

# DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO Y PERSPECTIVAS DE INTERNACIONALIZACIÓN: ESTUDIO DE CASO 14 MICROEMPRESAS DE LA REGIÓN BRUNCA

**Max Sáurez Ulloa\***

**Raúl Fonseca Hernández\*\***

## **Resumen**

El artículo analiza las posibilidades de internacionalización que tienen 14 microempresas de la Región Brunca. Para ello se valoran las condiciones competitivas internas de la empresa y el ambiente de negocios que proporciona el entorno donde esta se desarrolla. Los cantones de Buenos Aires, Coto Brus y Golfito presentan condiciones de vulnerabilidad social, y por sus

características socioeconómicas favorecen las actividades productivas que requieren bajo nivel educativo vinculadas a la agroindustria y al comercio. La actividad económica en la zona está relacionada a grandes empresas exportadoras agrícolas y a muchas pymes en el área del comercio y los servicios.

El análisis de este grupo de micro y pequeños empresarios(as), que no tienen mucho tiempo de haber iniciado sus pequeños negocios, permite realizarles un estudio socioeconómico para determinar su potencial y analizar sus posibilidades de sostenibilidad y crecimiento. Los resultados son satisfactorios en la medida en que se evidencia una voluntad emprendedora muy grande. Por su parte, las necesidades de

---

\* Máster en Relaciones Internacionales, académico de la Escuela de Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Costa Rica. Correo: max.saurez.ulloa@una.cr

\*\* Máster en Economía del Desarrollo, Académico Escuela de Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Costa Rica. Correo: raul.fonseca.hernandez@una.cr

capacitación resultan evidentes tratándose de que sean negocios vinculados con el sector servicios.

**Palabras clave:** diagnóstico socioeconómico, estudio de caso, microempresas, Región Brunca, internacionalización.

### Abstract

The article analyzes the possibilities of internationalization that has 14 micro Brunca Region. This internal competitive business conditions and business environment that provides the environment where companies develop valued. The cantons of Buenos Aires, Coto Brus and Golfito present conditions of social vulnerability and socio-economic characteristics favor the productive activities that require little education is linked as agribusiness and trade. Economic activity in the area is linked to major agricultural export companies and many SMEs in the area of trade and services.

The analysis of this group of micro and small businessmen / women who do not have much time after starting their small businesses, can have a follow socio-economic study to determine its potential and analyze their potential for sustainability and growth. The results are satisfactory to the extent that a very large entrepreneur will evidenced. Training needs are evident in the case of businesses that are related to the services sector.

**Keywords:** socioeconomic analysis, case study, microenterprise Region Brunca, internationalization.

## Introducción

El artículo pretende analizar las posibilidades de internacionalización que tienen 14 microempresas que participan en el proyecto titulado “Servicio de capacitación y asesoría para desarrollar competencias en el mejoramiento de perfiles y la gestión de proyectos emprendedores con visión”, ejecutado por la Escuela de Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional (UNA), financiado por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y apoyado por el Instituto Mixto de Ayuda Social (IMAS), entre los meses de diciembre del 2013 y febrero del 2014. Dicho proyecto se ejecuta como un componente de capacitación en el marco del proyecto interinstitucional Germinadora del IMAS.

Se procura dar respuesta a las siguientes interrogantes: ¿qué elementos microeconómicos deben mejorar los empresarios con miras a optimizar su gestión empresarial local y potenciar su vinculación internacional?, ¿el contexto socioeconómico y el ambiente de negocios que existe en la geografía cercana a estas empresas propician el desarrollo local de los negocios y potencia una posible internacionalización de los mismos? y ¿qué elementos del entorno podrían favorecer la gestión de las microempresas a nivel local y propiciar su posterior vinculación internacional?

El éxito de una empresa se basa en dos elementos generales: una adecuada gestión interna de la empresa y un ambiente o contexto socioeconómico favorable. El primer elemento se relaciona con la claridad en el concepto de negocios que se está o se quiere desarrollar en la empresa, el cual es un elemento interno que implica tener claridad en las diferentes áreas de gestión empresarial: visión estratégica, conocimiento del mercado, pericia y conocimiento técnico, manejo de costos, estrategias competitivas y maximización de beneficios. El segundo elemento se relaciona con el clima de negocios o el contexto socioeconómico en donde se desarrolle la empresa, pues entre más desarrollado o mejor nivel tengan los elementos que se encuentran en el lugar geográfico próximo a la empresa y que apoyan el desarrollo empresarial, la probabilidad de éxito del negocio aumenta; estos elementos son, entre otros, capital humano, infraestructura vial o de telecomunicaciones, gestión institucional local, seguridad y salud; los cuales son externos al control de la empresa.

En la primera sección se analizarán teóricamente los factores internos y externos de las firmas que limitan o potencian la competitividad de las microempresas. En el segundo apartado se presentarán los aspectos metodológicos que se implementaron para la realización del artículo. Mientras que en un tercer apartado

se estudian los elementos o factores socioeconómicos del contexto o ambiente de negocios que presentan los cantones donde se ubican las empresas analizadas (Buenos Aires, Coto Brus y Golfito). En una cuarta sección, se muestran los resultados de la encuesta que valora aspectos socioeconómicos de los 14 empresarios participantes en el proyecto. En el quinto apartado se identificaron los elementos del ambiente de negocios de los cantones en análisis que favorecen el desarrollo de las empresas. Por último, se ofrecen las conclusiones y recomendaciones respectivas.

### **Aspectos teóricos**

El resultado operativo de una empresa está explicado por las estrategias competitivas que gestione a lo interno del negocio y por las condiciones o factores externos que facilitan o dificultan su competencia y permanencia en el mercado.

El objetivo de una unidad de negocios organizada bajo el capitalismo es siempre la maximización del beneficio económico, y su obtención depende de la pericia de las estrategias que implemente la empresa. Esta meta se alcanza cuando, en un mercado de competencia perfecta, la empresa logra minimizar los costos siendo eficiente en el uso de los recursos escasos (tierra, capital y trabajo) e interactuando con las demás empresas del mercado. Al reconocer

que los mercados no son perfectos, se recomiendan generar estrategias competitivas que permitan a la empresa tener una ventaja sobre las demás y obtener así un mejor posicionamiento en el mercado. En este sentido, las estrategias de competición basadas en la diferenciación vía precio, cantidad, características observables del consumidor, localización, posicionamiento en el mercado mediante publicidad, marcas, o la incorporación de cambios generados por la innovación (explicada por investigación y desarrollo, adaptación o copia) del producto por atributos tales como calidad y garantía, o por peculiaridades físicas como color, tamaño, diseño, entre otros (Brue y R, 2009; Tirole, 1990; Varian, 2006; Roberts, 2004), generan empresas competitivas que logran generar utilidades al capital.

En esta labor, el nivel de organización que se genere a lo interno de la empresa es determinante en el mejoramiento continuo y en la superación de obstáculos internos y externos que se presenten en la empresa.

El desarrollo competitivo no depende exclusivamente de las estrategias internas que desarrolle la empresa, pues estas se verán limitadas o potenciadas por condiciones del entorno geográfico inmediato en donde se desenvuelve. Estas condiciones del entorno son tratadas en los siguientes desarrollos teóricos: la competitividad sistémica (Esser, Hillebrand,

Messner y Meyer-Stamer, 1994), la cual reconoce que además del nivel microeconómico (nivel empresarial donde interactúan los consumidores y productores), se requiere el alineamiento con las condiciones del nivel macro (variables macroeconómicas, leyes del parlamento, entre otros), el nivel meso a nivel nacional, regional y cantonal (gobiernos, organizaciones privadas, instituciones educativas, financieras, de investigación y desarrollo) y el nivel meta (orientación de los grupos de actores al aprendizaje y la eficiencia, defensa de intereses y organización social). Por otro lado, mediante el diamante de la competitividad (Porter 1990), se establece que la ventaja competitiva depende de la estrategia, la estructura y la rivalidad de la empresa; las condiciones de la demanda, las condiciones y el acceso a los factores productivos (aspectos más microeconómicos); así como de los sectores conexos y de apoyo que sustentan la actividad principal de las empresas, es decir, las condiciones del contexto de negocios como tal.

Así mismo, existen desarrollos teóricos en donde el territorio o contexto en el que se desenvuelve la empresa juega un papel más o menos importante en la competitividad que resulta del negocio. El territorio juega un papel poco estratégico en la concepción de la economía en red (Koschatzky, 2002), pues se visualiza al territorio únicamente como

el lugar donde ubican las empresas que pueden interactuar sin contrato, unas con otras y en diferentes lugares. Por otro lado, la teoría del clúster le confiere al territorio un mayor protagonismo sin ser el centro de su estudio, la atención se centra en el desarrollo de la actividad económica como tal, en donde “concentraciones geográficas de empresas interconectadas, proveedores especializados” (Porter, 1998, p.78) y otros actores comercian entre sí en torno a un mismo producto o servicio.

Por su parte, las cadenas globales de valor ubicarán a las empresas en territorios en donde la reducción de los costos de transacción, el suministro de materia prima, el poder de mercado y la apropiación de la ganancia (Gereffi 2011) estén garantizados por el territorio. La teoría del distrito industrial le confiere mayor relevancia al análisis del territorio, al preocuparse por el desarrollo del entorno en donde se localiza la actividad productiva (Albuquerque 2006). Bajo este enfoque, la ubicación geográfica es vista como una “entidad socio-territorial caracterizada por la presencia simultánea activa, en un área territorial delimitada desde el punto de vista natural e históricamente determinada, de una comunidad de personas y de una población de empresas que tienden a interrelacionarse mutuamente” (Beccattini 2000, p. 65).

Para lograr el éxito de las Pymes en su proceso de internacionalización es necesaria una buena gestión de la información, aunado a tecnología, desarrollo de la educación y apoyo financiero (López 2011); para esto se debe contar con la capacidad interna y el ambiente de negocios adecuado. Así mismo, deben desarrollar capacidades objetivas (Valverde 2004) y subjetivas (Moya, citado en Valverde, 2004).

En síntesis, una adecuada estrategia de negocios que la empresa desarrolle desde su interior debe, obligatoriamente, tener en cuenta las condiciones del contexto de negocios (clima o entorno socioeconómico) que circunscribe su ubicación geográfica inmediata y su área de influencia.

## Metodología

Se utilizan dos elementos metodológicos para el desarrollo del artículo: una revisión bibliográfica secundaria que da como resultado la identificación de las variables e indicadores que caracterizarán el contexto socioeconómico o el clima de negocios, y la sistematización de sus respectivas métricas. Así mismo, se realizó un levantamiento de datos primarios mediante una encuesta aplicada a 14 empresarios de los cantones de Buenos Aires, Coto Brus y Golfito, pertenecientes a la provincia de Puntarenas, entre el 29

de noviembre y el 4 de diciembre del 2013.

Basados en la revisión del Índice de Competitividad Cantonal (Observatorio del desarrollo 2012), el Estado de la Educación (Programa Estado de la Nación, 2013), el Atlas del Desarrollo Humano Cantonal (PNUD 2011), el Índice de Gestión

Municipal (CGR 2012), el Índice de Desarrollo Social (MIDEPLAN 2013), Doing Business (Banco Mundial 2011), el reporte de la competitividad global (World Economic Forum 2012) y en los resultados del Censo de la población 2011 (INEC 2013), se identifican las siguientes tres variables generales y veinte indicadores asociados:

**Tabla 1. Variables e indicadores a analizar**

Variable	Indicador	Variable	Indicador	
Económicos	Número de empresas	Demográficos	Población	
	Empresas por sector y tamaño		Edad	
	Exportaciones		Promedio de hijos	
	ICC		Sociales	Alfabetización
	Población ocupada			Años de educación promedio
	Desempleo abierto	Educación técnica		
	Empleo por sector	Esperanza de vida		
	Empleo propio, empresa y cuenta propia	Tasa mortalidad		
	Lugar de trabajo	Índice de Desarrollo Social		
	Región empleo y empresas	Género		
		Abstencionismo		

**Fuente:** Elaboración propia.

Las encuestas fueron aplicadas a un grupo de 14 empresarios participantes del proyecto de “Servicio de capacitación y asesoría para desarrollar competencias en el mejoramiento de perfiles y la gestión de proyectos emprendedores con visión internacional”, ejecutado por la Escuela de Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional (UNA), con el apoyo del Instituto Mixto de Ayuda Social (IMAS) y financiado por la Agencia Española

de Cooperación Internacional (AECID). La misma valora elementos sociales y económicos de las personas y las empresas participantes en el proyecto, con el fin de determinar posibles oportunidades de mejora que podrían seguir las empresas para optimizar su gestión y aumentar las posibilidades de vinculación a nivel internacional.

Para el análisis de los resultados se utilizan elementos de estadística

descriptiva y se realizan pruebas de hipótesis al 95 % de confianza, mediante la utilización de pruebas no paramétricas.

La principal dificultad que se presenta en el manejo de las estadísticas está relacionada con la disponibilidad periódica y temporal de los datos. Algunas estadísticas se logran ubicar a nivel distrital, otras cantonal o provincial, esto representa un problema al tratar de aproximar el contexto de negocios inmediato al que se enfrenta la empresa en su nivel más cercano, que en este caso sería el distrito o el cantón en su defecto.

### **Diagnóstico del entorno socioeconómico**

A continuación se describen las principales características del contexto socioeconómico de los cantones de Buenos Aires (BA), Coto Brus (CB) y Golfito (G), a los que pertenecen los 14 empresarios que participan en el proyecto. Se presentan subtítulos que resumen las características principales y posteriormente se ofrece algún desarrollo al respecto.

*La zona requiere en el mediano plazo generar de más y diversos empleos*

Las oportunidades de empleo son insuficientes para la población económicamente activa (PEA) actual. En el área en análisis habitan cerca de 122 847 personas distribuidas

de la siguiente forma: Buenos Aires 45 244, Golfito 39 150 y Coto Brus 38 453 individuos, según el Censo 2011; esto representa el 30 % de la población total de Puntarenas y el 3 % del país. La PEA simboliza en promedio el 31 % de la población total, y existe una tasa de desempleo abierta cercana al 3,1 %, ligeramente menor al promedio nacional que para el 2011 rondó el 3,4 %. Sobre sale el caso del cantón de Coto Brus, en donde el desempleo es de apenas del 2,2 %.

La mayor cantidad de la población es menor de 20 años y en el mediano plazo requerirá más fuentes de empleo. Cerca del 41 % de la población de los cantones en análisis es menor de 20 años, esto significa que en menos de 10 años el cantón deberá generar una mayor cantidad de vacantes en la zona para poder absorber la demanda futura.

La mayor cantidad de empleos en la zona están asociados al sector primario y terciario. En la agricultura laboral el 54 % de la PEA de BA, el 24 % de G y el 42 % en CB; en el área de comercio y servicios se vinculan el 37 % de la PEA en BA, el 63 % en G y el 50 % en CB; en la industria se emplea el 8 % en BA, el 13 % en G y el 9 % en CB.

Los empleos en su mayoría se localizan en el mismo cantón donde residen las personas, y están asociados principalmente a trabajos

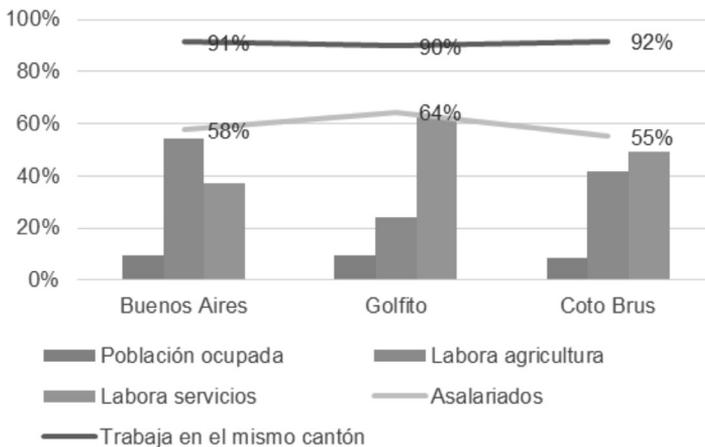
asalariados. Poco más del 90 % de la PEA labora en una empresa dentro del mismo cantón de residencia. Cerca del 60 % de la población tiene un trabajo como asalariado.

La actividad económica en la zona se concentra en actividades de baja remuneración. Según las estadísticas de la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS 2012), la mayor cantidad de empleos y patronos están registrados en las actividades agrícolas y ganaderas, el comercio, la reparación de vehículos automotores y enseres domésticos. El tipo de empleos que se genera suponen salarios bajos que requieren poca especialización, enfocados principalmente en el esfuerzo físico de quienes desempeñan esas labores.

### La mayoría de las empresas son Pymes y se dedican al comercio y a los servicios

La actividad económica a la que se dedican las empresas así como su tamaño, generan una alta vulnerabilidad del tejido productivo de la zona. En la zona operan mayoritariamente pequeñas y medianas empresas. Según el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC 2012), en los tres cantones radican cerca de 1 000 empresas (42 % en BA, 48 % en G y el 30 % restante en CB). En promedio, únicamente el 2 % de las empresas son medianas y grandes empresas. El 84 % de las empresas radicadas en la zona se refiere a microempresas, mientras que el 14% restante

**Gráfico 1**  
**Tipo de empleo, salario y ubicación de trabajo, 2001**



Fuente: elaboración propia.

está representado por pequeñas empresas. El tamaño de las empresas les impide soportar largos periodos con una baja actividad económica, dado que, por definición, la mayoría de las pymes posee un limitado capital de trabajo y poca capacidad para adaptarse en el corto plazo a las condiciones de entorno.

Existe una alta asociación entre la dinámica económica del entorno y el desarrollo de sus empresas; es decir, si en la zona la actividad económica existente en general es débil, los primeros sectores en verse afectados serán precisamente el comercio y los servicios.

Así mismo, el sector primario constituye la principal fuente de empleo de los tres cantones en estudio, sin embargo, se localiza una menor cantidad de empresas registradas en el MEIC. En la zona laboran cerca de 7 285 personas en el sector agrícola, lo cual representa en promedio el 40,2 % de la población ocupada de la zona en análisis. Según registros del MEIC (MEIC 2012) 18 empresas agrícolas están registradas en la zona, lo cual implica que en promedio 405 personas son empleadas por cada empresa. En la zona operan empresas como Palmatica, Coopeagropal, Pindeco y otras grandes compañías que ofrecen trabajo poco calificado, con salarios mínimos y con amplias jornadas de trabajo.

Ambas condiciones y un apoyo estatal poco focalizado acentúan la vulnerabilidad del tejido empresarial de la zona, poniendo en riesgo el desarrollo de esta, así como la generación de empleos en el corto y mediano plazo.

### **La zona tiene una alta vulnerabilidad social**

Los niveles de pobreza en la región Brunca son superiores al promedio del país. Desde el 2006 hasta el 2009, la pobreza en la región Brunca ha sido superior en más de 5 puntos porcentuales en el periodo en análisis. Esto obedece a factores sociales y económicos de la zona, como la baja educación, el tejido productivo reducido y concentrado, entre otros.

Los cantones en análisis presentan una alta fecundidad, explicada principalmente por una mayor participación de madres adolescentes. En relación con el número de hijos por pareja, el promedio de la zona es de 2,8 nacimientos por pareja, el cual es mayor al 2,37 de infantes que se registró en el 2011 a nivel nacional (INEC 2013). El embarazo adolescente en la zona ronda el 5,8 nacimientos, sensiblemente mayor que el promedio nacional que alcanza el 4,2 nacimientos en el mismo periodo.

La zona posee una alta esperanza de vida. En el caso de los cantones de Coto Brus y Buenos Aires esta es de 78 años, en comparación con el promedio nacional que es de 80 años (PNUD 2011). En el caso de Golfito, la esperanza de vida es menor al promedio nacional y provincial, con 76,2 años.

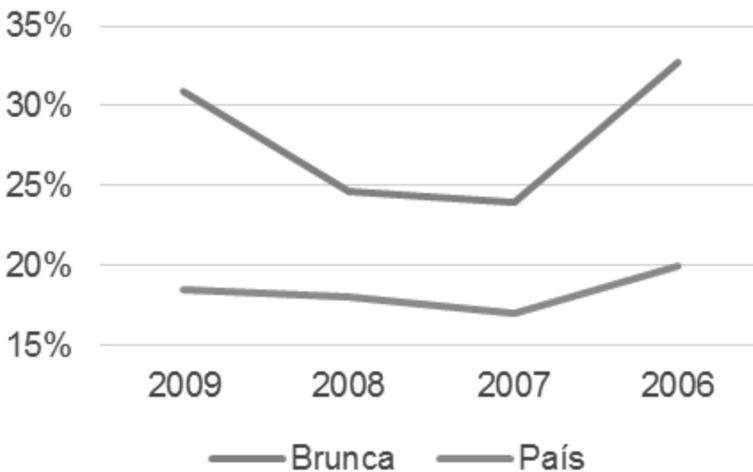
Por su parte, existe una baja participación político electoral; pues según datos del Tribunal Supremo de Elecciones (TSE 2012) los cantones de Buenos Aires, Coto Brus y Golfito tuvieron una abstención de voto del 55 %, siendo de los cantones con mayor abstencionismo a nivel nacional. Según el Estado de la Nación (2002), existe una alta relación entre

el nivel de participación ciudadana en las elecciones y la calidad de vida que perciben los habitantes, es decir, si el cantón posee una alta calidad de vida es de esperar que presente una alta participación democrática; por el contrario, si existe una baja calidad de vida, probablemente el abstencionismo sea alto.

En relación con la variable educativa se presentan las siguientes consideraciones:

La población en general tiene un alto nivel de alfabetización, sin embargo, presenta un bajo nivel de escolaridad formal. Según el Censo del 2011, en Golfito únicamente el 4 % de la población es analfabeta,

**Gráfico 2**  
**Niveles de pobreza del país y la Región Brunca. 2006-2009**



**Fuente:** Elaboración propia con base en (INEC, 2013)

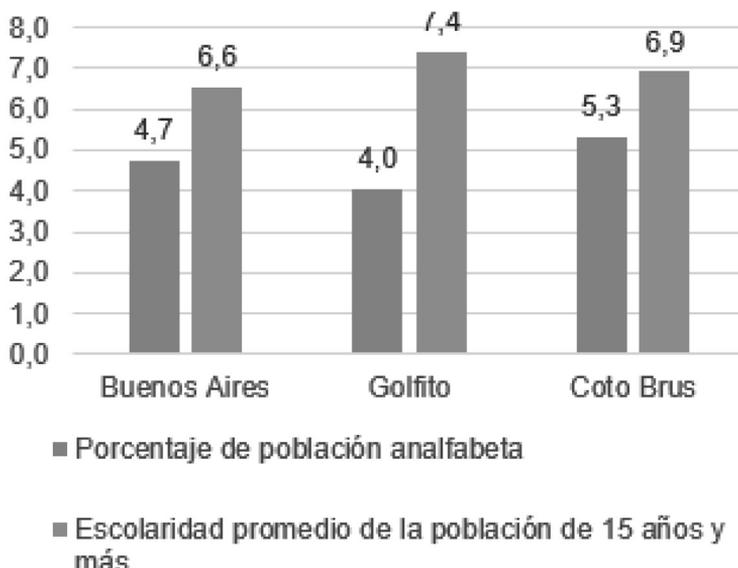
en Buenos Aires el 4,7 % y en CB el 5,7 %. Pese a esto, en promedio las personas apenas llegan a concluir el séptimo año de colegio; por ejemplo, en Buenos Aires cursan en promedio 6,6 años de educación formal, en Coto Brus 6,9 y en Golfito en promedio las personas estudian 7,4 años. Ante esto, el nivel educativo de las personas condiciona el tipo de trabajo y por ende el nivel de remuneración que van a percibir, de no corregirse esta situación se generará un mayor nivel de vulnerabilidad social.

La educación técnica que se ofrece en los cantones en análisis está desfasada del mercado laboral; como

se observa en el gráfico 4, la oferta en educación técnica nunca está en sintonía con los requerimientos del mercado laboral. Se ofrece mayor capacitación y pocas opciones laborales; como el caso de Coto Brus, en donde las opciones laborales son mayores en el área agropecuaria y en comercio y servicio, mientras que se generan pocas opciones laborales.

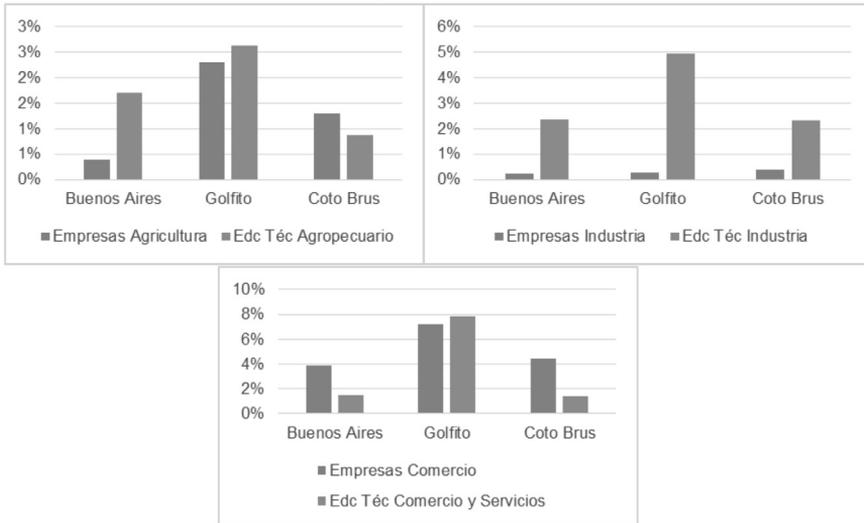
Los hombres con menor educación consiguen empleo con mayor facilidad, mientras que las mujeres con mayor educación formal pueden acceder a más oportunidades de empleo. Existe una relación inversamente proporcional entre la escolaridad de los hombres y su

**Gráfico 3**  
**Población analfabeta y escolaridad promedio. 2011**



Fuente: Elaboración propia con base en datos (INEC, 2013)

**Gráfico 4**  
**Educación técnica y número de empresas, 2012**



**Fuente:** Elaboración propia con base en datos del (INA 2012) y (INEC 2012)

participación en la fuerza de trabajo (0,47 %). Mientras que en el caso de las mujeres, se puede afirmar que existe una relación estadísticamente proporcional entre el nivel de estudio y su participación en la fuerza laboral (0,89 %), es decir, con cada año de estudio que cursen las mujeres, la posibilidad de conseguir trabajo aumenta un 0,89 %<sup>1</sup>.

**Diagnóstico socioeconómico de las empresas**

**Condiciones personales**

A continuación se describen las características personales de los 14 participantes del proyecto.

La tabla 2 presenta los nombres de los y las participantes, la idea de negocios o empresa actual y los años de experiencia que poseen.

En lo referente al género, del total de personas emprendedoras, 5 son hombres y 9 mujeres. En cuanto al estado civil, el 50 % es soltero/a, el 43 % es casado/a y un 7 % es divorciado/a. En relación con el cantón de residencia, el 50 % vive y labora en Golfito, el 29 % en Buenos Aires, el restante 21 % en Coto Brus.

<sup>1</sup> Cálculos realizados con una prueba no paramétrica que compara el género y el nivel de escolaridad con la participación en la fuerza de trabajo de cada uno.

**Tabla 2. Participantes del proyecto por idea productiva y años de experiencia, 2013.**

Nombre	Actividad productiva	Experiencia
Empresario/a 1	Pulpería	9
Empresario/a 2	Pulpería	3
Empresario/a 3	Restaurante típico	7
Empresario/a 4	Centro de fotografía	5
Empresario/a 5	Lechería y prod queso	4
Empresario/a 6	Cultivo orgánico	10
Empresario/a 7	Costura ropa íntima	4
Empresario/a 8	Construcción de negocios	50
Empresario/a 9	Pescadería y marisquería	30
Empresario/a 10	Cultivo orgánico	30
Empresario/a 11	Soda	3
Empresario/a 12	Estética canina	2
Empresario/a 13	Distribuidora de ropa	2
Empresario/a 14	Tour Mar y Tierra	3

**Fuente:** Elaboración propia.

En lo referente al nivel educativo, 3 personas concluyeron la primaria, 2 no han concluido la secundaria, 6 tienen al menos secundaria, 1 tiene nivel técnico y 2 personas cuentan con un título universitario. El promedio de hijos por familia es de 2,07, menor al promedio provincial y nacional. Con respecto a la variable laboral, 3 personas son asalariadas tiempo completo, 2 se encuentran desempleadas, 8 personas laboran en su empresa propia y únicamente 1 persona es estudiante. Solamente 10 personas están aseguradas por medio de la Caja Costarricense del Seguro Social y 4 no lo están. Pocos ingresos, alto nivel de endeudamiento y tiene limitada capacidad de ahorro. Las personas

en análisis presentan un nivel de ingreso reducido, un alto nivel de endeudamiento y presentan fuertes erogaciones asociadas a cubrir las necesidades básicas.

En promedio los/as emprendedores/as tienen un ingreso de ₡232 142 (cerca de \$460). Únicamente 2 personas ganan más de 450 000 y el 50 % de los entrevistados reporta ingresos entre ₡150 001 y ₡300 000. Los principales rubros en que gastan mensuales son los siguientes: alimentación, consume el 38 % de los ingresos, en promedio invierten ₡97 857; la atención de deudas/préstamos, absorbe el 33 % de los ingresos, en promedio pagan ₡83 214; el pago de servicios públicos como

agua, luz teléfono fijo o celular comprende un 13 % de los entradas, en promedio pagan ¢8 262 por recibo; a la educación personal o familiar se destina el 6 %, en promedio ¢15 714 por mes, y en otros rubros como seguros, gastos médicos, entre otros invierten cerca del 12 %.

El nivel de ingreso y la rígida distribución del gasto hacen prácticamente imposible el poder destinar algún recurso al ahorro, lo cual limita la posibilidad de financiar con recursos propios la apertura o mejoramiento de una idea productiva propia.

A nivel de las pequeñas empresas objeto de análisis, la debilidad más notoria es la ausencia de recursos económicos para crecer. En efecto, el abordaje de las 14 iniciativas económicas aquí documentadas acusan una fuerte ausencia de financiamiento y limitantes para convertirse en sujetos de crédito del sistema bancario nacional. En algunos casos el emprendimiento tiene posibilidades de crecimiento dado el entorno y una posible de demanda sostenida de sus servicios o productos, pero el limitado o nulo acceso al financiamiento limita sus posibilidades.

En el país, la inexistencia de mecanismos de financiamiento blando para iniciar o apuntalar actividades económicas incipientes y de alto riesgo ha llevado a que 8 de las 14 personas que se registran en el presente estudio decidieran no

endeudarse y más bien iniciar o continuar con sus pequeños negocios invirtiendo su propio capital. Por su parte, 5 gestionaron un crédito bancario y una de ellas recibió ayuda institucional no reembolsable. Además, el uso de recursos propios (personas de escasos recursos) para iniciar su emprendimiento, compromete mucho su nivel de liquidez y, por tanto, las posibilidades de crecimiento o sostenibilidad del negocio.

El uso del crédito (social) bancario es una buena y posible medida para que estas personas comiencen o potencien un negocio, si se valora que la mayoría de ellas tenía una propiedad-inmueble al momento de iniciar su micro o pequeña empresa. El resultado del trabajo de campo arroja que el 64 % poseía un terreno, el 21 % no tenía nada, el 14 % tenía dinero, el 14 % contaba con un local y el 21 % con maquinaria. Estos activos pueden garantizar un crédito social y con ello aportar uno de los insumos más importantes para comenzar un negocio y hacerlo sostenible: dinero.

De este modo, se torna evidente que la solución a esta necesidad permitirá el crecimiento de las empresas y el desarrollo, inclusive de posibles encadenamientos con sectores de la economía internacional. Esta observación se fundamenta en el hecho de que los emprendimientos, con excepción de uno, desarrollan su actividad económica en el sector

servicios: maquila doméstica, comercio, turismo, entre otros. Esto es muy positivo, en términos de oportunidad, dado que este sector económico es uno de los más dinámicos y de mayor crecimiento en el país (y en el mundo), ya que posee una rentabilidad mayor que la producción de materia prima agrícola.

El fundamento de ello está en que el sector servicios requiere de una contribución muy grande de la educación de los y las personas que participan con sus emprendimientos y por tanto mayor valor agregado. Está muy bien identificado que el conocimiento es, hoy en día, la base para generar riqueza. Al respecto, Mario Suárez (2005) afirma que “en la nueva sociedad el verdadero recurso dominante y factor de producción de riqueza absolutamente decisivo no es ya ni el capital, ni el trabajo, ni la tierra –los recursos naturales, decimos ahora-. Es el conocimiento” (p. 14).

La aseveración anterior muestra una debilidad de los emprendedores y las emprendedoras del presente estudio, relacionado con su nivel de escolaridad. En efecto, el análisis muestra que de las catorce personas solamente dos poseen un nivel universitario (un hombre y una mujer), y ambos se dedican a ofrecer servicios, una de atención a mascotas y otro de distribución de ropa. Ante esto, se puede afirmar que ambos tendrán una mejor disposición para

planificar, capacitarse y aprovechar oportunidades que fortalezcan su negocio, en comparación con los demás sujetos de estudio. Por tanto, este constituye un elemento relevante que debe ser resuelto en el caso de las 12 personas restantes para asegurar un desarrollo sostenido de su emprendimiento: capacitación.

### **La tradición familiar y la oportunidad de negocio motivaron a iniciar la empresa**

El cuadro siguiente muestra cómo la tradición familiar constituye el factor que más ha influido para que la población en estudio se haya interesado en desarrollar su propio negocio. Mientras que otros factores como la oportunidad para establecer el negocio, complementar ingresos o el haberse quedado sin trabajo tiene un peso relativo menor.

La tradición familiar como motivación para iniciar o continuar un negocio puede ser muy positivo o limitar el crecimiento del emprendimiento. La historia familiar supone que el empresario o la empresaria tiene mucha experiencia en el manejo particular de un negocio, sin embargo, puede comprometer el deseo de superación o capacitación en nuevas técnicas de producción o comercialización modernas que quizás, en combinación con la valiosa experiencia acumulada, otorgue al emprendedor una ventaja

**Gráfico 5**  
**Factores que influyen y motivan el desarrollo emprendedor, 2013**



**Fuente:** Elaboración propia.

competitiva en relación con otras empresas. Los dueños de los negocios familiares por lo general tienden a pensar que lo más importante es saber producir o comerciar su producto y no se preocupan por aprender o reaprender métodos para mejorar la administración estratégica de la empresa. Este elemento debe contrarrestarse con la oferta de cursos de capacitación continua y actualizada en temas técnicos y de gestión empresarial que se combina con la experiencia que tienen en el área, aumentan la competitividad del emprendimiento productivo.

El encontrar una oportunidad de negocio es un buen indicativo para iniciar una empresa, siempre y cuando esta alternativa sea valorada seriamente. Una persona podría

visualizar que una oportunidad de negocio que a simple vista parece ser factible, sea un grave error que compromete tiempo, esfuerzo, recursos materiales y monetarios en el desarrollo de dicho proyecto, pero se aventura en ella sin conocer la viabilidad de la misma, es decir, sin haber indagado la competencia, la actual y potencial demanda, los requerimientos técnicos y financieros de la idea productiva. Ante esto, se debe destacar que la elaboración de un plan de negocios aumenta significativamente las posibilidades de éxito de las propuestas de actividades comerciales por oportunidad.

El deseo de complementar ingresos familiares otorga una importante motivación al iniciar un negocio, pero supone una limitación

en términos del tiempo que el negocio podría requerir en el corto o mediano plazo. Las necesidades económicas de las familias costarricenses motivan el emprendimiento de negocios y estimulan la perseverancia y la superación de obstáculos con tal de poder generar dinero extra que podría ser destinado a la educación de los hijos, el pago de deudas o algunas otras necesidades del hogar. Por lo general, las familias tienen una fuente principal de generación de ingreso que no quieren ni pueden descuidar, así mismo las responsabilidades de la casa como el cuidado de infantes, adultos mayores o las limitantes causadas por problemas de salud, las cuales comprometen el tiempo disponible del emprendedor en la atención de un negocio. El apoyo de todos los miembros del hogar a la persona emprendedora aumenta sensiblemente las posibilidades de éxito en la implementación de la idea productiva.

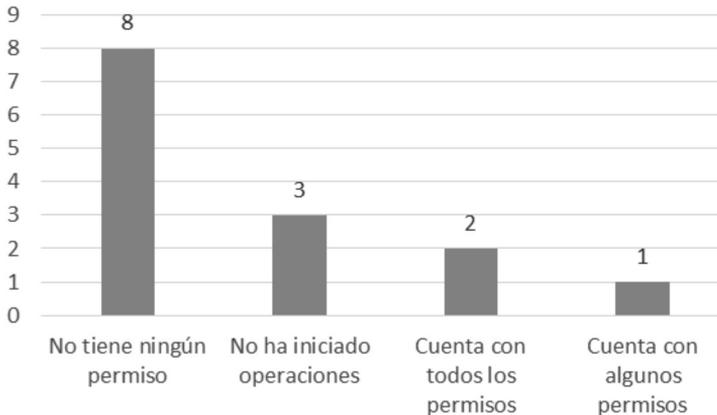
### **Los negocios no están formalizados y limitan la competitividad**

La tramitología en Costa Rica y el largo proceso de inscripción en los distintos ministerios del país para el adecuado y legal funcionamiento de la empresa, se convierten en una gran traba para los pequeños, grandes y medianos empresarios. Ello disminuye la competitividad de la unidad productiva y de la región en general.

En efecto, a esa conclusión se llega conforme lo revela el último estudio del Banco Mundial denominado “Doing Business” (Banco Mundial 2011), el cual coloca a nuestro país en el puesto 102, de 189, en la lista de países que facilitan el establecimiento de negocios y empresas; por debajo de países como Canadá, Colombia, Puerto Rico, Panamá, Uruguay y Jamaica. El estudio revela que Costa Rica se encuentra entre las 98 repúblicas donde se tarda más de 80 días para el establecimiento de una empresa, solo tomando en cuenta tramitología. El sistema no diferencia entre una multinacional o una pequeña empresa que se dedica a la venta de tortillas; en ambos casos se requieren los mismos procesos y se solicitan los mismos trámites, muchas veces incensarios, para obtener la autorización de funcionamiento.

Este fenómeno se refleja en la población emprendedora objeto de este estudio, ya que como se observa en el siguiente gráfico, solo el 21 % posee permisos mientras que el 57 % no cuenta con ninguno. Ello significa que se produce un alto nivel de economía informal, lo cual no es conveniente para el desarrollo del país.

**Gráfico 6**  
**Grado de formalización de los negocios en análisis, 2013.**



**Fuente:** Elaboración propia.

## Debilidades y fortalezas competitivas

Las personas consultadas fueron explícitas en señalar que la principal debilidad de su negocio es la falta de financiamiento, y además se evidencia una escasa capacitación en temas empresariales. La falta de crédito o financiamiento para iniciar o mejorar el negocio y de dinero para reinvertir o mejorar el abastecimiento de materias primas fueron las principales limitantes que apuntaron todos los emprendedores. Así mismo, se indagó sobre los temas en los que habían recibido capacitación y se logró determinar que todos habían participado en el curso API, sin embargo, pocos han recibido formación en temas como mercadeo, gestión estratégica, estructuración de

costos, negociación comercial, servicio al cliente o recursos humanos, todas estas áreas y otras son vitales para mejorar las posibilidades de éxito de la empresa.

Las principales fortalezas que se lograron identificar en los/las actuales emprendedores/as son la variedad en la oferta de productos que posee, el servicio al cliente que ofrecen, la calidad del producto o servicios que brindan o piensan comercializar, en todos los casos cuentan con algún recurso material para iniciar o potenciar su negocio, la experiencia que poseen en la actividad productiva, los precios competitivos que manejan en relación con otros negocios similares. En algunos casos se logra identificar como una fortaleza el contacto con proveedores

especializados, la poca competencia que existe en el área particular y la capacidad de pago de los clientes actuales o futuros.

## Conclusiones

El contexto socioeconómico y el ambiente de negocios que existe en la geografía cercana a las 14 empresas analizadas no propician el desarrollo local y ni potencian una posible internacionalización de firmas que requiera de mano de obra especializada. La escasa educación de la población, la alta vulnerabilidad social de sus habitantes, las fuentes de trabajo limitadas y concentradas en labores de bajo valor agregado y mayor participación física, aunado a un tejido empresarial desarticulado con una alta participación de pymes condicionan esta labor. Empresas vinculadas al sector primario y a los servicios, principalmente de índole turística, podrían eventualmente aprovechar las condiciones del entorno para garantizar su permanencia en el mercado y generar un posterior proceso de internacionalización.

El diagnóstico empresarial elaborado para los empresarios y las empresarias permite concluir, en primer lugar, que las personas emprendedoras están dispuestas a superar muchas trabas y limitaciones para establecer su propio negocio, pero no necesariamente porque quieran mejorar sus ingresos, sino

porque existe una motivación personal para ello.

En el caso de la población en análisis, todos y todas residen en una de las zonas geográficas costarricense más deprimida económicamente, por lo que enfrentan serias limitaciones para desarrollar su negocio. Resalta el serio problema de la falta de financiamiento y capacitación. Este último aspecto es especialmente sensible si se considera que en general los emprendimientos se refieren a negocios que pertenecen al sector de los servicios.

El estudio refleja que estos pequeños empresarios deben enfrentar no solo sus propias condiciones internas que dificultan y frenan su desarrollo, sino que también a situaciones nacionales (caso de la tramitología) que los desestimulan y les ponen límites a su crecimiento. Por ejemplo, es muy difícil que la ortodoxia bancaria les conceda crédito o financiamiento si no tienen permisos para operar.

## Recomendaciones

Se requiere un apoyo institucional fuerte pero focalizado y un compromiso personal importante para lograr superar las limitaciones que se posee. El apoyo institucional debe ir dirigido a la gestión de créditos y apoyos no reembolsables para emprender, ayudas para el mejoramiento de las condiciones de vivienda de

los empresarios y de las empresarias; a la asignación de becas de estudio formal, técnico y empresarial, así como poner en práctica un programa de seguimiento para ofrecer asesoría personalizada y focalizada a los dueños de las micro y pequeñas empresas, en los temas que ellos mismos identifican como prioritarios para mejorar su competitividad empresarial, tales como: mercadeo, gestión estratégica y comercialización, o estructuración de costos; se recomienda la programación de ferias de negocios donde se generen vínculos comerciales con otras microempresas u organizaciones de mayor tamaño vinculadas al sector público y privado.

A nivel regional se requiere un acuerdo país para poder invertir en áreas estratégicas que garanticen un adecuado clima de inversiones. Además, se necesita coordinar acciones institucionales para mejorar la inversión en educación, infraestructura, servicios tecnológicos, becas de estudio, salud, atracción de empresas, entre otros aspectos.

## Bibliografía

- Albuquerque, F. 2006. Cluster, territorio y desarrollo empresarial: diferentes modelos de organización productiva. *Banco Interamericano de Desarrollo*: 1-14.
- Banco Mundial. 2011. *Doing Business*. Washington: Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento / Banco Mundial.
- Becattini, G. 2000. *Il distretto industriale*. Turín: Rosenberg & Sellier.
- Brue, Stanley; Grant, Randy. 2009. Historia del pensamiento económico. (págs. 202-321). México: CENGAGE Learning.
- CCSS. 2012. *Estadísticas de salud*. Costa Rica: Caja Costarricense del Seguro Social.
- CGR. 2012. *Índice de gestión municipal*. San José, Costa Rica: Contraloría General de la República.
- Esser, K.; Hillebrand, W.; Messner, D. y Meyer-Stamer, J. 1994. “Competitividad sistémica: Competitividad internacional de las empresas y políticas requeridas”. *Instituto Alemán de Desarrollo*.
- Estado de la Nación. 2002. *Participación electoral y abstención en Costa Rica*. San José, Costa Rica: Estado de la Nación.
- Gereffi, G. 2011. “Global Value Chains and International Competition”. *The Antitrust Bulletin*: 37-56.
- INA. 2012. *Anuario INA en cifras 2012*. San José, Costa Rica: Instituto Nacional de Aprendizaje.

- INEC. 2013. *Resultados del Censo de la población 2011*. San José, Costa Rica: Instituto Nacional de Estadística y Censo.
- Koschatzky, K. 2002. Fundamentos de la economía en red: Especial enfoque a la innovación. *Economía industrial*: 15-26.
- López, A. 2011. *portunidades de exportación del té de hierbas de la empresa costarricense Manza Té al mercado chileno*. Heredia, Costa Rica: Universidad Nacional de Costa Rica.
- MEIC. 2012. *Empresas por tamaño y actividad económica*. San José, Costa Rica: Ministerio de Economía, Industria y Comercio.
- MIDEPLAN. 2013. *Índice de desarrollo social*. San José Costa Rica: Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica.
- Observatorio del desarrollo. 2012. *Índice de competitividad cantonal: Costa Rica 2006-2011*. San José. Costa Rica: Universidad de Costa Rica.
- PNUD. 2011. *Atlas del desarrollo humano cantonal de Costa Rica 2011*. San José. Costa Rica: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Porter, M. E. 1990. The Competitive Advantage of Nation. *Harvard Business Review*.
- Porter, M. E. 1998. *Clusters and the New Economic of Competition*. Estados Unidos: Harvard Bussines Review.
- Programa Estado de la Nación. 2013. *Cuarto Informe Estado de la Educación*. San José, Costa Rica: Programa Estado de la Nación.
- Roberts, J. 2004. *La empresa moderna: organización, estrategia y resultados*. Barcelona: Antoni Bosch.
- Suárez, Mario, (2005), *Para entender la Sociedad del Conocimiento de Peter Drucker*, Colección UNAPEC por un mundo mejor., Serie Ensayos No.1. Universidad APEC, República Dominicana.
- Tirole, J. 1990. *La teoría de la Organización industrial*. España: Ariel S.A.
- TSE. 2012. *Participación política*. San José. Costa Rica: Tribunal Supremo de Elecciones.
- Valverde, J. 2004. *Introducción al proceso de la exportación y gestión del cambio*. Heredia Costa Rica: Manuscrito no publicado.
- Varian, H. R. 2006. *Microeconomía Intermedia*. España: Antoni Bosch.
- World Economic Forum. 2012. *The Global Competitiveness Report 2012–20013*. Geneva: World Economic Forum.