a proveedores*



Fuente: *Encuesta Nacional de Mipymes, 2011*

En la encuesta también se quiso conocer la situación respecto al aprovechamiento de Internet para realizar capacitaciones. A partir de los resultados obtenidos, queda claro que las empresas no la utilizan para acceder a las capacitaciones y cursos en línea. Los porcentajes más altos de aprovechamiento de cursos en línea son 17% y 20,1% que corresponden, respectivamente, al sector servicio y a las empresas medianas. Esta área de acción debería potenciarse con el fin de promover programas de capacitación continua a los colaboradores sin tener que ausentarlos de su lugar de trabajo.

Gráfico 6. *Aprovechamiento de cursos por Internet*

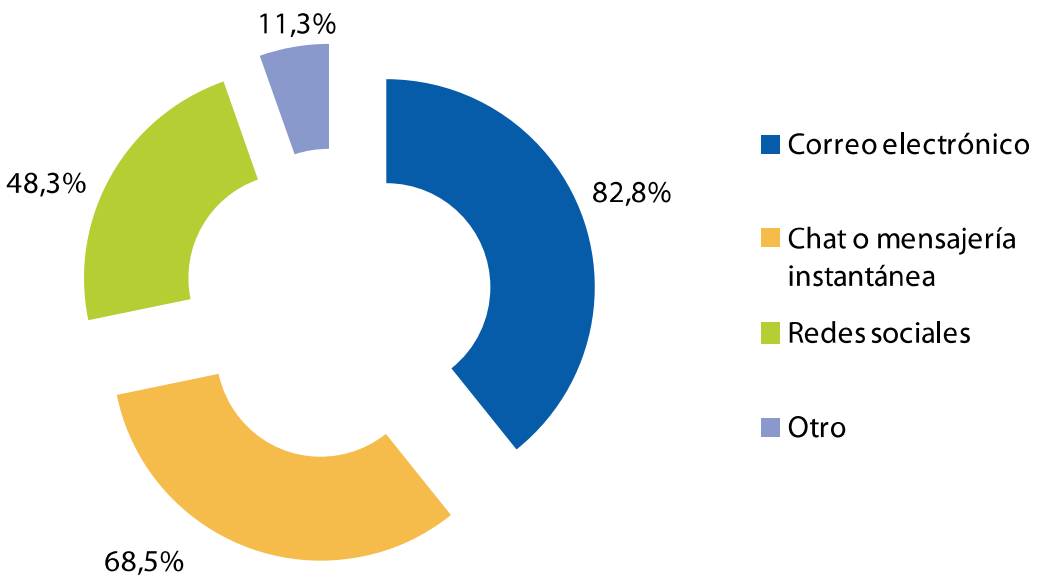


Fuente: *Encuesta Nacional de Mipymes, 2011*

- *Telefonía Celular*

En noviembre del 2011, una encuesta realizada por Demoscopía para el Ministerio de Telecomunicaciones reveló que 82% de los costarricenses tenían al menos un celular y 33% dijo contar con servicio de *Internet* móvil, más de la mitad de ellos en la zona urbana. El estudio analizó el uso de este servicio también por regiones. La región donde más se utiliza es la Brunca (52,1%); donde menos se usa es en la Región Chorotega (16,2%) y en la Región Central el uso es de 35,2%. Aunque no se evidencian datos del uso del teléfono celular para los micro, pequeños y medianos empresarios, lo anterior refleja con claridad la tendencia creciente de este servicio.

Gráfico 7. *Ulitización de Internet cuando está fuera de la empresa (*) Respuesta de opción múltiple*

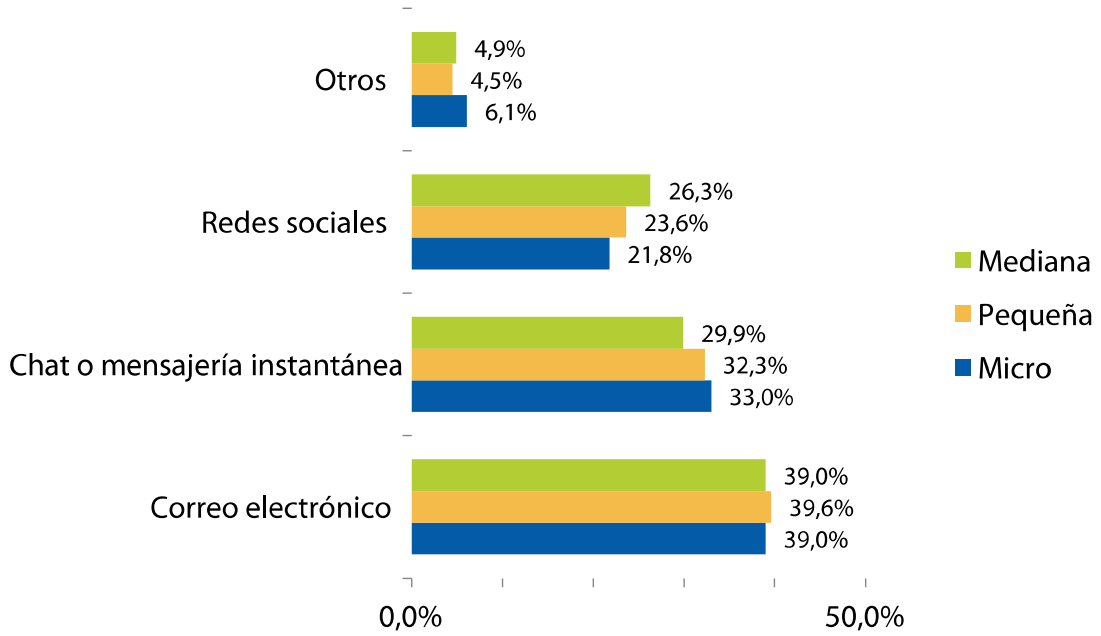


Fuente: *Ecuesta Mipymes, 2011*

La necesidad clara de los empresarios de mantenerse conectados aun fuera de la empresa se orienta a la utilización del correo electrónico, lo cual evidencia una comunicación constante con la empresa, proveedores y clientes mediante una gestión gerencial y de toma de decisiones que trasciende la permanencia en la empresa.

Por otra parte, las redes sociales son utilizadas por casi la mitad de los empresarios lo cual se podría relacionar con el carácter no comercial de la herramienta.

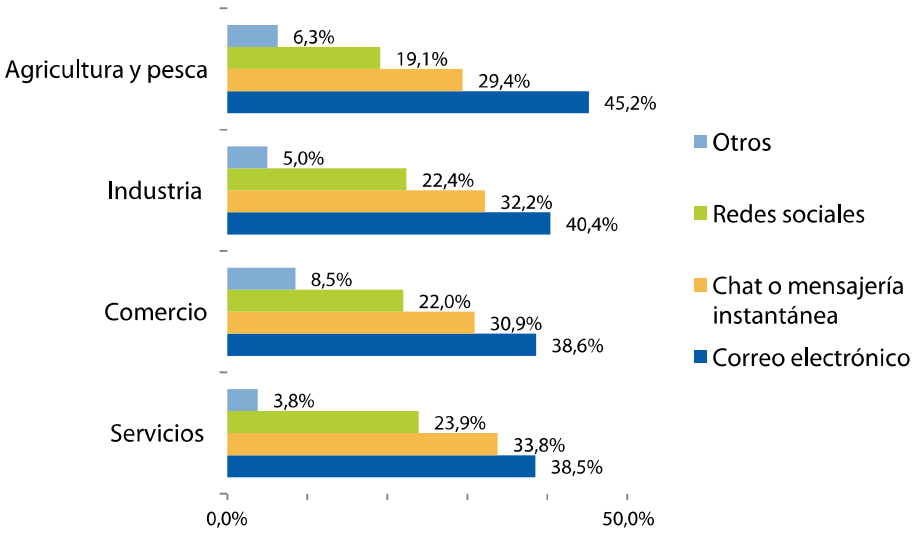
Gráfico 8. *Utilización de internet celular cuando está fuera de la empresa, según tamaño e empresa*



Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Si se analiza la información por tamaño de empresa, se obtienen coincidencias en todas las opciones analizadas, lo cual podría interpretarse como algo muy positivo desde el punto de vista de accesibilidad, pues el acceso al *internet* celular no depende del tamaño de las empresas.

Gráfico 9. *Utilización de internet celular cuando está fuera de la empresa, según sector de actividad de la empresa*



Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Con respecto al sector de actividad de la empresa los resultados son interesantes pues en agricultura y pesca se observa el porcentaje más alto (45,2%) en cuanto a la utilización de correo electrónico, lo cual hace suponer que al permanecer más tiempo realizando actividades fuera de alguna oficina, la gestión empresarial depende en mayor medida del uso del dispositivo móvil.

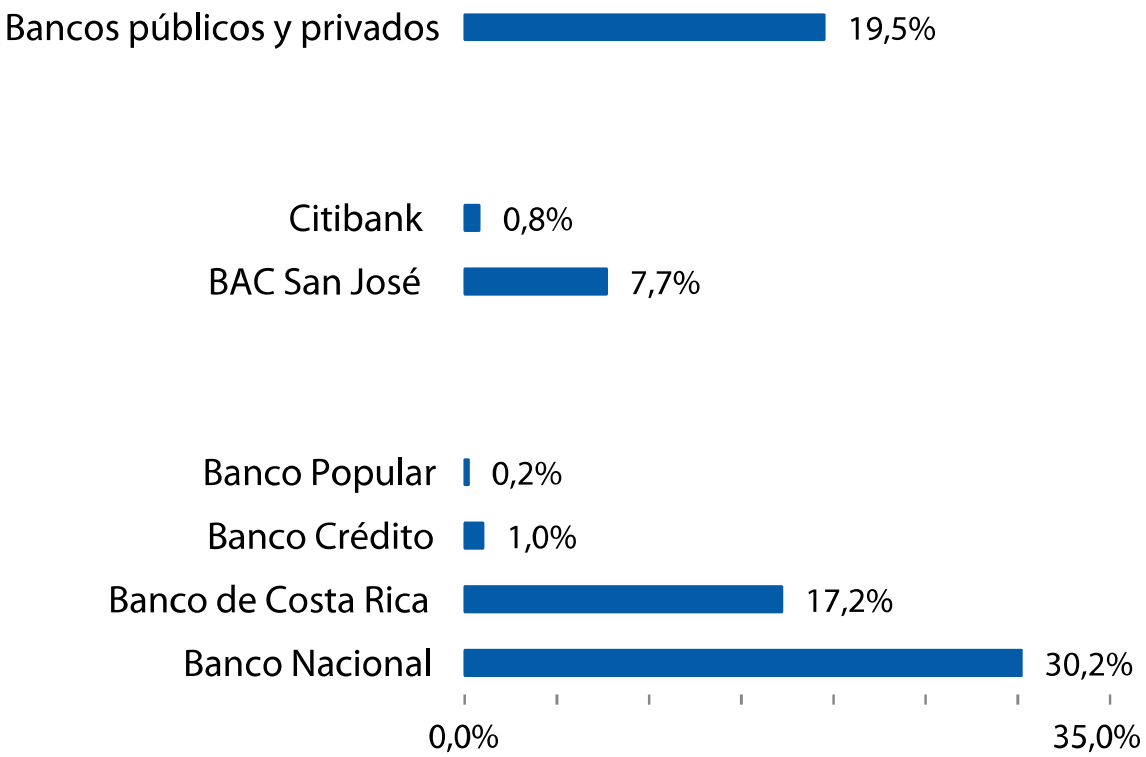
- *Banca electrónica*

Cuadro 4. *Uso del servicio de banca electrónica con algún Banco, según rama de actividad y tamaño de la empresa* **Sector y tamaño**		**Uso del servicio de Banca Electrónica**		
		Sí	**No**	**NS/NR**
Sector	Servicios	0,8	0,175	0,025
	Comercio	0,744	0,234	0,023
	Industria	0,76	0,215	0,025
	Agricultura y pesca	0,639	0,317	0,044
Tamaño de la empresa	Micro	0,705	0,271	0,024
	Pequeña	0,828	0,143	0,029
	Mediana	0,9	0,07	0,03
	Total	**0,763**	**0,211**	**0,026**

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Al analizar el uso que le dan las mipymes al servicio de banca electrónica, se observa que el mismo ha logrado ser difundido ampliamente aunque todavía queda un trabajo pendiente en el empleo y desarrollo del servicio pues una quinta parte de las mipymes no lo utilizan (21,1%). Si se analiza por rama de actividad y tamaño, el sector de agricultura y pesca (63,9%) y las microempresas (70,5%), respectivamente, son las que presentan los porcentajes más bajos de uso. El sector servicios (80%) muestra el porcentaje más alto de utilización y en cuanto al tamaño es la mediana empresa (90%).

Gráfico 10. *Entidades con las cuales tienen servicio de banca electrónica las empresas*



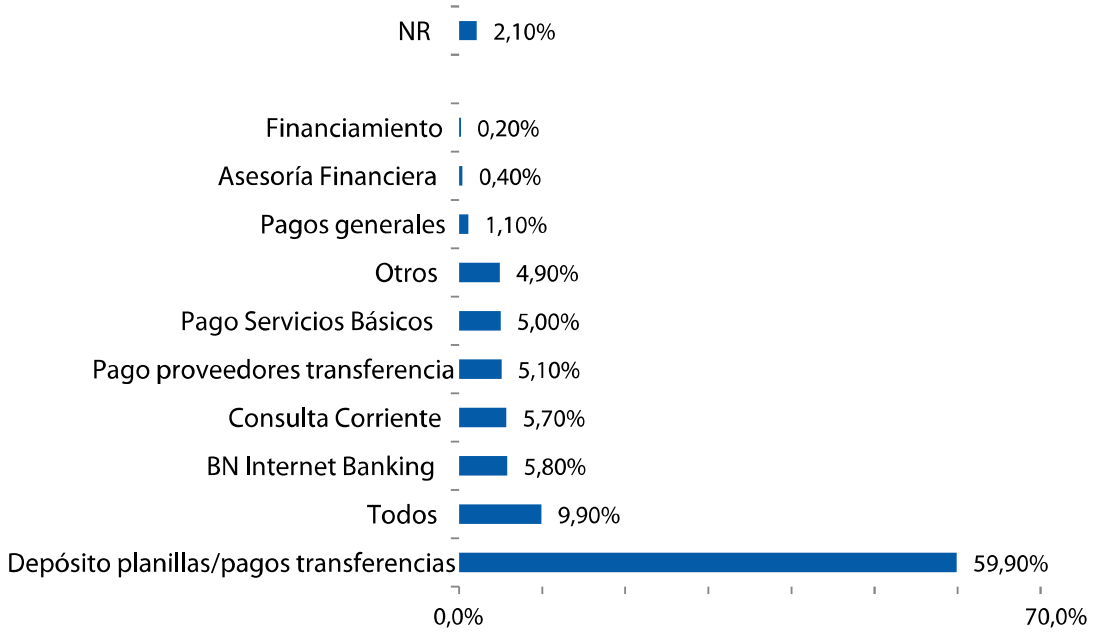
Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Es indiscutible el liderazgo del Banco Nacional (30,2%) cuando se les consulta a las empresas con cuál entidad utilizan el servicio de banca electrónica. Con respecto a la rama de actividad y al tamaño, es importante anotar que esta entidad también es la preferida para las empresas dedicadas a la agricultura y la pesca (47,6%) y para las microempresas (31,6%).

El siguiente porcentaje en orden de importancia lo representa el rubro en el que las empresas dicen utilizar el servicio de banca electrónica, tanto en bancos públicos como privados (19,5%), mientras que el tercer lugar lo ocupa el Banco de Costa Rica (17,2%).

Es importante indicar que esta información se generó a partir de una pregunta de respuesta abierta que le consultaba a las empresas con cuál entidad utilizaban el servicio de banca electrónica, por lo cual, no se puede establecer con claridad a cuáles bancos públicos y privados se refiere el porcentaje de 19,5%, por lo tanto, tampoco se puede determinar si ese porcentaje incluye a los bancos enlistados anteriormente.

Gráfico 11. *Servicios utilizados en la entidad elegida*



***Fuente**: Encuesta Mipymes, 2011*

Los servicios más utilizados en las entidades elegidas son básicamente depósito de planillas y los pagos por transferencias (59,9%). Si se analiza por rama de actividad y tamaño, son las empresas de servicios (64,6%) y las pequeñas empresas (63,5%) las que muestran el porcentaje más alto en este rubro.

Con respecto al depósito de planillas el porcentaje obtenido es consistente con lo citado por PROSIC en el informe: *Hacia la Sociedad de la Información y el Conocimiento en Costa Rica, 2011*, donde se evidencia que 65% de las empresas utilizan la herramienta planilla digital lo cual podría de alguna forma relacionarse con el servicio que prestan las entidades financieras para el apoyo de esta gestión.

La asesoría financiera y el financiamiento son los servicios menos utilizados a través de banca electrónica, lo cual podría deberse a que son servicios que la mayoría de las personas prefieren gestionar de forma presencial, lo anterior aunado a que en el caso del financiamiento se requiere presentar una serie de requisitos y documentos que hacen necesaria la presencia del empresario en el banco.

En cuanto a los ítems identificados como "Todos" (9,9%) y "Otros" (4,9%) no se tiene claridad a cuáles servicios se refiere pues la codificación de la información referente al gráfico 11 corresponde a una pregunta de respuesta abierta.

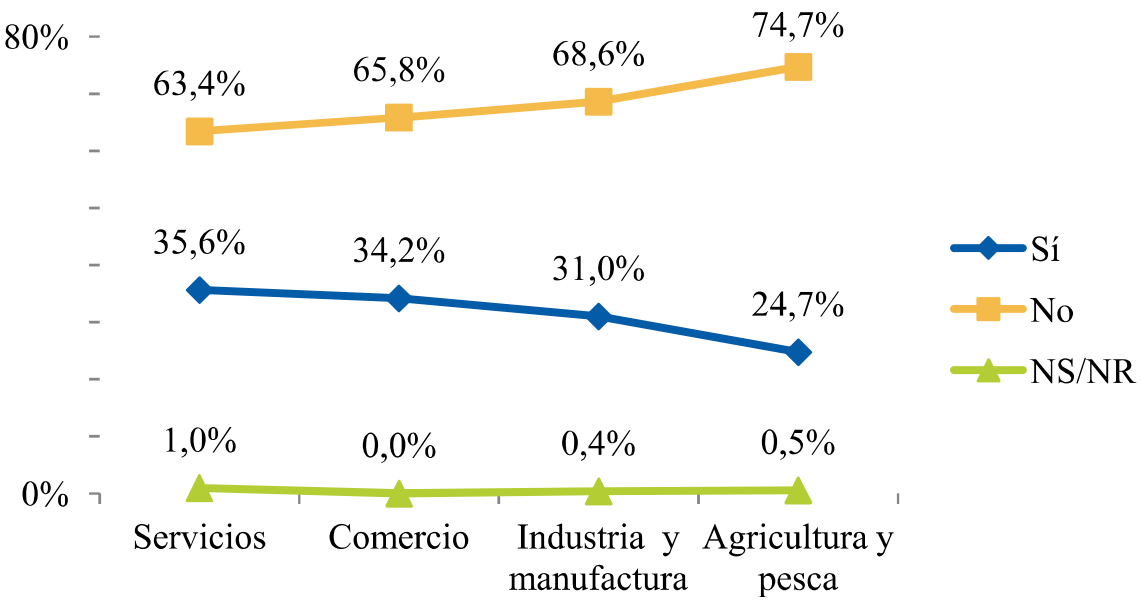
- *Redes sociales*

Por último, la temática de análisis de las TIC en las mipymes considera lo relacionado a las redes sociales, su conceptualización y su aplicación.

En el décimo capítulo del documento *Hacia la Sociedad de la Información y el Conocimiento en Costa Rica, 2011 se menciona* que el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación ha permitido que en la sociedad actual se conformen nuevas formas de redes sociales, las cuales además funcionan como un espacio abierto para las interrelaciones de amistad, colaboración y socialización. En general, entre las personas, su uso se ha ampliado hasta lograr calar en forma importante en las relaciones de negocios de las organizaciones pues les permite aprovechar las oportunidades del entorno para conocerlo y darse a conocer en este. También las redes sociales han provocado una transformación en la producción y uso de la información que le proporcionan las personas.

A partir de los resultados de la encuesta se determina que, a pesar del potencial que puede brindar el uso de esta tecnología en beneficio de las empresas, éstas muestran una apatía al uso de las redes sociales, ya que, a nivel de sector o actividad, el porcentaje más alto lo presentan las empresas del área de servicio, con un 35,6%. Luego, en orden de utilización, le siguen las empresas del sector comercio, seguido por industria y manufactura, siendo las empresas del sector agricultura y pesca las que menos las utilizan.

Gráfico 12. *Utilización de las redes sociales en las empresas mipymes agrupadas por sector*



Fuente: *Encuesta Nacional de Mipymes, 2011*

Si se realiza el mismo gráfico estadístico de acuerdo con el tamaño de las empresas, se observa que, a pesar que el porcentaje de aplicación de las redes sociales sigue siendo bajo, las empresas medianas son las que repuntan en el aprovechamiento de estas tecnologías, con un 39,5%, seguido por las pequeñas empresas (35.5%) y las micro (31,9%).

CONCLUSIONES

En el ámbito empresarial actual, el uso y aprovechamiento de las TIC como herramienta para potenciar el desarrollo y accionar de las mipymes se ha constituido en uno de los aspectos claves en la vida de este sector, en particular, y todos los demás sectores, en general.

Con los avances tecnológicos que se suscitan constantemente, el entorno empresarial empuja a las empresas a asumirlos y adaptarlos a sus actividades diarias. En los últimos años, con la amplia expansión en el acceso a internet, otras herramientas tecnológicas que dependen de ésta, han tomado gran auge. Es importante mencionar que esta segunda encuesta incursionó en nuevos factores que no se habían considerado o profundizado en la investigación anterior tales como: redes sociales, acceso a internet a través de equipos móviles y el e-commerce.

Los resultados obtenidos en la Segunda Encuesta Nacional muestran que la condición básica para el uso de las TIC está aceptablemente cubierta, ya que en promedio, sin diferenciación de sector o tamaño de empresas, el 84,2% de las mipymes costarricenses tienen computadoras. Se dio un aumento significativo en la distribución porcentual del número de computadoras conectadas a internet (91.7%), con lo que se puede deducir que el uso y aprovechamiento de los servicios que se brindan en línea cobró importancia en las mipymes.

En la temática del uso de internet para realizar e-commerce, los resultados muestran que las empresas, en general, se mantienen muy reservadas en este ámbito, tanto a nivel de venta de productos como de servicios. Además, se evidencia que las empresas no utilizan internet para acceder a capacitaciones y cursos en línea.

Con respecto a la utilización de internet celular cuando los empresarios están fuera de la empresa, la necesidad clara se orienta a la utilización del correo electrónico (82.8%), lo cual refleja una comunicación constante con la empresa, proveedores y clientes a través de una gestión gerencial y de toma de decisiones que trasciende la permanencia en la empresa.

Al analizar, en términos generales, el uso que le dan las mipymes al servicio de banca electrónica, se observa que el mismo ha logrado ser difundido ampliamente aunque todavía queda un trabajo pendiente en el uso y desarrollo del servicio pues una quinta parte de las mipymes no lo usan (21,1%). Los servicios más aprovechados

en las entidades elegidas son, básicamente, el depósito de planillas y los pagos por transferencias (59,9%). La asesoría financiera y el financiamiento son los servicios menos utilizados a través de banca electrónica.

En cuanto al uso de redes sociales, se determina que, a pesar del potencial que puede brindar el uso de esta tecnología en beneficio de las empresas, éstas muestran una apatía al uso de las redes sociales, ya que, a nivel de sector o actividad, el porcentaje más alto lo presentan las empresas del área de servicio, con un 35.6%.

Para concluir, se puede comentar que en términos generales, las mipymes costarricenses conocen la importancia del uso de las TIC y las diversas aplicaciones de éstas como apoyo tecnológico para potenciar y mejorar la dinámica y gestiones administrativas y operativas del negocio. Sin embargo, siguen presentando un comportamiento muy reservado en el aprovechamiento que genera el uso de las TIC.

RETOS Y OPORTUNIDADES

De acuerdo con lo expuesto en el contexto global y latinoamericano, Costa Rica forma parte de los países que siguen sufriendo un retraso en la adopción de las TIC. No obstante, muestra una posición ventajosa con respecto a otros países centroamericanos, especialmente, en cuanto a generación de conocimiento se refiere.

Este es un tema que se debe potenciar específicamente en las mipymes a través de un esfuerzo consciente, con el fin de que no solo sean las grandes empresas las que capten y aprovechen este recurso humano capacitado en las TIC.

Adicionalmente, para abordar las debilidades del país, es necesario diseñar una estrategia de largo plazo que permita mejorar el entorno empresarial y la innovación, el uso individual de las TIC y el impacto económico en la sociedad; una sociedad económicamente sostenida en su mayoría por mipymes.

Definitivamente, se requiere que las mipymes busquen y se apropien de las diferentes opciones que las TIC brindan como herramientas para apoyar el desarrollo y crecimiento de sus negocios, a través de un mejor aprovechamiento de servicios como el e-commerce, e-learning y la banca electrónica, entre otros.

El e-learning, como caso concreto, constituye una oportunidad latente para las mypimes, ya que actualmente, no está siendo aprovechado todo el potencial que brinda esta herramienta. Falta que las mipymes promuevan programas de capacitación continua para que sus colaboradores puedan capacitarse, sin tener que ausentarlos de su lugar de trabajo.

En general, el incremento significativo en el acceso a internet, tanto en equipos fijos y móviles, continúa planteando a las mipymes el gran reto de establecer

estrategias efectivas en el uso de las TIC como mecanismo para su incursión y permanencia en el mercado.

Referencias

CAATEC. (2010). *VIII medición de la penetración de Internet de banda anchaen Costa Rica*. Segundo semestre 2009. San José, Costa Rica: CAATEC.

Dutta, S. y Bilbao-Osorio, B. (2012). *The Global Information Technology Report 2012*. INSEAD and World Economic Forum.

Malavassi, R. (2011). Informe analiza impacto de redes sociales de *Internet* en Costa Rica. Disponible en:

http://www.vinv.ucr.ac.cr/index.php?option=com_content&view=article&id=1002:informe-analiza-impacto-de-redes-sociales-de-Internet-en-costa rica&catid=1&Itemid=68

Ministerio de Ciencia y Tecnología. (2011). *Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación 2011-2014*. San José, Costa Rica: Ministerio de Ciencia y Tecnología.

Pérez, D. (2012). Traslado de Telecomunicaciones impulsaría una “estrategia digital” país integral. Disponible en:

http://www.camtic.org/actualidad-tic/traslado-de-telecomunicaciones-impulsaria-una-%E2%80%9Cestrategia-digital%E2%80%9D-integral-en-el-pais/

Programa Sociedad de la Información y el Conocimiento Universidad de Costa Rica. (2011). *Hacia la Sociedad de la Información y el Conocimiento, Informe 2011*. San José, Costa Rica, Programa Sociedad de la Información y el Conocimiento Universidad de Costa Rica (PROSIC).

Rectoría de Telecomunicaciones (2011). *Situación actual del uso y conocimiento de plataformas de comercio electrónico y TIC en los sectores comerciales, industriales y de comercio*. Rectoría de Telecomunicaciones de Costa Rica.

Red de Indicadores de Ciencia y Tecnología Iberoamericana e Interamericana. (2011). El Estado de la Ciencia – Principales Indicadores de Ciencia y Tecnología – Iberoamericanos / Interamericanos. Red de Indicadores de Ciencia y Tecnología -Iberoamericanos e Interamericanos- (RICYT).

Capacitación y Formación en las MIPyMES formales

Shirley Benavides Vindas

Dra. Economía empresariAl, con especialidad en competitividad y desarrollo, académica de la escuela d economía de la UNA, investigdora fundadora del observatorio de MIpymes, conferensista nacional e internacional, autora de diversos do umentos sobre dichas tematicas, ex gerente general del INA.

Introducción

Es fundamental analizar el tema de la capacitación y formación de los empresarios y emprendedores formales costarricenses en las dos encuestas que ha trabajado el Observatorio de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Omipymes), tanto en el 2007 como en el 2011, ya que los niveles de educación y actualización de conocimientos se convierten en ejes fundamentales para el desarrollo de destrezas, habilidades y actitudes que son un factor dinamizador en la generación de mayores y mejores oportunidades de trabajo y de redistribución de los ingresos de un país comprometido con el desarrollo humano sostenible y con la equidad.

El contar con niveles adecuados de educación, concepto que incluye la capacitación y la formación, permite abrir espacios en la sociedad que faciliten el acceso de las personas para contar con oportunidades de crecimiento como individuos y/o como empresarios, en un marco democrático de desarrollo e independientemente de su sexo, preferencias, región geográfica, creencia religiosa o política, u otras variables.

Situación que lo señalo en el 2010 la Organización Internacional del Trabajo (OIT), cuando indico:

> [...] La prosperidad de cada país depende de cuánta de su gente forme parte de la fuerza laboral y de cuán productiva sea esta, lo cual a su vez depende de las competencias que tenga y de cuán eficaz sea su aprovechamiento. Las competencias constituyen un pilar del trabajo decente.

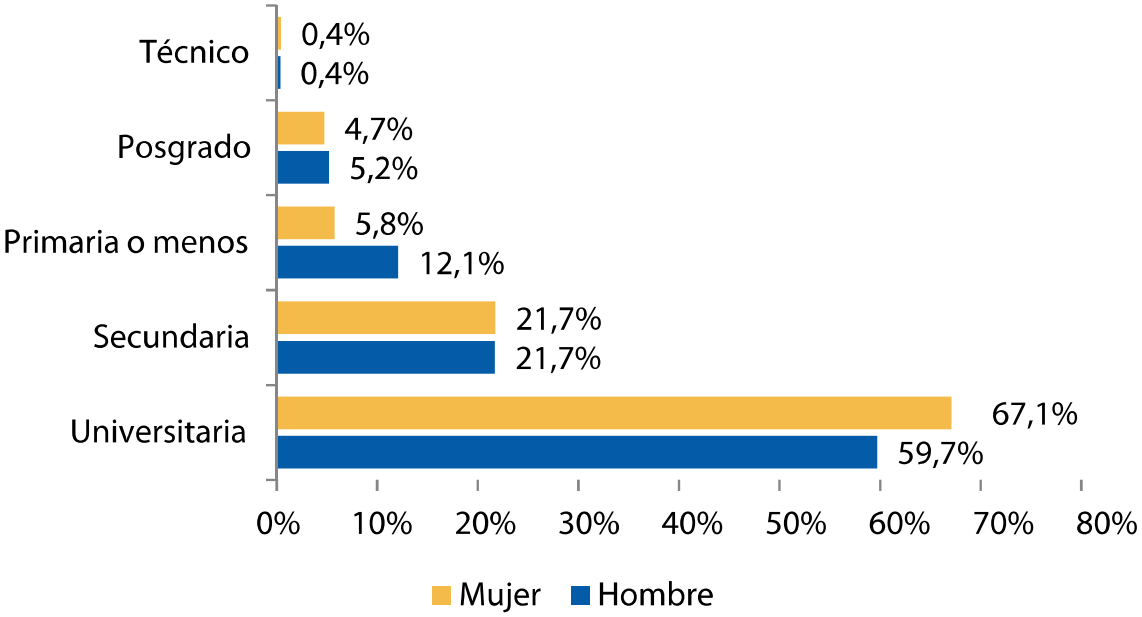
Definitivamente, una mayor educación de calidad impulsa la innovación y la diversificación, acorta los ciclos de aprendizaje en los procesos de transferencia de conocimientos, genera competitividad y desarrollo mediante niveles de movilidad social ascendentes y responde a las diversas transformaciones económicas y comerciales que se presentan cotidianamente en los mercados actuales.

En general, las empresas no quedan fuera de los escenarios actuales, su principal recurso es el humano, que para ser competitivo debe contar con las competencias para enfrentar los cambios de los sistemas productivos globalizados; lo que conlleva la actualización de competencias, habilidades y herramientas para gestionar el nuevo conocimiento en tiempos de turbulencia.

Resultados

Con el propósito de contar con información real sobre la empresa encuestada, se solicitó que el informante fuera el propietario o un empleado gerencial que contara con los niveles de información requeridos para contestar la encuesta. Dentro de este marco, en el tema que nos ocupa, se le preguntó su escolaridad, de lo cual se obtuvieron los siguientes resultados:

Grafico 1: Distribución porcentual del nivel de escolaridad de los informantes de las empresas

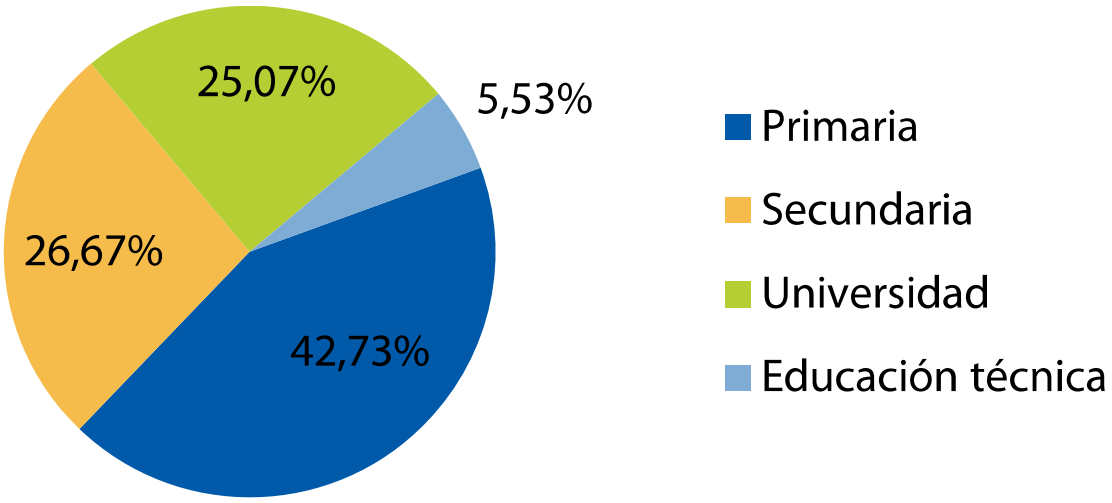


Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Como se puede observar, al igual que los resultados de la encuesta anterior, la mayoría de los informantes de las empresas fueron el propietario o su gerente, quienes cuentan con educación universitaria (incluso de posgrado); lo cual, en principio muestra un valor en conocimiento formal y estratégico para brindar la información de la encuesta, así como para la gestión empresarial formal en Costa Rica.

Lo anterior se complementa con el nivel de escolaridad de los empleados de las empresas encuestadas; se observó el resultado siguiente:

Gráfico 2: Distribución porcentual del nivel educativo de los empleados

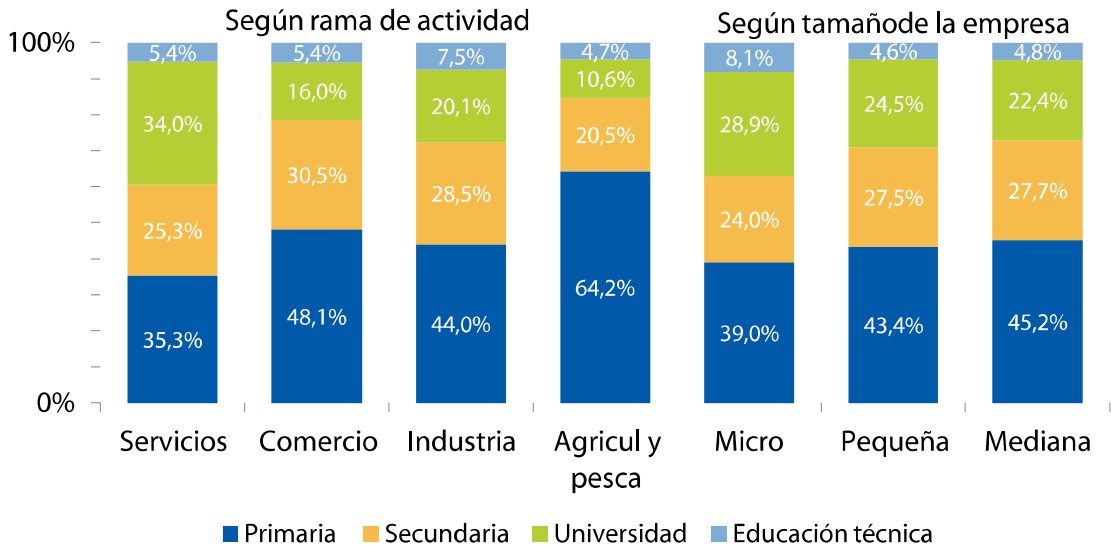


Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Se observa que 25% de los empleados presenta educación universitaria y 75% restante se encuentra entre los estudios técnicos y la educación primaria y secundaria, lo cual es validado por otros estudios, tanto de cámaras como del sector académico, en los que se indica que las empresas requieren aproximadamente dos profesionales por cada ocho técnicos u operarios, con la formación a ese nivel según corresponda; se advierte así la necesidad de fortalecer la capacitación y la formación técnica en el sector empresarial, con el fin de generar competencias que faciliten la productividad y competitividad de las mipymes del país.

Al realizar una segregación que permitiera conocer de manera más detallada el nivel educativo del parque empresarial formal, se generó la siguiente información:

Gráfico 1: Distribución porcentual del nivel educativo de los empleados.

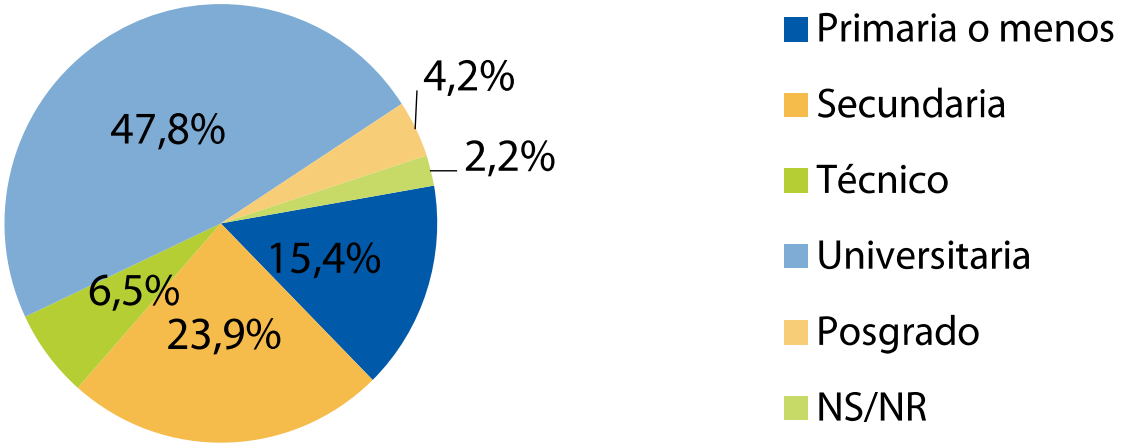


Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Nótese que el sector de servicios es el que ha contratado mayor porcentaje de profesionales, comportamiento que se mantiene según los resultados de la encuesta anterior y el desenvolvimiento de la economía costarricense en los últimos años. La agricultura y la pesca siguen como principal empleador de las personas que solo cuentan con la educación primaria, lo cual puede limitar el uso de tecnologías de punta en la actividad, a cambio de mano de obra barata que no genera realmente un valor agregado al producto. El comercio y la industria, contratan mano de obra con primaria y secundaria en mayor medida. En relación con el tamaño, la distribución por nivel educativo es bastante homogénea, cabe resaltar que las micro empresas cuentan con mayor porcentaje de empleados con formación técnica, lo cual puede generarles una diferenciación en cuanto a los conocimientos especializados para competir en el mercado.

Como complemento a la información de los cuadros anteriores, se preguntó de manera directa sobre el nivel de formación de los propietarios de las empresas encuestadas (Gráfico 4).

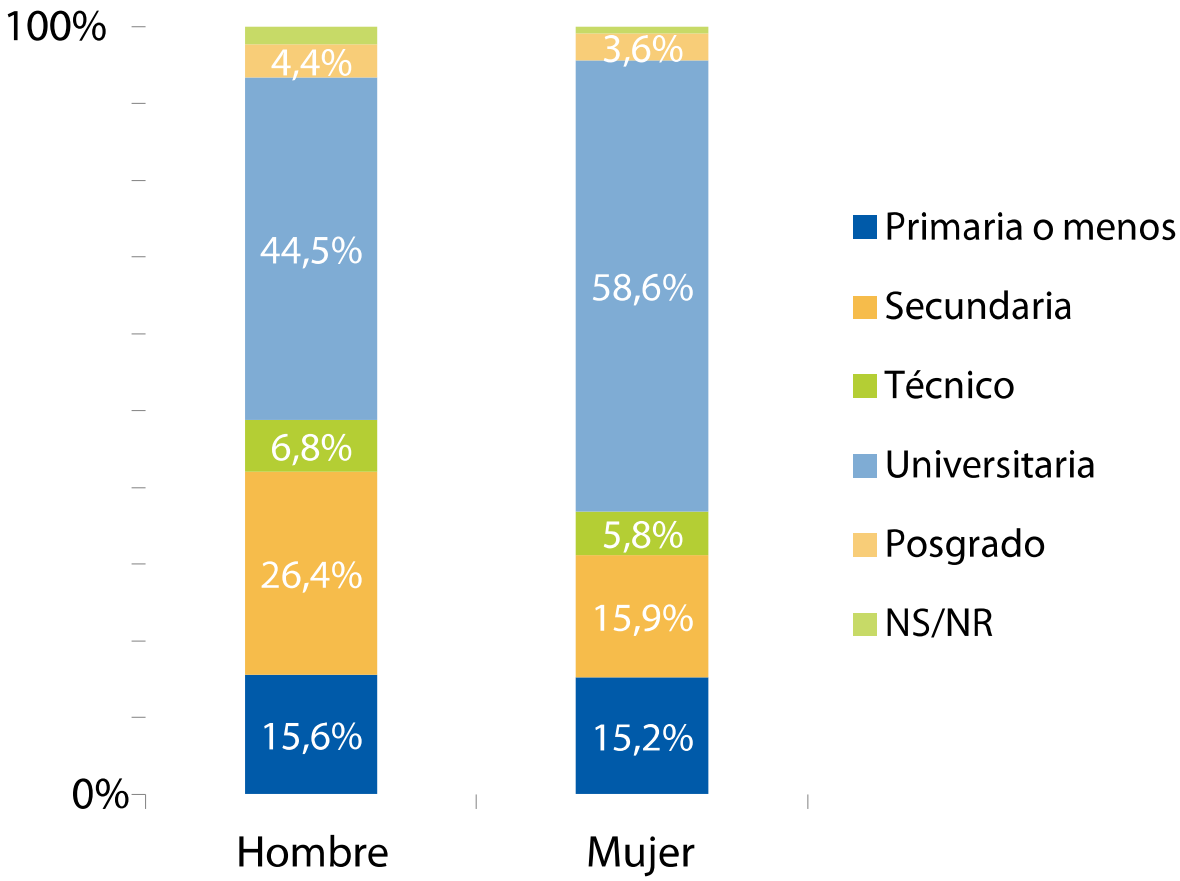
Gráfico 2: Distribución porcentual del nivel educativo de la (el) propietaria(o) cuando inició la mipyme



Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Se aprecia que 47,8% de los propietarios tenían el nivel universitario cuando iniciaron su empresa, además de 4,2% con posgrado, lo cual resultó en 52% del total con formación universitaria completa; asimismo 6,5% con educación técnica, lo que aporta 58,5% de los empresarios-emprendedores formales al momento de desarrollar su propia empresa, porcentaje significativo dentro de este segmento del parque empresarial, ya que se infiere la importancia de contar con una línea base de conocimientos para lograr impulsar y formalizar una unidad productiva empresarial.
En relación con el sexo de los emprendedores y su nivel de educación, según el tamaño de la empresa, se determinó lo siguiente:

Gráfico 3: Distribución porcentual del nivel educativo de la (el) propietaria(o) cuando inició la mipyme.

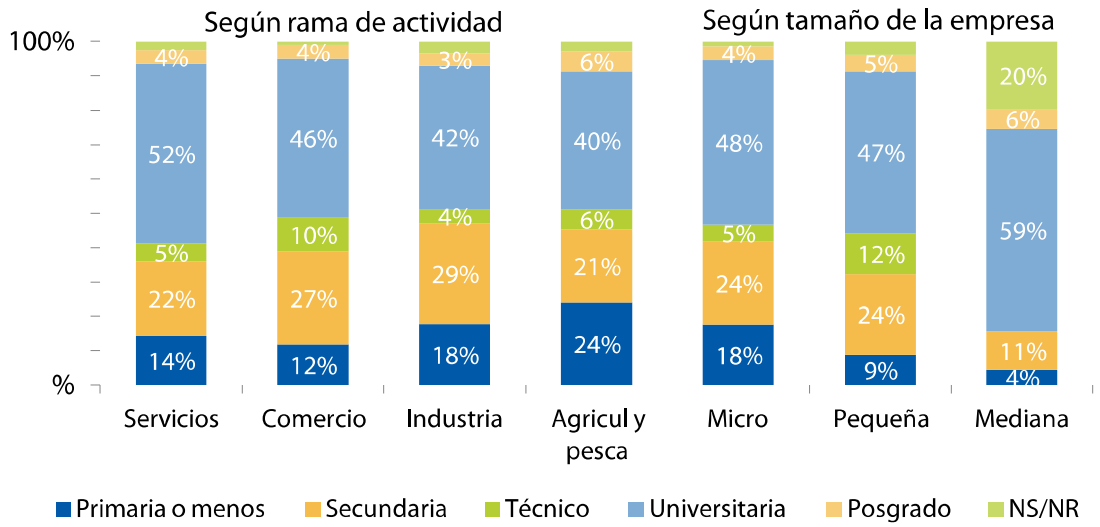


Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Las mujeres emprendedoras al momento de iniciar su empresa muestran mayor nivel de formación universitaria, mientras que los hombres se encontraban en mayor proporción entre los universitarios y con la secundaria completa. En el caso de la mujer, estos resultados podrían ser el reflejo de los cambios que han perfilado la evolución de la sociedad en los últimos años, inciden en una mayor disponibilidad de tiempo por parte de la mujer y en su independencia económica. La transformación socioeconómica y de la manera de vivir y concebir el mundo ha derivado hacia un cambio en la mentalidad de las sociedades. En el ámbito técnico y el de primaria, prácticamente el comportamiento es el mismo para ambos sexos en cuanto a su nivel de formación y su desempeño emprendedor.

También se solicitó la información correspondiente al nivel de educación cuando inicio su empresa, relacionado tanto con el tamaño de la empresa, como con la actividad productiva; se obtuvieron las siguientes respuestas:

Gráfico 4: Distribución porcentual del nivel educativo de la(el) propietaria(o) cuando inició la mypme.



Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Se observó que tanto en las actividades productivas como en el tamaño de las empresas, la formación universitaria se encontraba por encima de 42% de los emprendedores estudiados, lo cual brinda como línea base un conjunto de conocimientos, tanto gerenciales como especializados, que son un adecuado soporte para el desarrollo empresarial y permiten calidad en la toma de decisiones en diversos aspectos como: concientización ambiental, superar paradigmas del comportamiento de mercado y aprovechar sus oportunidades, solventar posibles barreras de penetración y sostenibilidad de una determinada actividad productiva, entre otros.

Un elemento que refleja la concientización sobre la importancia de la educación constante, puede ser la inversión que está dispuesta a realizar la empresa en capacitación. Los resultados se presentan con base en la actividad productiva y el tamaño de la empresa.

Gráfico 5. ***Fuente***: *Encuesta Mipymes, 2011.*

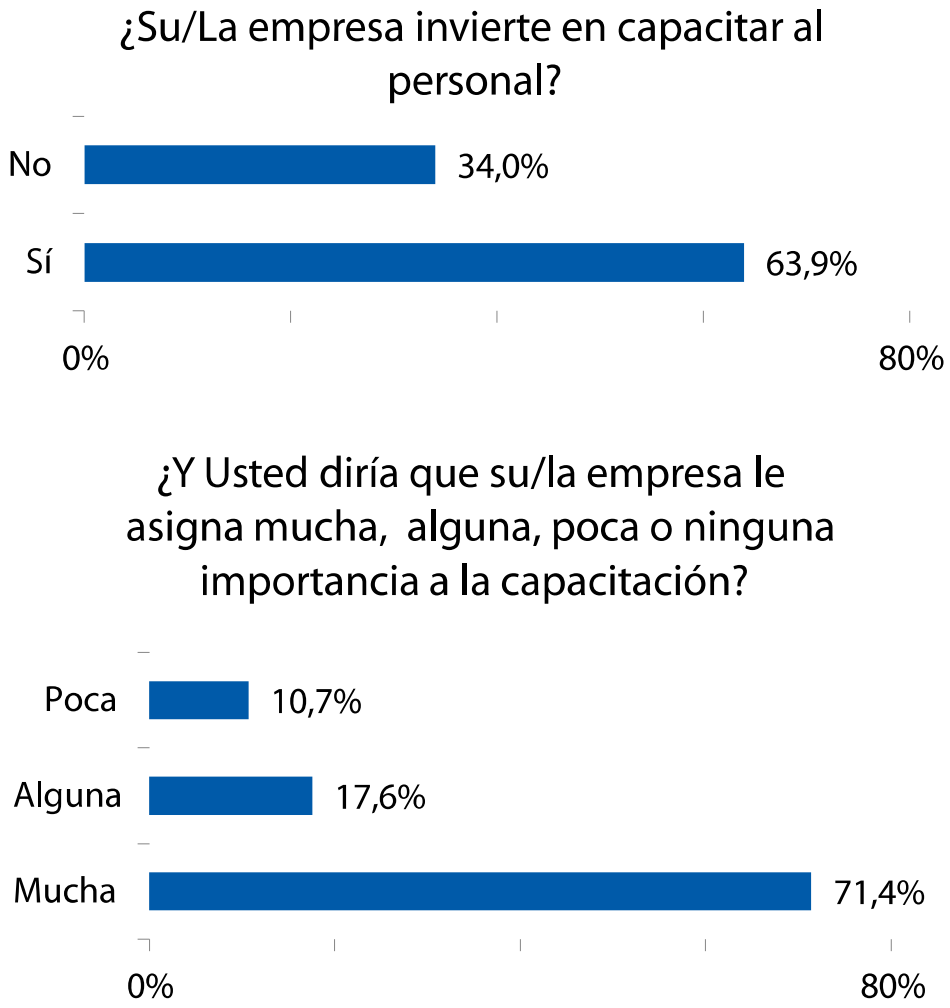
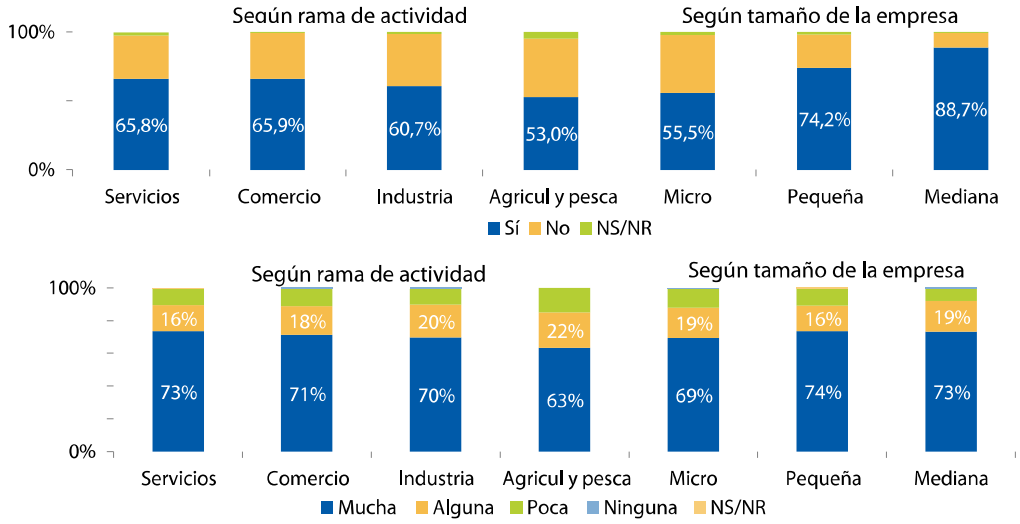


Gráfico 6



Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Como se observa en los gráficos anteriores, la mayoría de las empresas estudiadas invierte en sus empleados y considera importante su formación y actualización.

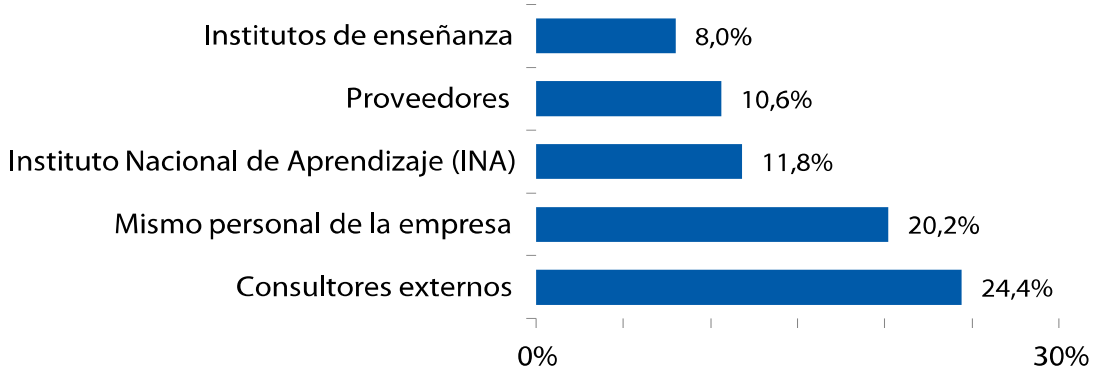
Es relevante que en la generalidad de las actividades productivas y por tamaño de empresas, los encuestados indican saber lo estratégico de la capacitación para sus empleados; estos resultados se pueden relacionar con el nivel educativo, tanto de sus propietarios como de sus gerentes, que como se indicó anteriormente, una buena proporción cuentan con educación universitaria, de grado o posgrado, lo que les permite aprecia lo relevante de la formación para el desempeño empresarial.

Por otra parte, los diversos esfuerzos en capacitación del personal deben ser una actividad sistemática, planificada y permanente, con la orientación de preparar, desarrollar e integrar a todos los empleados de la empresa en un proceso productivo, mediante la transferencia de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño en sus actuales y futuros puestos y adaptarlos a las exigencias cambiantes del mercado en que se encuentra inserta la empresa, especialmente las mipymes, que pueden ser más débiles ante momentos de crisis financiera o económica.

Implementar cambios rápidamente en escenarios cada vez más complejos y asumir los riesgos e incertidumbre, son parte de la cotidianidad de las mipymes, razón suficiente para incrementar su capacidad de adaptación antes las turbulencias del entorno; para lo cual se requieren profesionales, técnicos y operarios, capaces de enfrentar estos desafíos con trabajo en equipo, innovación y proactividad en la gestión y solución de problemas.

Referente a los lugares donde los empresarios obtienen la capacitación para sus empleados, se obtuvo lo siguiente:

Gráfico 7: Lugares de donde las empresas obtienen la capacitación



Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Es relevante indicar que los principales proveedores de capacitación empresarial son consultores externos y el mismo personal de la empresa, resultados que son consistentes con los de la encuesta del 2007. Según lo indiciado por los empresarios, otros actores públicos quedan rezagados para facilitar el mejoramiento y el desempeño productivo del país. Las principales necesidades de capacitación citadas por los encuestados son:

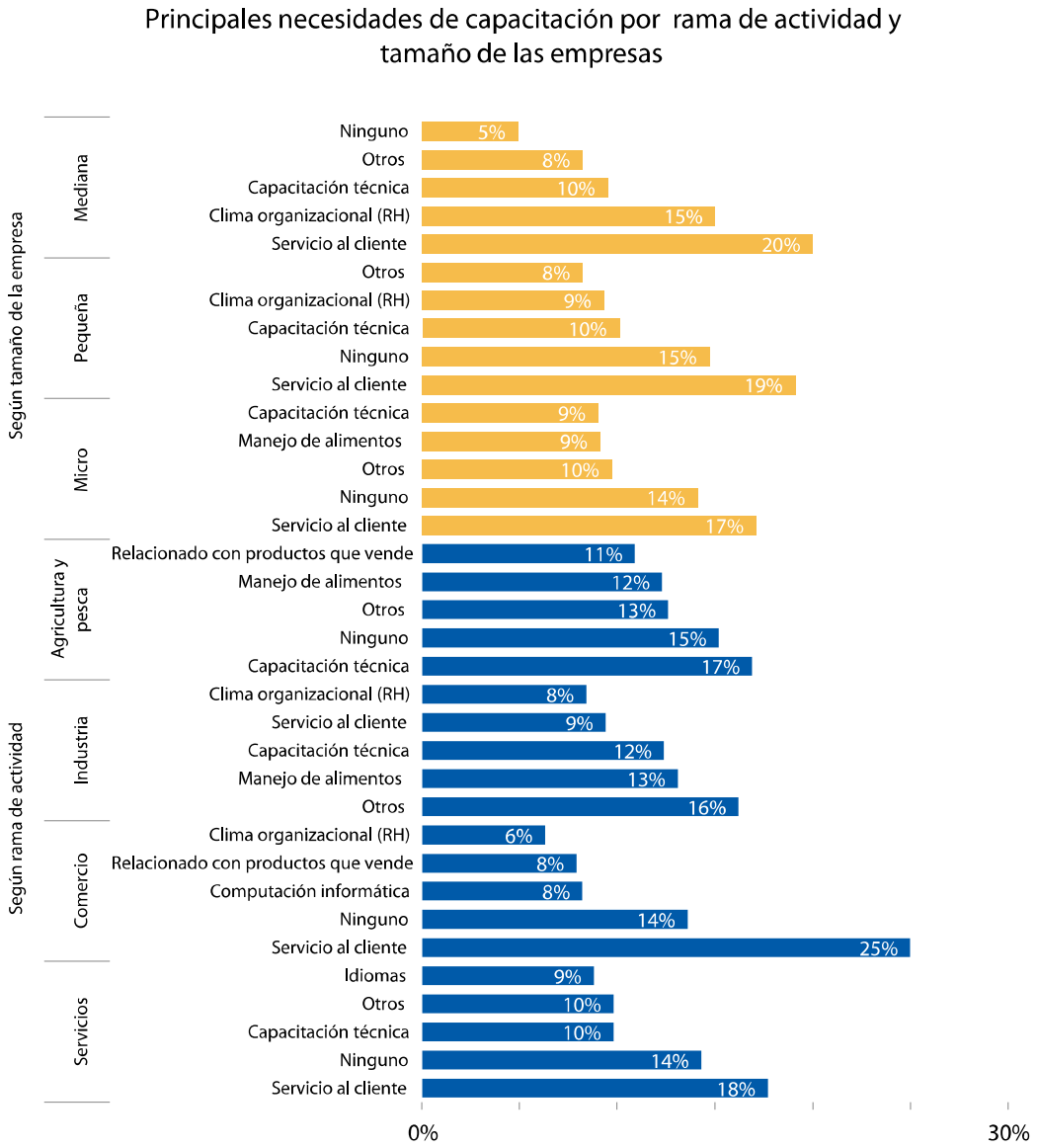
Gráfico 8

Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Una de las necesidades en capacitación manifestadas por los empresarios en diversas investigaciones validan el presente resultado (dos encuestas nacionales del Observatorio, investigaciones sobre requerimientos en los procesos de formación y actualización, como las del Instituto Nacional de Aprendizaje); la capacitación y actualización en el tema del "servicio al cliente" es el tópico más demandado por el sector empresarial.

Lo anterior es fundamental las empresas en estudio están consciente de la importancia de contar con una estrategia y un plan que involucre a todos los empleados de la empresa para optimizar el servicio que les brindan a sus clientes, los negocios exitosos lo son porque resuelven los problemas y satisfacen las necesidades, si se falla en esto se pierde productividad y competitividad empresarial.

Gráfico 9



Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Pese a lo anterior, no ocupan una posición relevante la capacitación en tecnologías de la información y su aplicación en su empresa, la utilización de técnicas modernas e innovadoras en las diversas áreas de las actividades económicas, agrícola por ejemplo, o en aspectos ambientales, especialmente este último por haber asumido el país ser carbono neutral en el 2021.

Algunas consideraciones finales

Al realizar una revisión detallada de las respuestas de los informantes del sector de las mipymes formales, se puede concluir que la mayoría de los empresarios-emprendedores propietarios de las unidades productivas son profesionales que poseen una visión de la importancia de la capacitación y la

formación de los empleados, esto es importante dentro de los parámetros de productividad y competitividad que exige el entorno.

Es estratégico avanzar con un recurso humano calificado que permita la toma de decisiones empresariales para contar un recurso humano capaz de fortalecer e impulsar a la empresa en el mercado en que se desenvuelve; por tanto la capacitación debe ir más allá del servicio al cliente, además fue lo solicitado por la mayoría de los casos estudiados como parte de sus necesidades.

A nivel nacional, referente al diseño de estrategias y programas de capacitación, no solo se debe de tomar en cuenta el tamaño de la empresa, sino también el sector al cual pertenece, porque como se reflejó en los resultados de toda la encuesta, algunos se encuentran en una etapa dinámica mientras otros sectores están deprimidos.

No obstante, al margen de la situación particular, el entorno nacional e internacional de Costa Rica exige impulsar programas que superen un adecuado curso de servicio al cliente o de informática, para diseñarlos de manera adecuada es necesario conocer los planes de desarrollo del país (que van más allá de los programas de gobierno), las exigencias del mercado y toda aquella información que facilite determinar las verdaderas necesidades.

Son también estratégicos los procesos de aprendizaje en idiomas, el inglés en primer término, así como de un tercer idioma como el chino mandarín, el alemán, el francés, entre otros. Además, es menester incorporar todo lo relacionado con habilidades sociales y gerenciales tales como el trabajo en equipo, la comunicación oral y escrita, el ser proactivos y creativos, el poseer buenas bases para el razonamiento matemático, el liderazgo, el desarrollar una conciencia clara del impacto de las externalidades que genera la empresa en el ambiente y la implementación de empresas verdes.

Lo anterior requiere de una constante evaluación sobre la pertinencia de los programas que se están impulsando, no solo por los proveedores privados (como surgió en los resultados estudiados), sino por los actores públicos que deben de mantener un rol de apoyo a las mipymes, orientándolas hacia programas que las dinamicen hacia una mayor productividad: impulsando la innovación, el crecimiento económico, mejores y mayores puestos de trabajo, para así facilitar una mejor redistribución del ingreso y el bienestar de la sociedad costarricense.

En relación con la importancia de articular los actores tanto públicos como privados para brindar programas de capacitación que potencialicen a las empresas y al país, la OIT indica que:

Evidencias disponibles permiten establecer firmemente que una combinación de educación y formación de calidad es un tema relevante para el mercado laboral por distintas razones:

- Potencia a las personas para que desarrollen plenamente sus capacidades y aprovechen sus oportunidades sociales y de empleo.
- Incrementa la productividad, tanto de los trabajadores y trabajadoras como de las empresas.
- Contribuye a impulsar la innovación y el desarrollo de cara al futuro.
- Estimula la inversión nacional y extranjera, y por lo tanto el crecimiento del empleo, disminuyendo las cifras de desempleo y subempleo.
- Se traduce en mejores salarios.
- Cuando es accesible para amplios sectores de la población, aumenta las oportunidades en el mercado laboral y reduce la desigualdad social. (2010:7)

Definitivamente, los esfuerzos en capacitación y formación profesional generan al país retornos positivos, particularmente por la velocidad de la adaptación a los cambios tecnológicos incorporados en los equipos, mejores prácticas de logística y producción, y acumulación del capital humano.

Los diversos actores de apoyo a la capacitación empresarial deben de articularse para generar una oferta que apoye el emprendimiento y la competitividad empresarial; sin embargo, esa articulación debe de incluir un análisis del impacto real generados por los programas, con el propósito de actualizarlos, tanto en su contenido como en su proceso pedagógico de ejecución, para así ser efectivos con los recursos que se invierten en el proceso de aprendizaje.

Agradecimiento

Se agradece al asistente de investigación Diego Solís Barrantes, por los aportes y sugerencias para la elaboración del capítulo.

Referencias

Brenes Lizette, Leiva Juan Carlos, Chacón Carlos Leonardo, Benavides Shirley, Govaere Velia. (2009). *Estado nacional de las micro, pequeñas y medianas empresas formales*. Editorial UNED. San José, Costa Rica.

Consejo Nacional de Rectores. (2011). *Estado de la Educación*. CONARE. San José, Costa Rica.

Observatorio de Mipymes. (2011). *II Encuesta Nacional de Pymes*. San José, Costa Rica.

Organización Internacional del Trabajo. (2010). *Una fuerza de trabajo capacitada, para un crecimiento sólido, sostenible y equilibrado*. OIT. Ginebra.

Trejos, A., Arce R. (2012). *Desarrollo del talento humano: La clave para competir en la atracción de la inversión extranjera*. INCAE y CINDE. San José, Costa Rica.

Innovación y sostenibilidad de las mipymes costarricenses

Shirley Benavides Vindas
Dra. Economía empresariAl, con especialidad en competitividad y desarrollo, académica de la escuela d economía de la UNA, investigdora fundadora del observatorio de MIpymes, conferensista nacional e internacional, autora de diversos do umentos sobre dichas tematicas, ex gerente general del INA.

Introducción

En la segunda encuesta de diagnóstico del estado de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) formales costarricenses, generada por el Observatorio de Mipymes, se volvió a incluir el tema de la innovación asociado a la sostenibilidad de la empresa. En el presente capítulo se detallan los resultados obtenidos mediante la información brindada por los encuestados.

Dentro del marco teórico orientador, se reconoce a Joseph Alois Schumpeter, economista y sociólogo austriaco, radicado en Estados Unidos, como el impulsor de la economía empresarial y dentro de ella, de un tema fundamental: la introducción del concepto de *innovación*. Según el concepto desarrollado por Schumpeter, existe un estado de *estancamiento empresarial* que el autor denomina como el *circuito económico*, y un estado de *crecimiento*, generado por la evolución que se presenta por medio de las innovaciones de todo tipo a nivel de las empresas, las cuales se constituyen en el motor del crecimiento o el desenvolvimiento económico.

La innovación se relaciona con el arte de convertir las ideas y el conocimiento en productos, procesos o servicios nuevos o mejorados que los clientes reconozcan y, por lo tanto, el mercado les asigne un valor; o sea, es el proceso de trasformar conocimiento en riqueza.

Por otra parte, según Hamel (2000), los procesos de innovación muestran una serie de elementos relevantes, tales como:

Relaciones con el cliente: Se identifica el modo y los medios mediante los que la empresa se acerca a los clientes, con el conocimiento que tiene de ellos y de la dinámica de esta relación, la cual finalmente culmina cuando el cliente se identifica con la empresa.

Estrategia clave: Es el elemento principal en cuanto caracteriza lo esencial de la empresa. Es el componente que la distingue en el mercado y en la sociedad. Por ello es el encuentro con su misión, con el espacio que ocupa y con su estilo de actuación.

Recursos estratégicos: Comprenden la identificación de lo más importante que dispone y ejecuta la empresa, en términos de conocimientos de su personal, de sus activos físicos y de los procesos que desarrolla.

Conexiones de valor: Identifican el modo y los medios de relación de la empresa con sus proveedores, con otras empresas con las cuales se complementa en

productos o servicios, y con otras empresas de su misma línea de producción con las cuales puede realizar alianzas.

De todo lo anterior, surgen mediante la innovación cambios que conducen a productos o servicios que se adaptan mejor a las necesidades del mercado y que se orientan en tres niveles:

- Innovación tecnológica
- Innovación organizativa
- Innovación comercial

De esta forma, el tema de la innovación se asocia a la sostenibilidad de una empresa por ser uno de los pilares que facilitan su productividad y competitividad; lo cual de manera agregada facilita el bienestar común dentro de los habitantes de una región o país.

En el caso de Costa Rica, el Ministro de Ciencia y Tecnología, en la presentación del Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación 2011-2014, indicó la inclusión del pilar de competitividad e innovación con miras a forjar una visión de desarrollo más competitiva, mejor conectada con la dinámica global, en la cual el Estado asuma un rol más dinamizador de la productividad, el crecimiento económico y el desarrollo humano sostenible, articulando su quehacer con el sector privado y la sociedad civil. El Plan Nacional de Desarrollo (PND) propone así la construcción de una sociedad cuya prosperidad esté basada en el talento, el conocimiento y la capacidad innovadora de la población, mediante inversiones en el capital humano, atracción de mayores inversiones productivas y el incremento de la eficiencia.

Indicación metodológica

Con el propósito de darle continuidad al primer diagnóstico de la situación de las micro, pequeñas y medianas empresas de Cosa Rica, realizado en el año 2007, el Observatorio de las Mipymes decidió realizar una segunda encuesta en el año 2011.

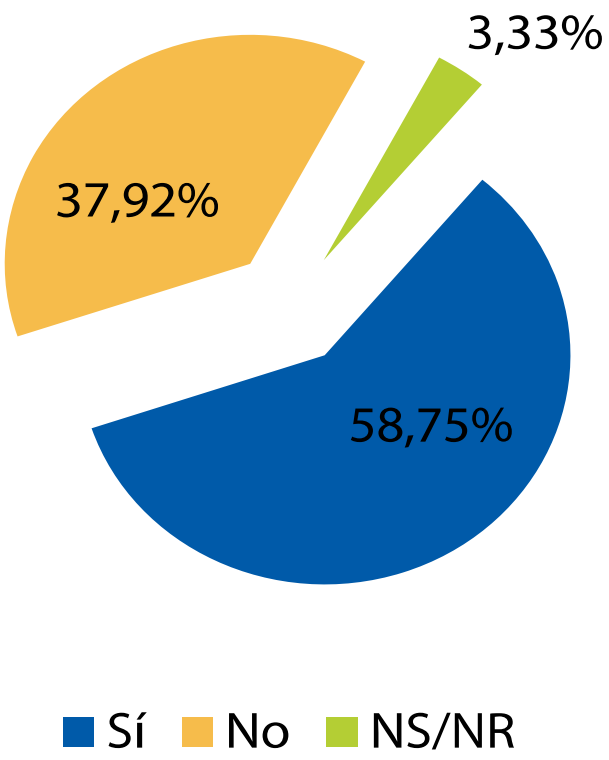
Un punto de partida importante es destacar que la segunda encuesta buscó mantener los aspectos básicos del diseño utilizado en el 2007, con miras a realizar comparaciones válidas entre los resultados del 2007 y los del 2011. Sin embargo, es preciso anotar que en la primera no se diseñó y aplicó como panel, razón por la cual constituye un elemento fundamental que restringe las comparaciones. Otro aspecto que incorpora la segunda encuesta y que mejora las precisiones sobre grupos de empresas, es la posibilidad de obtener interpretaciones por sector y por tamaño en forma complementaria, con grados de confianza claros que permitirán ulteriores análisis.

Dadas las características del parque empresarial y las posibilidades de cobertura con esta investigación se decidió tomar como población de estudio, a las empresas catalogadas como mipymes, formalmente establecidas dentro del territorio nacional al 31 de enero del 2011, y que fuera factible contactar mediante una entrevista por vía telefónica. Los resultados en el tema de innovación y sostenibilidad se presentan a continuación.

Resultados

Cuando se hace referencia a factores de innovación y sostenibilidad en momentos como los actuales, la velocidad con que se realizan dichas innovaciones son relevantes y oportunas; la respuesta sobre las realizadas en los últimos tres años fue la siguiente:

Gráfico 10: **Innovaciones en los últimos tres años**

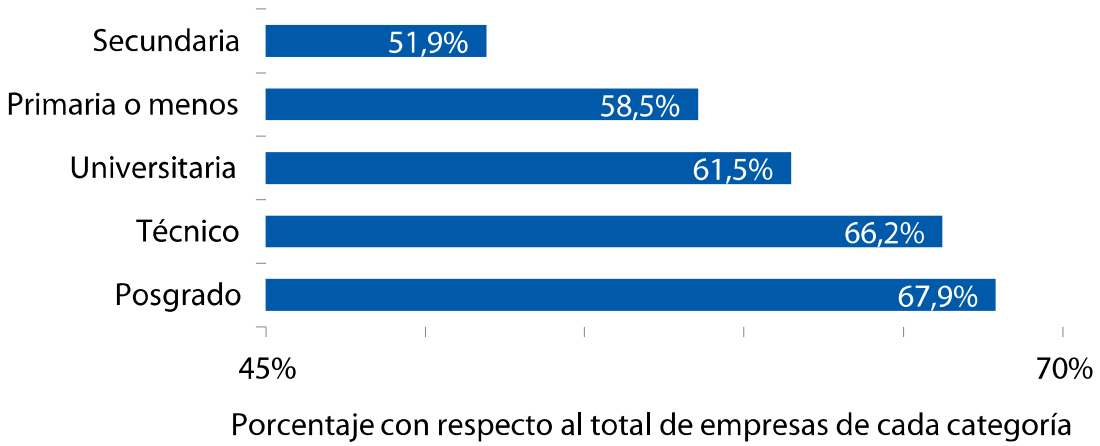


Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Obsérvese que 58,75 % de las empresas estudiadas indicaron que sí habían desarrollado innovaciones en sus empresas en los últimos tres años, es importante recordar que para este bloque de preguntas se dio una definición sobre el concepto de innovación con el propósito de uniformar criterio para quienes contestaban el instrumento. En contraposición de casi un 33% que señala no haberlo generado, cantidad que es mucho menor que la anterior, pero que es relevante para la competitividad de una empresa o sector.

Como complemento de la información precitada, se consultó sobre las innovaciones generadas en los últimos tres años, relacionadas con el nivel de escolaridad del empresario; el resultado fue el siguiente:

Gráfico 11: Innovaciones en los últimos tres años según nivel de escolaridad del empresario

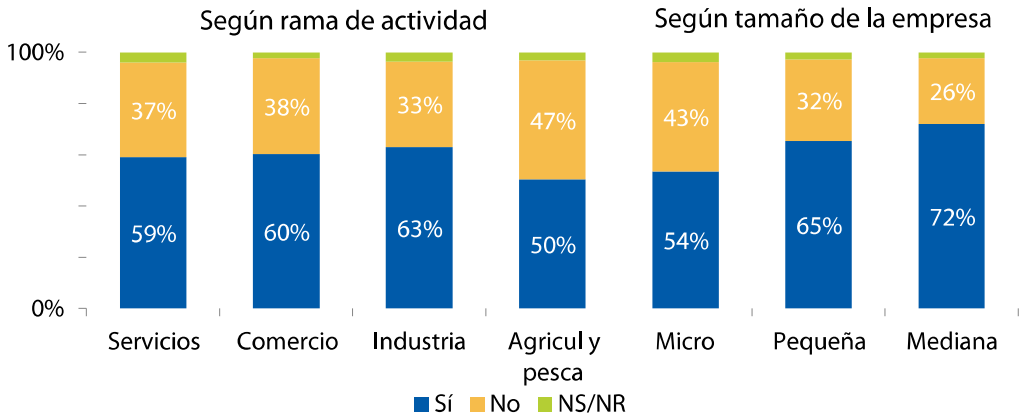


Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Si bien es cierto el rango de quienes realizaron innovaciones y su nivel académico varía en alrededor de 15% en términos generales, es relevante resaltar que aquellos con estudios de posgrado, universitario y técnico, son quienes han impulsado en mayor medida las innovaciones en el período de tres años. Aunque también, independientemente de la escolaridad, más de 50% se preocupa por generar dicha situación, lo que refleja una posición bastante valorada como parte de la productividad empresarial.

Para aquellas empresas que han generado innovaciones en los últimos tres años, se recabó información según rama y tamaño de la unidad productiva, con lo cual se obtuvo:

Gráfico 12: **Innovaciones en los últimos tres años según rama de actividad y tamaño de la empresa**



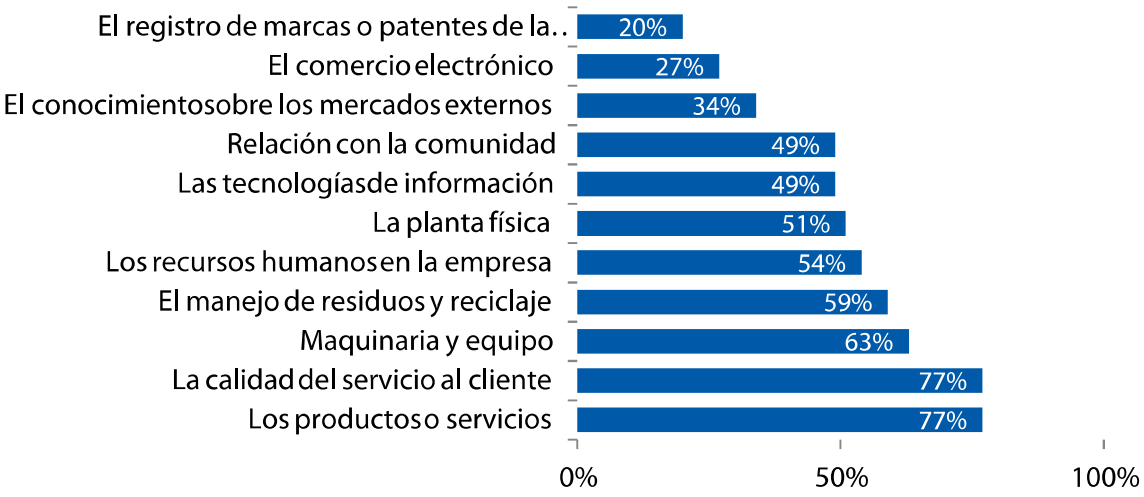
Fuente:

Encuesta Mipymes, 2011

Los sectores de industria, comercio y servicios son los que de manera uniforme han impulsado en mayor medida la innovación, lo cual se refleja en sus posiciones competitivas en relación con el sector de agricultura y pesca, segmento más deprimido y que debería contar con más tecnificación innovadora para fortalecerse empresarialmente. La mediana empresa es la que dedica más esfuerzos para la innovación, seguido por la pequeña, este comportamiento se puede relacionar con el hecho de contar con mayores recursos financieros, humanos y tecnológicos que colaboran en la búsqueda de mejores niveles de productividad.

Por otra parte, se preguntó sobre las mejoras que realizaron las empresas durante el año anterior a la encuesta (2010) con el propósito de impulsar la innovación y sostenibilidad en el mercado:

Gráfico 13: Principales mejoras durante el año 2010

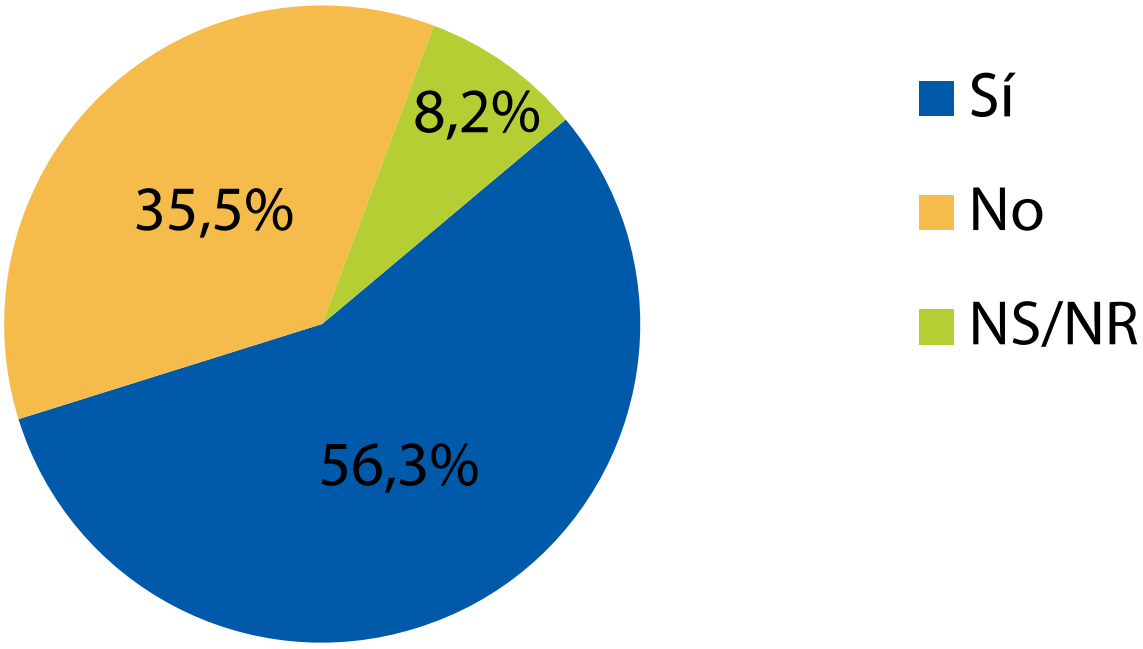


Fuente: Encuesta Mipymes, 2011

La mayoría de los esfuerzos que realizaron los empresarios encuestados se orientan al diseño de los productos y servicios que brindan, pero acompañados de mejoras en la calidad del servicio al cliente, aspecto que en el apartado de capacitación fue valorado como la necesidad más relevante para ser productivo; datos que fueron validados mediante los presentes resultados. Cabe destacar que el 59% han materializado esfuerzos a favor del ambiente en lo referente al manejo de residuos y reciclaje, lo que es importante pero no suficiente, en el marco de la estrategia nacional de Costa Rica para cumplir la meta de ser un país libre de carbono en el 2021. No obstante, los esfuerzos en el área de cambios de equipo tecnológico son relevantes, ya que es muestra de actualización de los recursos, las respuestas a favor de esta variable fueron de 63%.

En cuanto al impacto de las innovaciones en la estructura de puestos de la empresa, lo cual es fundamental en un enfoque de desarrollo, se determinó:

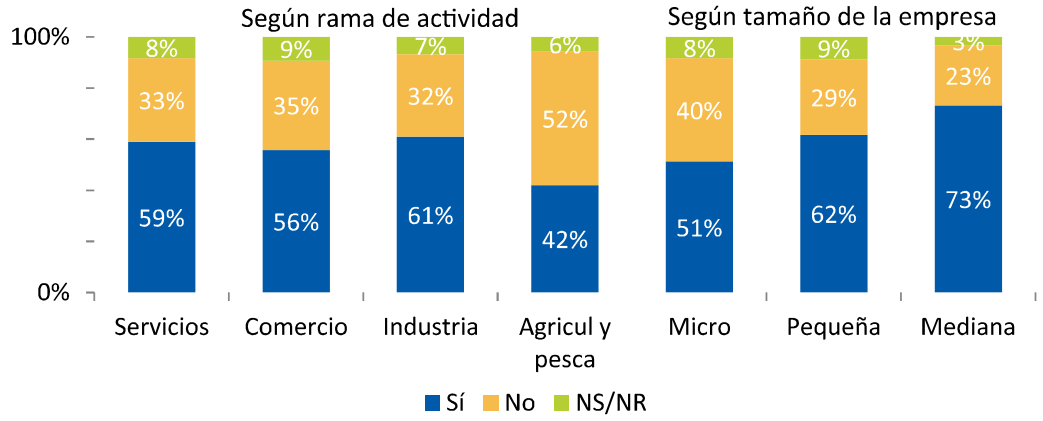
Gráfico 14: Afectación de las innovaciones en los puestos de trabajo



Fuente: *Encuesta MIPYMES 2011*

Así 56,3% de los encuestados indicaron que efectivamente las innovaciones realizadas han generado efectos positivos en la estructura de puestos de trabajo; pese a ello 35,5% señalaron que no, porción que es relevante dentro de la muestra. Un factor importante de los procesos de innovación empresarial es su impacto sobre el recurso humano; el derrame de las innovaciones debe ser significativo y un tercio de los encuestados señaló que no se generó ningún efecto. Por lo relevante del tema, esta pregunta se relacionó según actividad productiva y tamaño de la empresa, y se obtuvo lo siguiente:

Gráfico 15: Afectación de las innovaciones a los puestos de trabajo según rama de actividad y tamaño de la empresa

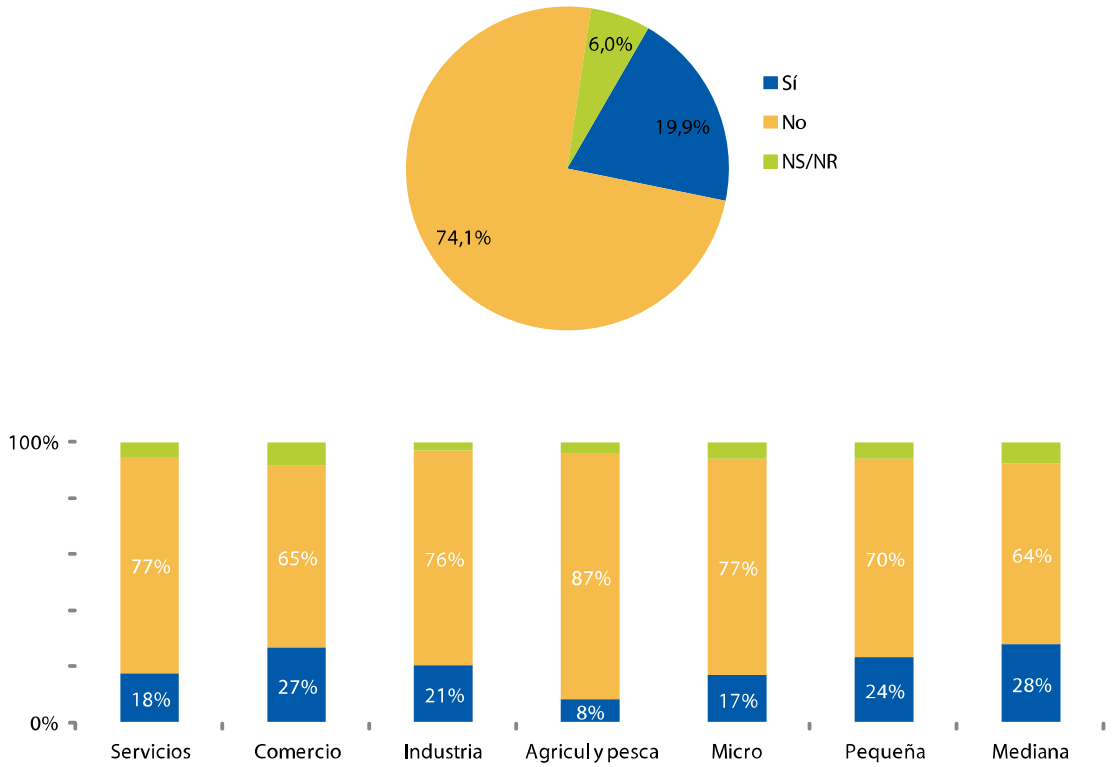


Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

La industria presenta un indicador de impacto positivo de la innovación sobre su estructura de puestos (61%), seguido del sector de servicios (59%), comercio (56%) y la agricultura y pesca (46%). En relación con el tamaño de la empresa, 73% de las medianas indicaron tener un impacto positivo, en el caso de las pequeñas es de 62%, mientras en las micro fue de 51%. El comportamiento por tamaño es normal ya que la tendencia de la inversión en innovación aumenta con el tamaño de las empresas.

Un elemento relevante como resultado de las innovaciones, es el registro de patentes, tanto por rama productiva como por tamaño de la empresa, en este caso se observaron los resultados de los gráficos 7 y 8:

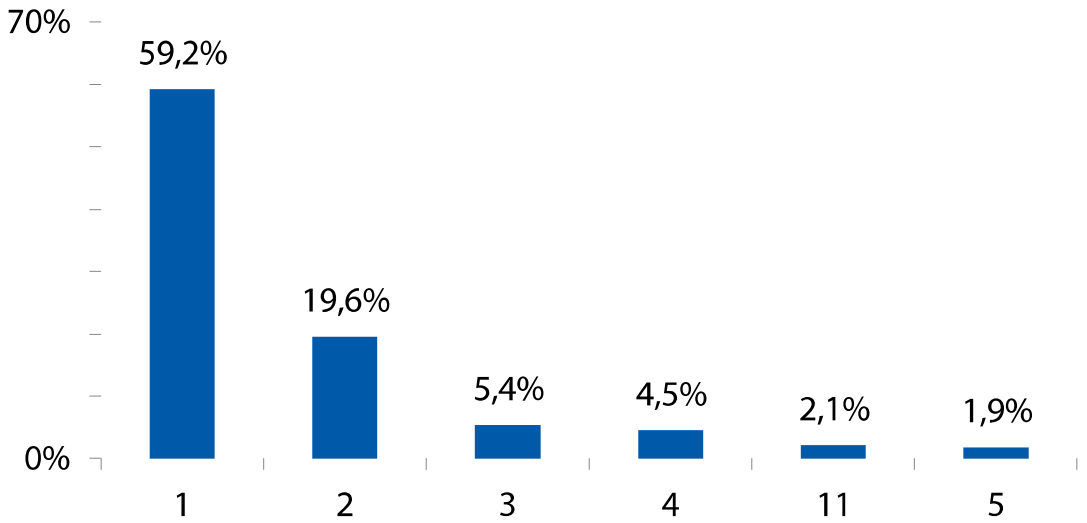
Gráfico 16



Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Si bien 74% de los encuestados indicaron que no cuentan con patentes, solo 19,9% señalaron tener alguna registrada; la actividad de comercio e industria es la que mostró el mayor porcentaje de registro con 27 y 21% respectivamente. Según el tamaño, la mediana es la que más genera con 28%, la pequeña con 24% y la micro con 17%. En cuanto al número de patentes se obtuvo el siguiente resultado:

Gráfico 17: Número de patentes registradas por las empresas



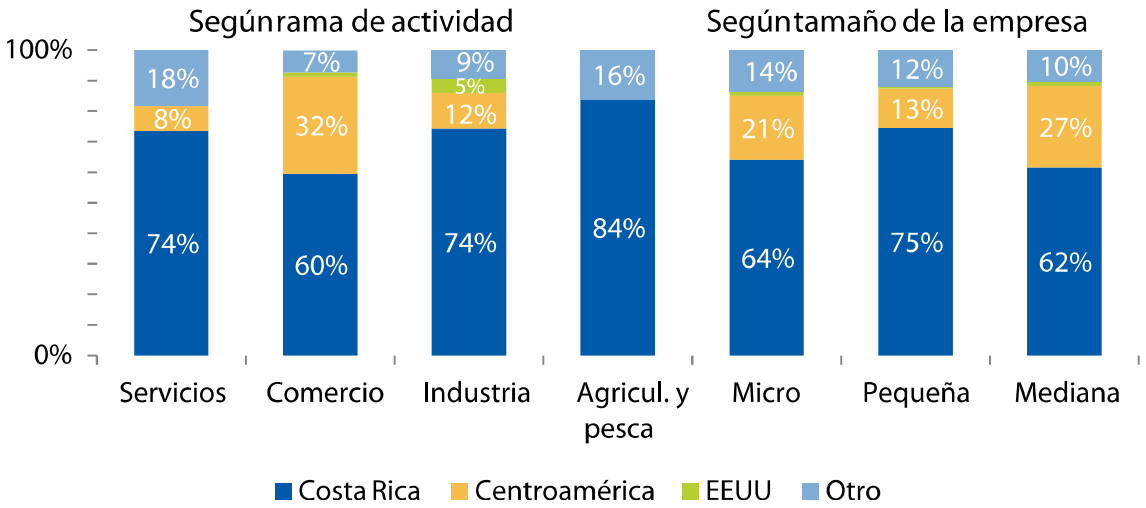
Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

En el gráfico 8 se muestra que 59,2% de las empresas que indicaron contar con patentes han registrado una, 19,6% poseen dos, 5,4% cuentan con tres, el resto menor a un 5% son las empresas que registraron cuatro, cinco y once patentes. Analizar estos resultados es importante ya que las patentes constituyen uno de los diversos tipos de derechos de propiedad intelectual y se conceden en relación con nuevos productos y métodos que permitan perfeccionar productos ya conocidos. Las patentes confieren a su titular el derecho exclusivo para explotar los nuevos productos o métodos por un plazo máximo de 20 años.

Por consiguiente, las patentes se consideran un importante instrumento comercial y un enlace fundamental entre las actividades de investigación y desarrollo y el mercado, pues pueden ser utilizadas para identificar y crear nuevas marcas, preservar un mercado concreto o crear nuevos mercados. También se utilizan para movilizar fondos y generar nuevas fuentes de ingresos por conducto de actividades de concesión de licencias o para introducirse en otros países sin incurrir en enormes gastos de material y equipo. Si se saben utilizar, pueden ser una buena opción que facilite éxito empresarial.

Por la importancia señalada de las patentes, se investigó también sobre el lugar donde fueron registradas, según actividad y tamaño de la empresa.

Gráfico 18: Lugar donde se registraron las patentes



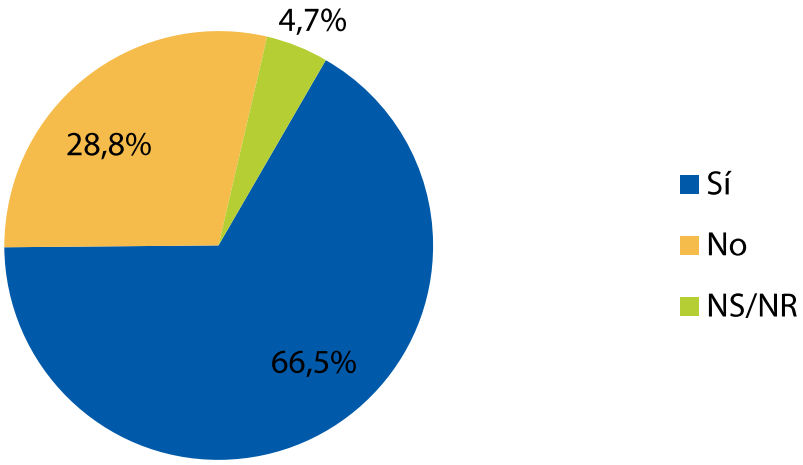
Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

De las empresas que registraron patentes según rama de actividad, la agrícola orienta más este tipo de propiedad intelectual al mercado interno con 84% de registros, seguida por los servicios y la industria, ambas con 74% del total de empresas que explotan su patente en Costa Rica. En el caso del comercio, es la actividad que presentó mayor participación con patentes a nivel centroamericano, con una respuesta de 32%.

En referencia al tamaño de la empresa, para todos los casos la orientación es el mercado local; mientras la mediana es la que presenta mayor participación en Centroamérica con 27%, seguida de las micro con 21% y las pequeñas con 13%. Resultados que son poco relevantes para un país que pretende llegar a ser innovador y desarrollado, tal como plantea el Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación 2011-2014.

Otro elemento importante por considerar es, además de registrar patentes, que la utilicen como parte de los esfuerzos de fortalecimiento empresarial; respecto a esto se determinó:

Gráfico 19: Lugar donde se registraron las patentes

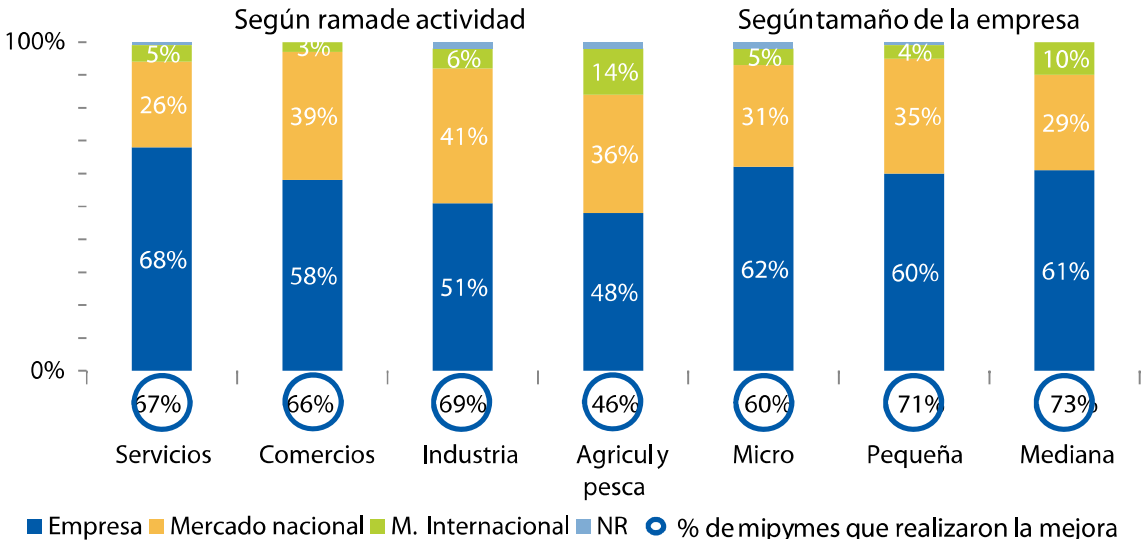


Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

El resultado no es el mejor para el desarrollo de la innovación y sus patentes, solamente 28,8% las explotan, frente a 66,5% que no lo hacen. Así, pese a que algunos empresarios realizaron un esfuerzo para registrar sus innovaciones, no las utilizan para aprovechar sus rendimientos en el mercado.

Por otra parte, se consultó según rama de actividad y tamaño de la empresa, si las innovaciones en sus productos o servicios, realizadas durante el 2010, se orientaron al mercado nacional o al internacional, los resultados fueron:

Gráfico 11: Mejora en productos y/o servicios en el año 2010: Orientados a la empresa, el mercado nacional o el mercado internacional

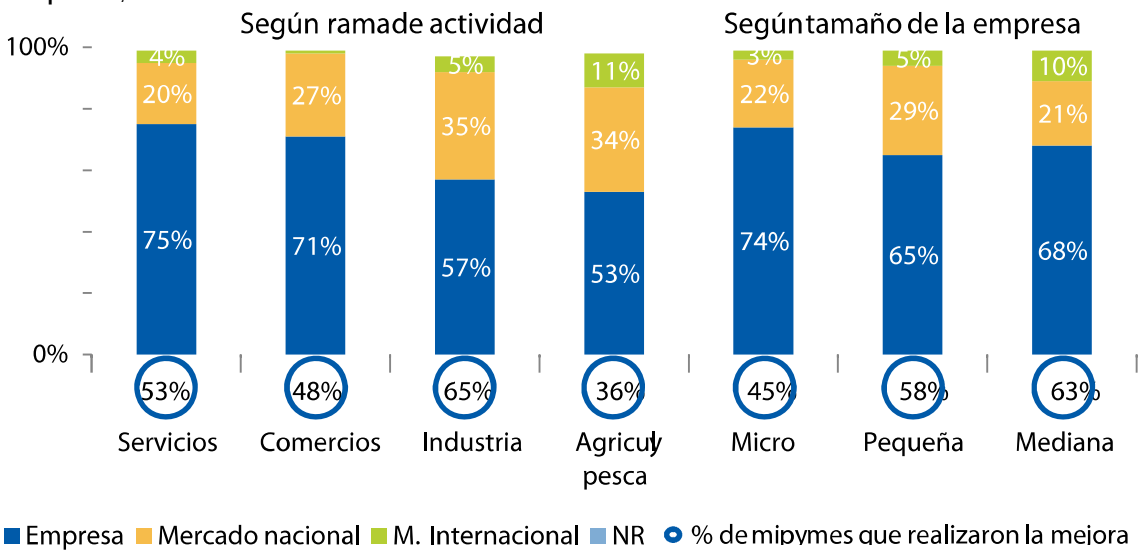


Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

En la mayoría de los casos, tanto por actividad como por tamaño, las empresas se orientan al mercado local. En el caso de las primeras, el comportamiento está entre 48% de los empresarios agrícolas hasta 68% de servicios; y con 62%, 60% y 61% las micro, pequeñas y medianas empresas respectivamente. La industria es la que se orienta más al mercado internacional con una respuesta de 41% y las actividades de servicios son las que presentan menores tendencias (26%). Por tamaño es bastante uniforme su orientación al mercado externo entre 31% y 29%.

En relación con las mejoras realizadas en los procesos durante el 2010, tanto por actividad productiva como por tamaño, se concretaron los resultados que se exponen a continuación:

Gráfico 12: Mejora en los procesos durante el año 2010: Orientados a la empresa, al mercado nacional o al mercado internacional.

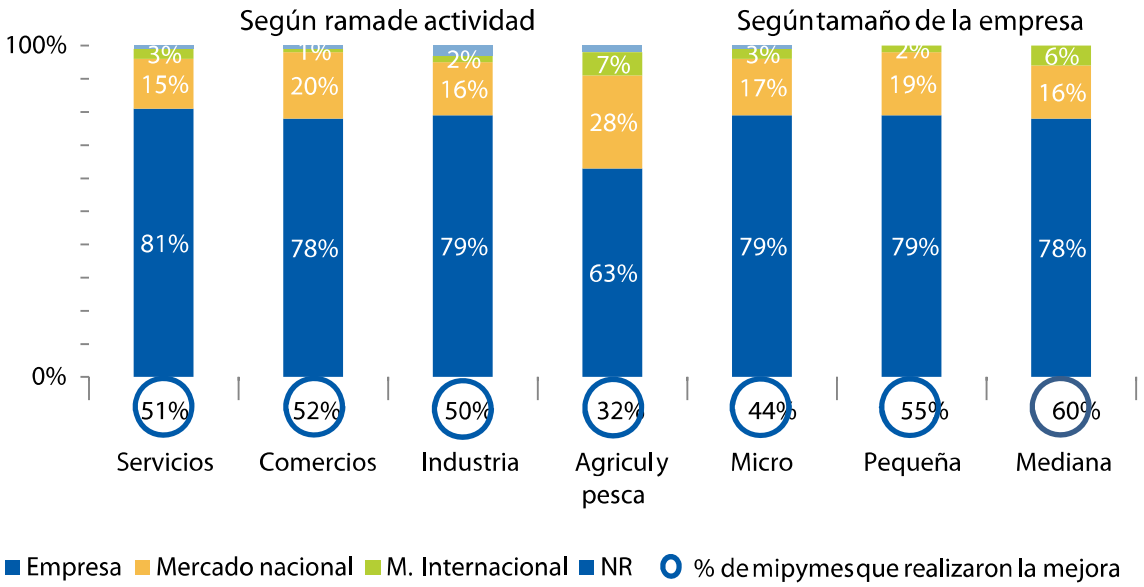


Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Las variaciones en los procesos, tanto a nivel de las actividades productivas y de todos los tamaños encuestados, se orientaron a mejorar las condiciones de productividad empresarial, destacándose el sector servicios con una respuesta de 75% y las micro con 74%, el nivel más bajo lo presenta la actividad agrícola y de pesca (53%) para mejorar la unidad productiva y 34% orientada a dar respuesta al mercado nacional. En relación con el mercado internacional, la frecuencia estuvo por debajo de 11% en todos los casos.

En cuanto a las mejoras realizadas en la organización durante el 2010, tanto por actividad productiva como por tamaño, se concretaron los siguientes resultados:

Gráfico 13: Mejora en el área organizacional durante el año 2010: Orientada a la empresa, el mercado nacional o el mercado internacional

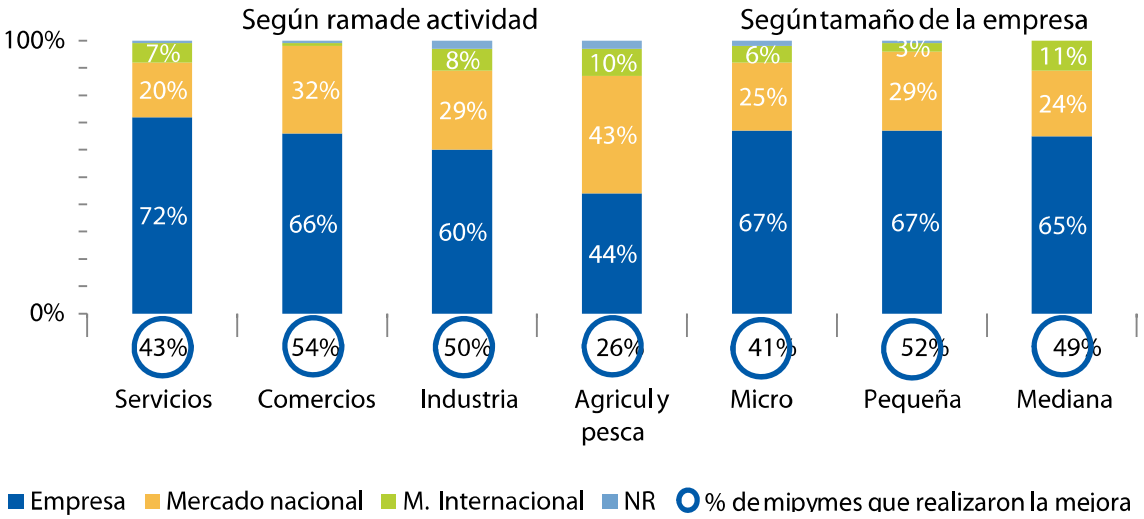


Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

En cuanto a las mejoras en las organizaciones, fueron realizadas en la mayoría de los casos para fortalecer la productividad empresarial, según los resultados que oscilan entre 78% y 81%, tanto por sectores productivos como por tamaño. A excepción del agrícola que obtuvo 63% de las respuestas, pero 27% orientó las mejoras para responder al mercado nacional, todos los demás oscilaron entre 15% y 20%.

En relación con las mejoras realizadas por el área de comercialización durante el 2010, tanto por actividad productiva como por tamaño, se determinaron los resultados que se exponen a continuación:

Gráfico 14: Mejora en el área de comercialización durante el año 2010: Orientada a la empresa, el mercado nacional o el mercado internacional

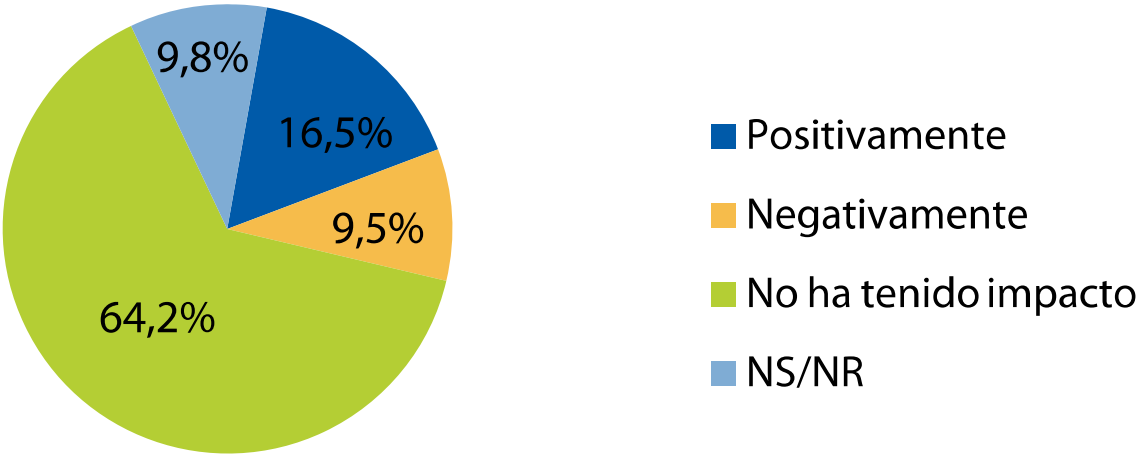


Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Las mejoras realizadas en el proceso de comercialización, en todos los casos relacionados con la actividad productiva y el tamaño de la empresa, indicaron que los cambios tuvieron un impacto en primera instancia en la empresa desde la perspectiva de la productividad, en segundo lugar ese proceso fue enfocado para fortalecer su relación con el mercado nacional, sobresale en este caso el sector agricultura y pesca con una orientación de 43% y las medianas empresas con 29%; en el resto de los sectores organizados por su tamaño las respuestas se ubicaron entre 20 y 32%. La orientación del mercado internacional en todos los casos estuvo por debajo del 11% de las respuestas.

Otro elemento en la presente investigación, que se consideró como parte de la percepción de sostenibilidad de los empresarios, fue lo relacionado con las expectativas de generar ventas en los mercados internacionales, razón por lo cual se consulto sobre el impacto en su desempeño comercial, como resultado de los diversos tratados de libre comercio que el país ha firmado y se obtuvieron las siguientes respuestas:

Gráfico 15: Impacto de los tratados de libre comercio

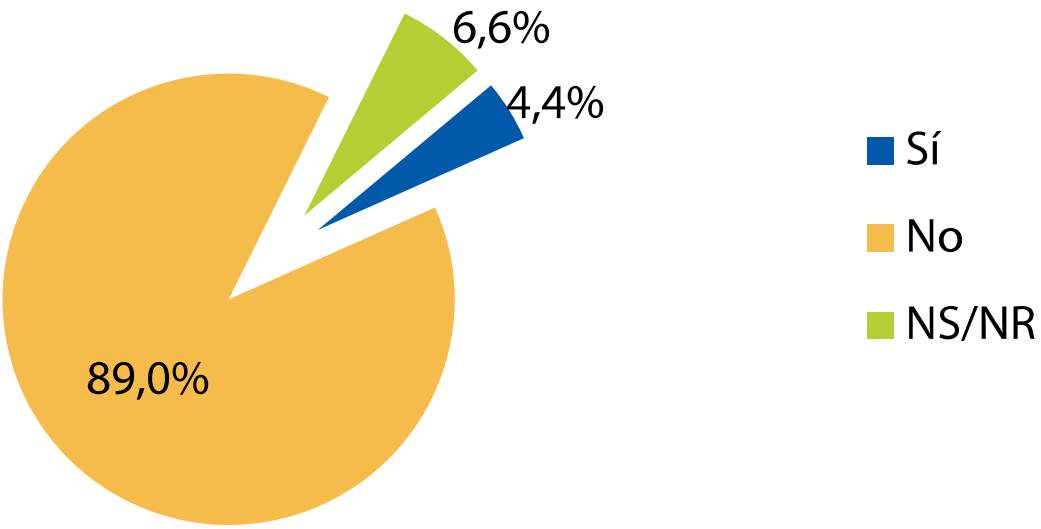


Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Es relevante indicar que más de 64% indicó que los tratados no han impactado su desempeño comercial, un planteamiento que es contrario con la percepción del 2007, momento en que se estaba negociando con Estados Unidos, y que indicaban estar preparados para aprovechar dicho espacio comercial. Tan solo 16,5% contestan de manera afirmativa sobre el impacto positivo en el desempeño comercial; y sólo 9,5% señala que le afectó negativamente, también en contraposición con algunas percepciones anteriores de diversos actores sociales que indicaban que los tratados afectarían en buena medida a las mipymes.

Como complemento de lo anterior, se les solicito en la presente investigación, indicar a los encuestados, si planificaban exportar durante el año 2012, y las respuestas se organizaron de la siguiente forma:

Gráfico 16: Exportación en los próximos 12 meses



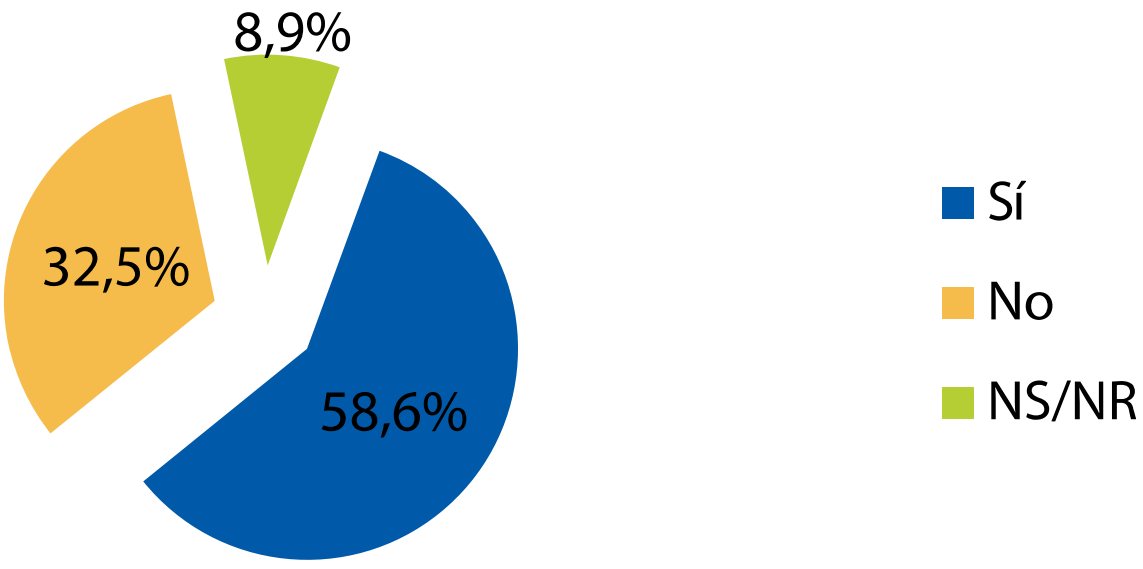
Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

Como se demuestra, para las mipymes el mercado nacional continúa siendo el más importante (89%), frente a 4,4% que proyectan exportar, lo cual les limita la dinámica de expansión ya que el internacionalizarse diversifica riesgos frente a mercados internos inestables y disminuye los efectos de problemas macroeconómicos nacionales; promueve también las economías de escala, de tal forma que se aprovechen mejor las instalaciones existentes y se tenga un nivel de producción que implique menores costos unitarios.

Los mercados extranjeros son una fuente de crecimiento y consolidación de cualquier empresa si es que los mercados internos son extremadamente competitivos, posibilitan obtener precios más rentables debido a la mayor apreciación del producto y de los ingresos de la población en los mercados a los cuales se exporta; son parte de la estrategia para hacer frente a la entrada de nuevos competidores en el mercado interno y mejoran la imagen en relación con proveedores, bancos y clientes, aspectos que son de vital importancia para las mipymes formales costarricenses.

Además, como parte de la sostenibilidad empresarial, se encuentra el potencial para generar diversas inversiones en pro de la mejora y la proyección en el mercado, por tanto se les preguntó a los encuestados si tenían planificado hacer una inversión.

Gráfico 17: Inversión en los próximos 12 meses



Fuente: *Encuesta Mipymes, 2011*

En el gráfico 17 se observa que 58,6% indican que están dispuestos a invertir en el 2012, 32,5% que no y 8,9% aún no lo sabe. Si bien es cierto que las inversiones deben de realizarse mediante un análisis que permita disminuir al máximo el riesgo de pérdida, mediante adecuadas valoraciones financieras de mercado se pueden

convertir en una alternativa que posibilite la sostenibilidad y rentabilidad empresarial, tanto en los mercados locales como en los internacionales.

Algunas consideraciones finales

El tema de innovación y sostenibilidad empresarial es fundamental dentro de las estrategias de las mipymes en general, y las formales costarricenses no son la excepción. Las empresas encuestadas y estudiadas en esta investigación presentaron una serie de resultados importantes pero no suficientes según las diversas condiciones del mercado nacional, pero sobre todo del internacional; así como para generar condiciones en pos de un adecuado crecimiento y desarrollo de Costa Rica.

La empresa está obligada a potencializar y actualizar constantemente sus diversos recursos: el humano, las capacidades tecnológicas, de gestión acordes con los nuevos desafíos y el proceso de innovación; debe también ser un pilar para la renovación y ampliación de procesos, productos y servicios, cambios en la organización y la gestión.

Como lo indica el Banco Interamericano de Desarrollo en un estudio sobre la productividad en América Latina presentado a finales del 2010, se reconoce la capacidad de una sociedad y de sus empresas para generar y asimilar los cambios tecnológicos como un componente crucial de la prosperidad y del crecimiento.

La propensión de las empresas a los esfuerzos de innovación y sostenibilidad deben de ir articulado con el apoyo de diversos actores institucionales que les faciliten los recursos financieros que se requiere para el proceso de I+D, que normalmente lo gozan las grandes empresas pero no así las mipymes, por lo tanto, se requiere de un acompañamiento en esa vía.

El tema de la propiedad intelectual es uno de los aspectos que Costa Rica debe de impulsar dentro del sector empresarial, los esfuerzos hechos, según los resultados que se obtuvieron, demuestran que aún se encuentra en niveles de poco crecimiento y consolidación, siendo esto un pilar para contar con una plataforma tecnológica y de diseño de productos o servicios que le generan una diferenciación en los mercados que se desenvuelven las empresas, independientemente de la actividad a la cual se dedican o del tamaño de la misma.

Las mipymes formales no están optimizando su curva de trasformación en cuanto a la capacidad de innovación tecnológica que en principio podría facilitar su productividad y la aprensión de conocimiento en ciclos de aprendizaje menores que les faciliten su competitividad en el mercado meta y también en aquellos con un potencial para atender.

El estímulo de I+D que genere innovaciones ambientalmente amigables es una particularidad que en el caso de Costa Rica debe ser estratégica como parte de los planes del país para lograr la meta de ser un país de carbono neutro en el 2021. Para cumplir la meta, el sector empresarial debe aportar mucho desde el diseño de sus productos, empaques, procesos de comercialización, manejo y reciclaje de desechos; es decir, los esfuerzos se articularían con los diversos actores de la sociedad.

Debe impulsarse una cultura innovadora sustentable, que fomente el surgimiento de ideas y cambios que impliquen mejoras en la eficiencia de las empresas, y les permita ser capaces de adaptarse a las nuevas situaciones y exigencias del mercado en que compiten y superar la complejidad del proceso de I+D, mediante relaciones comerciales que les permitan llevar a cabo esta función.

La actividad innovadora constituye efectivamente, uno de los principales factores que determinan la ventaja competitiva de los diversos sectores productivos; independientemente del tamaño de las empresas, existe un vínculo entre la productividad y la competitividad empresarial y el aporte al desarrollo sostenible de Costa Rica.

Agradecimiento

Se agradece al asistente de investigación Diego Solís Barrantes, por los aportes y sugerencias para la elaboración del capítulo.

Referencias

Observatorio de Mipymes. (2011). *II Encuesta Nacional de Pymes*. San José, Costa Rica.

Hamel, G. (2000). *Liderando la Revolución*. Ediciones Gestión 2000. Barcelona, España.

Ministerio de Ciencia y Tecnología. (2011). *Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación 2011-2014.* San José, Costa Rica.

Pagés, C. (2010). *La era de la productividad: Cómo transformar las economías desde sus cimientos*. BID. Estados Unidos de América.

Schumpeter, J. A. (1976). *Teoría del Desenvolvimiento Económico*. Cuarta reimpresión. México.

La mujer empresaria en Costa Rica

Lizette Brenes Bonilla
Catedrática de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica, Doctora en Ciencias económicas y empresariales, estudios de posgrado en gestión, gerencia y calidad. Amplia experiencia en gestión de redes, vinculación universidad, empresa, gobierno. Conferencista, consultora y académica internacional. Ha publicado cuatro textos universitarios y numerosos artículos en reconocidas revistas indexadas internacionales y ponencias en Congresos. Actualmente es la Vicerrectora de Investigación de la UNED.

Ligia Bermúdez Mesén
Licenciada en estadística de la Universidad de Costa Rica. Investigadora y asesora estadística en la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica (UNED).

Introducción

En el 2011, el Observatorio de Mipymes realiza el segundo estudio nacional (Omipyme, 2012) y, en el ámbito internacional, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) publica en ese mismo año el *Informe Global de Mujeres Empresarias* (Kelly, Brush, Greene & Litovsky, 2011), en el cual participa Costa Rica. Con estos insumos se hace posible desarrollar el primer análisis de la mujer empresaria en el país y las apreciaciones respecto de los resultados globales ofrecidos por el estudio internacional mencionado.

El Segundo Estudio Nacional de Omipyme aborda los módulos siguientes: características generales, origen de la empresa, trámites, capacitación, uso de tecnologías de información y comunicación, financiamiento, modelo de gestión, sostenibilidad e innovación, internacionalización y ventas. Se realizaron 1167 entrevistas efectivas a empresas seleccionadas en una muestra representativa y estratificada según tamaño de la empresa y sector productivo.

En relación con el GEM, este es un emprendimiento académico con más de 12 años de experiencia en estudiar la empresariedad alrededor del mundo, constituyéndose en la investigación más grande a nivel mundial sobre la actividad empresarial. Anualmente entrega un informe de empresariedad que comprende resultados de 59 economías y periódicamente realiza un análisis especial dedicado a las mujeres empresarias. En el 2010 realizó el más reciente estudio conocido como *Women Entrepreneurs Worldwide*. La cobertura del estudio incluyó 187 millones de empresarias y de ellas 104 millones iniciaron su empresa ese año. Las restantes 83 millones de mujeres tenían empresas con más de 3,5 años de existir.

En el estudio participaron 13 países latinoamericanos, entre ellos Costa Rica. El análisis ubica los países según su etapa de desarrollo económico, de acuerdo con lo establecido por el Foro Económico Mundial (Schwab, 2011). En la primera etapa de desarrollo la economía de los países está orientada por los factores de producción, mientras en la segunda etapa hacia la eficiencia; por otra parte, los países desarrollados presentan una economía orientada por la innovación. Costa Rica se ubica en la segunda etapa (eficiencia). Cabe aclarar que el estudio no discrimina por tamaño de empresa.

En la primera parte de este documento se describen los resultados del estudio realizado por el Observatorio de Mipymes en Costa Rica y luego procederemos a valorar los principales hallazgos del estudio global considerados relevantes para este análisis.

Con base en esta información se presentan observaciones generales sobre el comportamiento de las mujeres empresarias a la luz del estudio global. Posteriormente, se ofrece la información detallada desde la perspectiva de género de cada uno de los módulos del estudio nacional. El documento concluye con reflexiones finales y recomendaciones orientadas a proponer mejoras en el ecosistema de negocios, dirigidas hacia el fortalecimiento de la calidad y ampliación de las oportunidades para el emprendimiento femenino.

Principales hallazgos relacionados con las mujeres empresarias en el Segundo Estudio Nacional de Omipyme}

De acuerdo con la encuesta nacional, dos de cada diez mipymes formales son propiedad de mujeres, resultado similar al primer estudio del Observatorio realizado en 2007 (Omipyme, 2007). Las empresas propiedad de mujeres son microempresas en un 21,5%, pequeña en un 10% y mediana en un 7%; además las tres actividades principales que desempeñan las mujeres empresarias son el comercio al por menor, servicios de consultoría y *outsourcing*, y los servicios de hospedaje y alimentación.

La mayoría de Mipymes se encuentran en el ciclo de madurez, con más de diez años de funcionamiento. No obstante, en los resultados puede observarse que la proporción de empresas jóvenes que son propiedad de mujeres (16,8%) casi duplica el porcentaje correspondiente a los hombres (8,8%).

Al iniciar la empresa, el 59% de las mujeres tiene estudios universitarios en contraste con 44% en el caso de los hombres. Respecto de la edad, un mayor porcentaje de hombres (40%) tenían entre 25 y 34 años. En el caso de las mujeres, 35% tenía entre 35 y 49 años, sin embargo, la distribución es relativamente uniforme entre los cuatro grupos de edad, observándose tanto casos de empresarias que iniciaron muy jóvenes así como mujeres que tenían 50 o más años de edad.

En el momento de iniciar la empresa la mujer contaba con trabajo fijo en un porcentaje similar a los hombres, pero solo el 16% de ellas habían tenido una empresa anteriormente, en contraste con 29% en el caso de los hombres. También se observó que 78% de las mujeres tenía como único ingreso el de la empresa, en relación con 66% en el caso de los hombres.

El 61% de las mujeres emprende su negocio en unión con otra(s) persona(s), mientras que la mayoría de hombres (56%) iniciaron su empresa individualmente. No obstante, la mujer emprende motivada por una oportunidad (69,2%) más que por obtener trabajo (26,2%), en contraste con los hombres (36,8% y 55,9% respectivamente).

El 80% de los emprendimientos, tanto de hombres como mujeres, son iniciados con recursos propios. La segunda fuente son los bancos estatales, a los cuales recurren las mujeres en un 10% más que los hombres. Los parientes o amigos son la tercera opción de financiamiento para las empresarias (19%), y en el caso de los hombres recurren como tercera posibilidad a prestamistas informales (10%).

En relación con los problemas que perciben en el entorno, el 23% de las mujeres y el 24% de los hombres no identificaron ningún problema particular que les hubiese afectado durante el 2011. Entre quienes señalaron algún problema, aparece con un porcentaje más alto la crisis económica, mencionado por 18% de las mujeres y 13% de los hombres, seguido por la disminución en las ventas que también es señalado por un porcentaje más alto de mujeres (15%) que de hombres (12%).

Al indagar sobre el impacto que han tenido los Tratados de Libre Comercio la distribución de las respuestas es bastante similar para mujeres y hombres. La mayoría opina que los tratados no han tenido impacto para sus empresas, sin embargo, 16,8% de las mujeres consideran que han sido positivos en contraste con 13,6% de los hombres que expresaron esa opinión. Y, con respecto al sistema de tipo de cambio del dólar, las opiniones son bastante homogéneas: alrededor de 41% de mujeres y hombres opinan que este sistema los(as) ha perjudicado durante los últimos dos años, y cerca de 22% afirmaron que les ha beneficiado.

Acerca del aprovechamiento de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), los hombres muestran porcentajes más altos en la utilización de *Internet* y las mujeres usan en mayor proporción las facilidades que brinda el *Internet* celular. Asimismo, se encontró que aproximadamente ocho de cada diez empresas utilizan el servicio de banca electrónica.

En aspectos referentes a la gestión, se obtiene que una cuarta parte de las mipymes cuenta con certificaciones de calidad y solamente una de cada diez empresas ha utilizado algún programa de apoyo, público o privado, a la mipyme.

Aproximadamente seis de cada diez mipymes han innovado durante los últimos tres años. Dentro del marco de la encuesta, las acciones de innovación corresponden a modificaciones realizadas con el fin de mejorar los productos o servicios, la incorporación de nuevas tecnologías, maquinaria o equipo y el registro de patentes; entre otros. Cabe destacar que innova más la empresaria (60,5%) que el empresario (57,4%).

En general, la realización de exportaciones durante los últimos 12 meses muestra porcentajes bastante bajos, pero la proporción de hombres (11,4%) duplica a las mujeres (5,5%), lo cual es congruente con los resultados anteriores así como con la baja participación femenina en el sector industrial.

Principales hallazgos del Informe Global de Mujeres Empresarias

A continuación se presentan los principales hallazgos del Informe Global de Mujeres Empresarias (Kelly et ál., 2011). Se describen los resultados más relevantes para efectos del análisis comparativo con los resultados obtenidos en Costa Rica.

El estudio aborda las actitudes de la mujer ante el emprendimiento y los resultados concluyen que en los países menos desarrollados ellas presentan una mayor tendencia a ver oportunidades para emprender y confían en sus capacidades para hacerlo. Asimismo, tienen menor temor al fracaso y mayor apertura para considerar emprender como una opción de carrera. Según el reporte, este resultado tiende a declinar conforme crece la riqueza o desarrollo del país o la economía en la que vive la mujer.

En relación con el ciclo de vida de la empresa, el informe encuentra que el porcentaje de empresas jóvenes o nuevas (con menos de 3,5 años de existir) es más alto en los países menos desarrollados y tiende a bajar conforme el desarrollo económico crece. El 19,9% de empresas propiedad de mujeres son jóvenes o nuevas en las economías orientadas por los factores, 9,7% en las economías orientadas por la eficiencia, en la que se encuentra Costa Rica, y 3,9% en las orientadas por la innovación. En la mayoría de economías estudiadas hay mayor cantidad de hombres empresarios.

En cuanto a la motivación para emprender, el análisis de varios años muestra que emprender por necesidad tiende a declinar más en mujeres que en hombres en las economías orientadas por la eficiencia. En el 2010, más mujeres en estas economías citaron la oportunidad en lugar de la necesidad.

Además, el estudio determina que, en alto porcentaje, la mujer se dedica al sector de consumo (66%), en contraste con 50% de los hombres empresarios. El GEM codifica las actividades de acuerdo con la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU), elaborada por Naciones Unidas (2009):

- Sector de consumo: donde el principal cliente es una persona física, por ejemplo comercio al por menor, restaurantes y bares, alojamiento, salud, educación, servicios sociales y de recreación.

- Actividades extractivas: extracción de productos del medio natural.

- Transformación: construcción, la distribución de la producción, transporte y venta al por mayor.

- Servicios a negocios: donde el cliente principal es otra empresa.

Al analizar el nivel educativo, se encuentra que es mayor la cantidad de hombres empresarios que cuentan con educación secundaria en las economías en primera y segunda etapa de desarrollo (economías menos desarrolladas). Sin embargo, en esta variable las mujeres superan a los hombres -por un pequeño margen- en las economías más desarrolladas.

Para explorar las aspiraciones de las empresarias, los hallazgos del estudio se refieren al crecimiento. En este sentido, las expectativas de crecimiento entendidas como la incorporación de al menos cinco personas más en los siguientes cinco años, tienden a ser menores en mujeres empresarias que en hombres en todos los niveles de desarrollo económico.

Otros aspectos que expone el reporte son la innovación y la internacionalización. La innovación, considerada como la oferta de productos o servicios nuevos para los clientes y para la industria, no muestra diferencia entre los empresarios y empresarias, no obstante tiende a crecer conforme avanza la etapa de desarrollo económico del país.

Por otra parte, a pesar que el grado de internacionalización de las empresas propiedad de mujeres tiende a ser mayor conforme se asciende en desarrollo económico, en promedio los empresarios muestran mayor actividad internacional en todos los niveles económicos.

Observaciones sobre el comportamiento de la empresaria costarricense respecto al estudio global

Existen claras limitaciones para hacer comparaciones entre el estudio nacional y la referencia internacional. Si se consideran los alcances, metodologías y momentos de cada uno de ellos es imposible realizarlas. Sin embargo, es importante aprovechar la oportunidad de ambos esfuerzos para ofrecer observaciones generales sobre el comportamiento de la empresaria que satisfagan la curiosidad académica y permitan considerar futuros estudios o profundización en el análisis.

Por lo anterior, se presenta a continuación un resumen de observaciones relevantes para el diseño de políticas públicas y los tomadores de decisiones que puedan mejorar el ecosistema de negocios para las mujeres empresarias. En cada párrafo se inicia con el resultado del estudio nacional y se acompaña de una observación sobre el comportamiento en el reporte global en ese aspecto.

El hecho de que dos de cada diez empresas mipymes formales son propiedad de mujeres coincide con los resultados globales, ya que en los diferentes tipos de economías hay más empresarios que empresarias.

La mayoría de mipymes se encuentra en el ciclo de madurez (tienen más de diez años de funcionamiento). No obstante, en los resultados puede observarse que la proporción de empresas jóvenes propiedad de mujeres (16,8%) casi duplica el porcentaje correspondiente a los hombres (8,8%). Este dato contrasta con el estudio global, donde para las economías orientadas por la eficiencia, como es el caso de Costa Rica, 9,7% de las empresas propiedad de mujeres son jóvenes o nuevas. Este comportamiento es similar al de los países menos desarrollados, según el informe global, en los cuales 19,9% de las empresas son propiedad de mujeres.

La participación de mujeres empresarias, principalmente con microempresas, podría tener relación con el hallazgo del informe global que se refiere a las expectativas de crecimiento, encontrándose que en todas las economías existe una menor expectativa de crecimiento por parte de las mujeres empresarias respecto de los hombres.

Al iniciar la empresa, 59% de las mujeres tienen estudios universitarios en contraste con 44% en el caso de los hombres. Este comportamiento es similar al encontrado por el reporte global en las economías desarrolladas.

La mujer emprende motivada por una oportunidad (69,2%), más que por obtener trabajo (26,2%). Este comportamiento es compatible con el hallado en el reporte global para las economías menos desarrolladas. En éstas la mujer tiende a ver oportunidades y tiene más confianza en su capacidad para emprender y menor temor al fracaso.

Aproximadamente seis de cada diez mipymes han innovado durante los últimos tres años: 60,5% en el caso de las empresarias y 57,4% los empresarios. De acuerdo con el reporte global, hay un aumento de la innovación por parte de las mujeres conforme se avanza en la etapa de desarrollo económico. Por tanto, los resultados sugieren que las empresarias costarricenses siguen el comportamiento observado en las economías más desarrolladas.

La baja participación de las empresarias costarricense en las exportaciones (solo 5,5% exportó durante el 2011), es equivalente al resultado global que encontró mayor actividad internacional de los empresarios en todos los niveles económicos. Sin embargo, el grado de internacionalización de las empresas propiedad de mujeres tiende a ser mayor conforme se asciende en desarrollo económico, de acuerdo con el estudio global.

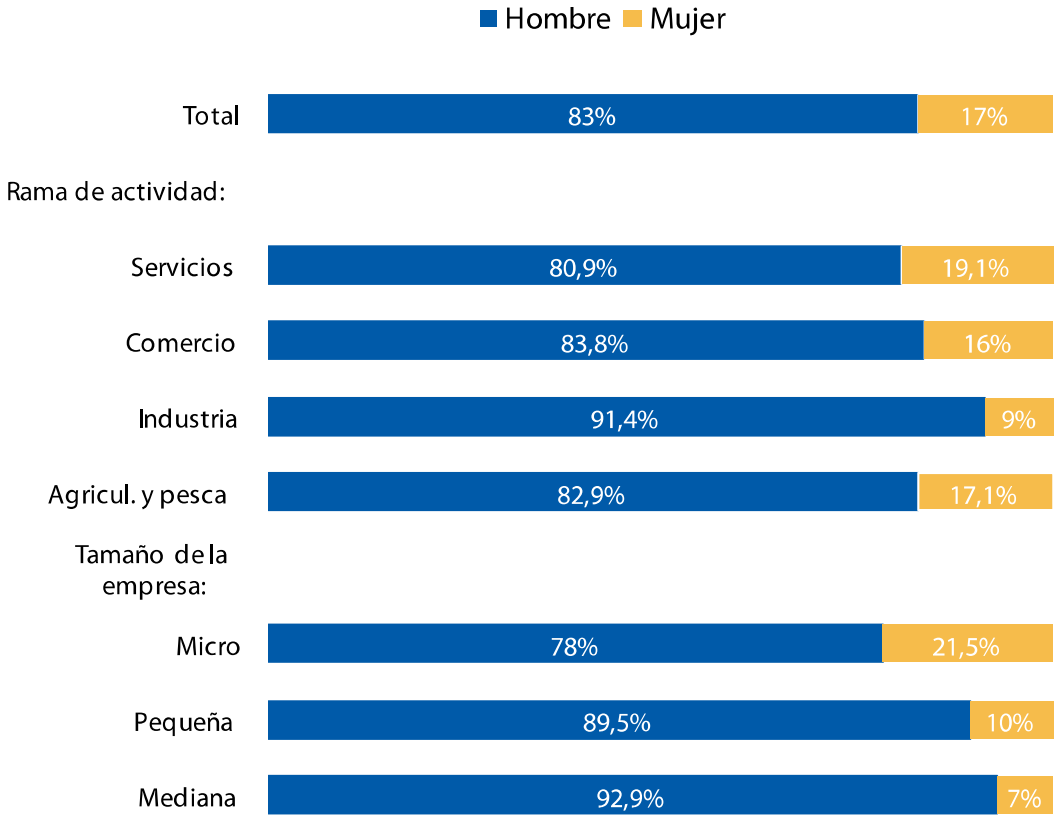
Resultados detallados del Estudio Nacional de Omipyme desde la perspectiva de género

En los siguientes apartados se presentan los resultados detallados del segundo estudio nacional sobre mipymes, realizado en el 2011 por Omipyme. El estudio se ejecutó por módulos de información, por tanto se ofrecen los resultados organizados por módulos y con la incorporación de gráficos, cuando contribuyen a aclarar los contenidos.

Características de la empresa

De acuerdo con los resultados generales, las mujeres son propietarias solamente del 17% de las mipymes formales del país. En la distribución según rama de actividad, tienen mayor presencia en la prestación de servicios (19%) y la participación más baja se muestra en la actividad industrial, donde poseen apenas el 9% de las mipymes. Por tamaño de empresa, son dueñas del 22% de las microempresas, 10% de las empresas pequeñas y solo del 7% de las empresas medianas.

Gráfico 1: Distribución porcentual de las Mipymes según rama de actividad, tamaño de la empresa y sexo de la persona propietaria



Fuente: *Encuesta Nacional Omipyme, 2011.*

Con base en los porcentajes nacionales puede concluirse que la participación femenina en el parque empresarial Mipymes es limitada o aún incipiente.

Ámbito de acción de las mujeres empresarias

Al examinar la distribución por sexo de las ramas de actividad y tamaños de las mipymes, pueden verificarse algunas diferencias importantes. A pesar de que la prestación de servicios constituye la actividad principal en ambos casos, el porcentaje de mujeres es 6,7% superior a la proporción de hombres que se dedican a esta rama de actividad.

De manera similar, los porcentajes más altos en la distribución según tamaño corresponden a las microempresas, pero el porcentaje de microempresarias es casi 20% más alto en relación con los microempresarios, reiterándose la baja participación de la mujer como propietaria de pequeñas y medianas empresas.

Cuadro 1. Porcentaje de mipymes según sector y tamaño de la empresa, por sexo de la persona propietaria

	Propietario(a):	
Característica	Mujer	Hombre
Rama de actividad		
Servicios	53,0	46,3
Comercio	30,4	32,2
Industria	4,4	9,7
Agricultura y pesca	12,2	11,9
Total	100	100
Tamaño de la empresa		
Micro	76,9	57,3
Pequeña	20,3	35,8
Mediana	2,8	6,9
Total	100	100

Fuente: *Encuesta Nacional Omipyme, 2011.*

Los resultados anteriores despiertan el interés por identificar las actividades específicas en las cuales se desempeñan las empresarias. No obstante que la muestra

diseñada para esta encuesta no posee representatividad a nivel de actividades económicas, por tanto no es posible realizar inferencias, a nivel descriptivo pueden identificarse las principales actividades desarrollas por empresarias y empresarios. La codificación de esta variable se hizo con base en la agrupación por secciones establecida en el manual CIIU.

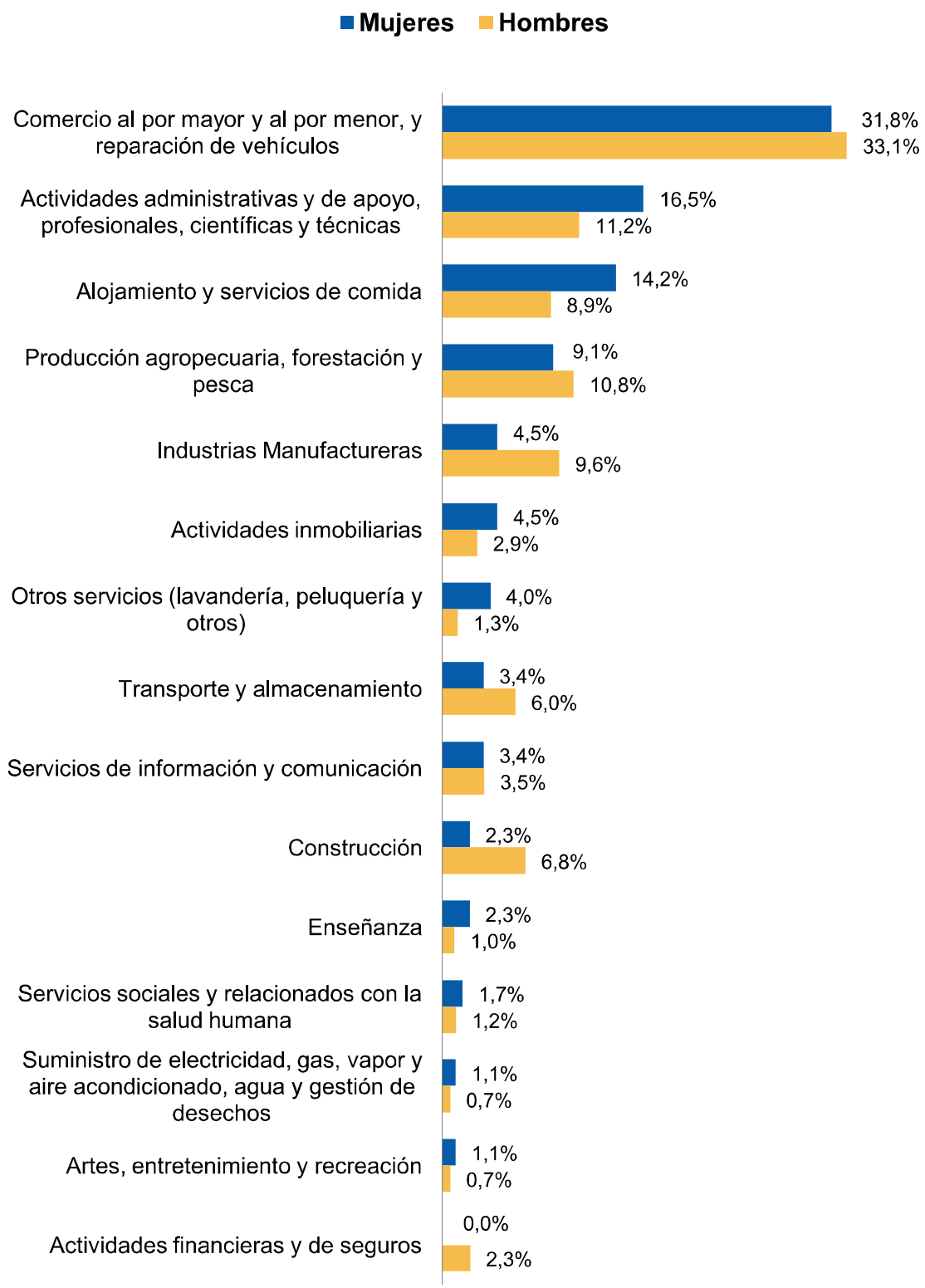
Como puede observarse (Gráfico 2), si bien la mayoría de negocios están dedicados a la prestación de algún servicio, es el comercio al por mayor y al por menor la actividad individual que desarrollan una proporción más alta de empresas, tanto en el caso de las mujeres como de los hombres. Al respecto, las diferencias entre los porcentajes del cuadro 1 y el gráfico 2 para esta rama de actividad se deben a la mayor especificidad en la codificación de las actividades económicas.

La segunda actividad más importante para las mujeres corresponde a los servicios administrativos, profesionales, técnicos y de apoyo a empresas, tales como consultoría y *outsourcing* (16,5% de los casos). Este resultado es congruente con el nivel de estudios que poseen las empresarias, ya que la mayoría cuenta con formación universitaria tal como se describirá posteriormente.

En tercer lugar se encuentran los servicios de alojamiento y comida (hoteles, restaurantes, sodas y otros) brindados por 14,2% de las empresarias. Luego aparecen las actividades agropecuarias que son desarrolladas por 9,1% de las mujeres. Las actividades restantes muestran porcentajes inferiores a 5% en el caso de las mujeres.

Por otra parte, los hombres muestran porcentajes más altos que las mujeres en actividades relacionadas principalmente con la producción agropecuaria, la producción industrial, la construcción, el transporte y el almacenamiento.

Gráfico 2. Distribución porcentual de las actividades desarrolladas por las mipymes según sexo de la persona propietaria



Fuente: Encuesta Nacional Omipyme, 2011.

En general, puede considerarse que la distribución por actividades refleja los roles que en la esfera productiva tradicionalmente han sido asociados tanto a las

mujeres (prestación de servicios) así como a los hombres (industria y otras actividades más masculinizadas). Esta socialización de género pone en desventaja a las mujeres, dado que sus habilidades pueden ser menos valoradas que las de los hombres y enfrentan obstáculos para incursionar en campos con más oportunidades de éxito.

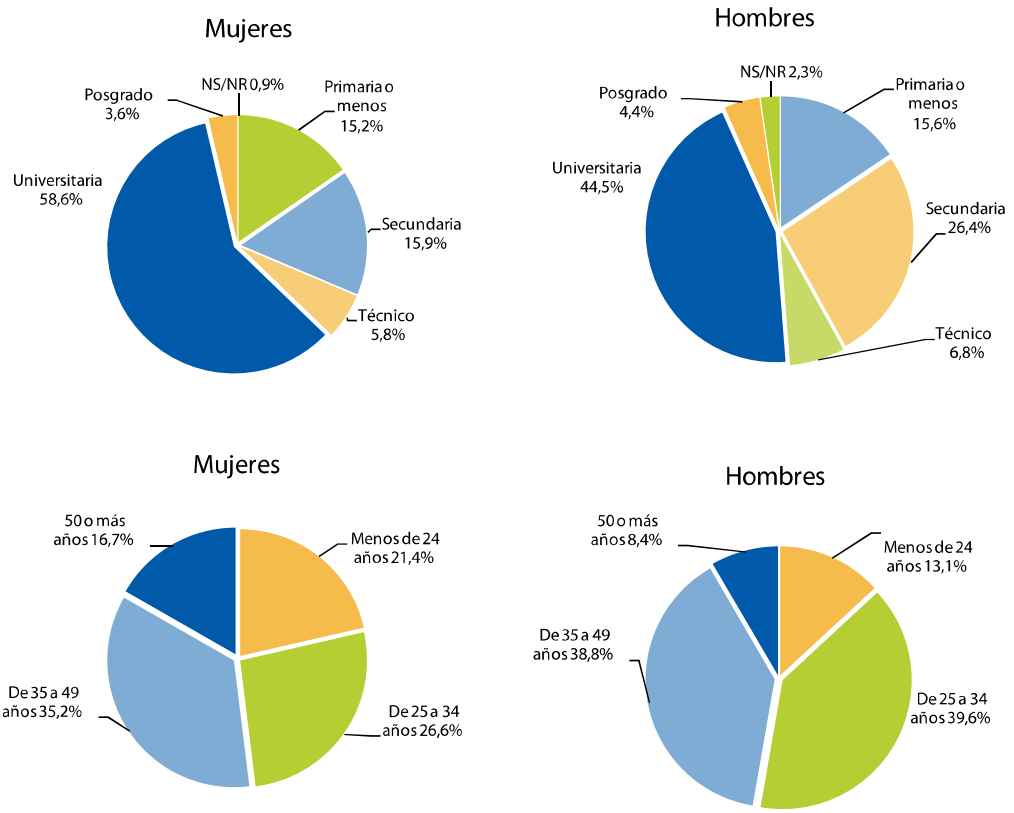
Origen de la empresa

Escolaridad y edad

En la distribución porcentual por nivel educativo se observan similitudes a nivel general entre mujeres y hombres. El porcentaje más alto en ambos casos corresponde a la formación universitaria y el más bajo al posgrado. No obstante, puede constatarse que el nivel educativo de las empresarias es más alto, dado que la mayoría (59%) contaba con estudios universitarios al iniciar su negocio.

En relación con la edad en que iniciaron la mipyme, en el caso de los hombres hay mayor concentración en dos grupos de edad: de 25 a 34 años (39,9%) y de 35 a 49 años (38,8%), donde se acumula 78,4% de los casos entre dichos rangos. Las mujeres muestran más variabilidad en esta distribución, con porcentajes importantes en los cuatro grupos de edad. Al igual que los hombres, la mayoría (61,8%) inició su empresa entre los 25 y 49 años de edad. Sin embargo, a diferencia de los varones, el 21% lo hizo cuando tenía menos de 24 años y 17% a los 50 o más años de edad. Este resultado permite especular alguna relación con el ciclo reproductivo de la mujer y la mayor carga de trabajo doméstico que habitualmente enfrenta durante el crecimiento de los(as) hijos(as).

Gráfico 3. Porcentaje de empresas según nivel educativo y edad de la persona propietaria cuando inició la mipyme.



Fuente: *Encuesta Nacional Omipyme, 2011.*

Condiciones en que iniciaron la empresa

Al iniciar su empresa la mayoría de mujeres y hombres contaban con trabajo fijo remunerado, no obstante, el porcentaje de hombres que antes había tenido otra empresa (29%) es casi el doble al obtenido para las mujeres (16%) y, en cuanto a la disponibilidad de ingresos, es más alta la proporción de mujeres que dependían únicamente de la empresa (78,5%).

Tanto hombres como mujeres iniciaron la empresa principalmente porque percibieron una oportunidad de negocio, pero en el caso de los hombres también destaca el porcentaje (37%) que afirma haberla iniciado por una necesidad inmediata de trabajo. Y, alrededor de la tercera parte las mujeres y hombres crearon el negocio a partir de su trabajo en otra empresa para luego independizarse.

La diferencia más notoria en estas condiciones corresponde a la forma que iniciaron la empresa: la mayoría de hombres (56%) comenzaron solos su negocio, mientras que 61% de las mujeres iniciaron la empresa con otras personas, principalmente con su cónyuge, padres u otros familiares. Este resultado probablemente refleja la realidad de las mujeres que carecen de capital suficiente (material y humano) para iniciar sus empresas y, por otra parte, si no reciben apoyo

familiar les resulta más difícil tener éxito. De ahí la importancia de impulsar acciones afirmativas de apoyo a las mujeres empresarias.

Cuadro 2. Porcentaje de mipymes según condiciones en que iniciaron la empresa, por sexo de la persona propietaria

Característica	Condición al iniciar la Empresa	Propietario(a): Mujer	Hombre
¿Tenía trabajo fijo antes de iniciar la empresa?:	Sí tenía trabajo fijo	64,2	69,6
	No tenía trabajo fijo	34,9	27,6
	NS/NR	0,9	2,8
	Total	100	100
¿Ha tenido antes otra empresa?:	Sí había tenido empresa antes	16,0	29,1
	No había tenido empresa antes	83,0	69,5
	NS/NR	0,9	1,4
	Total	100	100
¿Al empezar dependía de los ingresos de la empresa o tenía otros ingresos adicionales?:	Dependía de la empresa	78,5	66,4
	Tenía otros ingresos	19,6	31,4
	NS/NR	1,9	2,3
	Total	100	100
¿Usted creo la empresa por necesidad o porque vio una oportunidad de trabajo?	Por necesidad inmediata de trabajo	26,9	36,8
	Porque vio una oportunidad de negocio	69,2	55,9
	NS/NR	3,8	7,2
	Total	100	100
¿La empresa fue creada como producto de su trabajo en otra empresa y luego se independizó?:	Sí fue creada a partir de un trabajo	31,9	33,9
	No fue creada a partir de un trabajo	64,8	62,3
	NS/NR	3,3	3,8
	Total	100	100
¿Inició la empresa solo(a) o con otra persona?:	La inició solo(a)	39,4	55,6
	La inició acompañado(a)	60,6	44,4
	Total	100	100

Fuente: *Encuesta Nacional Omipyme, 2011.*

En relación con los motivos que los(as) impulsaron a iniciar su empresa, en ambos casos, la posibilidad de independizarse fue la razón principal. Como segundo motivo aparece el conocimiento del negocio, con un porcentaje más alto para los hombres (66%) que para las mujeres (53%). De forma similar, el autoempleo constituye la tercera razón en orden de importancia, pero en mayor medida para los hombres.

Entre los restantes motivos destaca la importancia que tiene para las mujeres el haber heredado el negocio (14,4%), ya que es la única razón que obtiene un porcentaje más alto en relación con la respuesta de los hombres (13,9%). Las empresarias también mencionaron en mayor proporción otros motivos no especificados en la encuesta, principalmente hicieron referencia a sus deseos de superación y de emprender un negocio.

Cuadro 3. Porcentaje de mipymes* según motivos para iniciar la empresa, por sexo de la persona propietaria

¿Qué lo motivo a empezar	Sexo de la persona propietaria: Mujer				Hombre			
la empresa:	Sí	No	NS/NR	Total	Sí	No	NS/NR	Total
...quería independizarse?	65,5	33,6	0,9	100	66,0	31,7	2,3	100
...conocía el negocio?	53,3	45,7	0,9	100	65,8	31,8	2,4	100
…autoempleo?	52,9	43,5	3,6	100	59,5	37,8	2,6	100
...viene de familia de empresarios?	24,2	75,8	0,0	100	26,6	71,8	1,6	100
...ingresos complementarios?	16,6	83,4	0,0	100	18,9	79,8	1,8	100
...hizo estudios de mercadeo?	10,1	86,3	3,6	100	15,4	82,5	2,1	100
...heredó el negocio?	14,4	85,6	0,0	100	13,9	83,9	2,1	100
...compró el negocio?	12,1	87,0	0,9	100	13,2	85,0	1,8	100
...otro?	13,4	85,1	1,5	100	8,2	89,6	2,3	100

*Nota: pregunta de respuesta múltiple.

Fuente: *Encuesta Nacional Omipyme, 2011.*

Respecto de la obtención de fondos para iniciar la empresa, tanto mujeres como hombres utilizaron principalmente recursos propios. Como segunda fuente de financiamiento aparecen los bancos públicos, a los cuales recurrieron en mayor

porcentaje las mujeres (42%) que los hombres (31,5%). Los parientes o amigos constituyen para las mujeres el tercer medio para obtener fondos (19%), mientras los hombres son más importantes los prestamistas informales (10%). En cuanto a los bancos privados y los préstamos empresariales, son fuentes de financiamiento más utilizadas por los hombres que por las mujeres. Las restantes opciones presentan porcentajes inferiores a 4% en ambos casos.

Cuadro 4. Porcentaje de mipymes* según fondos para iniciar la empresa, por sexo de la persona propietaria.

¿En cuánto a los fondos para iniciar la empresa, estos fueron…	Sexo de la propietaria: Mujer				Hombre			
	Sí	No	NS/NR	Total	Sí	No	NS/NR	Total
…recursos propios?	79,0	16,6	4,4	100	77,7	12,8	9,4	100
...bancos públicos?	41,9	37,2	21,1	100	31,5	27,8	40,6	100
...parientes o amigos?	19,1	60,0	21,1	100	6,7	52,6	40,6	100
...prestamistas informales?	3,4	75,7	21,1	100	9,9	48,5	41,5	100
...bancos privados?	3,4	75,7	21,1	100	7,1	51,4	41,4	100
...tarjeta de crédito?	3,4	75,7	21,1	100	3,8	55,5	40,6	100
...proveedores?	3,4	75,7	21,1	100	2,8	55,7	41,4	100
...organización de microfinanzas?	3,4	75,7	21,1	100	1,4	55,8	42,7	100
...préstamos empresariales?	0,0	79,1	21,1	100	5,6	51,7	42,6	100
...emisión de acciones?	0,0	79,1	21,1	100	1,6	56,0	42,3	100
...cooperativa?	0,0	79,1	21,1	100	1,9	56,6	41,4	100
...fondos PROPYME?	0,0	79,1	21,1	100	0,7	57,4	41,9	100
...otro?	14,3	61,4	24,5	100	9,3	48,1	42,5	100

*Nota: pregunta de respuesta múltiple.

Fuente: *Encuesta Nacional Omipyme, 2011.*

Situación actual de la empresa

La mayoría de las mipymes se encuentra en el ciclo de madurez (tienen más de diez años de funcionamiento). No obstante, en los resultados puede observarse que la proporción de empresas jóvenes propiedad de mujeres (16,8%) casi duplica el porcentaje correspondiente a los hombres (8,8%). Por otra parte, en ambos casos es mayor la proporción de empresas ubicadas en lugares independientes, pero las mujeres tienen porcentajes más altos de negocios instalados dentro de la casa de habitación, lo cual podría estar relacionado con la carga de trabajo doméstico que generalmente recae más en las mujeres.

La realización de trámites muestra una distribución muy similar para mujeres y hombres; mientras que el porcentaje de empresas no asociadas o agremiadas es superior en las mujeres, pero las mismas muestran una proporción más alta de integración a cooperativas.

En relación con la forma en que financian las actividades más importantes, tanto mujeres como hombres utilizan principalmente ingresos propios, con porcentajes de 72% y 75% respectivamente. Las empresarias muestran proporciones ligeramente más altas en los otros medios de financiamiento (préstamos a pymes, préstamos personales y proveedores), con excepción de la tarjeta de crédito que muestra porcentajes similares en ambos sexos.

Cuadro 5. Porcentaje de mipymes según situación de la empresa, por sexo de la persona propietaria

Situación actual	Propietario(a): Mujer	Hombre
Ciclo vital de la empresa:		
Joven	16,8	8,8
En proceso	28,9	30,2
Madura	54,3	61,0
Total	100	100
Ubicación de la empresa:		
Lugar independiente	75,7	80,9
Casa de habitación, con lugar exclusivo para el negocio	11,0	7,4
Finca	7,7	7,3
Casa de habitación, sin lugar exclusivo para el negocio	2,8	2,3
Condominio	0,6	0,6
Otra ubicación	2,2	1,5
Total	100	100
Realización de trámites:		
Todos desde el inicio	61,5	58,3
Poco a poco	26,4	28,3
NS/NR	12,1	13,4
Total	100	100
¿La empresa está asociada o agremiada?:		
No está asociada	65,2	61,4
Sí, a una asociación	13,8	17,7

Sí, a una cámara	12,7	13,4
Sí, a una cooperativa	4,4	2,8
Todas	1,7	0,6
NS/NR	2,2	4,1
Total	100	100
¿Cómo financia las actividades más importantes?:		
Ingresos propios	71,7	74,9
Préstamos pymes	3,3	2,1
Préstamos personal	5,6	3,6
Ambos	3,3	2,8
Tarjeta de crédito	2,2	2,6
Proveedores	8,3	3,9
Otros	3,3	5,1
NS/NR	2,2	5,0
Total	100	100

Fuente: *Encuesta Nacional Omipyme, 2011.*

Análisis de situaciones del entorno

Al considerar que la situación actual de las empresas también se ve afectada por aspectos del entorno, en la encuesta fueron incluidas algunas preguntas para conocer la opinión de las personas empresarias acerca del principal problema que enfrentaron durante el último año y el impacto que han percibido, como por ejemplo, con los Tratados de Libre Comercio y el tipo de cambio del dólar.

El 23% de las mujeres y el 24% de los hombres no identificaron ningún problema particular que les hubiese afectado durante el 2011 (Gráfico 4). Entre quienes señalaron algún problema, aparece con un porcentaje más alto la crisis económica, mencionada por 18% de las mujeres y 13% de los hombres; seguido por consecuente disminución en las ventas que también es señalada por un porcentaje más alto de mujeres (15%) que de hombres (12%). Estas diferencias en la percepción

de problemas podría relacionarse con las principales actividades que desempeñan las mujeres empresarias y el grado de afectación que han experimentado.

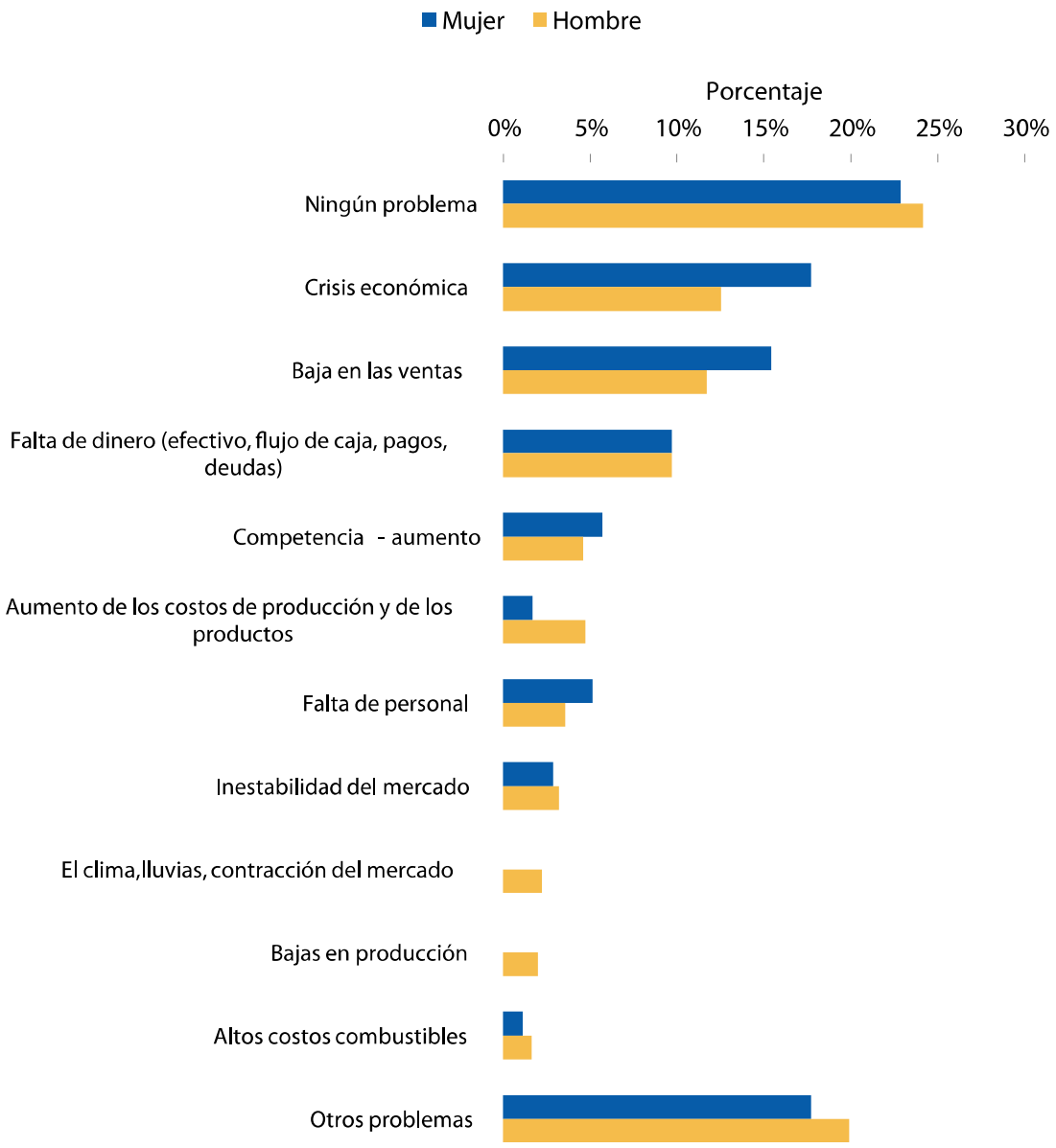
Los problemas concernientes al dinero (liquidez, pago de deudas, flujo de efectivo y otros) fueron señalados por 10% de mujeres y hombres. Otros dos problemas importantes, en mayor proporción para las mujeres, corresponden al aumento de la competencia (6%) y la falta de personal (5%).

En el caso de los hombres, además de los problemas antes mencionados, muestran mayor preocupación que las mujeres por el aumento en los costos y en la baja en la producción, la inestabilidad del mercado, problemas relacionados con el comportamiento del clima y el precio de los combustibles.

En cuanto al impacto que han tenido los Tratados de Libre Comercio y el sistema establecido para el tipo de cambio del dólar, en general, la distribución de las respuestas es bastante similar para mujeres y hombres (Gráfico 5). La mayoría opina que los tratados no han tenido impacto para sus empresas, sin embargo, 16,8% de las mujeres consideran que han sido positivos en contraste con 13,6% de los hombres que expresaron esa opinión.

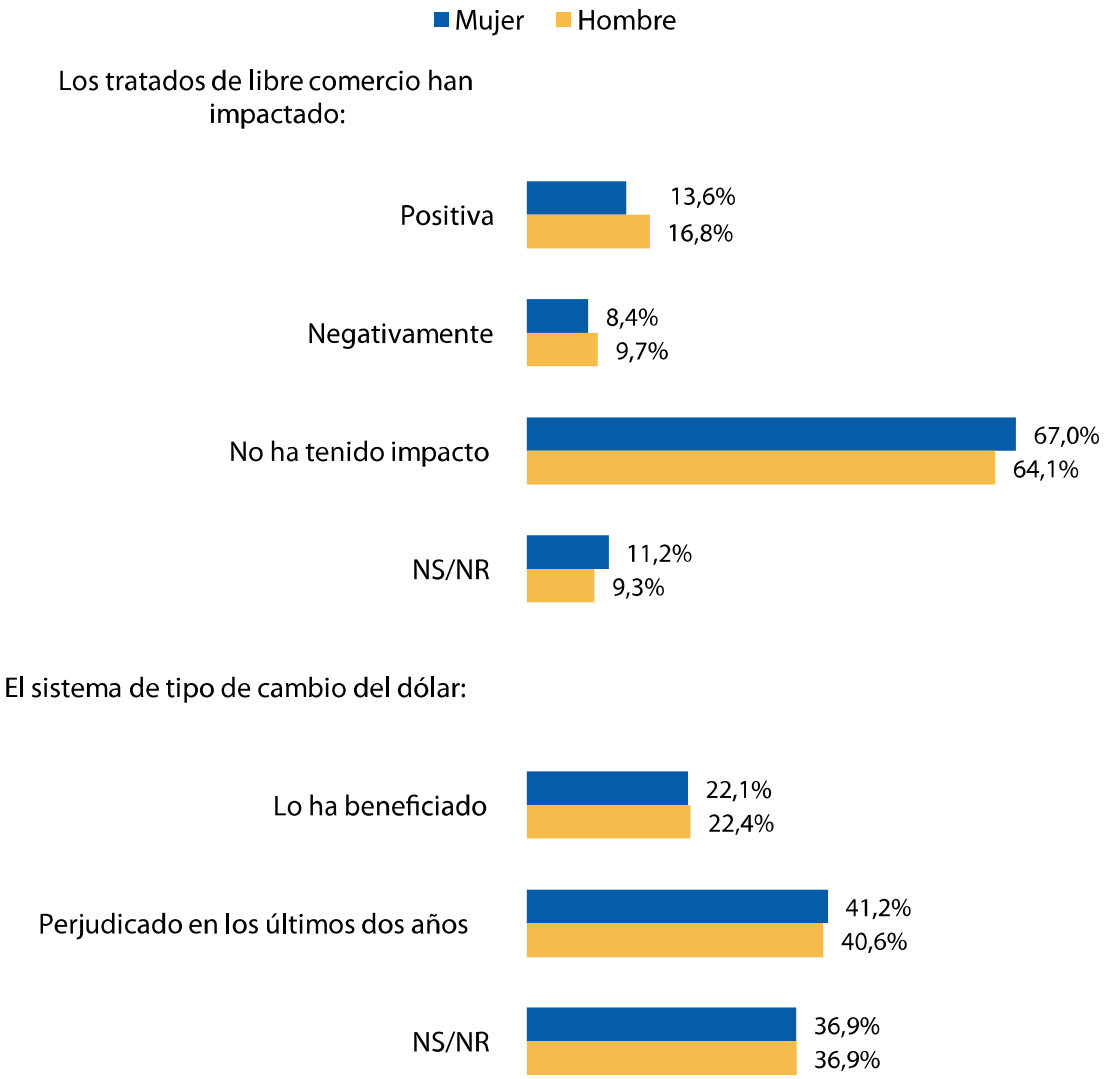
Acerca del tipo de cambio del dólar las opiniones son muy homogéneas. Alrededor del 41% de mujeres y hombres opinan que este sistema los(as) ha perjudicado durante los últimos dos años, y alrededor de 22% afirmaron que les ha beneficiado. Es importante notar aquí los altos porcentajes de no respuesta en esta pregunta (36,9% en ambos casos), ya que podrían indicar falta de información o conocimiento sobre el tema por parte de los(as) empresarios(as).

Gráfico 4. Porcentaje de empresas según problema más importante que enfrentaron durante el último año, por sexo de la persona propietaria



Fuente: Encuesta Nacional Omipyme, 2011.

Gráfico 5. Porcentaje de empresas según opinión sobre los tratados de libre comercio y el sistema de tipo de cambio del dólar, por sexo de la persona propietaria



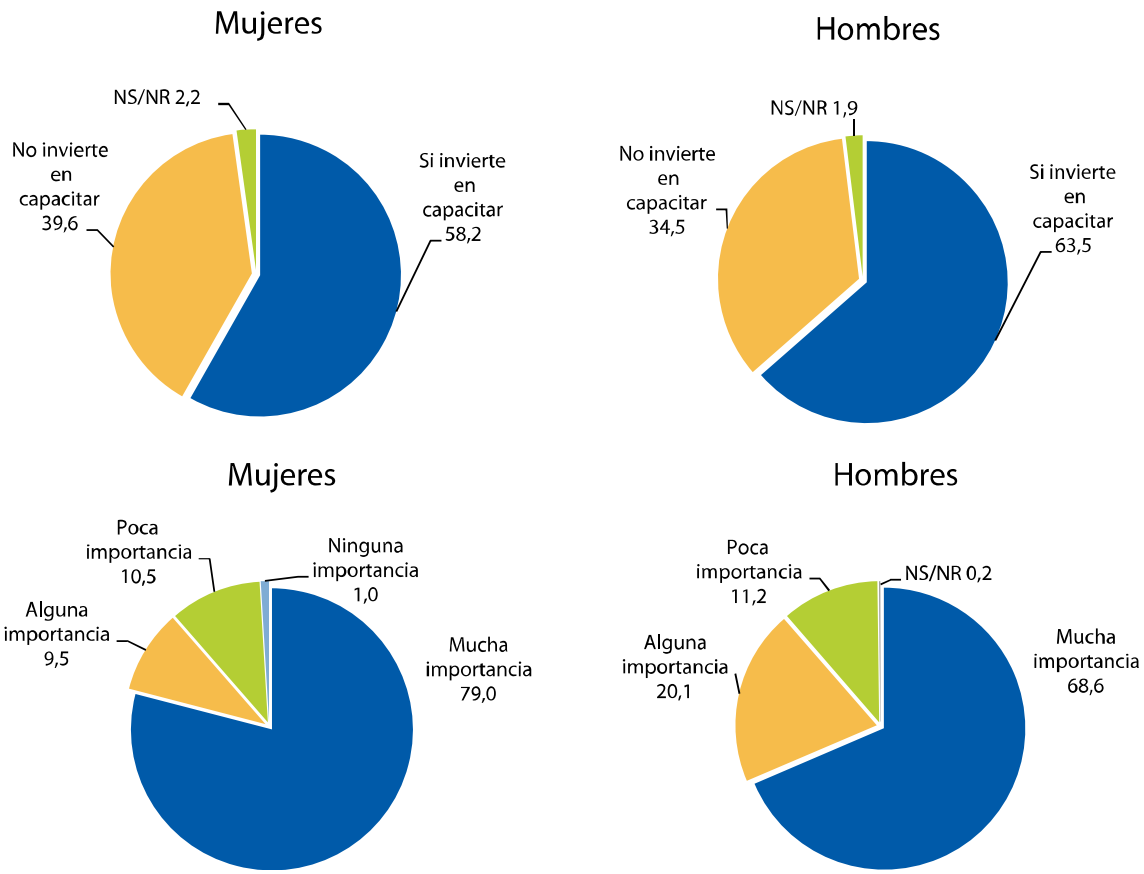
Fuente: *Encuesta Nacional Omipyme, 2011.*

Capacitación, innovación e internacionalización

El porcentaje de empresas en las cuales se invierte en capacitación es 63,5% para los hombres y 58,2% para las mujeres. Sin embargo, el 79% de las empresarias considera que la capacitación es muy importante y dicho porcentaje disminuye 10% en el caso de los hombres.

Este resultado podría estar relacionado con el mayor porcentaje de microempresas que poseen las mujeres, debido a la menor cantidad de personal disponible para realizar este tipo de actividades, así como por falta de tiempo y otros recursos.

Gráfico 6. Porcentaje de mipymes según inversión en capacitación e importancia que se le asigna a la misma, por sexo de la persona propietaria



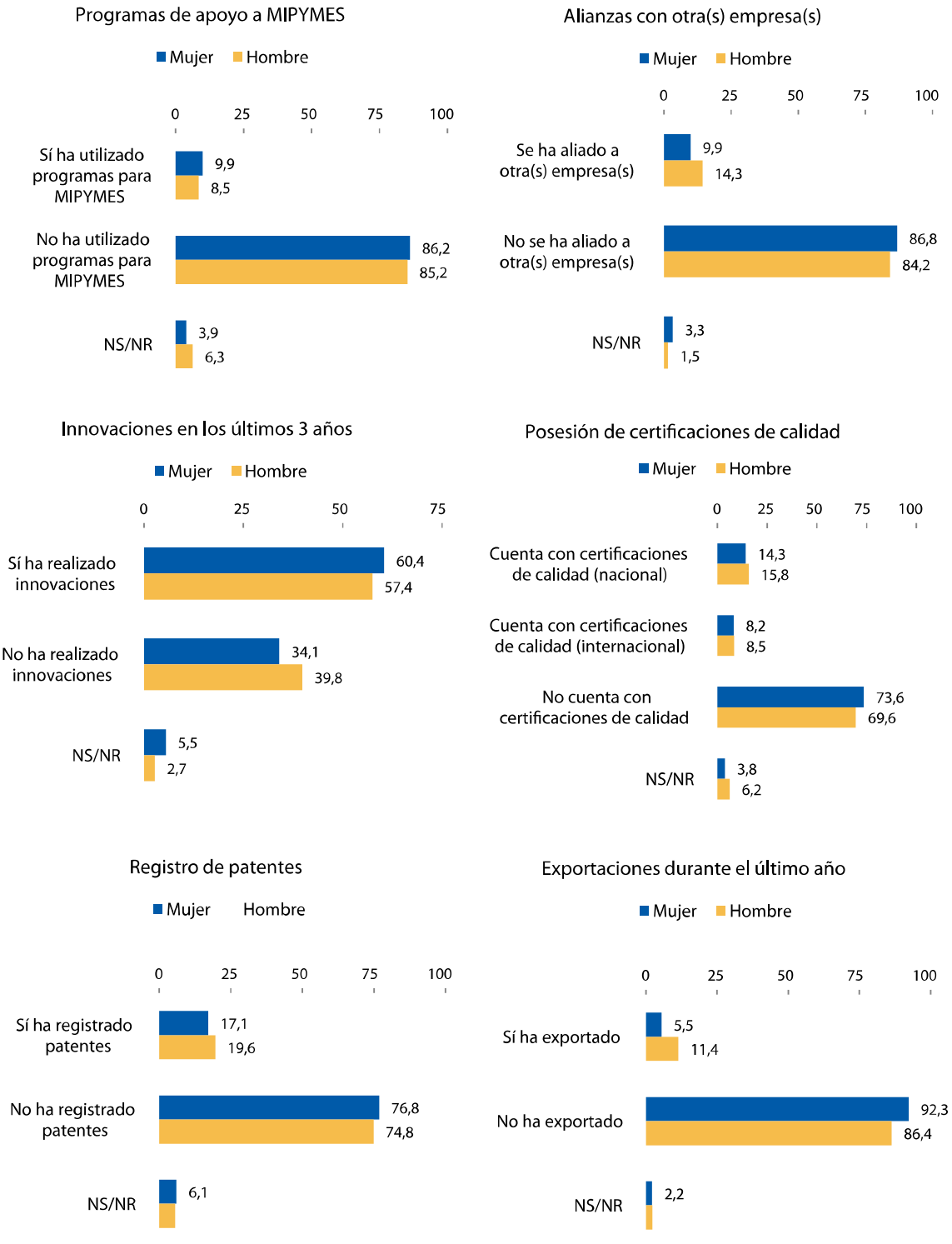
Fuente: Encuesta Nacional Omipyme, 2011.

Respecto de la realización de acciones dirigidas hacia la innovación e internacionalización de las empresas, las mujeres presentan porcentajes ligeramente más altos en aspectos tales como la utilización de programas de apoyo a las mipymes, así como en efectuar innovaciones en la empresa durante los últimos tres años. Sin embargo, los hombres muestran un ligero mayor avance en el establecimiento de alianzas con otras empresas para lograr sus objetivos, la obtención de certificaciones de calidad y el registro de patentes.

Tanto para la obtención de certificaciones de calidad como para el registro de patentes, debe tomarse en cuenta que para la mayoría de mipymes puede representar un costo significativo la gestión de los mismos, particularmente en el caso de las mujeres ya que el porcentaje de microempresarias es muy alto.

Por otra parte, la realización de exportaciones durante los últimos 12 meses muestra porcentajes bastante bajos, pero la proporción de hombres (11,4%) duplica a las mujeres (5,5%), lo cual es congruente con los resultados anteriores así como con la baja participación femenina en el sector industrial.

Gráfico 7. Porcentaje de mipymes según desarrollo de acciones, por sexo de la persona propietaria



Fuente: *Encuesta Nacional Omipyme, 2011.*

En general, los resultados anteriores indican que las mujeres muestran desventaja en aspectos que pueden considerarse fundamentales para el crecimiento

de sus empresas, y de esa forma también ven limitadas las posibilidades de aumentar las ventas y los ingresos en sus negocios.

Uso de tecnologías de la información y comunicación

En relación con el uso de *Internet*, los hombres muestran los porcentajes más altos, mientras que las mujeres utilizan en mayor proporción el *Internet* celular. En ambos casos el principal uso de *Internet* es para realizar pagos o compras a proveedores, lo cual es realizado por 46% de las empresarias y 55% de los empresarios.

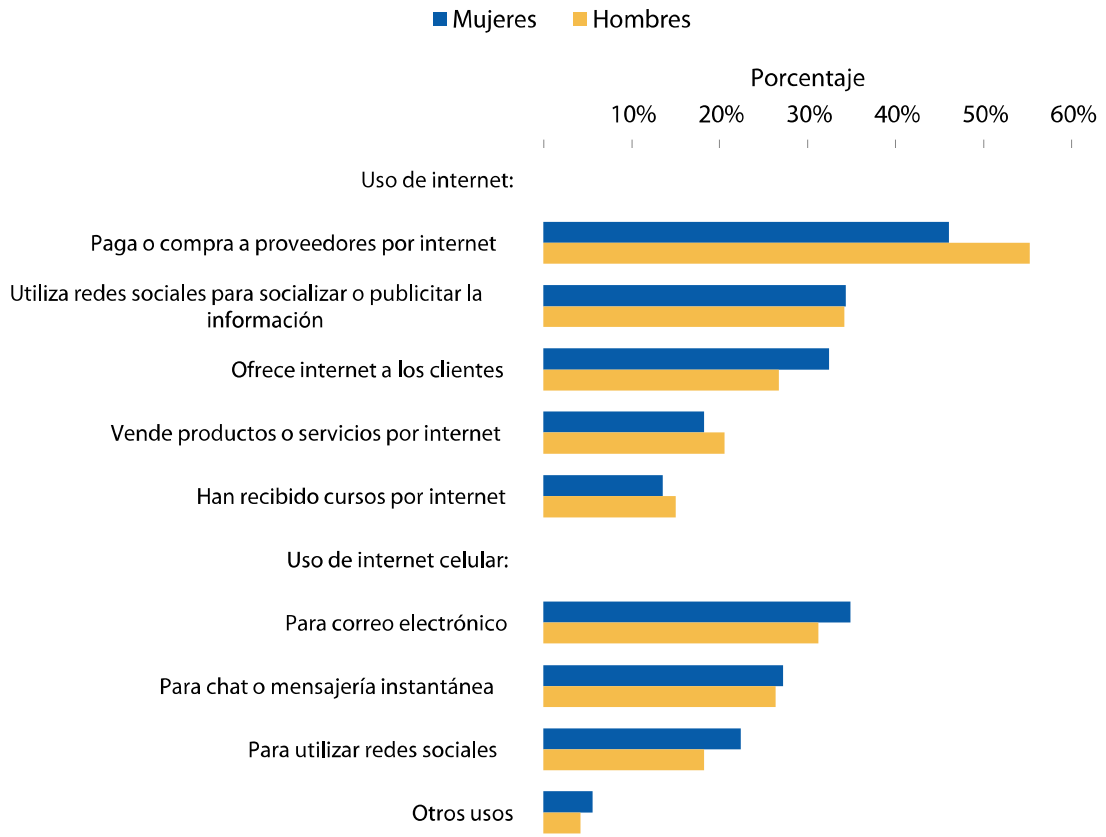
El único uso de *Internet* que es mayor en las mujeres corresponde a las empresarias que ofrecen conexión a esta red en sus establecimientos (32%), lo cual disminuye a 27% en el caso de los empresarios. La utilización de redes sociales, tales como Facebook o Twitter, ya sea para socializar o publicitar la información de la empresa, muestra el mismo porcentaje (34%) para mujeres y hombres.

Por otra parte, la facilidad de *Internet* menos utilizada por las mipymes es la capacitación a través de este medio, ya que solo 14% de las empresarias y 15% de los empresarios han recibido cursos por este medio.

En lo concerniente al uso de *Internet* celular, hay bastante similitud entre mujeres y hombres. Este servicio se utiliza principalmente para acceder al correo electrónico, por parte de 35% de las empresarias y 31% de los empresarios. En este caso la diferencia más alta se relaciona con el uso de redes sociales a través del celular, lo cual es realizado por 22% de las mujeres y 18% de los hombres.

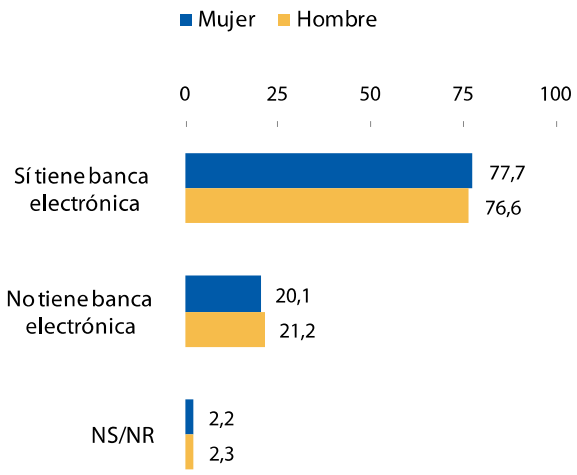
Respecto de la utilización del servicio banca electrónica es relativamente alta: 77,7% de las empresarias y 76,6% de los empresarios afirmaron tener este servicio con algún banco.

Gráfico 8. Porcentaje de mipymes según utilización de *Internet* e *Internet* celular, por sexo de la persona propietaria



Fuente: *Encuesta Nacional Omipyme, 2011.*

Gráfico 9. Porcentaje de mipymes según utilización del servicio banca electrónica, por sexo de la persona propietaria



Fuente: *Encuesta Nacional Omipyme, 2011*.

Ventas y expectativas de crecimiento

El último tema indagado en la encuesta correspondió al monto de ventas o ingresos anuales de las mipymes y las expectativas de crecimiento que tenían para el 2011.

En relación con los ingresos, el porcentaje de respuestas más alto en el caso de los hombres (39%) corresponde a una estimación de más de 40 millones anuales. En el caso de las mujeres, un 20% afirma percibir menos de 10 millones por año y 19% se ubica en el rango de ingresos superiores a los 40 millones. Este resultado es congruente con la distribución por tamaño de las empresas, dado que la mayoría de mujeres poseen microempresas.

Respecto de las expectativas de crecimiento para el 2011, el 73% de las mujeres y el 82% de los hombres estimaron un incremento menor de 25%, siendo menos radical la proyección "pesimista" en el caso de las mujeres.

Cuadro 6. Porcentaje de mipymes según rango de ventas o ingresos anuales y expectativas de crecimiento, por sexo de la persona propietaria

Característica	Propietario(a): Mujer	Hombre
Rango de ventas o ingresos anuales:		
Menos de 10 millones	20,4	13,0
Entre 11 y 20 millones	15,5	12,2
Entre 21 y 40 millones	8,8	8,9
Más de 40 millones	19,3	38,7
No sabe, no responde	35,9	27,2
Total	100	100
Porcentaje de crecimiento esperado:		
Menos de 25 %	73,1	82,4
Del 25 a 50 %	14,3	10,5
Del 50 a 75 %	6,7	1,4
Del 75 a 100 %	5,9	5,7
Total	100	100

***Fuente*:** Encuesta Nacional Omipyme, 2011.

Consideraciones finales

Con base en los resultados obtenidos en la segunda encuesta nacional de Omipyme puede colegirse que la participación femenina en el parque empresarial mipymes es bastante restringida: su incorporación es apenas de 17%, y en la mayoría de los casos son empresarias de micro empresa. Además, la mujer emprende en condiciones de mayor riesgo y vulnerabilidad, dado que cuenta con menos experiencia como empresaria y depende más de los ingresos de la empresa que el hombre. Estas diferencias por género se traducen en una brecha de ingresos y desigualdad de oportunidades donde las mujeres ven limitado tanto el acceso así como su participación y crecimiento en el ámbito empresarial costarricense.

Asimismo, los indicadores sobre empleo y desempleo elaborados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos con base en la Encuesta Nacional de

Hogares 2011 (INEC, 2012), reflejan que las condiciones del mercado laboral son más adversas para las mujeres. La tasa de desempleo abierto para los hombres en ese año fue de 6% mientras que para las mujeres se estimó en 10,3%. Asimismo, la tasa de ocupación de los hombres alcanzó 72,2% y la correspondiente a las mujeres fue de 41%.

Por otro lado, al iniciar la empresa la mujer tiene estudios universitarios en un 59%, en contraste con el 44% en el caso de los hombres. Esto también podría tener relación con el hecho de que la mujer emprende más por la identificación de oportunidades que por necesidad, probablemente sintiéndose más competitivas y seguras.

Las mujeres empresarias en economías desarrolladas respecto de los hombres son igualmente educadas e igualmente capaces de desarrollar productos innovadores, no obstante, sus expectativas de crecimiento son la mitad que la de los hombres. En la misma línea, la participación de las mujeres mayoritariamente en la microempresa coincide con la tendencia a tener bajas expectativas de crecimiento, identificadas en el informe global.

El comportamiento relacionado con la innovación y la educación superior de la empresaria y el empresario costarricenses, podría ofrecer luces sobre una tendencia correcta de transición desde una economía orientada por la eficiencia hacia una orientada por la innovación y más propia de países desarrollados.

Recomendaciones

Estos resultados indican la necesidad de impulsar tanto el emprendimiento empresarial femenino así como el desarrollo de las empresas lideradas por mujeres, de manera que estas brechas vayan disminuyendo y el mercado laboral presente condiciones más equitativas para mujeres y hombres. Se reitera la urgencia de acciones afirmativas que compensen las desigualdades de género, lo cual impiden a las mujeres el acceso a mejores oportunidades. Es necesario tomar en cuenta esta situación al diseñar programas de gobierno, políticas de estado y créditos especiales; entre otros. Específicamente, se recomienda:

- Fomentar los emprendimientos constituidos por grupos de mujeres, dadas las oportunidades que la flexibilidad y este estilo de emprendimiento ofrece a las mujeres empresarias.

- Estimular el espíritu emprendedor en los sistemas educativos, desde primaria hasta el universitario, y promover competencias para lograrlo. De la misma forma, deben abordarse las brechas que mantienen a la mujer con mayores dificultades para realizarse como empresaria por las responsabilidades que asume, a pesar de contar con la formación adecuada.

- Mantener y promover nuevos programas para estimular el emprendimiento femenino. Idealmente, programas interinstitucionales.

- Considerar estímulos fiscales y de otro tipo para empresas grandes que activen el encadenamiento con microempresas, que son mayoritariamente lideradas por mujeres.

- Impulsar un modelo de apoyo para la empresaria de mipyme, tal como los centros para el desarrollo (SBDC), muy recomendable por su diseño basado en las necesidades del(de la) empresario(a) y el acompañamiento que se les brinda.

Agradecimiento

Agradecemos a la compañera M.Sc. Rocío Chaves Jiménez, Directora a.i. del Instituto de Estudios de Género de la UNED, las sugerencias brindadas durante la revisión previa de este capítulo.

Referencias

INEC. (2012).Encuesta Nacional de Hogares 2011. Recuperado de http://www.inec.go.cr/ Web /Home/GeneradorPagina.aspx

Kelly, D., Brush, C., Greene, P., & Litovsky, Y. (2011). Global Entrepreneurship Monitor 2010 Report: Women Entrepreneurs Worldwide. Recuperado de http://www.gemconsortium.org/docs/download/768

Omipyme. (2008). Hacia el estado de las mipymes: Primer diagnóstico nacional de mipymes. Universidad Estatal a Distancia, San José, Costa Rica.

Omipyme. (2012). Resultados del Segundo Diagnóstico Nacional de las Mipymes en Costa Rica, julio de 2011.

Naciones Unidas. (2009). Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades Económicas (CIIU) Rev.4. Recuperado de http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/isic-4.asp

Schwab, K. (ed.). (2011). The Global Competitiveness Report 2010–2011. Recuperado de http://www3.weforum.org/docs/WEF_ GCR_Report 2011-12.pdf

Pymes Exportadoras

Velia Govaere

Abogado con especialidad en derecho comercial internacional, con más de 15 de experiencia laboral en Centroamérica y el Caribe.
Licenciada en Derecho de la Universidad de Costa Rica, realizó estudios de posgrado (maestría) en la Universidad de Michigan, en los Estados Unidos.
Se desempeñó como Viceministra de Economía, Industria y Comercio (MEIC) en la Administración Arias y ha sido consultora del BID, de la USAID y de la OEA.
Ha trabajado diseñando políticas públicas en la gestión del comercio exterior para Centroamérica y el Caribe.
Durante 12 años coordinó la maestría de Derecho Económico de la UNED y actualmente es directora del Observatorio de Comercio Exterior (OCEX) de la Universidad Estatal a Distancia.
Ha publicado y coeditado 4 libros bajo el sello editorial EUNED en materia de comercio exterior, Tratados de Libre Comercio y Políticas Públicas de PYMES.
Colaboradora de la página de opinión de La Nación desde 1993 a la fecha, tiene amplia trayectoria como formadora de opinión en temas de económicos, sociales, de comercio exterior, competitividad, políticas públicas, comunicación estratégica y género, entre otros

La micro, pequeña y mediana empresa (lexicalizado como mipyme) representa la empresa más característica de toda América Latina. En toda la región comparten las mismas necesidades, generan las mismas demandas y representan el enorme desafío de políticas públicas efectivas que contrarresten los tradicionales bajos niveles de ahorro, la perenne dificultad de acceso al crédito y el escaso nivel de entrenamiento gerencial. Costa Rica no es la excepción. Las mipymes constituyen 98% de nuestro parque empresarial, generan la mitad de nuestro empleo formal y su contribución al PIB es significativa (28%). Según el Observatorio de Mipymes, estas empresas *"generan 48,4% del empleo del sector privado… Existe una mipyme por cada metro cuadrado"* (Omipyme, 2009: 18).

La pyme exportadora constituye la expresión más dinámica del éxito de un emprendimiento, pero, al mismo tiempo, en razón de su tamaño, requiere de información integral debidamente procesada para diseñar políticas de apoyo estatales pertinentes, que permitan una consolidación de su exportación a mercados externos sostenible en el tiempo.

Como se analizará a lo largo de este capítulo, el Segundo Diagnóstico Nacional de Mipymes refleja una inserción de las pymes al comercio internacional a través de la plataforma comercial, tanto a destinos externos geográficamente cercanos (Centroamérica y Panamá), como un acoplamiento a mercados con una demanda sofisticada, como el mercado comunitario (UE). Por otro lado, el encadenamiento de las Mipymes al proceso exportador, como prestadoras de bienes y servicios a empresas de mayores dimensiones, es relativamente escaso, especialmente de cara a un entorno nacional que se traduce en una sólida plataforma exportadora, una fuerte participación nacional en cadenas globales de valor, una sólida inversión extranjera directa y regímenes de exportación consolidados.

En Costa Rica existe una plétora de instituciones que participan brindando soporte a las pymes y, en particular, a la pyme exportadora. El apoyo estatal va desde la creación de capacidades y entrenamiento al recurso humano, hasta el acceso preferencial al crédito, pasando por la formalización de las pymes, el fomento de su encadenamiento con empresas nacionales o internacionales, y culmina con el aporte de inteligencia de mercados que permite la exportación directa a mercados externos.

Independientemente de la desarticulación que muchas veces se presenta en las entidades estatales, la generación de conocimientos como base para la toma de decisiones y de políticas públicas basadas en información real, es producto, en una medida significativa, de la intervención académica en este campo. Aunque existen

diversas instituciones que prestan servicios, la academia genera, en muchas ocasiones, el conocimiento necesario para una pertinente política pública.

El Segundo Diagnóstico Nacional de Mipymes del Observatorio de Mipymes (Omipyme) constituye una retroalimentación directa como producto de una encuesta altamente depurada de este segmento de nuestro tejido productivo. Este aporte investigativo representa un esfuerzo de las cuatro universidades estatales a la generación de un conocimiento más profundo del entorno, debilidades y carencias que afectan a las pymes nacionales, queriendo ser una contribución académica sustancial al mejoramiento de las políticas públicas dirigidas a las pymes. Estas encuestas tienen el valor de ser *"base académica de incidencia en el diseño de políticas públicas con acento en la innovación, la competitividad y la equidad social. Se responde así a la necesidad que tienen las empresas, las organizaciones de la sociedad civil y los actores políticos de nutrirse de los resultados investigativos de las universidades así como reflejar en la vida universitaria las demandas de la vida social"* (Brenes y Govaere, 2011: p.78).

En esta segunda encuesta del 2011, la información en su acápite de "internacionalización" arroja elementos de gran relevancia informativa para el fortalecimiento del soporte institucional costarricense, muchas veces de oficio desarticulado, en la búsqueda de políticas públicas que incrementen el nivel de desempeño de las mipymes como parte de un esfuerzo exportador nacional. Estos resultados son el objeto del análisis del presente acápite.

El entorno de las mipymes exportadoras costarricenses

Desde hace 25 años Costa Rica ha centrado su desarrollo en una apertura comercial basada en una estrategia de crecimiento de exportaciones, diversificación productiva y atracción de inversión extranjera. La estrategia se puede considerar, probablemente, una de las más exitosas de la región latinoamericana que se traduce en una oferta exportable al mundo de más de cuatro mil productos con la participación exitosa en cinco cadenas globales de valor.

Como país miembro de la Organización Mundial del Comercio, ha venido fortaleciendo sus vínculos económicos con Centroamérica desde la década de los sesenta y ha combinado dicha estrategia regional con una vinculación preferencial con socios comerciales especialmente relevantes, como Estados Unidos, la Unión Europea, Chile, Canadá, Panamá. En los últimos años se perfila un movimiento vigoroso hacia el pacífico asiático marcado por la entrada en vigencia del TLC con China y nuestra clara aspiración a una membresía en APEC.

Lo anterior ha permitido la creación de un andamiaje de tratados de libre comercio como formidable plataforma para la exportación de productos

costarricenses al mundo, lo que a su vez, nos hace extremadamente atractivos para la inversión extranjera. Con la entrada en vigencia del Acuerdo de Asociación con la Unión Europea, contaremos con acceso preferencial a prácticamente 90% de la demanda mundial. El resultado es una de las más amplias diversificaciones productivas de Latinoamérica, con más de 4000 productos destinados a más de 140 mercados.

Esta plataforma descrita aunada tanto a la diversificación de la oferta exportable como a la atracción de inversión extranjera incrementa las oportunidades, tanto de exportación directa de la producción doméstica, como del encadenamiento al proceso exportador para todo el tejido empresarial nacional. De una economía basada en el monocultivo exportador hemos construido una economía diversificada, con elevado componente tecnológico.

Este exitoso desempeño de la economía costarricense está íntimamente ligado a una agresiva política pública de atracción de inversiones y al fomento de regímenes especiales de exportación como el régimen de zonas francas (RZF). La llegada de INTEL a Costa Rica, hace ya 15 años, marca un hito decisivo en la incorporación del país a las cadenas globales de valor, en este caso particular, de los componentes electrónicos. Como esta experiencia, otras inversiones consideradas "empresas ancla", han echado raíces en suelo costarricense, desarrollando sectores como dispositivos médicos y prestación de servicios. Como indica el más reciente estudio de Procomer de finales del 2011, *"La mayor variedad y sofisticación de las exportaciones costarricenses, adquirida en los últimos años, está relacionada con que buena parte de la IED está vinculada a cadenas globales de valor. El RZF mantiene una cuota de responsabilidad importante en este tema, ya que el 80% de las empresas vinculadas a dichas cadenas de valor pertenecen a este régimen"* (Procomer, 2011: p.7).

La estrategia de apertura comercial de Costa Rica ha permitido una base exportadora cuyo siguiente desafío es el aprovechamiento de oportunidades guiadas hacia la generación de empleo y mejores condiciones de vida para su población. Las pymes representan 98% de nuestro tejido empresarial, por lo que el componente social y humano del comercio costarricense está ligado al desempeño de las mipymes. Por ello, aumentar la cobertura del aprovechamiento de las oportunidades generadas por el comercio exterior constituye, para nuestro país, un nuevo desafío que requiere la creación de nuevas pequeñas empresas, con potencial para exportar o encadenadas a la producción exportadora por la prestación de bienes o servicios, sea ésta de carácter nacional o extranjera.

El entorno del comercio exterior de Costa Rica genera una serie de oportunidades en la mejora del acceso de nuestros productos a mercados de socios relevantes. Sin embargo, y como la autora ha señalado en diversas ocasiones, deben

diferenciarse las capacidades de aprovechamiento de las empresas nacionales, en razón de su tamaño. Esta diferenciación por el tamaño de las empresas es un referente común a todas las pymes latinoamericanas. Como indican especialistas de la CEPAL, "*la participación de las pymes en las exportaciones es bastante reducida como resultado de un escaso desempeño en términos de competitividad, que también se expresa en la marcada brecha de productividad respecto de las grandes empresas*." (Ferraro y Stumpo, 2010: p.13)

Por tanto, son especialmente necesarias políticas de apoyo a la pyme exportadora, a fin de facilitar el difícil acceso, posicionamiento y consolidación en los mercados externos. Se puede responder fácilmente a la pregunta de *"¿Por qué las grandes empresas pueden aprovechar mejor la apertura comercial? Porque la larga cadena de olvidos estatales afecta, sobre todo, a las empresas pequeñas. Las grandes tienen capacidad financiera para pasar por encima de las carencias estatales. Pueden comprar servicios, calibrar equipos, contratar análisis de laboratorio, financiar certificación o acreditación de sistemas. Las pequeñas no. Ellas requieren estructuras de apoyo*" (Govaere, La Nación, 5-11- 2009). Eso se encarna en los datos finales del acápite de internacionalización, donde con claridad se detallan las dificultades que las debilidades de infraestructura, servicios de apoyo y acceso al crédito plantean para las mipymes.

El apoyo existente en nuestro país, tanto a la pyme exportadora como al encadenamiento de las pymes se plasma en programas específicos, tanto institucionales (a través de Procomer) como gremiales (Cadexco). Programas de más de diez años como *Costa Rica Provee* se han institucionalizado y convertido en la Dirección de Encadenamiento de Procomer. Sin embargo, queda la inquietud de cómo mejorar de forma substancial la recopilación de información pertinente y específica sobre el segmento pyme exportador y cómo incrementar la sensibilización de los programas e iniciativas de apoyo.

Comportamiento de las pymes exportadoras costarricenses según el Segundo Diagnóstico Nacional de Omipyme

Las medianas, pequeñas y micro empresas pueden integrarse al esfuerzo exportador costarricense sea de forma directa como exportadores, sea de forma indirecta, proveyendo bienes o servicios a las empresas exportadoras, lo cual genera encadenamientos de las mismas con las propias empresas exportadoras, sean estas nacionales o extranjeras.

En este capítulo analizaremos algunos de los insumos arrojados por el Segundo Diagnóstico Nacional de Mipymes que competen tanto a la mipyme directamente exportadora como a aquellas que se encadenan al esfuerzo exportador. Cuando sea factible y pertinente, se comparará con los datos oficial

existentes y con los resultados del primer Diagnóstico Nacional, a fin de establecer paralelismos o determinar si se están consolidando tendencias en los últimos años.

Porcentaje de las MIPYMES como parte de nuestro tejido empresarial:

Dentro del tejido exportador costarricense, la segunda encuesta presenta que 10,6% de las empresas bajo este segmento realizó una exportación directa en los últimos doce meses. Es decir, una de cada diez pymes entrevistadas es exportadora, corroborando la sistemática brecha existente entre las mipymes y las mipymes exportadoras. Como indica un reciente estudio de la CEPAL, esta brecha es común a toda Latinoamérica y marca una clara tendencia de que *"la presencia de las pymes en las exportaciones de los países de la región, es, en general, baja"* (Stumpo y Ferraro, 2010: p.17).

Sin embargo, hay que destacar lo que parece ser un leve crecimiento si cotejamos este dato con el resultado de la I Encuesta Nacional del 2007, que nos indicaba que solamente 7% de las 809 mipymes encuestadas estaba exportando bienes o servicios al exterior (Monge, 2011: p.11).

Por otro lado, hay que responder dos interrogantes relevantes, para insertar este resultado en nuestra realidad nacional. El primer cuestionamiento es ¿Cuál es el porcentaje de las mipymes con relación al conjunto de las empresas exportadoras nacionales? El Censo Exportador de Bienes del año 2010 y 2011 nos indica que el 81% de las empresas exportadoras de bienes fueron micro, pequeñas o medianas. En el Censo de 2011, ese porcentaje se mantuvo igual. Igualmente válida la pregunta de ¿qué valor representan esas exportaciones de cara al valor de nuestras exportaciones totales en bienes y servicios? Como indica Fernando Ocampo[12], según el Censo del año 2010, 15% del valor exportado por Costa Rica provino de las mipymes. Las microempresas representaron sólo 1% del valor de nuestras exportaciones y las pequeñas y medianas empresas 14%. Según Ocampo, en el último censo de 2011 el porcentaje creció hasta 18%, destacándose que las microempresas incrementaron su participación a 4% y las pequeñas y medianas mantuvieron un 14%.

Tamaño: La encuesta refleja que el comportamiento exportador de las mipymes está ligado a su número de empleados, es decir, a su tamaño. Las empresas medianas son las más representativas dentro del esfuerzo exportador, ya que 24,4% de ellas ha realizado una exportación directa en los últimos doce meses, mientras que las pequeñas sólo 15,4% y las microempresas 6,3%.

Coincide con las estadísticas nacionales que el tamaño de la empresa incide directamente en su capacidad exportadora, por lo que a mayor tamaño más facilidad

[12] Comunicación personal con Fernando Ocampo, Viceministro, Ministerio de Comercio Exterior de la República de Costa Rica realizada 29 de junio 2012.

para enfrentar y superar, los escollos y desafíos presentes en la actividad exportadora. La encuesta muestra como prácticamente una de cuatro empresas medianas ha realizado al menos una exportación en el último año, mientras que las empresas pequeñas y las microempresas presentan un tendencia mucho menor.

Pymes exportadoras por rama de actividad: La encuesta señala que la rama de actividad industrial representa un cuarto (25,1%) de todas las pymes exportadoras. En el segundo lugar, por rama de actividad están colocadas las pymes del sector pesquero, en un tercer lugar las pymes del sector comercio y el último lugar le corresponde a las pymes de servicios.

Este dato coincide con los resultados arrojados en la primera encuesta del 2007, en la que 16% de las pymes exportadoras pertenecían a la actividad industrial.

Consolidación de la mipyme exportadora:

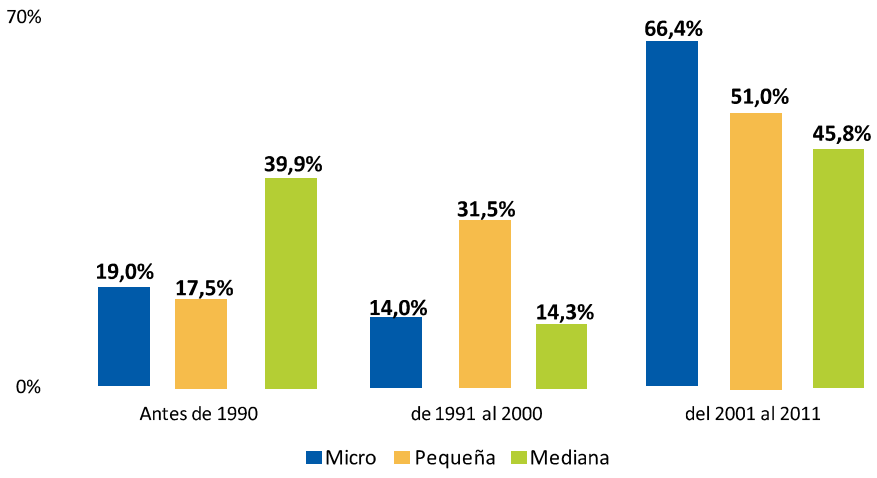
La pregunta de la segunda encuesta: ¿desde cuándo se exporta?, generó resultados interesantes y muchas veces coincidentes con el entorno productivo nacional.

- En relación con la microempresa: respecto al año en que realizaron la primera exportación, 19% de las microempresas indicó en el período anterior a 1990, 14% entre 1991-2000 y 66,4% entre el 2001 y el 2011.

- En cuanto a la pequeña empresa: los porcentajes fueron de 17,5% (período anterior a 1990); 31,5% (entre 1991-2000) y 51,0% entre el 2001 y el 2011.

- En relación con la mediana: para los mismos períodos el porcentaje fue de 39,9% (previo a 1990); un 14,3% (entre 1991-2000) y 45,8% entre el 2001 y el 2011.

Gráfico 1. Evolución del porcentaje de exportaciones del total de empresas, según el tamaño



Fuente: *elaboración propia con base en datos de la Encuesta Mipymes, 2011*

La encuesta nos revela que las empresas exportadoras medianas se han mantenido exportando exitosamente durante los tres períodos analizados, así el tamaño de la empresa pareciera tener relación directa con su capacidad de consolidarse como empresa exportadora. Hace más de 20 años, 19% de las microempresas participan en el esfuerzo exportador versus 39,9% de empresas medianas exportadoras. Asimismo, en la última década se ha plasmado un crecimiento mucho más dinámico de la mipyme exportadora con el inicio de operaciones exportadoras de microempresas (66,4%), 51% de pequeñas y 45,8% de exportadoras medianas.

Exportación de la MIPYME por rama de actividad:

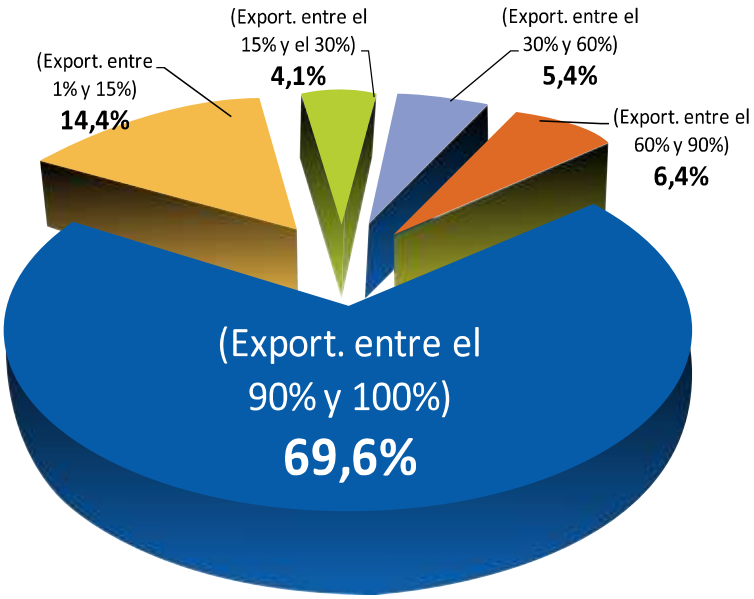
Si tomamos en cuenta la rama de actividad de las mipymes, los resultados nos revelan el panorama siguiente:

- Para las empresas de servicios fueron de 26,8% para el período posterior a 1990, de 23,4% para los años 1991-2000 y de 49,8% para los años 2001-2011. Este dato refleja que prácticamente se ha duplicado el porcentaje de las empresas del sector servicio de 1990 a la fecha, lo que coincide con el crecimiento general del sector en Costa Rica, uno de los más dinámicos de nuestra economía.
- En el caso de las empresas de comercio los porcentajes fueron, respectivamente, de 14,5%; 33,5% y 52,0%.
- Los porcentajes para las empresas industriales, en los mismos períodos de referencia, fueron de 16,8%; 11,7%; 71,5%.
- En la rama de agricultura y pesca los porcentajes, en los mismos períodos de referencia, indicaron 23,1% para el primer período, 16,6% para el segundo y 60,4% para el tercero.

El 41,0% de las empresas encuestadas señalaron haber iniciado "desde siempre" su actividad exportadora. Este dato promedio varía según el tamaño de la empresa: las microempresas en un 30,1%, con un incremento en las empresas pequeñas (49,3%) y un mayor desempeño exportador en las medianas con un 62,2%, Una vez se hallan mejores índices exportadoras ligados al tamaño de la empresa.

La importancia de las exportaciones para las mipymes se refleja en el porcentaje de sus ventas al exterior en relación con el total de las ventas de la empresa. La muestra de la Encuesta nos indica que para 70% de las mipymes exportadoras, sus ventas al exterior representan entre el 90-100% de sus ventas totales, como se aprecia abajo:

Gráfico 2. Porcentaje que representan las exportaciones del monto de las ventas de las mipymes.



Fuente: *elaboración propia con base en datos de la Encuesta Mipymes, 2011*

Causas de "impasse" en el esfuerzo exportador y "resiliencia" de la mipyme exportadora:

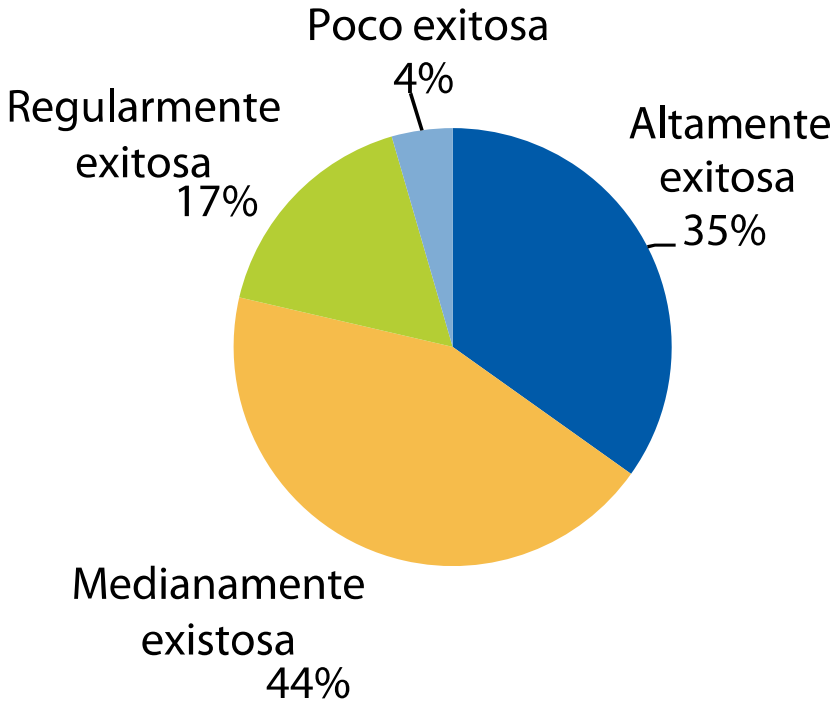
La encuesta nos indica que las causas que han generado interrupciones en sus exportaciones son principalmente los precios y, en ocasiones, la ausencia de producción de materia prima nacional y la *"misma situación económica del país"*, haciendo referencia al entorno de negocios incierto, generalizado y adverso en que se encuentra inmersa Costa Rica, dentro de una crisis internacional que se prolonga. En ese contexto, el año 2009 marca un drástico descenso en nuestras exportaciones, por primera vez, en dos décadas; el decrecimiento se halla ligado de forma directa a la contracción de la demanda mundial.

La resiliencia o capacidad de recuperación demostrada por las mipymes exportadoras en este difícil período se manifiesta en los dos censos exportadores más recientes (2010 y 2011). Estimaciones de Procomer señalan que "[…] *según el Censo Exportador de Bienes del año 2010, 81% de las empresas exportadoras de bienes fueron micro, pequeñas o medianas. En el Censo de 2011, ese porcentaje se mantuvo igual"* (Ocampo, 2012[13]).

[13] Comunicación personal con Fernando Ocampo, Viceministro, Ministerio de Comercio Exterior de la República de Costa Rica, realizada el 29 de junio de 2012.

De acuerdo con la información oficial de Procomer el "éxito exportador" de este segmento muestra un comportamiento positivo, donde prácticamente 80% de las mipymes exportadoras califica su desempeño exportador de "alta o medianamente exitoso". Señala Ocampo que el indicador que refleja el gráfico correspondiente se calcula con base en las empresas pymes que exportaron en el año 2011, y considera cuatro indicadores para un período de cinco años terminando en el año 201: continuidad exportadora, dinamismo exportador, diversificación de mercados y condiciones de acceso a los mercados (mercados bajo cobertura "TLC"). El viceministro de comercio exterior, Fernando Ocampo, aclara que el resultado es el promedio ponderado de los cuatro indicadores que definen las categorías del gráfico que se muestra a continuación:

Gráfico 3. Costa Rica: mipymes según índice de éxito exportador* 2011



Fuente: *Procomer con base en Fundes, 2011.*

La importancia de las exportaciones para las mipymes se manifiesta en la encuesta al tomar en consideración el porcentaje de sus ventas al exterior. En relación con el total de las ventas de la empresa, el resultado es revelador ya que para casi 70% de las mipymes exportadoras sus ventas al exterior representan entre el 90-100% de su ventas totales.

Mercados preferenciales para nuestra mipyme exportadora:

En razón del acercamiento geográfico y de la vulnerabilidad que genera su tamaño, las mipymes, en general, buscan exportar a sus mercados "naturales". La

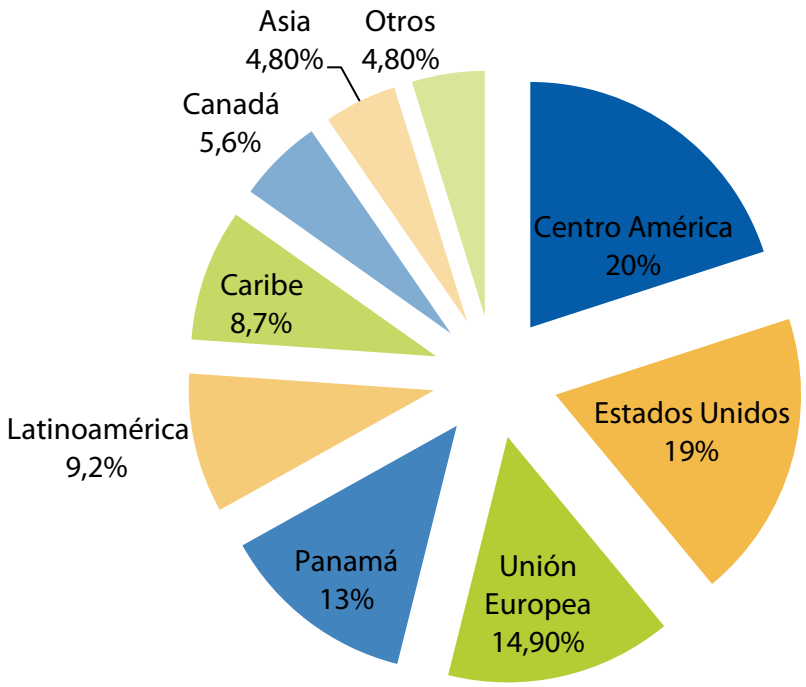
posibilidad de exportar por vía terrestre a mercados con los que nos une la cercanía geográfica, el idioma, la forma de hacer negocios, son las opciones que prioritariamente definen la decisión exportadora de las mipymes.

La integración centroamericana permite la libre circulación de prácticamente todos nuestros bienes desde hace muchos años. Por otro lado, tenemos asegurado el acceso preferencial a mercados que nos son complementarios, como el panameño. Otros destinos, como lo comprueba la encuesta, se ven beneficiados por un tratamiento preferencial, como el mercado estadounidense, canadiense, caribeño, entre otros.

Los datos arrojados por la encuesta reflejan que, efectivamente, el principal destino de exportación de nuestra mipymes está representado por los países centroamericanos, mercado regional que acoge poco más de 20% de ellas. Al mercado panameño se dirige 13% de las exportaciones del segmento. Es decir, América Central recibe 33%, o sea, un tercio de todas las exportaciones de las mipymes costarricenses. Por volumen le siguen, en orden, el mercado estadounidense con 19%, el mercado comunitario (UE) con 14,9% y el resto de las exportaciones se dirigen a otros países latinoamericanos (9,2%), al Caribe (8,7%), a Canadá (5,6%) y a mercados asiáticos (4,8%).

Es notable el dato reportado por esta encuesta que califica al mercado comunitario de la Unión Europea como tercer destino de las mipymes exportadoras con 14,9%, casi por encima de la proporción que representa ese destino para toda la exportación global costarricense. Lo anterior reafirma el peso de ese mercado, visto desde su impacto social y territorial, tal como se visualiza en el siguiente gráfico:

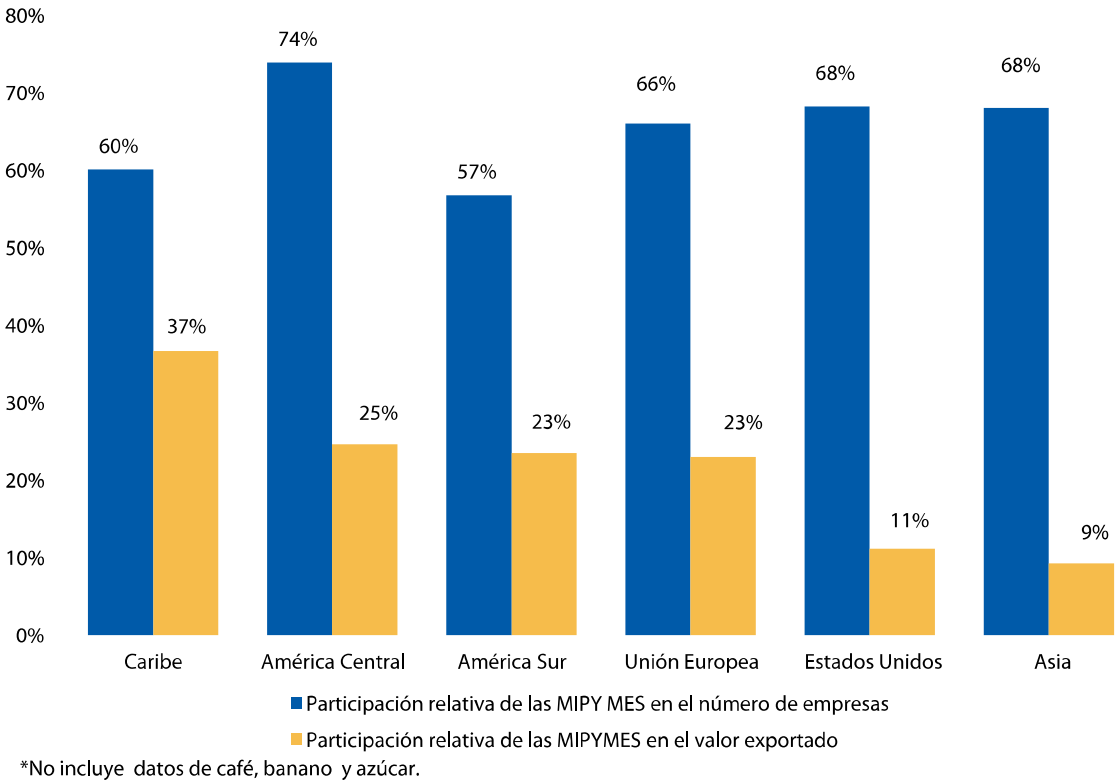
Gráfico 4. Destinos de Exportación de las MIPYMES (como porcentaje del valor de las exportaciones)



Fuente: elaboración propia con base en datos de la Encuesta Mipymes, 2011

La encuesta corresponde, grosso modo, a los datos oficiales de Procomer que también coloca como principales mercados meta de las mipymes exportadoras al mercado de América Central, los Estados Unidos y la Unión Europea, tal como se detalla en el gráfico siguiente:

Gráfico 5. Costa Rica: participación relativa en el número de empresas y en el valor exportado de las mipymes según mercado 2011, porcentajes



*No incluye datos de café, banano y azúcar.

Fuente: *Procomer Censo Exportador 2011*

Esta información nos revela la participación de las mipymes en sus principales mercados meta, tanto en términos de número de empresas como en términos de valor exportado. Se vuelve a plasmar en este gráfico la brecha existente en términos de un fuerte volumen de empresas exportadoras con un escaso valor exportado.

La encuesta señala que las empresas exportadoras de servicios tienen como primer destino Centroamérica (17,4%), el segundo Estados Unidos (9,8%) y el tercero Panamá (7,3%). Las empresas industriales que fueron entrevistadas tienen un comportamiento similar, con 24,7% de sus exportaciones hacia Centroamérica, 25,2% a Estados Unidos y 7,2% hacia el mercado panameño.

Por otra parte, las empresas del sector comercial también muestran como mercado principal a Centroamérica (30,3%), Panamá en segundo lugar (9,5%) y al mercado comunitario (7,3%). El sector de agricultura y pesca exporta prioritariamente a los Estados Unidos (27,6%) seguido por Europa (23,1%), en una oferta muy concentrada hacia ambos mercados.

Resultados de la encuesta sobre encadenamiento de pymes al esfuerzo exportador:

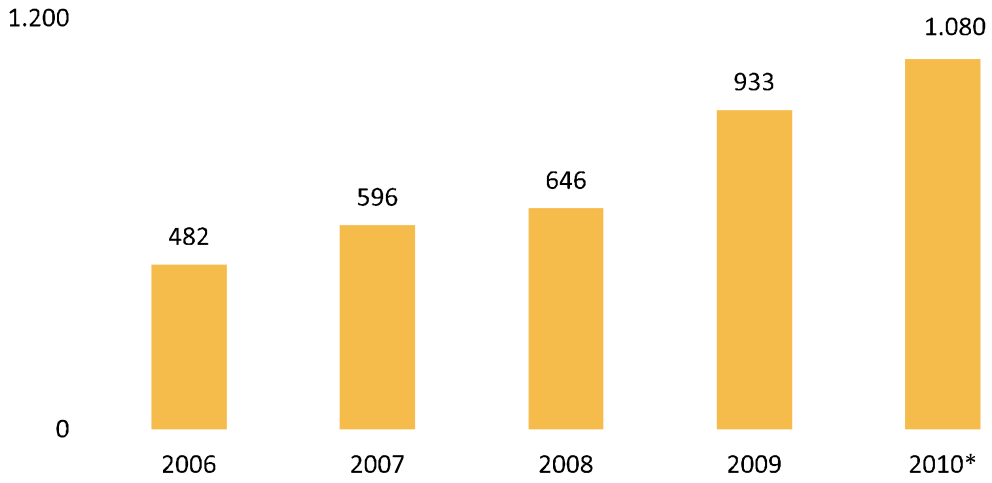
El año pasado marcó un hito en las exportaciones costarricenses con un ingreso histórico por concepto exportador de $15 mil millones de dólares. Este formidable desempeño se refleja, en alguna medida, en el gasto nacional. Indica Procomer (2011: p.6), como entidad oficial de promoción de exportaciones, que *"El Gasto Nacional en compras de bienes y servicios, que refleja los encadenamientos de empresas ubicadas en el Régimen con empresas proveedoras nacionales, también ha tenido un crecimiento continuo en los últimos cinco años, llegando a US$1,080 millones en el año 2010, de los cuales los sectores de servicios y alimentaria son los que más contribuyen a este nivel de gasto, con 37% y 30%"*.

El encadenamiento de las pymes al tejido exportador se vincula con un entorno donde, poco más de la mitad de las exportaciones costarricenses se realiza bajo el régimen de zona franca y allí se ubica 80% de la inversión extranjera directa. El Proyecto Costa Rica Provee (BID) ha sido una punta de lanza para la vinculación entre la IED y las empresas nacionales, haciendo hincapié en fomentar el encadenamiento de la pyme costarricense al esfuerzo exportador. Esta articulación no solo es avalada por una década de esfuerzos a través de este proyecto, sino que también se refleja en disposiciones específicas de la nueva Ley de Zona Franca.

El proyecto Costa Rica Provee ha realizado una labor positiva fomentando el encadenamiento con la IED durante más de diez años. En la última década, Procomer nos señala que: *"La cantidad de negocios realizados por Procomer pasó de 1 negocio en*

el 2001 a 240 negocios realizados en 2010 y el monto presentado en primeros negocios pasó de US$0,8 millones en 2001 a US$8,2 millones en 2010 […] En 2010, un estudio del BID estimó que el monto de negocios acumulado en la década fue de US$840 millones" (Gamboa, 2011: p.6). Este encadenamiento se refleja en el siguiente gráfico:

Gráfico 6. Zona franca: gasto nacional en compras de bienes y servicios, 2006-2010*, en millones de US$. Fuente: Procomer



Fuente: *Procomer, 2011*

Otro elemento relevante por considerar en el entorno del encadenamiento de las pymes al esfuerzo exportador, está intrínsecamente ligado al fomento de la inversión extranjera directa vía facilitada por el Régimen de Zonas Francas. La recién puesta en vigencia de una nueva generación legal de régimen de zona franca comporta mecanismos de vinculación que podrán ser utilizados por el sector productivo local, especialmente ligados a las pymes, para fortalecer su encadenamiento con las empresas del régimen. En ese sentido, reconoce Procomer que: "[…] *Recientemente la nueva ley de zonas francas incrementó el tope máximo permitido a las empresas ubicadas en zonas francas para abastecerse de insumos en el*

mercado local, desde un 25% a un 50% del total del valor agregado. Además se permite contratos simultáneos con varios proveedores nacionales, y se eliminó la restricción de un año máximo de contrato con los proveedores nacionales. Se permite también que la maquinaria y equipo de las empresas ubicadas en zonas francas puedan trasladarse fuera de esas áreas de manera que los proveedores locales puedan integrarlas a sus procesos productivos" (Martínez y Hernández, 2012: p.15).

Sin embargo, y este reto está plasmado en un estudio de la CEPAL retomado en el último Informe del Estado de la Nación, se presentan "problemas de sensibilización" que han provocado una menor utilización de los incentivos legales incluidos en esta normativa (17º Estado de la Nación, 2011).

Encadenamiento de mipymes: La segunda encuesta muestra que 13,3% de las pymes venden bienes o prestan servicios a empresas exportadoras y con ello se encadenan, de forma indirecta, al proceso exportador costarricense. Hay que hacer mención de que no hay una diferencia substancial entre aquellas pymes que exportan directamente a mercados externos y las que se vinculan, a través de la venta de bienes o la prestación de servicios, al esfuerzo exportador del país.

Tamaño: En relación al encadenamiento de las mipymes con el sector exportador, una de cada cinco empresas medianas vende o presta servicios a empresas exportadoras, las pequeñas en un 14,8% y las micro al menos una de cada diez está encadenada. Parecería responder la encuesta, de forma "autoexplicativa", al cuestionamiento sobre la relación que puede tener el tamaño de la empresa con su potencial de encadenamiento.

El último Informe del Estado de la Nación corrobora el vínculo entre el tamaño de la empresa y su capacidad de encadenamiento, en el mismo sentido que lo muestra la encuesta, "[…] *como es de esperar, las empresas con mayor potencial de aprovechar las oportunidades de vinculación con transnacionales son aquellas que tenían experiencia y con cierta capacidad de inversión para su cumplir con los requisitos exigidos*" (17º Informe del Estado de la Nación, 2011).

Encadenamiento por rama de actividad: En el caso del encadenamiento de pymes, como proveedoras de bienes y servicios a empresas exportadoras, las pymes dedicadas a la agricultura o la pesca representan casi un tercio de las ligadas al proceso exportador. Mientras aquellas que aportan productos industriales al tejido exportador costarricense ocupan un segundo lugar (24%). En tercer y cuarto lugar encontramos el encadenamiento de pymes comerciales (11%) y de servicios (9%).

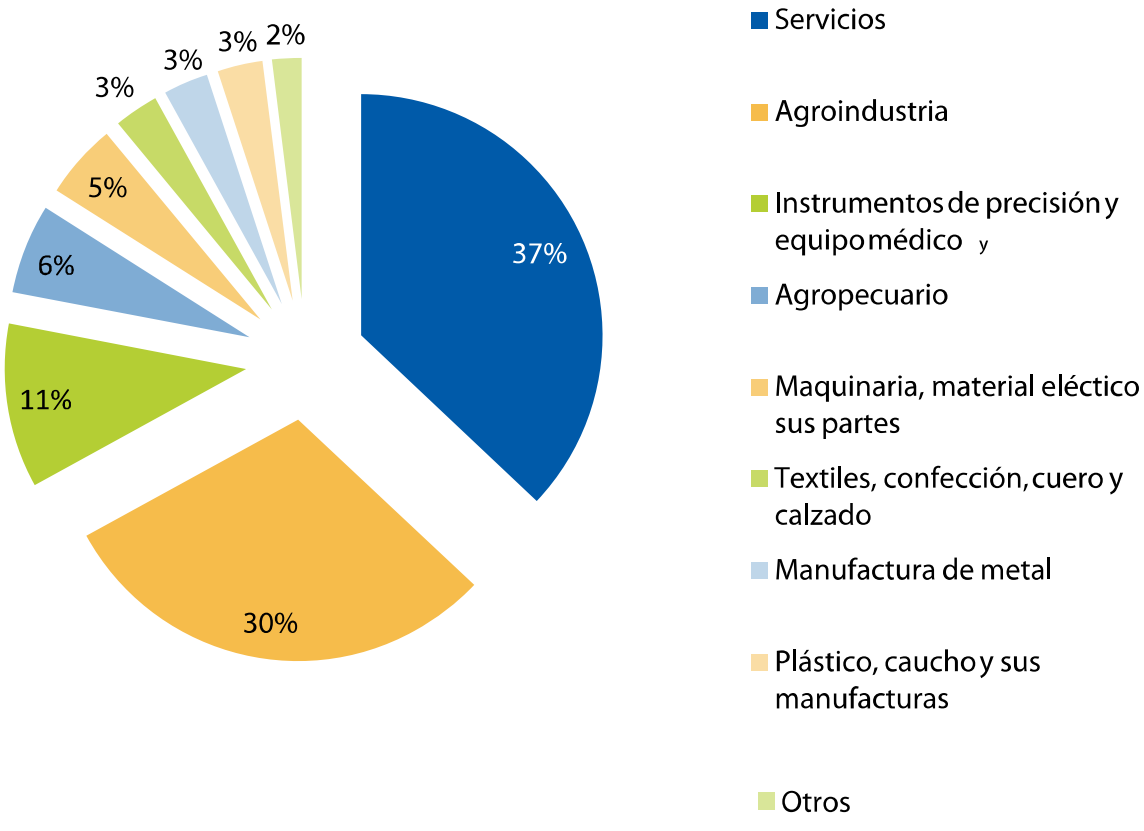
Este dato nos muestra como la mayor parte de mipymes exportadoras, **directas o por encadenamiento**, se vincula al sector industrial o al sector de

agricultura y pesca, siendo este último el de mayor participación en la categoría de encadenamiento.

Cabe destacar, en párrafo aparte, que la segunda encuesta expone el auge del sector de servicios, 9% de las mipymes encuestadas provee servicios de forma encadenada a otras empresas exportadoras. Este dato ilustra el dinamismo nacional del sector de servicios, que se traduce en que casi la mitad de las exportadoras de servicios iniciaron operaciones en la última década (49,8%). La resiliencia de las mipymes de esta rama se refleja en su consolidación paulatina en los mercados externos, donde 26,8% de las mipymes de servicios exportaban ya desde antes de 1990 y 23,4% entre los años 1991-2000.

Por otro lado, según Procomer, el gasto nacional de las empresas en zona franca responde, por rama de producción, prioritariamente al pago por prestación de servicios (37%) y a compra de insumos del sector agroindustrial (30%). El detalle del gasto nacional para el 2010 se ve reflejado a continuación:

Gráfico 7. Zona Franca: gasto nacional en compras de bienes y servicios y servicios empresas nacionales según actividad, 2010*.



Fuente: *Procomer, 2011*

Calificación de los desafíos del apoyo institucional y calidad de los servicios:

La segunda encuesta permite un valioso espacio de retroalimentación para las mipymes encuestadas, que remite a la calidad de los servicios prestados, de infraestructura y de apoyo institucional. Debe siempre tenerse la consideración de un segmento de nuestro tejido productivo con dificultades adicionales frente al proceso exportadora ya que "como es de esperarse todos los problemas estructurales de las mipymes se suman aquí como obstáculos: financiamiento, tecnología, acceso a información y servicios, superación de trámites, inteligencia de mercado, uso de tecnologías de información, ausencia de capacidades de gestión y mercadotecnia" (Govaere, 2010: p.55).

Los empresarios consultados valoraron la prestación del **servicio de puertos**, con una respuesta bastante positiva, 43% de las microempresas lo calificaron de "servicio bueno o muy bueno", las empresas pequeñas aumentaron su calificación a 56% y las medianas a 61%. El **servicio de aeropuertos**, contó con la aprobación de pequeñas y medianas empresas con un calificativo de "buenos o muy buenos" en 81% de los casos y en 60% de las microempresas.

El **servicio de transporte** fue calificado de bueno o muy buen servicio por 66% de las microempresas, por 63% de las empresas pequeñas y finalmente por 74% de las empresas medianas.

En el caso del rubro de **servicios de seguridad**, la mitad de las microempresas consideraron el servicio como bueno o muy bueno; las empresas pequeñas y medianas superan esa calificación (60% y 66%). A los **costos de los servicios**, casi la mitad de las microempresas (47%) y las medianas (46%) los calificaron de "buenos o muy buenos", decreciendo dicha percepción en las empresas pequeñas (40%). Por otra parte, los **trámites aduanales** contaron con buena calificación de parte de más de 60% de las empresas micro y medianas; no obstante, menos de la mitad de las pequeñas los calificó bien.

En relación con el servicio brindado por los **programas de apoyo institucionales**, poco más de la mitad de las microempresas y de las pequeñas empresas le dieron la calificación de bueno o muy bueno, las medianas por su parte subieron su calificación a 66%.

Una mirada panorámica a Principales Hallazgos

El Segundo Diagnóstico Nacional de Mipymes nos indica como casi una de cada cuatro (23.9%) de este segmento de empresas participa directa o indirectamente en el esfuerzo exportador costarricense. Poco menos de la mitad (44.35%) de ellas lo hace de forma directa. La mayor parte (55.64%) se encadena a

otras empresas que exportan. Por sector de producción la mayor parte de mipymes exportadoras, directas o por encadenamiento, se vincula al sector industrial o al sector de agricultura y pesca, siendo este sector el de mayor participación en la categoría de encadenamiento. La importancia de las exportaciones, para estas empresas, se manifiesta en el porcentaje de sus ventas al exterior con relación al total de las ventas de la empresa. Ahí aparece que para el 70% de las mipymes exportadoras, sus ventas al exterior representan entre el 90-100% de su ventas totales.

Se podría decir que el comportamiento exportador de las mipymes corresponde a su número de empleados, es decir, a su tamaño. La muestra nos permite inferir la existencia de un vínculo directo entre el tamaño de las empresas y su desempeño exportador. La encuesta nos señala como 24% de las empresas medianas han realizado una exportación directa en los últimos doce meses, mientras que comparativamente solo 15% de las empresas pequeñas y 6,3% de las microempresas han exportado en ese mismo período.

Igual observación se podría hacer con relación a su consolidación en el mercado externo. Mientras solamente un 19% de las microempresas que participan en el esfuerzo exportador exportaban desde hace más de 20 años (previo a 1990), lo hacían, en cambio, el 39.9% de las empresas medianas exportadoras. Lo que muestra que las empresas exportadoras medianas tienen una notable resiliencia y se han mantenido exportando exitosamente. Eso parecería indicar una aparente capacidad de supervivencia exportadora de acuerdo con el tamaño de las empresas. Sin embargo, el mayor desarrollo de mipymes exportadoras se presenta en el período más reciente del 2001 al 2011, aún con todo y la crisis del 2008, ya que el 66.4% de las microempresas, el 51% de las pequeñas y el 45.8% de las medianas exportadoras iniciaron esa actividad en ese período.

El Diagnóstico nos muestra en esta categoría de mipyme una actividad exportadora relativamente constante. Casi la mitad (41.0%) de ellas indicaron que han exportado sin interrupciones desde que iniciaron esa actividad. Obviamente, las empresas medianas acusan las menores interrupciones (62.2%) y en ese orden, las pequeñas tienen desempeño exportador menos interrumpido (49.3%) que las microempresas (30.1%).

Importante notación de esta encuesta es el destino de las exportaciones directas de las Mipymes. Es pertinente destacar el uso de la plataforma comercial costarricense en mercados geográficamente más cercanos por parte de las mipymes exportadoras. Considerada América Central con la inclusión de Panamá, hacia ese destino se dirige más de un tercio de las exportaciones originadas en mipymes (20.8% a Centroamérica y 13.1% a Panamá). El segundo destino de exportación de

estas empresas es, como era de esperar, los Estados Unidos (19%). Notable dato aportado por esta encuesta es que Europa es el tercer destino exportador de las mipymes (14.9%), casi por encima de la proporción que representa ese destino para toda la exportación global costarricense. Eso marca el peso de ese mercado, desde el punto de vista de su impacto social y territorial.

Es de relevancia destacar como el segmento de exportación de servicios va tomando poco a poco auge también entre las mipymes ya que el 14.5% que exporta de la muestra lo hace en el área de servicios, un 5.5% de forma directa y un 9% proveyendo servicios de forma encadenada a otras empresas exportadoras. La venta de servicios presenta un comportamiento muy dinámico. Este dinamismo es congruente con el comportamiento de su entorno nacional, donde *"la mayoría de los puestos de trabajo generados por la IED en Costa Rica corresponden al sector servicios"* (Martínez y Hernández, 201: p.20).

Las empresas que participan en este segmento aparecen con mayor resiliencia que en otras ramas ya que el 26.8% de las mipymes de servicios exportaban ya desde antes de 1990 y un 23.4% entre los años 1991-2000. De la misma manera que ese sector manifiesta su crecimiento acelerado en su participación en el esfuerzo exportador de Costa Rica, en las mipymes casi la mitad de las exportadoras de servicios iniciaron operaciones en la última década (49.8%). El destino principal de las mipymes de servicios es América Central (17.4% Centroamérica y 7.3% Panamá). Dentro de las ventas totales de las empresas que exportan, además de ofrecer servicios en el país, se manifiesta que el mayor volumen de ingresos viene por su actividad exportadora. Un 82.9% de las mipymes exportadoras de servicios indicaron que las exportaciones representan más del 90% de las ventas de sus empresas.

Un dato de contraste que manifiesta la encuesta es que a pesar de la relativa estabilidad y éxito exportador de las mipymes que se atreven a enfrentar ese reto, el resto de las empresas encuestadas manifiestan poco interés en incursionar en los mercados externos. Solo el 2% de las empresas nacionales de servicios mostraron interés por el mercado internacional. En las empresas comerciales el porcentaje apenas aumentó un poco (5%). Solamente las empresas industriales (16%) manifestaron un interés por encima del 10%. Por tamaño ningún segmento de mipymes que no exporta manifiesta interés de hacerlo por encima del 10%, incluyendo las empresas medianas (9%).

Conclusiones

En el ámbito latinoamericano, la CEPAL destaca el desafío de *"una estrategia de apoyo a las pymes, que permita transformar esas empresas en actores que aporten de manera substantiva al desarrollo productivo y a la competitividad internacional de los*

países, requiere un esfuerzo que no se puede limitar al corto o mediano plazo. Y para esto es necesaria una institucionalidad que hoy falta" (Ferraro y Stumpo, 2010: p.40). En el ámbito costarricense, existe la consciencia de que *"el apoyo y fomento de la mipyme exportadora sintetiza la suma de todos los programas de soporte de la mipyme porque las sitúa en el campo de la competitividad internacional"* (Govaere, 2010: p.54).

El Estado de la Nación sintetiza, en este mismo sentido, el esfuerzo institucional requerido para el apoyo del esfuerzo exportador de las mipymes al indicar que *"El desarrollo de nuevas empresas, o la vinculación de pymes con empresas transnacionales, requerirá de esfuerzos mayores por parte del programa Costa Rica Provee, e incluso de institucionalidad nueva para apoyar a estas pequeñas empresas en su crecimiento y en la creación de las capacidades necesarias"* (17° Informe del Estado de la Nación, 2011).

Uno de los más relevantes desafíos se encuentra marcado por las deficiencias crónicas en las políticas de apoyo a la pyme, a las que se suman las carencias y los retos específicamente ligados a las pymes exportadoras. Como ha expresado la autora, en múltiples ocasiones, *"El apoyo y fomento de la mipyme exportadora sintetiza la suma de todos los programas de soporte de mipyme porque las sitúa en el campo de la competitividad internacional. Los programas de apoyo a la mipyme exportadora se enfrentan a todos los obstáculos de la administración pública, de facilitación de trámites, así como aquellos estructurales de las propias mipymes como lo son sus limitaciones de recursos financieros, técnicos y humanos* "(Govaere, 2010: p.54).

A las deficiencias institucionales que afectan a la mipyme exportadora se suma un desempeño moderado de las políticas públicas dirigidas a fomentar el encadenamiento de las mipymes al tejido productivo y, en especial, a la Inversión Extranjera Directa. El modelo de desarrollo de las últimas décadas, en materia de atracción a la IED, está demarcado por concesiones fiscales del 100%. Esto no permite establecer requisitos de desempeño para estimular los encadenamientos con el tejido doméstico y en particular con las mipymes. Como resultado de la orientación del modelo, los beneficios de exención fiscal, en el ámbito costarricense, se ofrecen sin tener como contrapartida, un desempeño positivo en encadenamiento con Pymes, en el fomento de transferencia de tecnología, en la creación de capacidades o la inversión en investigación, desarrollo e innovación. El reto está resumido bajo una sencilla interrogante: "*¿Cómo incentivar a las multinacionales a encadenarse con las empresas locales, cuando ya se lo dimos todo?"* (Govaere, 2013). Esto se agrava al incluir en el escenario la ausencia paralela, por décadas, de una política industrial que fortalezca la producción nacional y que estuviera orientada a que las mipymes puedan proveer productos y servicios de mayor valor agregado.

Consecuentemente, Costa Rica cuenta con escaso margen de maniobra para ofrecer incentivos fiscales que fomenten tanto un mayor volumen de encadenamiento como un encadenamiento con mayor valor agregado. Por ello, podemos inferir que el país no ha contado con una política pública distributiva y de acoplamiento productivo que promueva la articulación de la IED al tejido nacional (Govaere, 2012). En ese sentido, el más reciente estudio de la CEPAL sobre el estado de situación de la IED en Costa Rica agrega:

"El desarrollo de nuevas empresas o la vinculación de PYME con compañías foráneas, requerirán esfuerzos mayores, e incluso institucionalidad nueva para apoyar a estas pequeñas empresas en su crecimiento y en la creación de las capacidades necesarias [...] En síntesis, existe un margen de maniobra para el diseño de políticas públicas y para el fortalecimiento de los encadenamientos productivos de la IED. Ese esfuerzo debería ser parte de una política industrial más holística, que incluya no solo la integración vertical de los procesos productivos, sino también el aumento de valor agregado en la cadena de valor" (Martínez y Hernández, 2012: p.15).

Finalmente, los hallazgos del segundo diagnóstico de mipymes son consistentes con nuestro entorno y además, no muestran mejoras substanciales en el desempeño de la mipyme exportadora con relación al primer diagnóstico de OMIPYME. El segmento de internacionalización nos señala las mismas carencias con un desempeño de la mipyme exportadora que no ha variado sustancialmente en los últimos años. Así el entorno de la mipyme sigue adoleciendo de las mismas falencias donde se pueden citar la ausencia de una labor institucional articulada y debilidades en la recolección de información sobre pymes exportadoras para la adopción de medidas correctivas realmente efectivas. A ello, se suman las deficiencias ya citadas del mismo entorno empresarial, donde el volumen de encadenamiento debe ser fortalecido por políticas públicas más agresivas tendientes a fomentar el aumento del volumen de las mipymes encadenadas e incrementar su valor agregado. El país mantiene viva una deuda pendiente con las mipymes exportadoras.

Referencias

Brenes, L. y Govaere, V. (2011). “Los observatorios y las redes como estrategias innovadoras de vinculación: tendiendo puentes de equidad y desarrollo”. En *La Vinculación de Instituciones de Educación Superior con su entorno económico en el contexto internacional.* Badillo, R., Raesfeld, L., Villalvazo, J. y Baaken, T. (eds). Editorial Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Hidalgo.

Ferraro, C. y Stumpo, G. (2010). *Políticas de apoyo a las pymes en América Latina: Entre avances innovadores y desafíos institucionales*. CEPAL, Santiago de Chile.

Gamboa, F. y Calderón, J. C. (2011). *Balance de las Zonas Francas: Beneficio neto del régimen 2006-2010*. Procomer, San José.

Gómez, A. (2012). *Informe técnico: Segundo Diagnóstico Nacional de Mipymes*. Universidad de Costa Rica, San José.

Govaere, V. (2009, 5 de noviembre). La tercera pata de la silla. *La Nación*, Costa Rica. Recuperado el 6-7-2012 de: http://www.nacion.com/ln_ee/2009/noviembre/05/opinion2148440.html

Govaere, V. (2011, 27 de Octubre). Sin miedo al cataclismo. *La Nación*. Costa Rica. Recuperado el 2-12-2012 de: http://www.nacion.com/2011-10-27/Opinion/sin-miedo-al-cataclismo.aspx

Govaere, V. (2013, 9 de enero). La Caja de Pandora. *La Nación*. Costa Rica. Recuperado el 15-01-2013 de: http://www.nacion.com/2013-01-09/Opinion/La-caja-de-Pandora.aspx

Govaere, V. (2010). *Políticas públicas y mipyme: ¿Entramado de problemas o compartimentos estancos?* Serie Observatorio de MIPYMES, EUNED, San José, Costa Rica.

Martínez, J. y Hernández, R. (2012). La inversión extranjera directa en Costa Rica: Factores determinantes y efectos en el desarrollo nacional y regional. *Serie Aportes para el Análisis del Desarrollo Humano Sostenible,* No. 11. San José.

Monge, R. y Rodríguez, J. A. (2010). *Financiamiento a la inversión de las Pymes en Costa Rica”, Sección de Estudios de Desarrollo*. CEPAL, Santiago, Chile.

Observatorio de Mipymes (2009). *Hacia el estado de las MIPYMES: Primer Diagnóstico Nacional de Mipymes*. Serie Observatorio de MIPYMES. UNED, San José, Costa Rica.

Observatorio de Mipymes. (2012). Segunda Encuesta Nacional a MIPYMES. Serie Observatorio de Mipymes. Universidad Estatal a Distancia. San José, Costa Rica.

Programa Estado de la Nación. (2010). *Decimoséptimo Informe del Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible*. San José, Costa Rica.

Estrategias de financiamiento de las MIPYMES costarricenses

Ligia Bermúdez Mesén
Licenciada en estadística de la Universidad de Costa Rica. Investigadora y asesora estadística en la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica (UNED).

En este capítulo se describen los resultados obtenidos en la segunda encuesta nacional realizada por el Observatorio de Mipymes en el 2011 (Omipyme, 2012), correspondientes a la sección de financiamiento. Se indagaron aspectos relacionados con las fuentes de financiamiento más utilizadas por las mipymes para cubrir sus necesidades, las solicitudes de crédito realizadas durante los últimos cinco años, la utilización que en general hacen estas empresas de los diferentes medios de financiamiento y sus necesidades actuales.

Principales fuentes de financiamiento

La fuente de financiamiento utilizada en la mayoría de mipymes para cubrir las necesidades más importantes son los ingresos propios, los cuales constituyen el principal medio para el 75% de las empresas. En el caso particular de las microempresas este porcentaje aumenta a 77%, rectificándose la importancia de sus ingresos como principal fuente de financiamiento.

Respecto de otras opciones, los proveedores representan una alternativa relativamente importante para las empresas dedicadas a la industria y a los servicios; mientras que los préstamos personales son utilizados en un porcentaje más alto por las empresas de agricultura y pesca.

Los préstamos para pymes es la fuente de financiamiento que muestra el menor porcentaje general (2,2%). Este resultado llama la atención al considerar que es especialmente orientado hacia las mipymes.

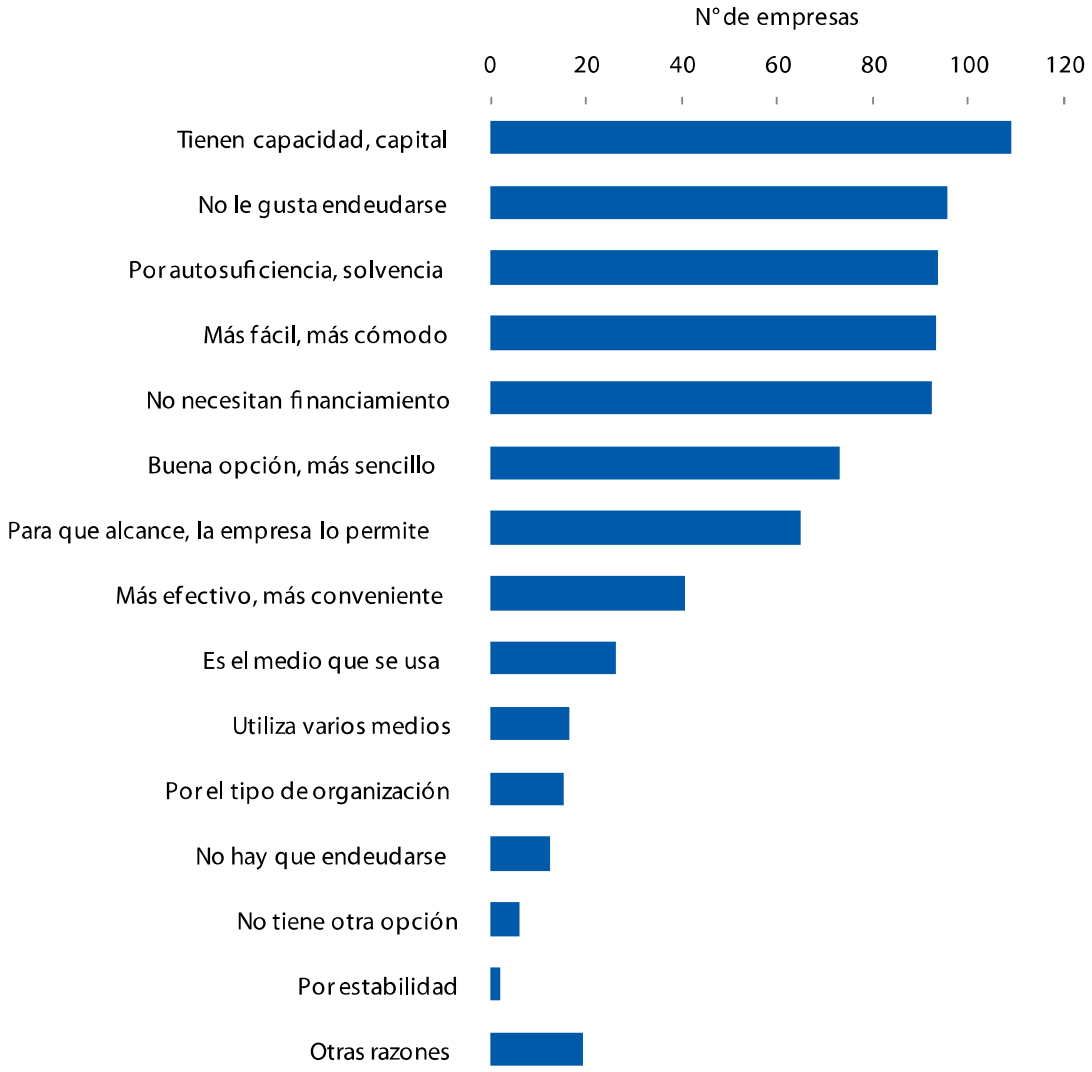
Cuadro 1. Porcentaje de mipymes por principal fuente de financiamiento utilizada para las necesidades más importantes de la empresa

Actividad	Fuente de financiamiento para las necesidades de la empresa:								
	Ingresos propios	Préstamo pymes	Préstamo personal	Ambos	Tarjeta crédito	Provee-dores	Otros	NS/NR	Total
Servicios	76,6	1,6	3,5	3,1	2,7	2,8	6	3,8	**100**
Comercio	70,7	2,1	3,9	3	2,2	6,3	4,5	7,1	**100**
Industria	76,1	3,6	2,4	3,2	1	6,9	3,3	3,6	**100**
Agricultura y pesca	76	4,1	6	2,5	2,1	3,2	3,2	2,9	**100**
Total	**74,6**	**2,2**	**3,8**	**3**	**2,3**	**4,3**	**5**	**4,8**	**100**
Tamaño									
Micro	77,2	1,7	4,2	2,5	2,6	4,5	4,3	3,1	**100**
Pequeña	70,4	3,2	3,6	4,1	2,1	3,8	6,1	6,5	**100**
Mediana	72,7	1,9	0,7	2,2	1,3	5,7	5,2	10,3	**100**
Total	**74,6**	**2,2**	**3,8**	**3**	**2,3**	**4,3**	**5**	**4,8**	**100**

Fuente: *Encuesta Nacional de Omipyme, 2011.*

Las principales razones señaladas por los(as) empresarios(as) para financiar sus necesidades con ingresos propios son: porque cuentan con el capital, no les gusta endeudarse, por autosuficiencia, por ser más fácil y porque no requieren financiamiento. En general, puede decirse que las razones están asociadas con la capacidad de la empresa para cubrir las necesidades con sus propios ingresos, para evitar el endeudamiento y por constituir un medio fácil de usar.

Gráfico 1. Número de empresas según razón para preferir los ingresos propios como principal fuente de financiamiento

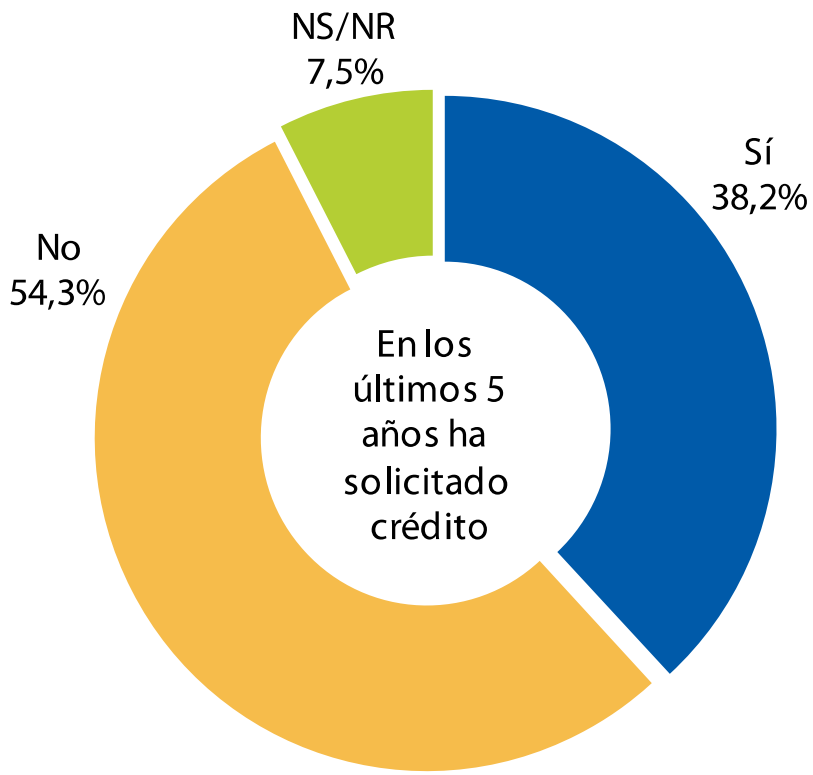


Fuente: *Encuesta Nacional de Omipyme, 2011.*

Utilización de créditos durante los últimos cinco años

Del total de mipymes entrevistadas 38% afirmó haber solicitado un crédito durante los últimos cinco años, como puede observarse en el siguiente gráfico.

Gráfico 2. Porcentaje de empresas por solicitud de crédito durante los últimos cinco años



Fuente: *Encuesta Nacional de Omipyme, 2011.*

Por rama de actividad, las mipymes industriales fueron las que solicitaron crédito en mayor porcentaje (47%) y, al contrario, las empresas de servicios lo hicieron en menor proporción (35,5%). En relación con el tamaño, 48,5% de las empresas medianas solicitaron crédito, y el porcentaje más bajo corresponde a las microempresas (33%).

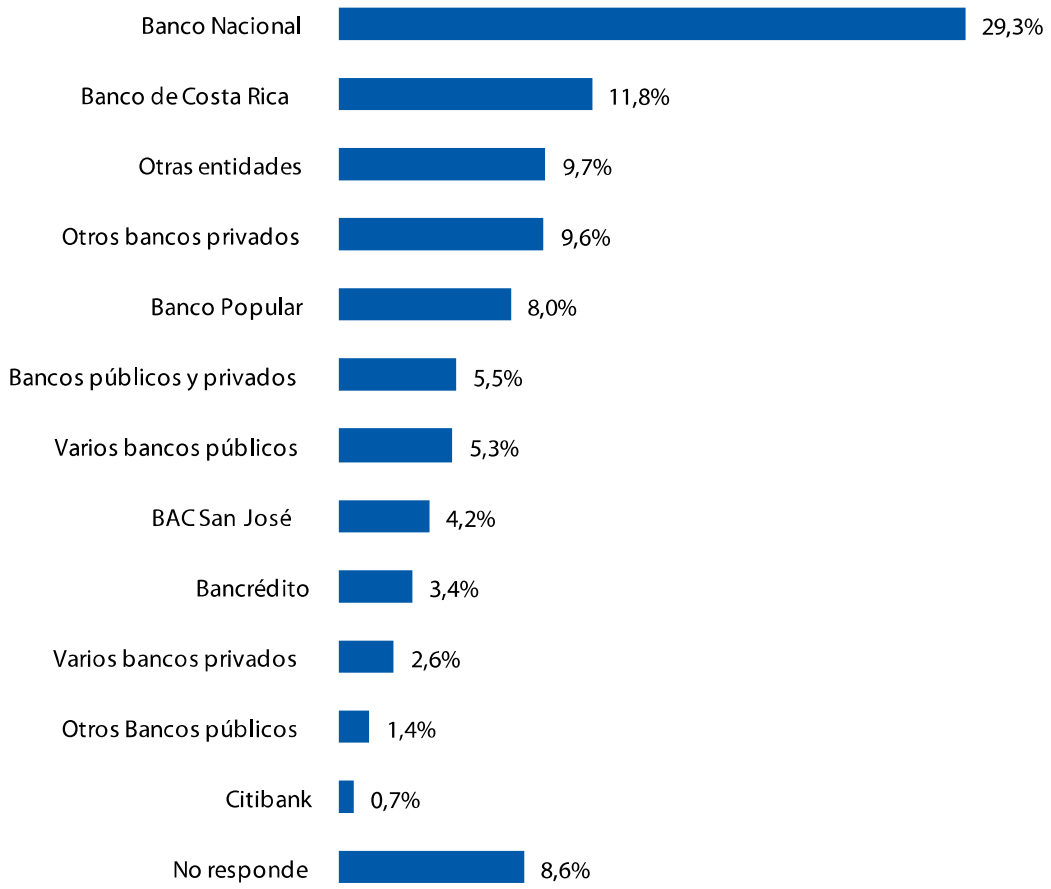
Cuadro 2. Porcentaje de mipymes que han solicitado crédito durante los últimos cinco años, según rama de actividad y tamaño de la empresa

Actividad	Solicitó un crédito:			
	Sí	No	NS/NR	Total
Servicios	35,5	58	6,5	**100**
Comercio	38,8	49,4	11,9	**100**
Industria	47	49,2	3,8	**100**
Agricultura y pesca	41,8	55,9	2,3	**100**
Total	**38,2**	**54,3**	**7,5**	**100**
Tamaño				
Micro	32,7	62,3	5	**100**
Pequeña	46	43,2	10,8	**100**
Mediana	48,5	38,2	13,3	**100**
Total	**38,2**	**54,3**	**7,5**	**100**

***Fuente*:** Encuesta Nacional de Omipyme, 2011.

En relación con las entidades donde fueron solicitados los créditos, el Banco Nacional fue mencionado en 29% de los casos, seguido por el Banco de Costa Rica (11,8%). En varias empresas indicaron haber recurrido a varios bancos públicos o privados así como a otras entidades.

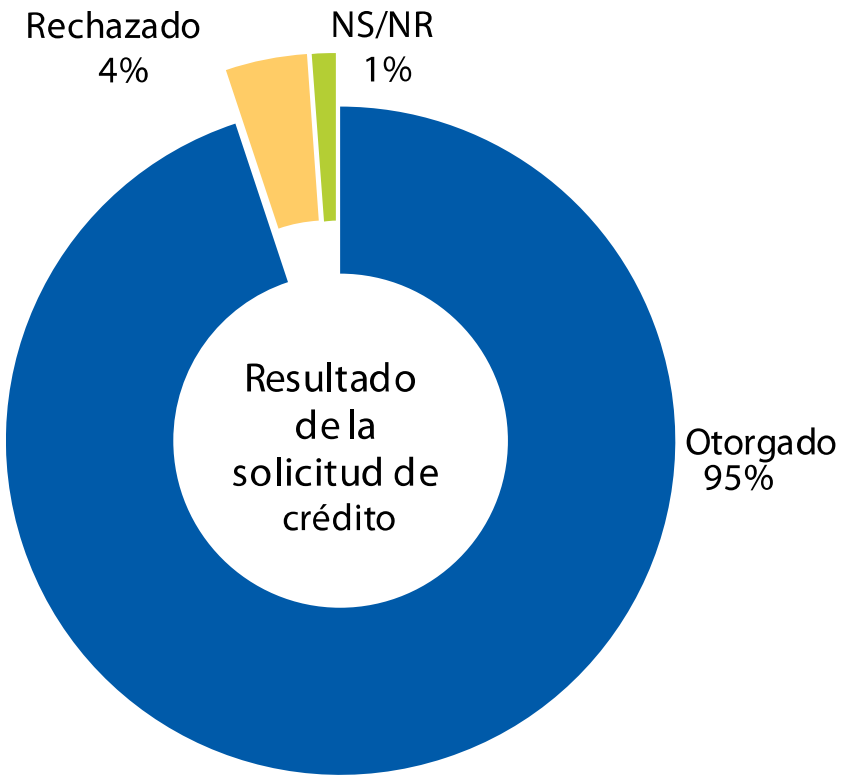
Gráfico 3. Porcentaje de empresas según entidad(es) donde solicitaron el crédito



***Fuente*:** *Encuesta Nacional de Omipyme, 2011.*

Los resultados de las solicitudes fueron favorables para la mayoría de empresas, ya que se aprobaron 95% de los créditos, lo cual refleja un porcentaje de éxito bastante alto para las mipymes en la tramitación de créditos.

Gráfico 4. Porcentaje de empresas según resultado de la solicitud de crédito



***Fuente*:** *Encuesta Nacional de Omipyme, 2011.*

Los requisitos y garantías que piden las entidades, así como algunas políticas y exceso de trámites que se requieren, son los principales obstáculos señalados por las empresas a las cuales les fue rechazado el crédito. Por otra parte, los recursos obtenidos por medio de los créditos aprobados fueron destinados para la compra de equipo (36%), maquinaria (30%) y propiedades (27%). Asimismo, para la adquisición de inventario, vehículo y mobiliario, con porcentajes de 21, 19 y 13% respectivamente.

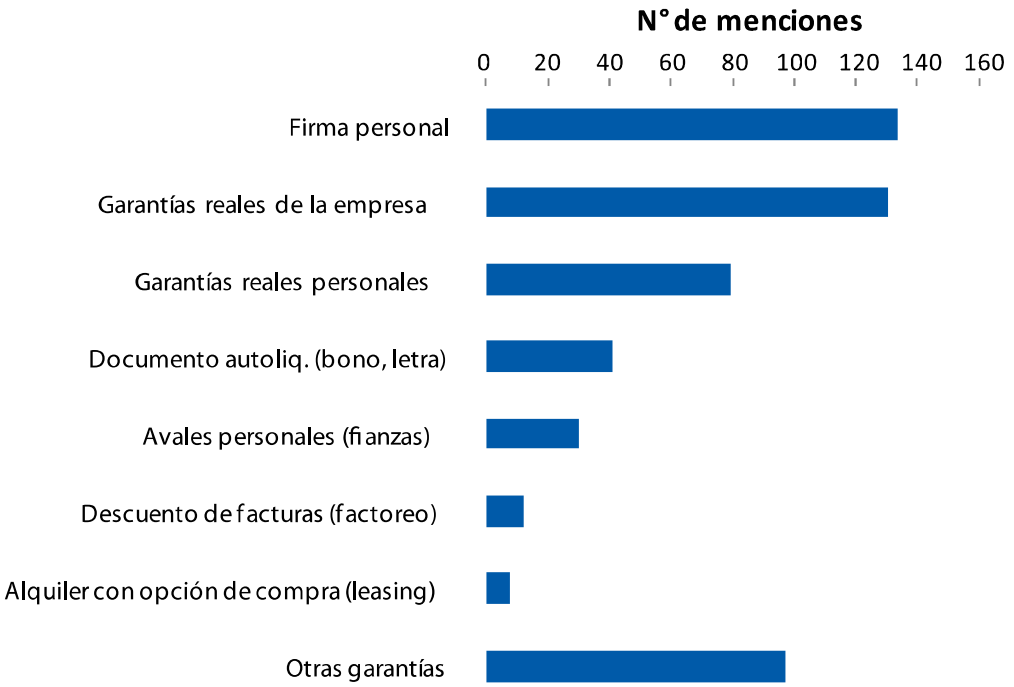
Cuadro 3. Porcentaje de mipymes según utilización de los recursos obtenidos por el crédito

¿En qué utilizó los recursos…	% de respuestas:			
	Sí	No	NS/NR	Total
...equipo?	36,2	59,8	3,9	**100**
...maquinaria?	29,9	66,2	3,9	**100**
…propiedad?	26,8	69,1	4,1	**100**
...inventario?	20,7	74,4	4,9	**100**
...vehículo?	18,6	77,4	3,9	**100**
...mobiliario?	12,8	82,9	4,3	**100**
...planilla?	9,5	86,2	4,3	**100**
...equipo cómputo?	9,4	86,4	4,3	**100**
...estudios/capacitación?	4,5	91,2	4,3	**100**
...patentes y licencias?	3,8	91,4	4,8	**100**
...franquicias?	1,7	93,7	4,6	**100**
..otro?	20	75,4	4,6	**100**

***Fuente*:** Encuesta Nacional de Omipyme, 2011.

En cuanto a las garantías presentadas para respaldar los créditos, en el siguiente gráfico se observa que en un mayor número de casos utilizaron la firma personal y las garantías reales de la empresa. También muestran una frecuencia alta la presentación de garantías personales y los documentos de autoliquidación, tales como bonos y letras de cambio, y los avales personales (fianzas). Con menor frecuencia se recurrió al descuento de facturas y al *leasing*.

Gráfico 5. Garantías utilizadas para los créditos solicitados durante los últimos cinco años



Fuente*: *Encuesta Nacional de Omipyme, 2011.

En promedio, estas empresas deben destinar 16% de sus ingresos mensuales para el pago del crédito recibido. Por rama de actividad el porcentaje más alto corresponde a las empresas comerciales (20%) y por tamaño a las microempresas, con un promedio de 19%.

Al relacionar las actividades con los tamaños de empresa, se obtiene que las microempresas industriales deben dedicar un porcentaje más alto al pago de créditos (26%), seguidas por las microempresas comerciales (23%). Por otra parte, los porcentajes promedio más bajos corresponden a las empresas medianas de agricultura y pesca, con un 3%, y las empresas medianas dedicadas al comercio, las cuales destinan 8% al pago de créditos.

Si se comparan con los resultados obtenidos en la primera encuesta (Omipyme, 2007) este porcentaje muestra un aumento, ya que en el 2007 las empresas debían dedicar en promedio 11,9% de los ingresos a este rubro, el cual aumentó a 16%.

Cuadro 4. Porcentaje aproximado de ingresos mensuales que las mipymes destinan al pago de los créditos solicitados en los últimos cinco años.

Tamaño	Actividad	% ingresos p/créditos
Micro	Servicios	17,8
	Comercio	22,7
	Industria	25,6
	Agricultura y pesca	11
Pequeña	Servicios	11,1
	Comercio	17,8
	Industria	9,2
	Agricultura y pesca	12,1
Mediana	Servicios	14,1
	Comercio	8,1
	Industria	12,9
	Agricultura y pesca	3,3
Totales	**Servicios**	14,8
	Comercio	19,8
	Industria	16
	Agricultura y pesca	11,2
	Micro	**18,8**
	Pequeña	**12,8**
	Mediana	**11,5**
Total		**16**

***Fuente**: Encuesta Nacional de OMIPYME, 2011.*

Respecto de las empresas que no solicitaron ningún crédito durante los últimos cinco años, en la mayoría de los casos (65%) indican que no lo necesitaron; 8% señalaron como razón principal que no deseaban endeudarse y 4% que no les hace falta. Mientras 3% indicó que es un proceso muy burocrático y 2,9% que la empresa es estable.

Cuadro 5. Porcentaje de mipymes por razón para no haber solicitado un crédito durante los últimos cinco años, según rama de actividad y tamaño de la empresa

Actividad	¿Porqué razón no ha solicitado un crédito para su empresa?								
	No es necesario	Mucha burocracia	Altos intereses	No les gusta endeudarse	Empresa estable	No hace falta	Ingresos del extranjero	Otros	No sabe
Servicios	68,1	3,5	0,9	3,7	3,0	3,7	2,1	5,9	9,2
Comercio	68,9	1,4	2,1	11,9	3,8	2,2	0,7	2,2	6,7
Industria	59,3	3,5	1,1	11,0	0,9	5,5	0,0	9,2	9,4
Agr. y pesca	49,5	3,8	0,6	12,5	1,3	6,4	0,0	5,4	20,5
Total	**65,4**	**3,0**	**1,2**	**7,7**	**2,9**	**3,7**	**1,3**	**5,0**	**9,8**
Tamaño									
Micro	65,1	4,2	1,3	8,9	1,4	3,7	1,0	5,4	9
Pequeña	66,9	0,0	1,4	5,2	4,9	4,1	1,5	4,2	11,9
Mediana	61,9	1,9	0,0	3,6	12,8	1,1	3,9	4,7	10
Total	**65,4**	**3**	**1,2**	**7,7**	**2,9**	**3,7**	**1,3**	**5,0**	**9,8**

***Fuente*:** Encuesta Nacional de Omipyme, 2011.

Utilización de fuentes de financiamiento

Con relación a las fuentes de financiamiento que más utilizan o han utilizado las mipymes, el porcentaje más alto corresponde a los bancos públicos con 36,5%. La segunda fuente en orden de importancia son los proveedores y la tercera los bancos privados. Los parientes o amigos también constituyen una fuente importante para 5,5% de las empresas.

En el análisis por rama de actividad, la utilización de bancos públicos es mayor en las empresas de agricultura y pesca (46%) y en las otras tres actividades tienen una importancia similar. Los proveedores, como fuente de financiamiento, revisten especial importancia en las empresas dedicadas al comercio (33%) y a los bancos privados recurren en mayor porcentaje las empresas de servicios (24%). Las cooperativas muestran un porcentaje de utilización relativamente alto por parte de las empresas agrícolas y de pesca, donde alcanzan 12%.

Por tamaño de empresa, los bancos públicos son utilizados por 42% de las empresas pequeñas y medianas; ese porcentaje disminuye a 32,5% en las microempresas. Los proveedores presentan porcentajes más altos de utilización por parte de las microempresas (25%) y las empresas medianas (20%); estas últimas también utilizan en mayor porcentaje los bancos privados.

De nuevo, los fondos diseñados para mipymes, tanto Propyme como el Sistema Banca para el Desarrollo, aparecen entre las opciones de financiamiento con menores porcentajes de utilización, en conjunto con las organizaciones de microfinanzas tales como ACORDE; todas con porcentajes inferiores a 2%.

Cuadro 6. Porcentaje de mipymes por fuente de financiamiento más utilizada, según rama de actividad y tamaño de la empresa

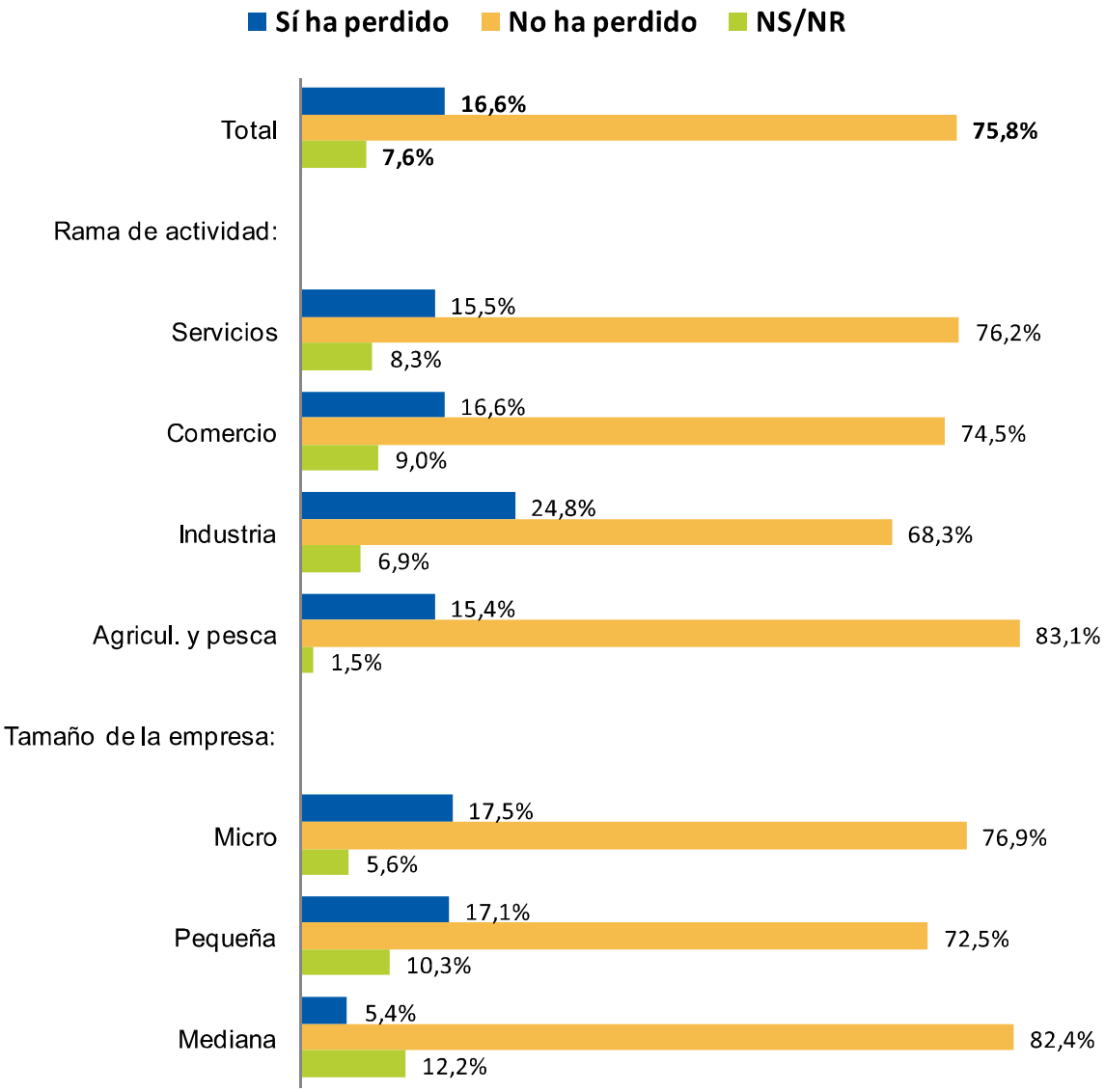
Actividad	Fuente de financiamiento que mas utiliza:									
	Bancos públicos	Proveedores	Bancos privados	Parientes o amigos	Cooperativa	S. Banca de desarrollo	Fondos Propyme	Micro-finanzas	Otros	NS/NR
Servicios	35,2	14,3	23,5	6,0	2,6	2,8	1,3	1,4	3,8	9,0
Comercio	35,7	32,9	10,6	5,0	2,4	0,8	0,8	1,6	4,7	5,5
Industria	35,9	15,3	16,0	7,0	1,9	3,0	4,2	3,5	0,0	13,2
Agricul. y pesca	45,8	8,9	8,5	3,7	12,1	0,0	3,7	0,0	5,6	11,7
Total	**36,5**	**20,2**	**16,8**	**5,5**	**3,5**	**1,9**	**1,7**	**1,5**	**3,9**	**8,5**
Tamaño										
Micro	32,5	24,8	11,6	6,0	3,9	1,9	2,0	1,6	6,6	9,2
Pequeña	42,2	12,7	23,2	5,3	3,4	1,9	1,4	1,7	0,0	8,3
Mediana	42,1	19,8	28,2	2,8	0,0	1,6	0,0	0,0	1,6	4,0
Total	**36,5**	**20,2**	**16,8**	**5,5**	**3,5**	**1,9**	**1,7**	**1,5**	**3,9**	**8,5**

***Fuente*:** Encuesta Nacional de Omipyme, 2011.

En general, 16,6% de las mipymes consideran que han perdido oportunidades de negocio por no conseguir financiamiento. Este resultado es superior a 12,8% obtenido en el 2007, lo cual refleja que las empresas perciben menos posibilidades de contar con un financiamiento oportuno para su desarrollo.

El porcentaje más alto de pérdida de negocios por falta de financiamiento corresponde a las empresas industriales (25%) y el más bajo a la agricultura y pesca (15,4%). En relación con el tamaño de empresa, las micro y pequeñas empresas muestran porcentajes alrededor de 17%, mientras que en las empresas medianas disminuye a 5,4%. Por tanto, se reiteran algunos resultados anteriores que indican una mayor accesibilidad al financiamiento para las empresas de mayor tamaño.

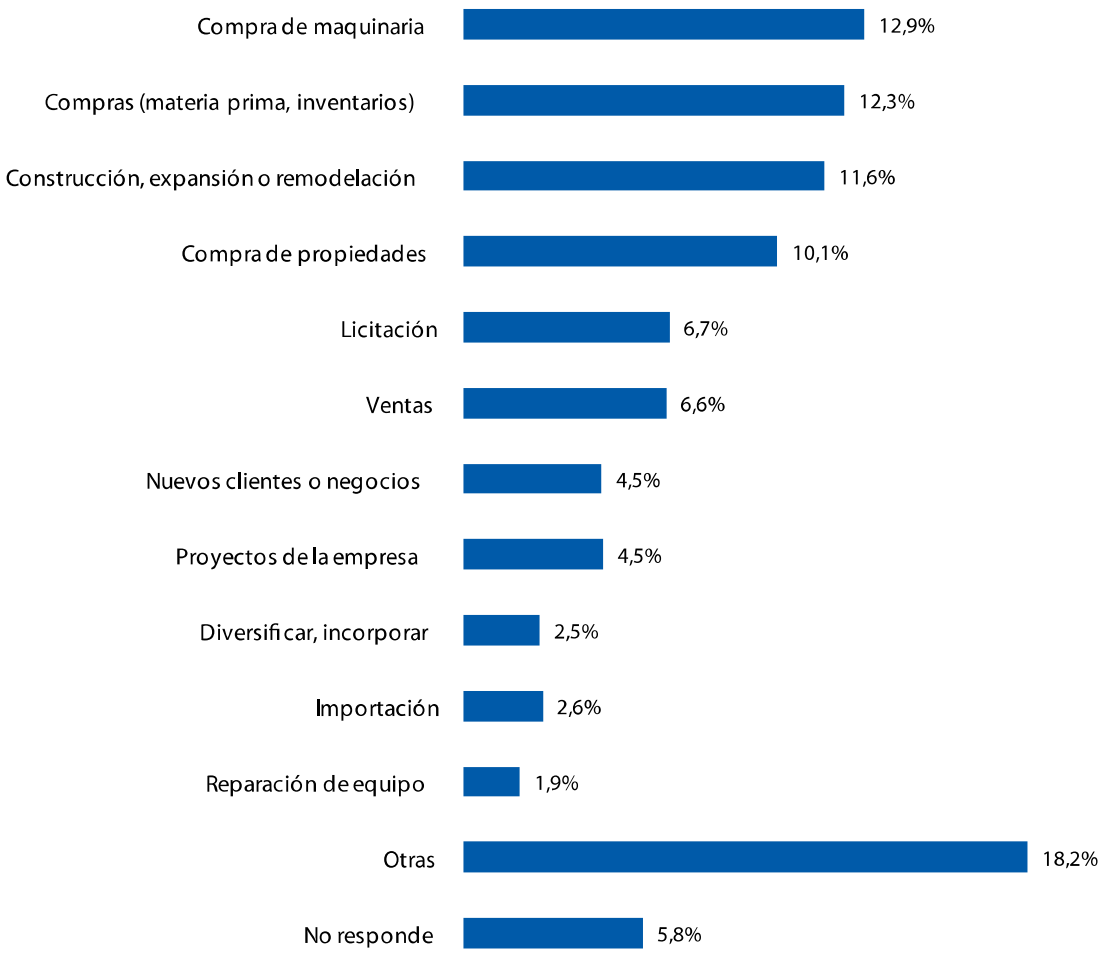
Gráfico 6. Porcentaje de empresas que perdieron oportunidades de negocio por falta de financiamiento, según sector y tamaño de empresa



Fuente: *Encuesta Nacional de Omipyme, 2011.*

Las cuatro principales oportunidades de negocios que consideran haber perdido en las mipymes por falta de financiamiento están relacionadas con la compra de maquinaria (13%), adquisición de materia prima o inventario (12,3%), construcción, ampliación o remodelación de la empresa (11,6%) y compra de propiedades (10%). Otras posibilidades que fueron mencionadas en menor porcentaje de empresas pueden observarse en el siguiente gráfico.

Gráfico 7. Porcentaje de empresas según oportunidades de negocios que perdieron por falta de financiamiento.

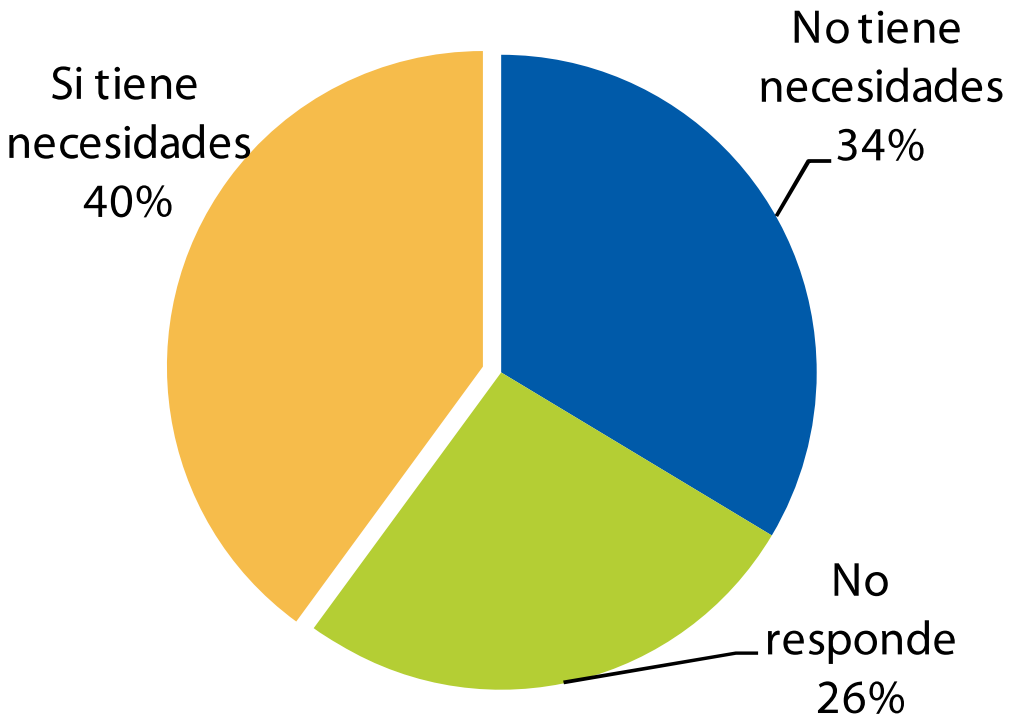


***Fuente*:** *Encuesta Nacional de Omipyme, 2011.*

Necesidades actuales de financiamiento

Actualmente, hay necesidades de financiamiento en 40% de las mipymes, lo cual en 20% de los casos corresponden a la actualización de equipo o maquinaria y en 17% a la posible ampliación del negocio. Otras necesidades son: capital de trabajo (8,3%), adquisición de mercadería (7,8%) y ampliación del inventario (5%), como puede constatarse en los siguientes resultados.

Gráfico 8. Porcentaje de empresas por necesidades actuales de financiamiento



Fuente: *Encuesta Nacional de Omipyme, 2011.*

Gráfico 9. Porcentaje de empresas por principales necesidades de financiamiento actuales

Fuente: Encuesta Nacional de Omipyme, 2011.

Por último, en relación con los medios que utilizan para resolver las necesidades anteriores, en 28% de los casos recurrirían a préstamos o créditos, mientras 14% resolverías sus necesidades utilizando recursos propios. Otras opciones serían: buscar financiamiento (4,6%), ahorrar (4,2%), aumentar las ventas (3,6%), o mediante ingresos de la empresa (2,6%).

En esta pregunta se obtuvo un porcentaje alto de no respuesta, posiblemente debido a que en las empresas aún no se habían considerado alguna forma de resolver las necesidades.

Gráfico 10. Porcentaje de empresas según medio para resolver las necesidades actuales de financiamiento

Fuente*: *Encuesta Nacional de Omipyme, 2011.

Consideraciones finales

A pesar de que la mayoría de mipymes utilizan como principal fuente de financiamiento los ingresos propios, se identifican algunas diferencias según la rama

de actividad y tamaño de las empresas, en relación con las posibilidades de acceder a diferentes medios de financiamiento. Las microempresas, particularmente las dedicadas a la industria, son las que muestran mayores desventajas en cuanto al financiamiento. No solo pierden más oportunidades de negocios por falta del mismo, sino que también deben destinar un mayor porcentaje de sus ingresos mensuales para el pago de créditos. Por otra parte, las empresas medianas y especialmente las dedicadas a la agricultura y pesca, son las que muestran mejores posibilidades de financiamiento, acorde con los resultados de la encuesta.

El mayor uso del autofinanciamiento refleja las limitaciones que las mipymes costarricenses encuentran para acceder a un crédito. Esta situación afecta especialmente a los negocios que recién inician sus actividades o que aún no han logrado consolidarse, ya que no cuentan con las garantías necesarias. Al respecto, Monge-González (2009) señala:

> …la clara preferencia de los intermediarios financieros formales por las garantías al aprobar un crédito para una PYME, tiende a reducir la cantidad demanda de financiamiento por parte de este tipo de empresas, que generalmente no cuentan con este tipo de garantías. De allí, la importancia de enriquecer la normativa vigente en materia regulatoria, para facilitar la utilización de otro tipo de información disponible, como la viabilidad del proyecto y su rentabilidad esperada, a la hora de evaluar las solicitudes de crédito mediante una tecnología crediticia que responda a las características y la naturaleza de las pymes. (p.9).

Estos resultados también denotan la ausencia en el país de iniciativas que provean capital de riesgo (o capital semilla) para apoyar los emprendimientos desde sus inicios y no solo cuando las mipymes hayan alcanzado determinado nivel de desarrollo, tal como sucede en la actualidad.

Por otra parte, en el estudio *Microscopio global sobre el entorno de negocios para las microfinanzas,* publicado en 2012 por la Unidad de Inteligencia de la revista The Economist, se considera que el entorno para las microfinanzas en Costa Rica está subdesarrollado y enfrenta una fuerte competencia de los bancos estatales. Además, indica que no hay un vehículo especializado para las microfinanzas y la mayoría de instituciones microfinancieras están constituidas por organizaciones no gubernamentales (ONGs) que tienen posibilidades limitadas. Costa Rica quedó ubicada en el lugar 32 de un total de 55 naciones.

Al respecto, como parte de los cambios impulsados en el país desde el 2011, el mismo estudio destaca que: "Se están tomando medidas para establecer un banco nacional de desarrollo, de conformidad con una ley promulgada en el 2008, aunque es poco probable que comience a operar un banco de esas características en los

próximos años."(Eonomist Intelligence Unit, 2012, p.45). Asimismo advierte que, con el aumento registrado en los indicadores de pobreza a partir del 2009 en nuestro país, los microcréditos adquieren mayor importancia debido al aumento en la demanda de los mismos. De ahí que pueden constituir un apoyo significativo para las mipymes costarricenses, en especial para las microempresas.

Recomendaciones

Con base en los resultados de la segunda encuesta nacional realizada por OMIPYME, para mejorar las posibilidades de financiamiento de las mipymes es recomendable:

- Considerar las diferencias por sector y tamaño de las empresas en el diseño de políticas públicas relacionadas con el financiamiento a mipymes, de manera que tomen en cuenta las particularidades y necesidades que presenta cada mipyme según la actividad a la que se dedica y su tamaño; ya que probablemente dichas características influyen en los aspectos financieros de la empresa, tales como el flujo de efectivo, los requerimientos de capital, el monto de las inversiones a realizar y las garantías con que cuentan, entre otros.

- Brindar servicios de asesoría a las mipymes, principalmente a las microempresas, de manera que puedan solicitar y obtener créditos en el sistema bancario nacional, dado que el financiamiento propio limita sus posibilidades de crecimiento.

- Impulsar programas de financiamiento que realmente apoyen la creación y desarrollo inicial de las mipymes, por medio del otorgamiento de capital de riesgo o capital semilla.

- Analizar y renovar el Sistema Banca de Desarrollo (SBD) de manera que efectivamente logre constituirse en una fuente financiera accesible y relevante para las mipymes costarricenses.

- Ampliar las posibilidades para la obtención de microcréditos por parte de las mipymes en el sistema financiero nacional, considerándose que pueden representar una opción favorable dentro del contexto económico actual.

- Evaluar las iniciativas desarrolladas para brindar apoyo financiero a las mipymes costarricenses, tales como el Sistema Banca de Desarrollo y los fondos Propyme, ya que no han logrado posicionarse como opciones importantes para estas empresas y, más bien al contrario, presentan los porcentajes más bajos de utilización.

Referencias

Eonomist Intelligence Unit. (2012). Microscopio global sobre el entorno de negocios para microfinanzas 2012. Recuperado de http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getDocument.aspx?

DOCNUM=37201011

Monge-González, R. (2009). Banca de desarrollo y pymes en Costa Rica. Recuperado de http://www.ecla.cl/publicaciones/xml/9/36109/IC13016-p.pdf

Omipyme. (2008). Hacia el estado de las mipymes: Primer diagnóstico nacional

de mipymes. Universidad Estatal a Distancia, San José, Costa Rica.

Omipyme. (2012). Resultados del Segundo Diagnóstico Nacional de las Mipymes en Costa Rica, julio de 2011.

Los sistemas de información geográfica

Oscar Chacón Chavarría

Introducción

En este capítulo se presenta un primer acercamiento a la georreferenciación de mipyme.

Las empresas precitadas representan un importante porcentaje del total de empresas existentes tanto en el sector servicios como en el comercio en general, aportan no solo ingreso al producto interno bruto, sino también la generación de nuevos empleos y forman parte importante del crecimiento económico del país debido a la gran cantidad de personas involucradas dentro del círculo económico de estas industrias.

El estudio sobrelas mipymes, busca dar una respuesta socioeconómica y espacial de la ubicación, crecimiento y tendencias de las industrias que son de interés. Por ello, en este capítulo se muestra el proceso de georreferenciación que ayuda a otorgar una localización espacial a cada industria y establece una relación social y económica con un territorio político administrativo como es la unidad cantonal.

En el siguiente apartado se presentan algunos conceptos básicos, necesarios para comprender la estrategia que pretende el observatorio.

Conceptos básicos sobre georreferenciación

Sistema de Información Geográfica – SIG

Tradicionalmente los sistemas de información geográfica o SIG, han sido conocidos como un conjunto de programas informáticos que permiten almacenar, recuperar, modificar y combinar cualquier tipo de variables georreferenciadas.

Sin embargo, también se considera que un SIG es un conjunto de *hardware*, *software*, datos, personas (operadores) y procedimientos. Los cuales son organizados para capturar, almacenar, actualizar, manejar, analizar y desplegar eficientemente rasgos de información referenciados espacialmente (definición propia). Otra forma de concebir los SIG es a partir de los datos de origen, que pueden ser a partir de datos de diseño (CAD), Bases de datos geoespaciales o numéricas, información cartográfica proveniente de un tercero o bien datos obtenidos a partir de la interpretación de sensores remotos por medio de la Teledetección, los cuales interactúan para dar paso a los análisis de sistemas de información geográfica.

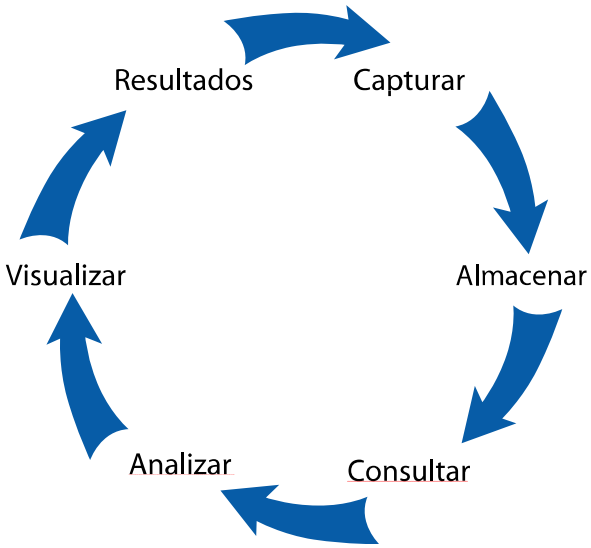
En la figura 1, se muestra como los SIG, forman parte de un conjunto de procesamientos geoespaciales que dan paso a la elaboración de elementos cartográficos a partir de diferentes fuentes de información.

Figura 1. Los sistemas de información geográfica

Fuente: *Elaboración propia*

Por otra parte, los SIG poseen gran relevancia ya que nos permiten realizar seis diferentes procesos de forma cíclica a partir de la información, los cuales son: capturar, almacenar, consultar, analizar, visualizar y obtener resultados (Figura 2). Estos seis procesos son necesarios para poder realizar un análisis geoestadístico de las diferentes condiciones sociales, económicas y ambientales que se presentan en el entorno que nos rodea.

Figura 2. Procesos de los sistemas de información geográfica.



Fuente: *Elaboración propia.*

Sistema de proyecciones

Se entiende por proyección a la forma de representación de la Tierra en una forma plana. Esta ha sido una de las invenciones más importantes en el campo de la Cartografía. Para ejemplificarlo, pensemos en que el mundo es una esfera (esferoide es un término más correcto). Al ser éste un cuerpo con volumen posee tres dimensiones: alto, ancho y profundidad, las cuales se traducen como los ejes X, Y, Z en un plano cartesiano.

Para la representación del globo terráqueo se han utilizado diferentes figuras geométricas según el tipo de sistema de proyección por utilizarse, lo cual permite generar un plano si se "desenrollan" entre ellas. Las representaciones más utilizadas son el cono y el cilindro. Cabe aclarar que la esfera viene a ser la forma geométrica más semejante a esa realidad, mas la dificultad de desenrollarla y colocarla en un plano es altísima.

Para trazar un mapa sobre una superficie plana se han desarrollado los sistemas de proyecciones. Estos son una red ordenada de meridianos y paralelos dos ejes. El problema fundamental de los sistemas de proyección es trasladar la red geográfica, cuya forma real es "esférica", a un plano, de forma que la imagen representada así obtenida del elipsoide terrestre o de la parte deseada, posea un máximo de exactitud y agrupe el mayor número posible de facilidades para lograr los fines propuestos.

En el caso de Costa Rica, tradicionalmente se ha trabajado bajo el sistema de coordenadas planas denominado Lambert, el cual subdividía al país en Costa Rica Norte y Costa Rica Sur. Este sistema ocasionaba muchos problemas debido principalmente a la escasa posibilidad de representar todo el territorio nacional bajo un mismo espacio continuo, ocasionando que muchos operadores tuvieran que estar migrando la información de un sistema al otro para lograr una continuidad de país.

Sin embargo, a partir del Decreto Ejecutivo Nº 33797-MJ-MOPT del 2007, se establece un nuevo sistema de coordenadas para nuestro país, denominado Costa Rica Transversal de Mercator o CRTM05, el cual permite una representación general para todo el país, por tanto,se elimina el inconveniente que presentaba la proyección Lambert.

Por otra parte, también es primordialtomar en cuenta el sistema mundial de representación cartográfica, el cual utiliza el sistema de coordenadas geográficas; se trata de un sistema de representación que permite la ubicación y visualización de datos de cualquier parte del mundo, con la facilidad de que se puede compartir

información entre diferentes usuarios sin temor a incurrir en errores de ubicación por desplazamiento, debido a la utilización de sistemas locales.

Una de las similitudes entre el sistema de proyección geográfica y el oficial para Costa Rica, es que comparten el mismo *datum*, denominado WGS84 (World Geodetic System 84, es decir Sistema Geodésico Mundial de 1984), lo cual permite una interacción más sencilla entre ambos sistemas. Por otra parte la principal diferencia entre ambos sistemas es que el CRTM05 se basa en un sistema de cuadrículas métricas que facilita el proceso de medición de distancias y áreas.

El Sistema de Información Geográfica y la economía

Una de las tareas de la geografía es conocer cómo se organiza espacialmente una ciudad y cómo se organiza o debe organizarse el territorio y con ello cada uno de los elementos que lo constituye. De esta forma, es necesario saber dónde se localizan los teatros, monumentos, centros turísticos, así como todos los diferentes servicios que se brindan en una ciudad. Para el ciudadano moderno es fundamental el conocimiento sobre la distribución de las carreteras y la forma idónea de llegar a cada uno de los sitios donde se brindan los diferentes servicios.

Gracias a los sistemas de información geográfica, en la actualidad es posible no solo recopilar toda esta información en el terreno, sino también organizarla y representarla de forma fácil para gestionar el territorio y facilitar al ciudadano residente y visitante la realización de los diferentes procesos geoespacialesen un tiempo real (la elección del sitio para adquirir sus bienes o servicios, las rutas optimas para su movilización, entre otras),medianteun sitio *web*que le facilite el uso de herramientas geográficas para la selección del sitio que reúna las mejores condiciones ante su necesidad.

El SIG es una gran base de datos geográfica, que incorpora no solo una ubicación, sino también una gran cantidad de datos sociales y económicos de interés para el usuario, donde además de visualizar la localización de un sitio determinado podrá encontrar datos de interés como son cantidad y tipos de productos, sitio *web*, correo electrónico y otros datos de contacto.

Al respecto la persona o personas que desean implementar una empresa, inicialmente se cuestionan dónde se debe localizar ésta, para ello se deben tomar en cuenta varios factores como son el acceso a rutas de transporte, la cantidad de clientes potenciales, la cantidad de competencia, el tipo de producto o servicio por proporcionar, el acceso a servicios básicos como son electricidad, agua, etcétera, así como la posibilidad de acceso a mano de obra calificada. En caso contrario, si no se logra alguno o varios de estos factores se puede incurrir en un error que incidirá en la marcha de la empresa.

A partir del 2005, con el lanzamiento de *Google Earth*, se inicia un proceso global de geolocalización de elementos considerados inertes, como son los negocios que brindan diferentes servicios a la economía local de cada país. Actualmente,mediante el acceso a la *web* 2.0 como un proceso social colaborativo y la urgencia de conocer la ubicación de los diferentes servicios económicos y sociales, se crea la necesidad de representar estos elementos por medio de sitios *web*.Ante tal panorama, la implementación de un método de georreferenciación de las mipymes del país es el tema central del presente análisis.

Proceso metodológico

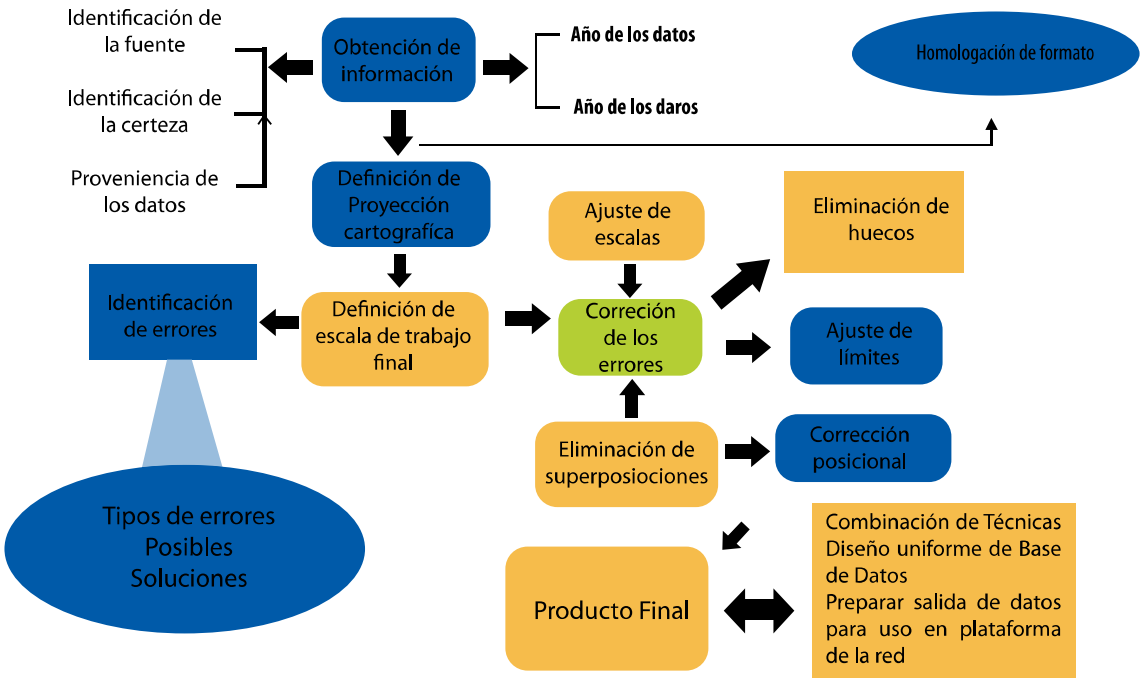
Los sistemas de información geográfica fueron creados para responder a diferentes preguntas sobre el estado y la condición de cada elemento. Entre las preguntas principales se encuentran:

1. ¿Qué hay o dónde hay? Esta pregunta responde a la localización de los elementos.
2. ¿Dónde ocurre? Responde a la condición de donde se presenta un evento.
3. ¿Qué ha cambiado? Responde a las tendencias de cambio en un territorio determinado.
4. ¿Cuál es la mejor ruta para llegar?
5. ¿Qué pautas existen?
6. ¿Qué pasaría si…? En este caso se hace referencia a una posible condición dada la ocurrencia de un evento, para lo cual se plantean modelos o escenarios.

Para contestar a éstas y otras preguntas, se debe realizar un proceso de ajuste y corroboración de los geodatos espaciales con el fin de obtener un producto espacialmente correcto, evitando de esta forma cualquier incongruencia espacial de la información geolocalizada. Para ello se efectúan muchas de estas preguntas tanto por parte de los usuarios como de los operadores, siendo principalmente la localización una de los principales cuestionamientos por responder.

Conceptualmente en la figura 3, se muestran los diferentes procesos llevados a cabo durante el proceso de georreferenciación para la obtención del producto final.

Figura 3. Modelo conceptual de georreferenciación



Fuente: *Elaboración propia.*

Desde el punto de vista geográfico, se efectuaron dos acciones principales para garantizar el correcto mapeo de las mipymes.

1. *Homologación del formato de la información y del sistema de referencia espacial:*

En esta actividad se realizaron dos procesos diferentes. El primero consistió en otorgar un mismo formato a las diferentes capas cartográficas (proporcionadas por diversas instituciones), con el fin de evitar problemas de lectura en los programas de sistema de información por utilizarse.

El formato seleccionado fue el *Shapefile* ya que permite una mayor facilidad de visualización para la mayoría de programas cartográficos, considerándosele un formato internacional, además que corresponde con uno de los más recomendados para trabajar con visores *web* de mapas como el *MapServer*, programa seleccionado para representar visualmente toda la información cartográfica recopilada en la plataforma del proyecto mipymes.

El primer proceso realizado fue el de convertir bases de datos de los centros educativos proporcionadas por la Dirección de Infraestructura y Equipamiento Educativo del Ministerio de Educación Pública. En estas bases de datos se brinda

información importante como el nombre y la descripción del centro educativo, la ubicación político-administrativa, las coordenadas, entre otros.

En lo que respecta a la homologación del sistema de referencia espacial, consistió en otorgar a todas las capas vectoriales utilizadas un mismo sistema de referencia espacial, es decir, utilizar una misma proyección cartográfica para establecer, a partir de un mismo sistema de coordenadas, una ubicación espacial acorde con lo existente en la realidad (figuras 4 y 5). Para esto, primero se verificaron algunas condiciones generales:

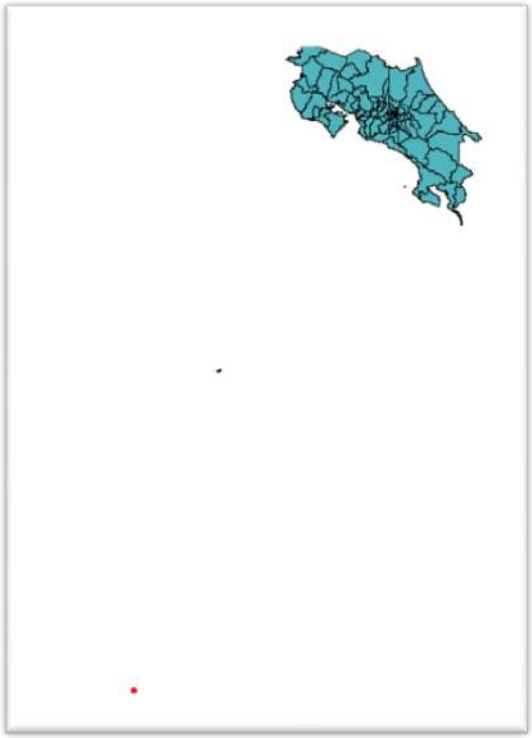


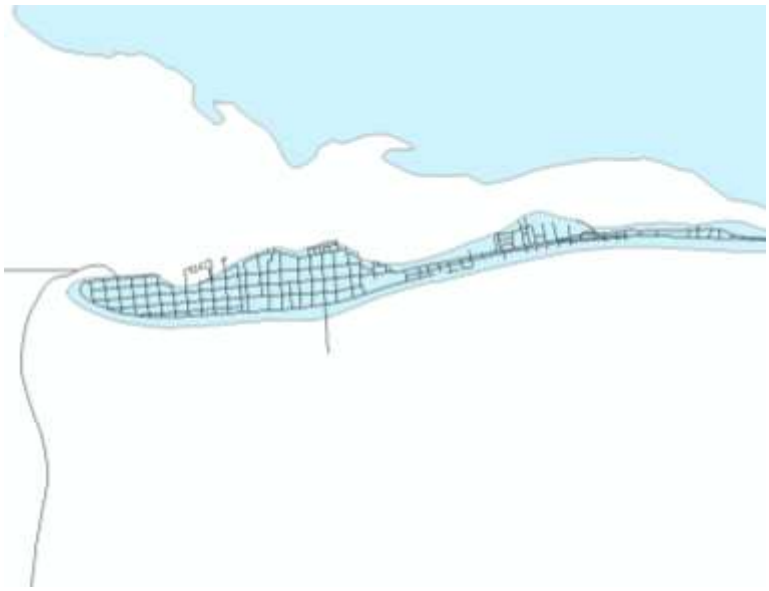
Figura 4.*Ubicación de centros educativos en proyección geográfica y distritos en CR05*

Figura 5.*Homologación de datos con proyección CR05.*

2. Ajuste espacial de la información

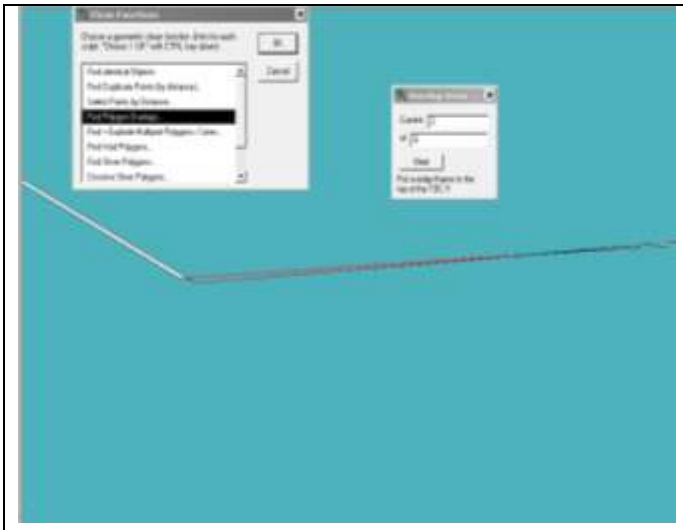
Mediante el ajuste espacial se buscó eliminar todas las discrepancias espaciales entre los geodatos, sea que ocurrieran por errores posicionales (figura 6) o errores topológicos de sobreposicionamiento o distanciamiento (figuras 7 y 8).

Figura 6.*Representación de error posicional:*



Error de ubicación de la red de caminos en la Barra de Puntarenas

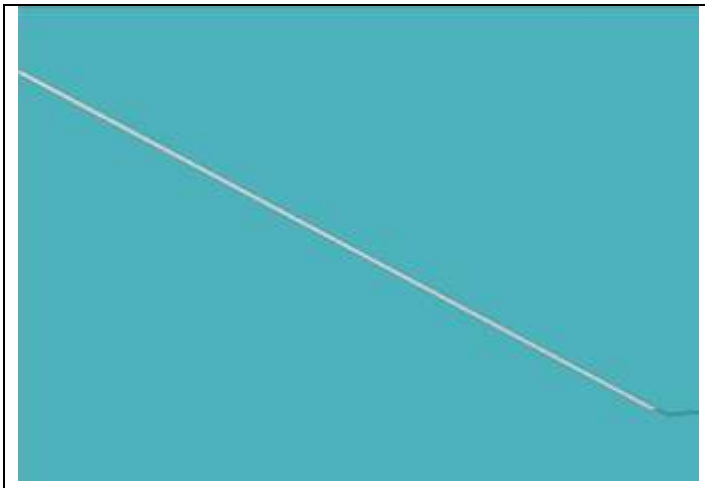
Figura 7. *Error por superposición*

	Error topológico por superposición de geodatos en una misma capa. Muchos de los programas actuales de SIG permiten la identificación de este tipo de equívocos, sin embargo depende de la intervención del usuario el poder realizar la identificación de dónde realmente corresponde el área superpuesta y dónde se debe eliminar la otra.

Fuente: *Caso presente en la capa vectorial de distritos proporcionada por el Departamento de*

Cartografía del IGN, 2011.

Figura 8.*Error por distanciamiento*

	Error por distanciamiento de geodatos en una misma capa. Existen muchos métodos para la corroboración y corrección de este tipo de errores. La mayoría de programas de SIG en la actualidad cuentan con herramientas que permiten identificar y corregir esta discrepancia en la información, sin embargo el usuario debe realizar una revisión anterior y posterior a la aplicación de las herramientas para saber si el producto resultante corresponde con la realidad.

Fuente: *Caso presente en la capa vectorial de distritos proporcionada por el Departamento de*

Cartografía del IGN, 2011

Acercamiento a la georreferenciación de mipyme

Con el primer acercamiento se obtuvo como resultado tres herramientas espaciales de interés para la consulta sobre la distribución y ubicación de las mipymes.

- Análisis espacial de la distribución de una red de servicios y comercios dentro de la Gran Área Metropolitana (GAM).
- Análisis nacional de la distribución de servicios por área comercial y servicios, contemplando empleadores y trabajadores.
- Desarrollo de una herramienta de consulta *web* de mapas temáticos.

Red de servicios y comercios dentro de la Gran Área Metropolitana (GAM)

Consiste en una representación espacial visual y numérica de la ubicación geográfica de un total de 6707 negocios en las áreas de comercio, servicios, industria

y transporte dentro de la GAM, datos obtenidos a partir del levantamiento geográfico para el Censo Nacional 2011.

A partir de esta información se ha determinado la dominancia de las áreas centrales de los cantones de Alajuela, Cartago, Heredia y San José, como las de mayor presencia comercial, industrial y de servicios (figuras 9 y 10).

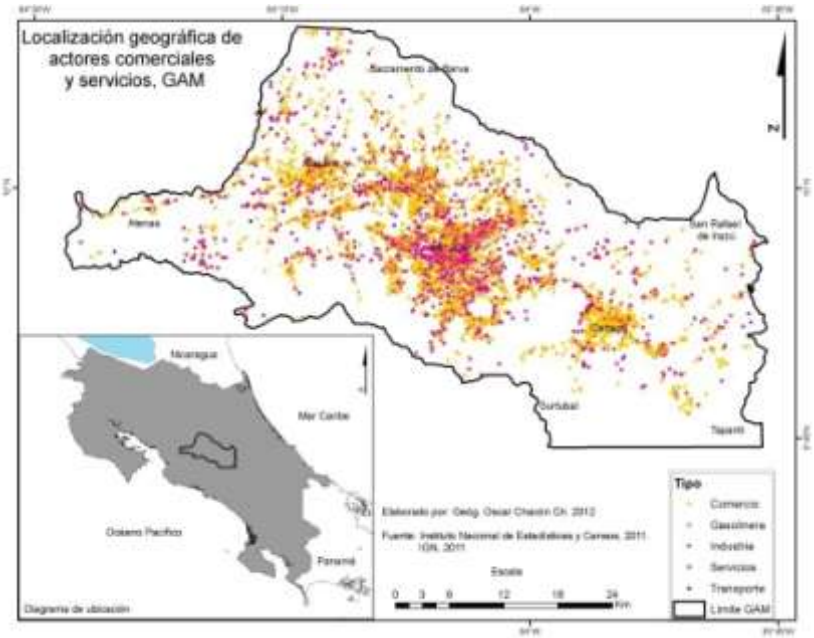
Cuadro 1.*Cantidad de actores comerciales y servicios dentro de la GAM*

Cantón	Área				
	Comercio	Industrial	Servicios	Transporte	Total
Alajuela	555	109	125	7	796
Alajuelita	94	2	40	2	138
Alvarado	18	3	4	0	25
Aserrí	37	1	23	1	62
Atenas	41	1	13	2	57
Barva	99	8	24	1	132
Belén	74	11	16	2	103
Cartago	337	73	24	2	436
Curridabat	79	4	43	0	126
Desamparados	288	15	133	2	438
El Guarco	72	1	18	0	91
Escazú	116	2	48	0	166
Flores	61	9	20	3	93
Goicoechea	189	13	151	2	355
Heredia	234	11	66	8	319
La Unión	202	9	41	2	254
Montes de Oca	48	3	22	0	73
Mora	36	2	7	1	46
Moravia	72	2	75	0	149
Oreamuno	115	6	27	1	149

Paraíso	187	22	55	2	266
Poás	84	32	21	3	140
San Isidro	53	3	15	1	72
San José	606	53	488	25	1172
San Pablo	65	2	21	1	89
San Rafael	138	6	33	1	178
Santa Ana	45	9	36	1	91
Santa Bárbara	90	6	22	1	119
Santo Domingo	185	4	86	2	277
Tibás	154	7	46	0	207
Vázquez de Coronado	64	3	21	0	88
Total	4438	432	1764	73	6707

***Fuente**: INEC, 2012*

Figura 9.*Distribución geográfica de actores comerciales y servicios dentro de la GAM, 2011*



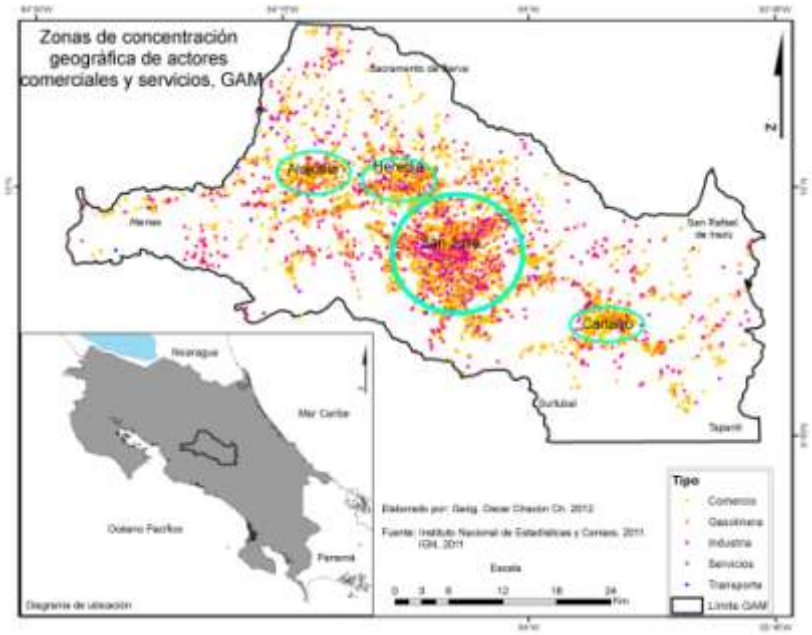
***Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011. E IGN, 2011.*

Zonas de concentración de negocios

Utilizando la información anterior se definieron cuatro grandes áreas de concentración: área central de Alajuela, Cartago, Heredia y San José (figura 11). En las primeras tres se percibe un mayor equilibrio en la cantidad de oferta relacionada con el comercio y los servicios, mientras que en la zona de concentración de San José existe una mayor presencia del sector servicios.

Por otra parte, el sector industrial se encuentra mayoritariamente representado en el cantón de Alajuela, con un total de 109 industrias, seguido por el cantón de Cartago con 73 industrias (figura 9), lo cual se puede deber al incremento en la construcción de zonas destinadas para este uso durante los últimos 10 años

Figura 10.*Zonas de concentración geográfica de actores comerciales y servicios en la GAM*



Fuente: *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011. E IGN, 2011.*

Posteriormente, se procedió a realizar un análisis de concentración y áreas de influencia comercial en cada punto geolocalizado dentro de estas cuatro grandes áreas geográficas, para lo cual se definieron tres anillos de 50 metros de equidistancia a partir del centro de comercio o servicio, el primer anillo a una distancia de 50 metros -incrementándose luego hasta los 150 metros- lo que permitió observar el área de influencia y/o cobertura que posee cada tipo de negocio.

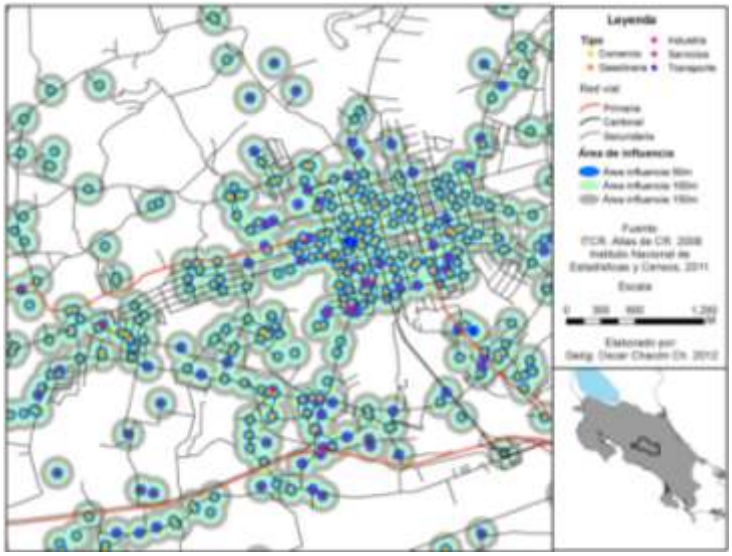
Este análisis corresponde con la teoría de desplazamiento que puede presentar un cliente en cuanto a servicios generales y la adquisición de productos

comerciales, basada en un proceso de oferta y demanda, mediante la cual se definen tanto la ubicación de servicios varios: tiendas, carnicerías, supermercados, panaderías, restaurantes, comercios de alimentos en general, entre otros servicios; así como el establecimiento de residencias y áreas comerciales.

Igualmente el proceso permite identificar las zonas de concentración económica, cuáles son los sectores de mayor actividad y cuáles de media o baja conducta, así como también proyectar áreas de crecimiento potencial.

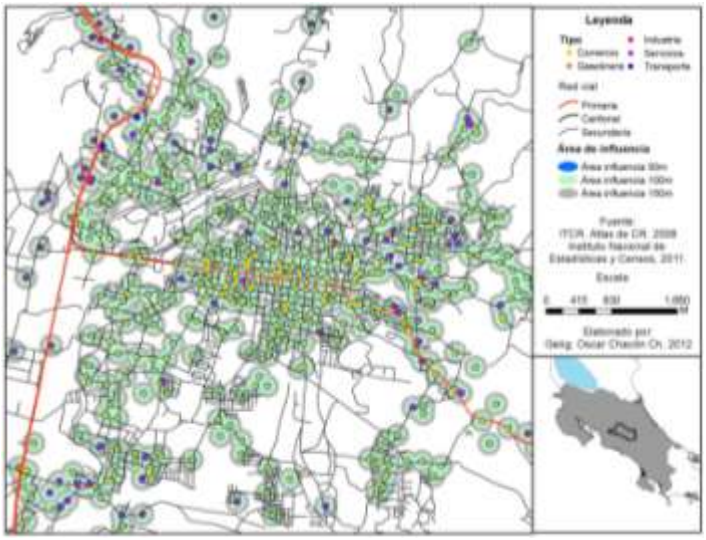
En las figuras 12, 13, 14 y 15, se puede observar la concentración y distribución actual de los diferentes sitios utilizados para brindar servicios o comercios dentro de las zonas centrales de Alajuela, Cartago, Heredia y San José.

Figura 11.*Concentración y zonas de influencia comercial y servicios en el área central de Alajuela*



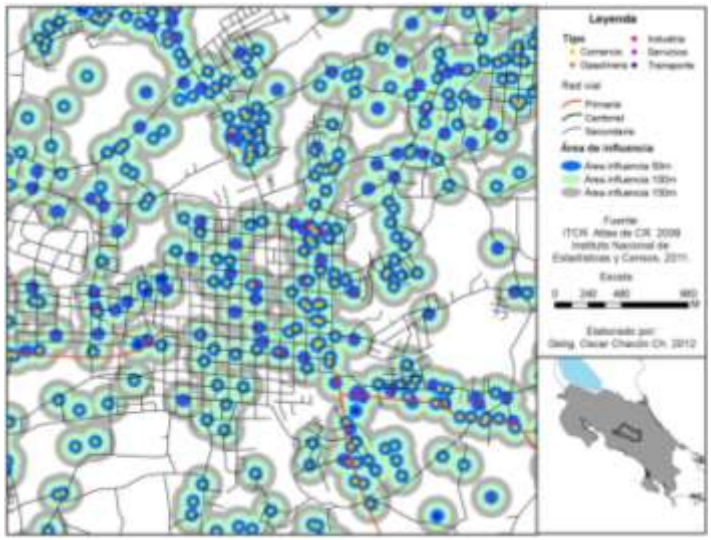
Fuente: *ITCR, Atlas de Costa Rica, 2008. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011.*

Figura 12*.Concentración y zonas de influencia comercial y servicios en el área central de Cartago*



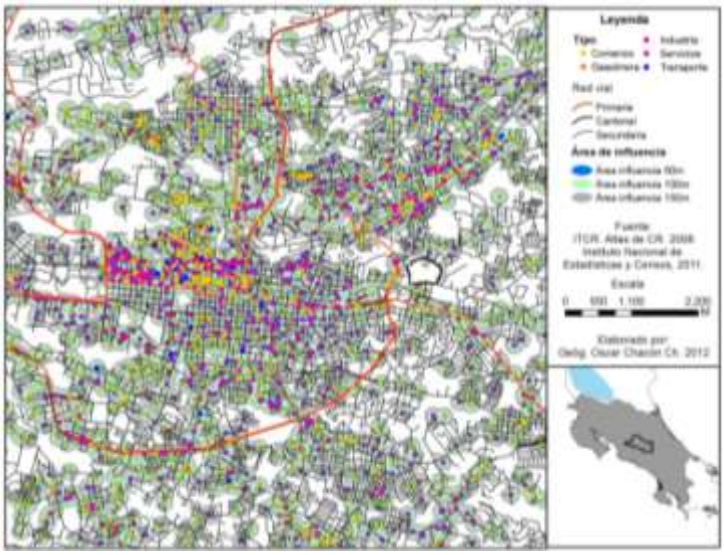
Fuente: *ITCR, Atlas de Costa Rica, 2008. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011.*

Figura 13.*Concentración y zonas de influencia comercial y servicios en el área central de Heredia*



Fuente: *ITCR, Atlas de Costa Rica, 2008. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011.*

Figura 14.*Concentración y zonas de influencia comercial y servicios en el área central de San José*



Fuente: *ITCR, Atlas de Costa Rica, 2008. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011.*

De las anteriores figuras cabe rescatar la existencia de un proceso de desarrollo diferente entre Alajuela y Cartago, con respecto a Heredia y San José. En el caso de las dos primeras se puede observar un desarrollo lineal a lo largo de las dos principales rutas de comunicación a saber la carretera Bernardo Soto y la radial a Cartago, respectivamente. Mientras tanto en el caso de Heredia y San José, el desarrollo se encuentra distribuido a lo largo de toda el área central de cada localidad, lo cual se encuentra relacionado con el tiempo de expansionismo y las rutas de acceso que posee cada sitio.

Análisis nacional de la distribución de servicios por área comercial y servicios, contemplando empleadores y trabajadores

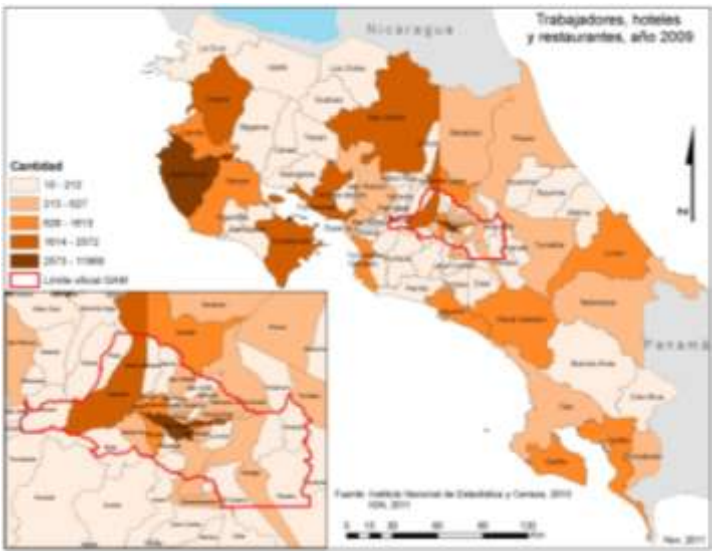
El análisis se realizó por medio de la elaboración de 262 mapas temáticos, los cuales representan un fenómeno espacial en específico como pueden ser los diferentes índices de consumo de electricidad, o bien la cantidad de horas de uso de un equipo electrónico, industrial o habitacional.

A partir de estos mapas se ejecutó una representación gráfica de información proveniente del Instituto Costarricense de Electricidad, como es el caso de los clientes del consumo eléctrico del sector, los clientes del servicio eléctrico industria menor, el consumo eléctrico cantonal por sector, el consumo eléctrico industria menor, así como otras variables tales como: los patronos, la explotación de minas y canteras, los patronos según las organizaciones extraterritoriales, los trabajadores de actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler, entre otras.

Los anteriores patrones de distribución y concentración del acceso a servicios básicos resulta en la ubicación y expansionismo nacional de los comercios, industrias y servicios en general, asociado al tipo de servicio que se brinde; por ejemplo, el servicio del sector turismo se encuentra mayoritariamente concentrado en las zonas

costeras o en aquellos sitios donde es posible tener acceso a un atractivo único, como es el caso de Monteverde y el volcán Arenal (figura 16).

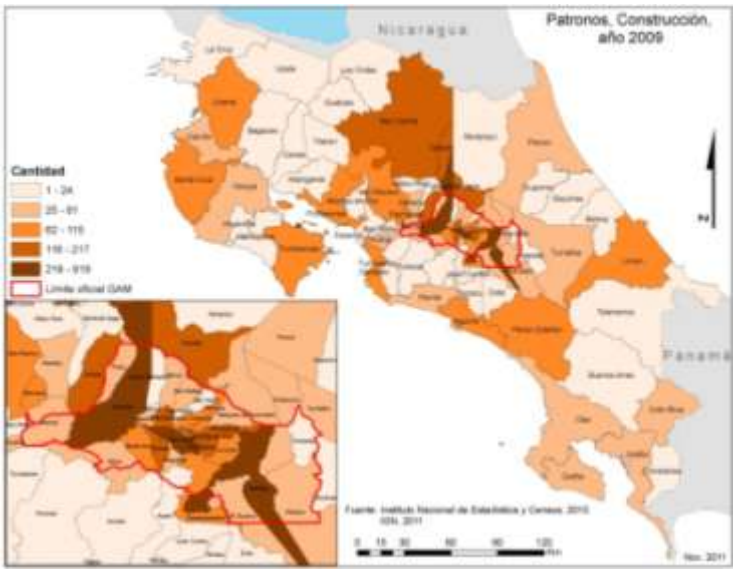
Figura 15.*Trabajadores, hoteles y restaurantes asociados al turismo (2009)*



Fuente: *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010. E IGN, 2011.*

Otro ejemplo de este análisis corresponde con el desarrollo del sector de la construcción, caracterizado por estar asociado principalmente a cuatro variables, a saber vivienda, turismo, industria y comercio.

Figura 16. *Patrones de la construcción (2009)*



Fuente: *ITCR, Atlas de Costa Rica, 2008. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011.*

En la figura 17 se observa como el desarrollo del sector construcción relacionado con el turismo se concentró principalmente en cantones como Liberia, Santa Cruz, Puntarenas, Aguirre, Limón y San Carlos, principalmente, siendo éste último el de mayor desarrollo de todos gracias a los atractivos que presenta la zona, principalmente las actividades que giran

en torno al volcán Arenal. Por otra parte, el área central del país o Gran Área Metropolitana, debe su mayor desarrollo del sector al incremento de condominios y otros relacionados a la vivienda, así también como al de comercios e industrias en general.

Desarrollo de una herramienta de consulta web de mapas temáticos

El tercer producto obtenido durante este proyecto ha sido la herramienta *web* que permite a los diferentes usuarios acceder a un enlace en *Internet* donde se realizan las diferentes consultas por sector (empresas, empleados, etcétera), lo cual facilita el acceso tanto a mapas temáticos comparativos por año como a bases de datos alfanuméricas, y la realización de un proceso comparativo entre actividades por año.

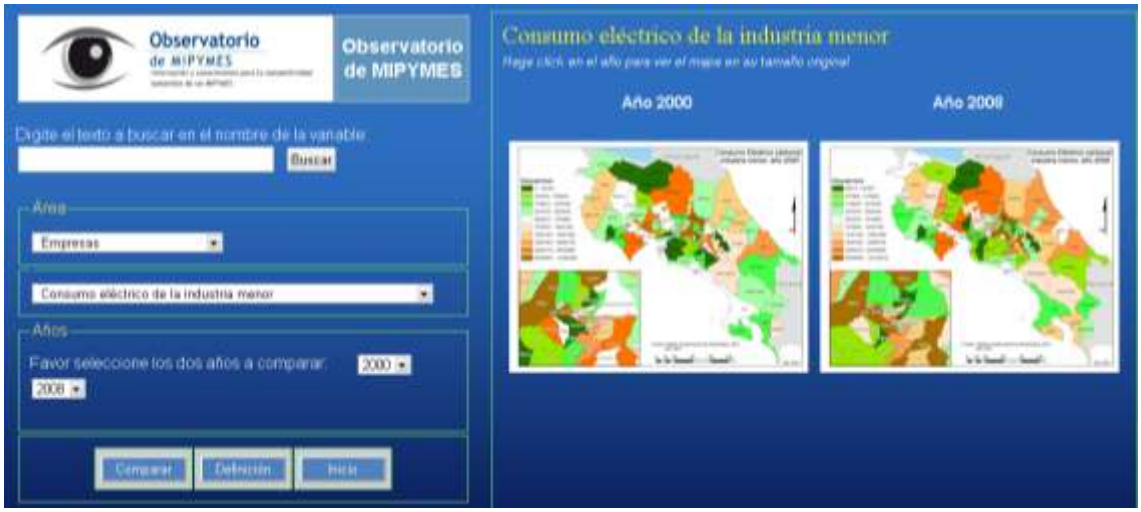
Mediante el sitio *web*http://pymes.uned.ac.cr/ se realizan consultas comparativas en el área de empresas y empleos relacionados con las mipymes, con información del primer decenio del siglo XXI. En las figuras 18, 19, 20 y 21 se observa el procedimiento por seguir.

Figura 17.*Ingreso al sitio web del proyecto*

Figura 18.*Ventana para la selección de criterios – área y variable*

Figura 19.*Explicación de la definición y la metodología para construir la variable*

Figura 20.*Visualización de mapas comparativos según variable*



Este último resultado se encuentra en vías de mejora, así el usuario podrá, además de visualizar mapas estáticos, acceder a un sistema dinámico para consultas y navegación en tiempo real en el terreno.

Conclusiones

El uso de las herramientas de sistemas de información geográfica ha abarcado en los últimos años una gran variedad de mercados, entre ellos el económico, pues conocer la ubicación, la distribución y los vacíos permite mejores criterios para el establecimiento de un negocio exitoso.

Internacionalmente, las distintas experiencias geoespaciales indican que el éxito en el desarrollo de las pymes radica en el conocimiento de una serie de premisas acerca de la efectividad de las políticas públicas, considerando la necesidad de establecer un nivel territorial local, siendo los gobiernos municipales los de mayor importancia. Con el fin de ejecutar efectivamente las políticas es necesario contar con la información adecuada y precisa sobre la localización territorial de las empresas, comercios o industrias, lo cual beneficia tanto a la empresa como a la sociedad por medio de la generación de empleo, el mayor acceso a bienes y servicios, así como el incremento en las finanzas municipales y nacionales.

Retos

El principal reto se basa en la utilización de una herramienta cartográfica que permita al usuario poder visualizar en tiempo real y desde cualquier parte del mundo la información cartográfica. Actualmente, se está trabajando en un sistema de visor de mapas *web* en plataforma *Mapserver*, con el cual se podrán visualizar además de los sitios de ubicación de los centros de servicios y comercio, la información base para la debida ubicación del usuario tal como los elementos de caminos, ríos, parques, centros de ciudad, entre otros.

Por otra parte, en la actualidad existe un proceso de negociación directamente con la empresa *Google* para tratar de implementar otro sistema basado en *Google* Mapas, para que el usuario además de visualizar y consultar en su computadora personal o de escritorio, también pueda emplear los teléfonos inteligentes y optar a mayor portabilidad de los datos y con ello contar con mayor acceso a la información independientemente de su ubicación geográfica.

Glosario

- *Datum*: Conjunto de mediciones que definen la orientación de un elipsoide determinado en la superficie terrestre.
- Elipsoide: Superficie abstracta de referencia, utilizada para aproximar la forma del geoide pero sin sus irregularidades.
- Error de comisión: Designa la toma de decisiones tardías con la información; o bien, cuando se realiza una manipulación errada de los datos.
- Error de omisión: Cuando se omiten adrede datos que son importantes.
- Esferoide: Cuerpo sólido que tiene forma similar al de una esfera.
- Geoide: Forma teórica de la tierra en la que se toma como superficie el nivel medio del mar.
- GPS: Es un sistema de navegación por satélite, conformado por una red de 24 satélites colocados en órbita por el Departamento de Defensa de EE.UU.
- Shapefile: archivo nativo de la casa matriz ESRI, que en la actualidad se ha convertido en un archivo universal de lectura de datos cartográficos.
- Sistemas de información geográfica: conjunto de hardware, software, datos, personas (operadores) y procedimientos. Los cuales son organizados para capturar, almacenar, actualizar, manejar, analizar y desplegar eficientemente rasgos de información referenciados espacialmente.

- Sistema de coordenadas: representación abstracta en meridianos y paralelos de la ubicación espacial de cualquier punto de la Tierra.

Referencias

Chuvico, E. (2010). *Teledetección Ambiental: La observación de la tierra desde el espacio* (III ed.). Barcelona, España: Editorial Ariel.

ESRI. (1999-2006). ArcGis 9.2. Redlands, California, Estados Unidos.

ESRI. (1992-2002). ArcView 3.3. Redlands, California, Estados Unidos.

Fallas, J. (2003). *Mapealo.* Recuperado el 11 de Setiembre de 2011, de http://www.mapealo.com/Costaricageodigital/Documentos/alfabetizacion/proyeccion_datum.pdf

Kenneth E. Foote, D. J. (1995). *Error, Exactitud y Precisión*. Recuperado el 11 de Setiembre de 2011, de www.uam.es/docencia/geoteca//articulos/error/Esp/Error,%20Exactitud%20y%20Precision.htm

Manifold., N. (1993-2010). Manifold. Wanchai, Hong Kong, China.

Unidad Ejecutora, P. d. (s.f.). *Sistema de Referencia CR05 y Proyección Transversal Mercator para Costa Rica CRTM05.* Recuperado el 10 de Setiembre de 2011, de Unidad Ejectura de Catastro: www.uecatastro.org

ANEXOS

METODOLOGÍA

Se presentan los principales detalles metodológicos de la Segunda Encuesta Nacional de Omipyme, a fin de ubicar sus alcances y limitaciones. Es importante destacar que la segunda encuesta buscó mantener los aspectos básicos del diseño utilizado en 2007, con miras a realizar comparaciones válidas entre los resultados de ese año y los de 2011. Sin embargo, es preciso anotar que la primera encuesta no se diseñó y aplicó como panel, razón por la cual constituye un elemento fundamental que restringe las comparaciones. Otro aspecto que incorpora la segunda encuesta y mejora las precisiones sobre grupos de empresas es la posibilidad de obtener resultados por sector y tamaño de empresa en forma complementaria, con grados de confianza claros que permitirán ulteriores análisis.

Población de estudio

Dadas las características del parque empresarial y las posibilidades de cobertura en esta investigación, se decidió tomar como población de estudio a las empresas catalogadas como mipymes, formalmente establecidas dentro del territorio nacional al 31 de enero del 2011, y que fuera factible contactar mediante una entrevista vía telefónica. Asimismo, se decidió estudiar, al igual que en 2007, solo las siguientes actividades económicas:

- Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca
- Comercio y reparación
- Industria manufacturera
- Servicios

El criterio para la selección de las personas informantes de la encuesta se definió en función de su condición de propietarias de la empresa o, dada la dificultad que puede presentar la opción, otras personas con capacidad de responder efectivamente el cuestionario, tales como aquellas que ocupan puestos a nivel de dirección, gerencia o jefatura en las empresas.

La decisión de realizar la entrevista vía telefónica también permite comparar sus resultados con la encuesta del 2007, en donde se utilizó dicho procedimiento de recolección de datos. Además, esta opción permite la disminución de los costos y el tiempo disponible, especialmente con la utilización del sistema CATI (Computer-Assisted Telephone Interviewing), en la cual se elimina la etapa de digitación de los datos de las preguntas cerradas.

Marco muestral

Al igual que en 2007, el marco muestral o listado de empresas formalmente establecidas fue proporcionado por el Banco Popular en un archivo en formato de hoja de cálculo. La entidad brindó la información del registro SICERE (Sistema Centralizado de Recaudación) actualizado a enero del 2011. Este registro es administrado por la CCSS y se basa en la información derivada de la recaudación de las cuotas obrero patronales aportadas por los patronos a la CCSS.

La información de interés proveniente del marco muestral obtenido del SICERE, permitió el siguiente diseño muestral, tomando como criterios: nombre del patrono, número de empleados, actividad económica de la empresa, código CIIU, número telefónico de la empresa y ubicación geográfica (provincia, cantón y distrito).

En el cuadro 1 se resume la información del marco muestral suministrado, que contiene las empresas formalmente inscritas en el país, las cuales constituyen un total de 59 675. Es evidente la concentración importante de empresas en las actividades: comercio, actividades inmobiliarias y servicios en general.

Cuadro 1. *Distribución de las empresas registradas en el marco muestral original según rama de actividad económica*

Rama de actividad económica	N° de empresas	%
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	4604	7,7
Pesca, acuicultura y actividades de servicios relacionados con la pesca	129	0,2
Industria manufacturera	3180	5,3
Construcción	2770	4,6
Comercio al por mayor y al por menor	11 146	18,7
Hoteles y restaurantes	3105	5,2
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2613	4,4
Intermediación financiera	557	0,9
Actividades inmobiliarias, empresariales	6502	10,9
Enseñanza	574	1,0
Servicios sociales y de salud	2352	3,9
Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	4037	6,8
Otras actividades que no son de interés	5845	9,8
Sin información	12 261	20,5
Total	59 675	100,0

Fuente: *Elaboración propia a partir de SICERE, 2010.*

Depuración del marco muestral

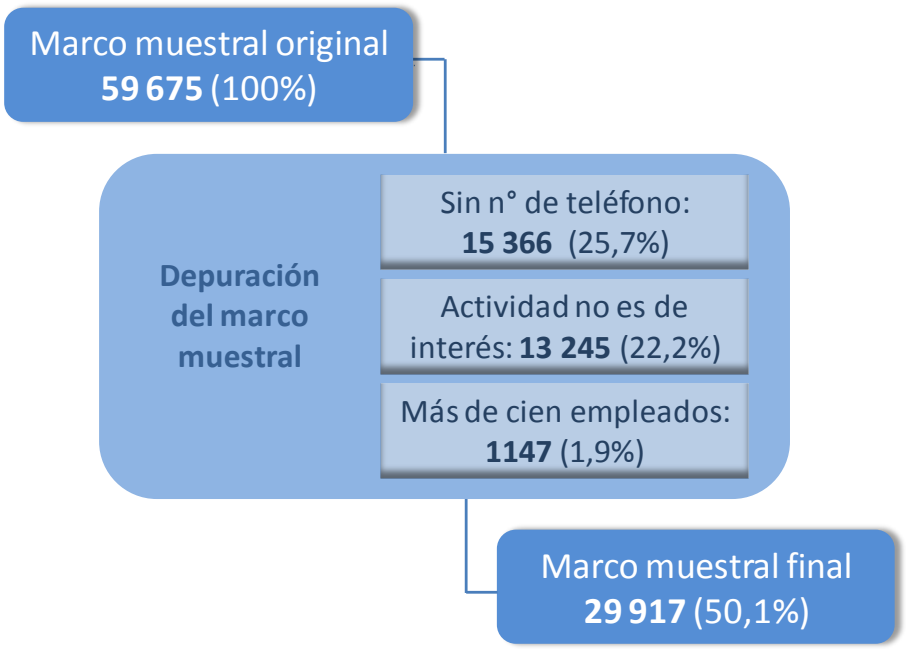
De acuerdo con la definición de la población en estudio, fue necesario depurar el marco muestral original para adaptarlo a la definición. Este proceso de depuración requirió tres grandes actividades:

- El primer paso fue eliminar las empresas que no incorporaron en el marco muestral el número telefónico, 25,7% de las empresas (15 366).
- Dada la definición de las empresas catalogadas como mipymes, se eliminaron las empresas de más de 100 empleados, 1,9% del total (1147).

- Finalmente se determinó que una serie de actividades económicas no eran de interés para este estudio, tales como: explotación de minas y canteras, suministro de electricidad, gas y agua, administración pública y defensa, hogares privados con servicio doméstico y organizaciones y órganos extraterritoriales; además de las que no contienen la descripción de la actividad económica que desarrollan. Todas estas empresas en su conjunto representan 22,2% del total de empresas del marco muestral original.

Es importante indicar que esta depuración se realizó en forma similar en el marco muestral utilizado para la encuesta del 2007. En la figura 1 se resume este proceso, resultando como válida para los efectos, delimitaciones y restricciones del estudio 50,1% del marco original.

Figura 1. *Resultados de la depuración del marco muestral*



Fuente: *Elaboración propia a partir de SICERE, 2010.*

Una vez depurado el marco muestral, se utilizaron tres categorías con base en el número de empleados (tamaño de las empresas) para las mipymes:

- Microempresas: de 1 a 5 empleados
- Empresas pequeñas: de 6 a 30 más empleados
- Empresas medianas: de 31 a 100 empleados

Como se indicó anteriormente, interesan las empresas ubicadas en cuatro actividades económicas, definidas a partir de la clasificación que ofrece la Dirección Actuarial de la CCSS y basada en el CIIU 3 (información incorporada en el marco muestral), cuyo detalle es el siguiente:

Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (se agregó la actividad de pesca)

- Comercio y reparación (no se agregaron otras actividades económicas).
- Industria manufacturera (no se agregaron otras actividades económicas).
- Servicios (se agregaron las actividades de construcción; hoteles y restaurantes; transporte, almacenamiento y comunicaciones; intermediación financiera; actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler; enseñanza; servicios sociales y de salud; otras actividades sociales y personales).

En el cuadro 2 se resume la distribución del marco muestral depurado, según las tres categorías de las empresas (tamaño) y las actividades económicas que interesan en esta encuesta.

Cuadro 2. *Distribución de las empresas en marco muestral depurado según actividad económica y tamaño de las empresas*

Actividad	Tamaño:			Total
	Micro	Pequeña	Mediana	
Agricultura y pesca	2425	897	144	3466
Comercio	5548	3393	496	9437
Servicios	8662	4745	1014	14 421
Industria	1228	1119	246	2593
Total	17 863	10 154	1900	29 917

Fuente: *Elaboración propia a partir de SICERE, 2010.*

Esta distribución de la empresas fue el fundamento para elaborar el diseño muestral utilizado en 2007 y también para el diseño de la muestra utilizada en la segunda encuesta del 2011.

Tamaño de la muestra y la precisión de las estimaciones

La decisión sobre el tamaño de la muestra es producto de una combinación de conceptos estadísticos y factibilidad económica del proyecto; dados los recursos financieros disponibles y el tiempo de ejecución, resulta conveniente un tamaño de muestra de 1230 empresas para definir el diseño definitivo.

Proporcionadas las características del marco muestral disponible, en el que las unidades de muestreo se encuentran identificadas y en forma independiente, y además se tiene definido el tamaño de muestra; se analizó el concepto de error

máximo permisible, dentro del modelo de un muestreo simple al azar, utilizando la fórmula (no incluye la corrección para poblaciones finitas):

$$n = \frac{z^2_{\alpha/2}\, pq}{d^2}$$

Mediante el uso de esta fórmula, se calculó el error máximo permisible que se cometería en la estimación de proporciones (*d*) con ese tamaño de muestra. Para ello se estableció un nivel de confianza del 95% (*z*=1,96) para la estimación de proporciones (con un valor máximo de *pq = 0,25*). Con base en estos supuestos se estimó el valor del error (*d*):

$$d = [(1{,}96^2 * 0{,}50*0{,}50)/1.230]^{0{,}5} = = 0{,}028$$

Lo anterior indica que el margen de error máximo de una proporción, utilizando una muestra de 1230 empresas es de *d* = 2,8 puntos porcentuales. Se interpreta en el sentido que la muestra produce estimaciones de proporciones que pueden alejarse hasta 2,8 puntos porcentuales del verdadero valor poblacional, lo que se considera una magnitud aceptable para los propósitos de las estimaciones de esta encuesta y sus usos posteriores.

Estratificación utilizada

Para el tamaño de muestra definido se requería un diseño muestral estratificado que considerara dos variables: la actividad económica de las empresas y su tamaño; por lo que el tamaño de muestra se desagregó para cada uno de los estratos conformados, tomando en consideración que se desea obtener estimaciones independientes para cada estrato.

Con base en la distribución del cuadro 2, se utilizaron como estratos las casillas conformadas por dicho cuadro, resultando en forma definitiva 12 estratos en los cuales se distribuyó el total de la muestra. Para esta distribución se analizaron varias opciones considerando los posibles errores máximos permisibles (precisión deseada) en cada caso, cifras que se resumen en el siguiente cuadro.

Cuadro 3. *Distribución de la muestra por estratos*

Actividad	Tamaño:			Total
	Micro	Pequeña	Mediana	
Agricultura y pesca	80	80	80	240
Comercio	100	100	100	300
Servicios	150	150	150	450
Industria	80	80	80	240
TOTAL	410	410	410	1230

Fuente: *Elaboración propia, 2010.*

Una vez determinado el tamaño de la muestra total y su distribución entre los estratos, se seleccionaron 3600 empresas. Esta decisión fue establecida con base en experiencias anteriores y considerando los posibles problemas del marco muestral en relación con datos inexactos, los rechazos a la encuesta y empresas que sería difícil contactar durante el trabajo de campo. La selección se estableció aplicando el método sistemático en cada estrato. Se esperaba una respuesta efectiva de poco más de 30% para cumplir con el tamaño de muestra deseado. Las fracciones finales de muestreo se resumen en el cuadro 4.

Cuadro 4. *Fracciones finales de muestreo aplicadas en cada estrato* Actividad	Tamaño:		
	Micro	Pequeña	Mediana
Agricultura y pesca	1/24	1/12	1/6
Comercio	1/33	1/34	1/10
Servicios	1/40	1/33	1/14
Industria	1/11	1/14	1/8

Fuente: *Elaboración propia, 2010.*

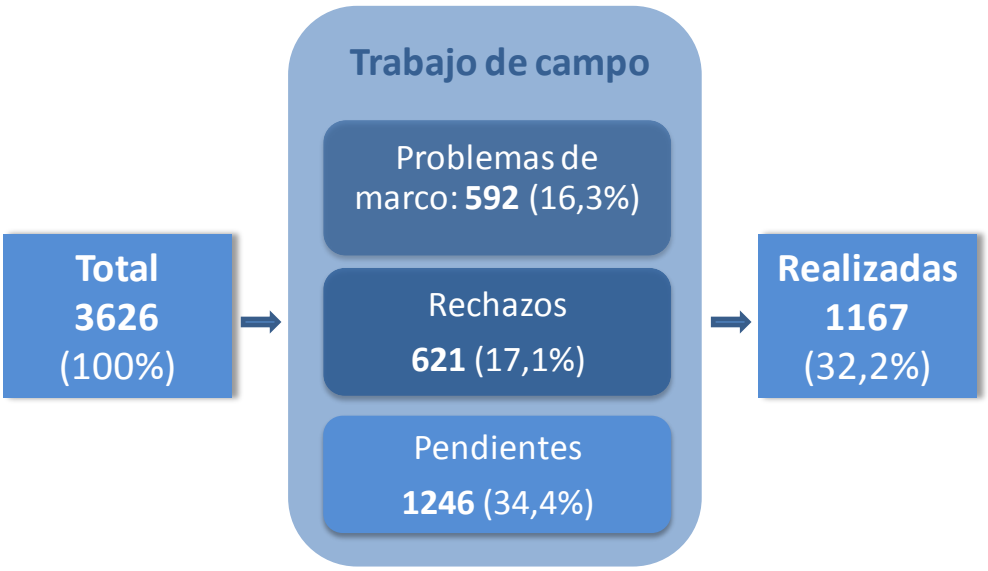
Ante las probabilidades de selección tan diferentes de las empresas en cada estrato, se requiere ponderar la muestra. Los factores de ponderación se presentan más adelante.

Trabajo de campo

El trabajo de campo inició el 11 de julio y finalizó el 31 de agosto del 2011. Previamente, se realizó una capacitación a 45 entrevistadores y 4 supervisoras, todos con amplia experiencia en la recolección de datos mediante un sistema CATI. El personal del Observatorio del Desarrollo de la UCR participó enfatizando en los objetivos e importancia del estudio y los diferentes módulos que conformaban el cuestionario.

Los resultados del trabajo de campo se resumen en la figura 2. Como se había previsto, el porcentaje de entrevistas realizadas fue de 32,2%, con una tasa de rechazo explícita del 17,1%. Sin embargo, para más de la mitad de las empresas no fue posible realizar la entrevista por problemas con el marco muestral (16,3%) o porque quedaron pendientes (34,4%) después de haber llamado diez o más veces al número telefónico disponible y en diferentes momentos del día.

Figura 2. *Resultados del trabajo de campo*



Fuente: *Elaboración propia.*

De las cifras anteriores se concluye que se llamó a tres empresas diferentes para realizar una entrevista y, por cada una, en promedio se efectuaron diez llamadas. Es importante destacar que una estrategia puesta en práctica fue la concertación de cita para llamar al entrevistado, y la experiencia se considera recomendable para este tipo de trabajo de campo.

En este tipo de encuestas, debido a la desactualización del marco muestral y en relación con el número de empleados o errores en la codificación de la actividad de las empresas, se presentaron diferencias en cuanto al diseño planeado. Los resultados de la muestra final se resumen en el cuadro 5, apreciándose diferencias importantes con los tamaños de muestra planeados en el diseño y los resultados del trabajo de campo, especialmente para las microempresas.

Cuadro 5. *Distribución final de las entrevistas realizadas por estrato*

Actividad	Tamaño:			Total
	Micro	Pequeña	Mediana*	
Agricultura y pesca	99	72	23	194
Comercio	168	100	50	318
Servicios	217	143	72	432
Industria	111	82	30	223
TOTAL	595	397	175	1167

* Dentro del grupo de empresas medianas se ubican 40 empresas que indicaron emplear a más de 100 personas, a pesar de que en el marco muestral aparecen con menos empleados.

Fuente: *Elaboración propia, 2010.*

Ponderación de la muestra

Como se indicó anteriormente, se debe ponderar la muestra de empresas seleccionadas para restablecer las probabilidades iguales que el procedimiento de selección no consideró. Por otra parte, las ponderaciones de los estratos se calculan con base en el marco muestral utilizado, el cual presenta problemas y no se cuenta con criterio para corregirlos, por lo cual las cifras del cuadro 2 se mantienen para la estimación de las ponderaciones.

En el cuadro 6 se observan las ponderaciones obtenidas al relacionar la distribución ideal de la muestra, en forma proporcional y de acuerdo con su distribución por estratos en la población, con los resultados finales del trabajo de campo.

Cuadro 6. *Ponderaciones para los estratos*

Actividad	Tamaño:		
	Micro	Pequeña	Mediana
Agricultura y pesca	0,95550	0,48597	0,24422
Comercio	1,28819	1,32354	0,38696
Servicios	1,55708	1,29435	0,54936
Industria	0,43155	0,53232	0,31986

Fuente: *Elaboración propia, 2010.*

Comparación de las muestras del primer y segundo diagnóstico

Diferencias en el marco muestral

Al igual que en el 2011, para el 2007 se utilizó el marco muestral brindado por el Banco Popular. En ese año el universo de empresas fue de 48 480, de las cuales fueron eliminadas 13 477 (27%) por la índole de sus actividades. Sin embargo, no se dispone de registros para estimar el número de empresas que no tenían teléfono o cuántas eran empresas grandes. Lo anterior implicó trabajar con un universo de 35 003 empresas.

En el 2011, de un total de 59 675 empresas registradas originalmente en el marco muestral, se trabajó con 29 917 empresas susceptibles de ser entrevistadas, después de realizar una exhaustiva depuración. Por tanto, existe una diferencia de 5086 empresas menos en el marco depurado de 2011 en relación con 2007, a pesar que el tamaño de la población en el 2011 era más grande.

El análisis de la distribución de las empresas que fueron excluidas en el 2011 por no poseer número telefónico, indica que cambios en los universos de empresas. Se deduce un crecimiento de algunas categorías con respecto al 2007, pero también un decrecimiento, principalmente en el número de microempresas dedicadas al comercio y a los servicios.

La situación anterior se describe con el propósito de explicar que la encuesta realizada en 2011 presenta diferencias en la selección de las empresas, respecto de la primera encuesta. En el 2011 se aplicaron criterios más estrictos, lo cual representó una disminución a nivel general de 17 % y, por tanto, esta segunda encuesta permite

hacer inferencias y estimaciones más precisas para 83 % del universo total de mipymes. [14]

Diferencias en el diseño de la muestra

En cuanto al diseño de la muestra, en ambos casos se utilizó el marco muestral proporcionado por el Banco Popular. Se emplearon procedimientos similares para la selección de los estratos, los tamaños de empresa y la depuración, siendo más estrictos en el 2011 como se indicó anteriormente.

Para el 2011 se agregó la posibilidad de que el diseño de la encuesta fuera panel, con el fin de abordar las mismas empresas en un período de tiempo, lo cual es un parámetro nuevo en relación con el estudio del 2007. Actualmente es imposible comparar información de las empresas seleccionadas en el primer y segundo estudio, ya que en la primera encuesta no se consideró como parte del diseño.

Se destaca que parte del diseño muestral de la encuesta del 2011 fue incorporar la posibilidad de contar con empresas sustitutas en casos de rechazo o de no ubicar la seleccionada. Es decir, para cada empresa seleccionada se dispuso de dos adicionales que podían sustituirla. Esta condición no aplicaba para toda la muestra puesto que había algunos estratos cuyo tamaño impedía contar con reemplazos. No obstante, fue de mucha ayuda, ya que como se indicó hubo porcentajes altos de rechazos y de pendientes, lo cual obligaba a seleccionar empresas de reemplazo.

En relación con el tamaño de la muestra, en ambos casos se utilizó la fórmula para estimación de proporciones:

$$n_0 = \frac{z^2_{\alpha/2}\, pq}{d^2} = \frac{pq}{V}$$

Para el 2007 la muestra era de 806 empresas, mientras que para el 2011 fue de de 1167. Respecto de la estratificación, se tomaron los mismos criterios del primer estudio, utilizando los 12 estratos que se obtienen al combinar los tres tamaños de empresa con las cuatro ramas de actividad económica.

Errores de muestreo e inferencias

Tal como se indicó anteriormente, los errores de muestro en la encuesta del 2011 son considerablemente menores a los estimados para el 2007, lo cual permite estimaciones más precisas y la posibilidad de generar estimaciones para cada uno de los 12 estratos identificados. En el 2007, a pesar de que existen estimaciones de los errores de muestreo para cada estrato, los mismos no pueden ser utilizados para

Se tomaron en cuenta las 6093 empresas que no fueron seleccionadas debido a que el marco muestral no contaba con la información necesaria.

realizar estimaciones debido a que el tamaño de muestra no era lo suficientemente grande.

En resumen, hay una mejoría en los errores de muestreo obtenidos para la encuesta del 2011 en relación con el 2007, tanto a nivel general como en la precisión de errores de muestreo por sector y tamaño. Como se aprecia en el siguiente cuadro, los errores de muestro a nivel general disminuyeron de 3,5% en el 2007 a 2,7% para el 2011. Asimismo, la mayoría de errores en cada casilla (estrato) son inferiores a los correspondientes en el 2007.

Cuadro 7. *Errores de muestreo de la encuesta 2011*

Actividad	Tamaño:			
	Micro	Pequeña	Mediana	Total
Agricultura y pesca	10,8%	10,5%	7,3%	6,1%
Comercio	9,7%	9,7%	8,8%	5,6%
Servicios	7,9%	7,9%	7,4%	4,5%
Industria	10,6%	10,6%	9,0%	6,0%
Total	4,8%	4,7%	4,3%	2,7%

Fuente: *Elaboración propia.*

Estos cambios en los errores de muestreo representan un gran avance en las estimaciones y permitirán a los investigadores e instituciones interesadas contar con apreciaciones más precisas.

Diseño del cuestionario

El cuestionario seleccionado parte de la primera encuesta del 2007 y fue el resultado de un trabajo de consulta y validación entre actores, con la posterior revisión y aplicación con resultados satisfactorios. Para la segunda encuesta fueron analizadas varias versiones del cuestionario y se realizaron pruebas de la mayoría de ellas para lograr al cuestionario definitivo, el cual se incluye como anexo. Las revisiones buscaron optimizar un diseño que conservara las preguntas originales, cambiando e incorporando preguntas o ítems conforme procesos sucesivos de revisión en el grupo de trabajo de Omipyme y nuevas necesidades de información identificadas. Como valor agregado, en este estudio se incorpora por primera vez la consulta sobre datos financieros de la empresa, específicamente las ventas.

Con el cuestionario definitivo se realizó un estudio piloto con 100 empresas seleccionadas en la muestra, su propósito fue verificar una serie de aspectos del diseño muestral propuesto, el funcionamiento correcto del cuestionario, el tiempo de su aplicación, así como el sistema CATI utilizado y la confección de la base de datos correspondiente. En esta prueba se confirmó la complejidad de contactar a las personas que serían entrevistadas en las empresas y, por lo extenso del cuestionario, las posibilidades de respuesta.

La duración de la entrevista variaba dependiendo de las características de las empresas, en promedio fue de 30 a 45 minutos. Los temas indagados en la encuesta se enumeran en la siguiente tabla.

Cuadro 8. *Estructura del cuestionario*

Módulo	Tema	Preguntas
1	Características de la empresa	C1 a C5
2	Origen de la empresa	RE1 a RE18
3	Trámites	TR1 aTR4, TR4_1 a TR4_5
4	Capacitación	CT1 a CT5
5	Tecnologías de la información y comunicación	TIC1 a TIC14
6	Financiamiento	FN1 a FN16
7	Modelo de gestión	MG1 a MG19
8	Sostenibilidad e innovación	SIN12 a SIN28
9	Internacionalización	IN1 a IN21
10	Ventas	V11 y V12
11	Características del entrevistado	CE6 a CE8

Fuente: *Elaboración propia con base en el cuestionario utilizado.*