

ULACIT

INFORME TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.

Versión 1.0

**DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO COMO
HERRAMIENTA PARA EL ÉXITO EMPRESARIAL.**

ALEJANDRO ARIAS.

Septiembre, 2005.

Tabla de contenidos.

1.	Introducción.	4
2.	Objetivos.	4
3.	Alcance.	4
4.	Limitaciones y/o Restricciones.	4
5.	Metodología de Investigación.	5
6.	Fuentes de Información Consultadas.	5
6.1	Cámara de Industrias de CR (http://www.cicr.com).	7
6.2	Procomer (http://www.procomer.com).	8
6.3	Cámara de Comercio Exterior (http://www.crecex.com).	9
6.4	Cámara de Comercio de Tecnologías de Información (http://www.camtic.org).	11
6.5	Revistas Especializadas: EKA, Estrategia & Negocios, Actualidad Económica	12
7.	Conclusiones.	13
8.	Recomendaciones para la investigación.	14
9.	Entregables de la investigación.	14

Control de versiones.

Fecha	Versión	Actualizado por	Información de los cambios realizados.
21-09-2005	1.0	Alejandro Arias	

1. Introducción.

El presente trabajo forma parte de la investigación que la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología (ULACIT), desarrolla en relación con el tema: “Desarrollo del talento humano como herramienta para el éxito empresarial”.

Para llevar a cabo dicho trabajo es indispensable tener claridad con respecto a las empresas que serán objeto de estudio, es decir, ubicarlas dentro de su entorno por actividad, naturaleza, presencia en el país, sector al que pertenece, etc.

La idea al desarrollar esta etapa es precisamente identificar y ubicar las empresas que interesan en el marco de acción de este estudio, de tal manera que los productos de la investigación resulten relevantes y determinantes para la toma de decisiones.

En adelante se desglosa el objetivo que se pretende alcanzar en esta etapa, sus alcances, la metodología utilizada y la manera en la que se llevó a cabo el trabajo.

2. Objetivos.

Realizar una identificación y clasificación de las empresas en Costa Rica tomando en consideración diferentes variables, de modo que se pueda dividir por sectores y actividad el giro de las empresas que se desean estudiar.

3. Alcance.

En esta etapa de la investigación se desea llevar a cabo una clasificación de las empresas en Costa Rica. En dicha clasificación se tendrá en cuenta si son nacionales, transnacionales, multinacionales, exportadores, actividad principal, sectores por actividad, posicionamiento de acuerdo con el índice de exportación, sector privado, público o de gobierno.

4. Limitaciones y/o Restricciones.

Para realizar esta investigación se consideró como factor básico la posibilidad de obtener la información completa por parte de las entidades competentes; pero la realidad es que existe información aislada y no se

tiene claridad con respecto a las fuentes de información y la capacidad de las mismas de ofrecerla de manera oportuna y actualizada.

Adicionalmente se tuvo la dificultad de depender de dichas fuentes para obtener la información que ellos consideraron accesible al público en general, sin que existiera la posibilidad de obtener información precisa y en formato electrónico.

5. Metodología de Investigación.

Para llevar a cabo la investigación se consultaron vía Internet las páginas de las fuentes identificadas como potenciales proveedores de información, y además se programaron visitas a las instalaciones físicas de esas fuentes.

También se efectuaron consultas telefónicas y se procedió a la lectura y estudio de revistas especializadas en el tema, como por ejemplo EKA, Estrategia & Negocios y Actualidad Económica.

6. Fuentes de Información Consultadas.

Antes de abocarse al análisis de los datos proporcionados por las fuentes de información consultadas, es importante mencionar la manera en la que se clasifican las organizaciones en Costa Rica.

De acuerdo con el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, la definición de micro, pequeña y mediana empresa (PYME), así como la clasificación por sector (industriales, comerciales o de servicios), se puede tomar del Artículo 3, inciso b y c del Reglamento General a la Ley N°8262,

Ley de Fortalecimiento a la PYME. El cual indica lo siguiente:

ARTÍCULO 3- Definiciones: Para los efectos de la Ley N. 8262 y de este Reglamento, se entenderá por:

b- PYME: Unidad productiva de carácter permanente que dispone de recursos físicos estables y de recursos humanos; los maneja y opera, bajo la figura de persona física o persona jurídica, en actividades industriales, comerciales o de servicios, excluyendo aquellas actividades económicas de subsistencia.

La diferenciación entre micro, pequeña o mediana empresa se determinará a partir de los resultados de las siguientes fórmulas, para los sectores que se especifican:

Para el Sector Industrial:

$$P = ((0.6 \times pe/100) + (0.3 \times van/\text{¢}600.000.000) + (0.1 \times afe/\text{¢}375.000.000)) \times 100.$$

Para los Sectores de Comercio y Servicios:

$$P = [(0.6 \times pe/30) + (0.3 \times van/\text{¢}1.200.000.000) + (0.1 \times ate/\text{¢}375.000.000)] \times 100.$$

Donde:

P: Puntaje obtenido por la empresa.

pe: Personal promedio empleado por la empresa durante el último período fiscal.

van: Valor de las ventas anuales netas de la empresa en el último período fiscal.

afe: Valor de los activos fijos de la empresa en el último período fiscal.

ate: Valor de los activos totales de la empresa en el último período fiscal.

El valor de referencia de los parámetros utilizados está sujeto a la revisión y actualización anual por parte del MEIC.

Las empresas se clasificarán con base en el puntaje P obtenido, con el siguiente criterio:

Microempresa	$P \leq 10$
Pequeña Empresa	$10 < P \leq 35$
Mediana Empresa	$35 < P \leq 100$

Para efectos de clasificar las actividades empresariales como industriales, comerciales o de servicios, se utilizarán las categorías indicadas en la más reciente actualización de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU).

Por otro lado, es importante mencionar que parte de la clasificación empresarial por ámbito estatal, se desglosa de la siguiente manera:

- Empresas nacionales: Son las que desarrollan su actividad únicamente en Costa Rica.
- Empresas multinacionales: Son grandes empresas que desarrollan sus actividades no solo en Costa Rica, sino también en otros países.

- Empresas regionales: Empresas que se desarrollan en una región específica. Por ejemplo Centroamérica, América, etc.
- Empresas locales: Empresas en las que el ámbito de su acción se concentra específicamente en suplir las necesidades comerciales locales.

A continuación se describen las fuentes de información consultadas:

6.1 Cámara de Industrias de CR (<http://www.cicr.com>).

La Cámara de Industrias de Costa Rica es la organización que representa desde 1943 al sector industrial del país.

Misión:

"Representar al sector industrial costarricense para mejorar el entorno productivo nacional y acompañar los procesos de cambio de las empresas para promover sus competitividad."

Visión:

"Ser la organización líder del sector industrial reconocida por sus acciones en beneficio del desarrollo del país."

Información Obtenida.

- Lista completa de las empresas asociadas a la Cámara de Industrias de Costa Rica.
- La lista no contempla la totalidad de empresas en el país, solamente las asociadas, ya sean de servicios o industriales manufactureras.
- Clasificación por actividad principal de las empresas asociadas.

Contacto.

El contacto principal se llevó a cabo con el funcionario Hernán Campos. Tel: 202-5650.

Estrategia para obtener información.

Para obtener la información proporcionada por la Cámara de Industrias de Costa Rica, se realizaron consultas telefónicas al Departamento de Información. Específicamente con el señor Hernán Campos.

Adicionalmente se visitaron las instalaciones físicas de la organización, con el objetivo de retirar la guía industrial. Esta guía contiene la información de las empresas afiliadas a la cámara.

Por último se visitó en varias ocasiones la página en Internet de la organización (<http://www.cicr.com>), la cual posee información importante acerca de las industrias nacionales.

6.2 Procomer (<http://www.procomer.com>).

Los servicios ofrecidos por la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER) están orientados a satisfacer las necesidades de las empresas costarricenses que desean incursionar exitosamente en los mercados internacionales. Dicha acción abarca compañías que poseen ya una basta experiencia exportadora, así como otras que apenas inician sus esfuerzos de internacionalización.

PROCOMER tiene presencia tanto en el nivel internacional como en el local. Para lo primero se cuenta con Oficinas de Promoción Comercial en diversos puntos para apoyar la gestión de la institución en Costa Rica. Asimismo, cuenta con oficinas en los principales puestos de aduanas del país.

Misión:

Facilitar el desarrollo y fortalecer la capacidad exportadora de los sectores productivos de Costa Rica para promover la inserción efectiva de la producción nacional en los mercados del mundo.

Visión:

Convertir a PROCOMER en la institución clave para el desarrollo de nuevos mercados, la incorporación de nuevas empresas y el mejoramiento competitivo del sector exportador costarricense.

Información Obtenida.

- Lista completa de las empresas exportadoras de Costa Rica, es decir del ámbito de acción de PROCOMER.
- Clasificación de las empresas exportadoras en pequeñas, medianas o grandes.
- Registro de las empresas que operan en zonas francas.
- División por sectores de las empresas exportadoras (de acuerdo con la actividad principal, ejm: Agrícola, Textil, otro).

Contacto.

El contacto principal se llevó a cabo con el Departamento de Información de PROCOMER, específicamente con la funcionaria Grettel Rivera, tel: 299-4700.

Estrategia para obtener información.

Para obtener la información proporcionada por PROCOMER, se realizaron consultas telefónicas al departamento de información.

Adicionalmente se visitaron las instalaciones físicas de la organización, esta organización dispone los días miércoles para atender consultas de estudiantes universitarios y proyectos de investigación empresariales, lo cual se aprovechó para ahondar en el estudio.

Por último se visitó en diversas ocasiones la página en Internet de la organización (<http://www.procomer.com>), la cual posee información importante de las empresas exportadoras nacionales.

6.3 Cámara de Comercio Exterior (<http://www.crecex.com>).

La Cámara de Comercio Exterior de Costa Rica y de Representantes de Casas Extranjeras - CRECEX -. Fue fundada en abril de 1952, como resultado de la visión futurista de un grupo de empresarios que consideraron la conveniencia y necesidad de contar con una Asociación que agrupara a personas físicas y jurídicas con el propósito de fomentar el comercio exterior y defender la libertad de comercio y empresa en Costa Rica, fundamentado en los principios de la libre empresa.

Sus principales objetivos son los siguientes:

- Promover el comercio exterior de Costa Rica.
- Velar por el adelanto social, intelectual, económico y material del país.
- Procurar el fortalecimiento de las organizaciones de la empresa privada, participando en ellas en armonía con el honor y bienestar de la República.
- Intervenir a solicitud de sus asociados en aquellos casos que los afecten directamente, bien para obtener soluciones amistosas o concretas, juicios arbitrales de acuerdo con las leyes, o como

intermediario ante funcionarios u organismos públicos para apoyar, si fuere del caso, los asuntos que le sean remitidos para su resolución.

- Fortalecer y estimular las relaciones internacionales con organizaciones afines a la Cámara y mantener estrecha colaboración con las representaciones comerciales de las embajadas acreditadas ante el Gobierno de la República.
- Contribuir con el entrenamiento y capacitación de los trabajadores y asociados.
- Asociar, con sujeción a las leyes del país y al Estatuto; los agentes comerciales, distribuidores, importadores de productos fabricados en el exterior, en el país, o bien, cualquier actividad de índole mercantil que sea lícitas y concordante con el ámbito de acción de la Cámara.

Misión:

Ser la asociación empresarial que representa al importador, distribuidor y representante de casas extranjeras, promoviendo y facilitando el desarrollo del comercio internacional, dentro de los más altos principios éticos.

Visión:

Ser la Cámara líder de Costa Rica en la promoción del Comercio Exterior, y reconocida como tal en el ámbito nacional e internacional.

Información Obtenida.

- Lista completa de las empresas asociadas a la Cámara de Comercio Exterior.
- La lista no contempla la totalidad de empresas en el país, solamente las asociadas, para ello la Cámara dispone de una guía completa de las empresas, las cuales, en su mayoría (98%), son empresas importadoras.

Contacto.

Se contactó con el personal del Departamento de Comercio Exterior; específicamente con Karina Espinosa.

Estrategia para obtener información.

Para obtener la información proporcionada por la Cámara de Comercio Exterior se realizaron consultas telefónicas.

Adicionalmente se visitó en determinadas ocasiones la página en Internet de la organización (<http://www.crecox.com>), la cual posee información importante en relación con las industrias nacionales.

6.4 Cámara de Comercio de Tecnologías de Información (<http://www.camtic.org>).

La Cámara Costarricense de Tecnologías de Información y Comunicación (Camtic), es una asociación empresarial privada y sin fines de lucro, establecida en 1998. Su razón de ser fue la integración de un bloque estratégico que permitiera fortalecer y apoyar al sector de tecnologías de información y comunicación (TIC). Como Camtic inició sus actividades representando únicamente al sector software, hoy agrupa a más del 90% de todas las empresas nacionales de software.

Sus principales objetivos son los siguientes:

- Integrar y representar de manera efectiva los segmentos que conforman el sector de tecnologías de la información y comunicación.
- Desarrollar mecanismos de vinculación con el sector público y privado responsables del desarrollo nacional.
- Posicionar y apoyar al sector para que se convierta en un exitoso proveedor internacional de bienes y servicios.
- Representar al sector TIC de Costa Rica ante el Estado, proveedores y organismos internacionales.
- Obtener para el sector posibles fuentes de financiamiento que estimulen la aparición de nuevos proyectos de desarrollo.
- Unificar los esfuerzos de exportación de TIC.
- Realizar investigación de nuevas tecnologías.
- Efectuar investigación de mercados locales o internacionales.

- Capacitar a los asociados en temas relacionados con negocios.
- Propiciar un ambiente adecuado para el desarrollo del sector de manera sostenible y competitiva.

Misión:

Integrar y alinear las acciones de los diversos factores del sector de Tecnología de la Información y Comunicación para impulsar su desarrollo sostenible y competitivo a nivel internacional y el progreso socioeconómico del país.

Información Obtenida:

- Lista completa de las empresas asociadas a la Cámara de Comercio de Tecnologías de Información.
- La lista no contempla la totalidad de empresas en el país, solamente las asociadas.

Contacto.

El contacto se efectuó por medio de Adriana Rivera Porras, Asistente Administrativa de CAMTIC.

Estrategia para obtener información.

Para obtener la información proporcionada por CAMTIC se realizaron consultas telefónicas; también se visitó en determinadas ocasiones la página en Internet de la organización (<http://www.camtic.org>), la cual posee información importante relacionada con las empresas asociadas.

Por último, se recibió la lista de empresas asociadas vía correo electrónico.

6.5 Revistas Especializadas: EKA, Estrategia & Negocios, Actualidad Económica**Información Obtenida.**

- Lista de las empresas más importantes de Costa Rica, de acuerdo con los ingresos, por sector, y por actividad, y, adicionalmente, la ubicación de dichas empresas en la región centroamericana.

Contacto.

Se contactó vía telefónica a cada una de las casas distribuidoras de las revistas contempladas en la investigación.

Estrategia para obtener información.

La información se obtuvo consultando las revistas, las cuales se publican de manera programada cada cierto tiempo, y las mismas exponen la información de manera pública a todos los subscriptores.

7. Conclusiones.

- Este trabajo ayuda para determinar la brecha con respecto a lo que las empresas requieren del personal que contratan y la preparación que los estudiantes reciben en las universidades para suplir esa demanda.
- Con esta investigación se logra identificar las necesidades por sector empresarial y de acuerdo a la clasificación realizada de las empresas, del personal que requieren y las características relevantes que deben poseer para suplir las necesidades de los diferentes puestos.
- Se determinó que actualmente en Costa Rica no se puede obtener la información centralizada de las empresas por sector o ámbito legal. No existe un ente rector que regule y consolide dicha información.
- La información debe solicitarse a distintas organizaciones y realizar los cruces de información pertinentes para determinar las empresas que se desean estudiar de acuerdo a las características de interés, como por ejemplo: sector productivo, ámbito legal, posicionamiento por porcentajes de ingresos en un tiempo determinado, exportadores o importadores, etc.
- Es verdaderamente difícil que las empresas proporcionen información completa de manera electrónica de las empresas que registran.
- Existen revistas especializadas que cada cierto período de tiempo brindan información sumamente valiosa con respecto a la clasificación empresarial, dichas revistas realizan el cruce de información y determinan el orden de importancia de las empresas de acuerdo a distintas variables de interés.

8. Recomendaciones para la investigación.

- Se debería aprovechar la identificación y clasificación de las empresas realizadas en este estudio para formar una base de datos que permita realizar cruces de información, y de esta forma orientar la investigación de acuerdo con el sector de interés.
- Se sugiere utilizar la información para elaborar distintos listados, ya sea por tipo de empresa (exportador, nacional, transnacional, etc), por sector, o bien por posicionamiento por márgenes de utilidad en un tiempo dado.
- Y finalmente emplear las guías proporcionadas por las distintas cámaras visitadas para obtener el contacto con las empresas de interés ya que las mismas proporcionan el teléfono de la empresa, la dirección y demás información valiosa.

9. Entregables de la investigación.

Se hizo entrega de los siguientes archivos derivados de la investigación:

- Empresas más importantes del país. "actividad principal".
- Empresas exportadoras que trabajan en zonas francas.
- Exportadores C.R..
- Empresas tecnológicas de C.R..
- Exportadores más importantes nacionales y transnacionales.