

**Desarrollo de las capacidades empresariales de las pymes del sector industrial en  
el cantón de Pérez Zeledón, período 2024-2025**

Informe del seminario presentado en el

Área Desarrollo Social

Sede Regional Brunca

Universidad Nacional

Para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración con  
Especialidad en Gestión Financiera

Karla Ortiz Valverde

Francini Quirós Fonseca

Priscila González Villalobos

Nayeli Esquivel Montero

2025

**Desarrollo de las capacidades empresariales de las Pymes del sector industrial en  
el cantón de Pérez Zeledón, período 2024-2025**

Karla Ortiz Valverde

Francini Quirós Fonseca

Priscila González Villalobos

Nayeli Esquivel Montero

Aprobado por:

Firma

Tutor del TFG \_\_\_\_\_

M.Sc. Alexander Gamboa Martínez

Firma

Asesor \_\_\_\_\_

M.Sc. Jonnathan Sequeira Ureña

Firma

Asesora \_\_\_\_\_

M.Sc. María Teresa Cubero Madriz

Firma

Representante del Decanato \_\_\_\_\_

Dr. Elvis Rojas Ramírez

Firma

Director del campus \_\_\_\_\_

MBA. Erick Madrigal Villanueva

### **Dedicatoria**

En primer lugar, agradezco a Dios, quien ha sido mi guía constante a lo largo de este proceso. A mi amada madre, pilar fundamental en mi vida, cuyo apoyo incondicional ha sido clave para llegar hasta aquí. A mi querido padre, quien en vida me impulsó a alcanzar esta meta y que hoy, desde el cielo, celebra este logro conmigo. A mi pareja, por su apoyo incondicional en cada paso del camino. Esta dedicación es para todos ustedes.

*Francini Quirós Fonseca*

Primeramente, agradezco a Dios por permitirme lograr una meta más. A mi madre, cuyo amor y ejemplo de perseverancia han sido fundamentales en cada proceso. A la memoria de mi padre, aunque ya no está físicamente conmigo, sigue presente en cada logro, este trabajo es también un homenaje a su legado y al amor que siempre me brindó. A mi pareja, por su apoyo en cada etapa y por creer en mí incluso en los momentos de duda. Y a mí persona, por la determinación, el sacrificio y la entrega con los que enfrenté cada obstáculo.

*Karla Ortiz Valverde*

Un agradecimiento a Dios por haberme permitido concluir una etapa más en mi formación profesional. A mi núcleo familiar; padre, madre y hermano por su apoyo incondicional y su esfuerzo para contribuir con mis objetivos. A mi abuela a quien nunca le gustó la idea de tenerme lejos estudiando, pero creyó en mis capacidades y siempre supo que lo lograría. A las personas que no creyeron en mí porque, ya que con ello me impulsaron a demostrarme a mí misma que sí puedo. Y por último a mí, por el esfuerzo, la determinación, la calma y la perseverancia en cada paso.

***Priscila González Villalobos***

Dedico esta tesis a mi fe, ante todo, mi pilar inquebrantable que me ha sostenido y dado la fuerza en los momentos más difíciles. A mi mamá, por su ejemplo de lucha constante que inspira mi camino. A mi papá, quien, aunque ya no está físicamente, vive en cada uno de mis logros y me acompaña desde el cielo con la fuerza inquebrantable que siempre lo caracterizó y que hoy me sigue impulsando a ir por más y a no conformarme con menos. Y a mis sobrinas, Leah y Amanda, por ser el rayito de luz que ilumina mi vida y me llena de alegría. Este esfuerzo y logro los dedico a ustedes, quienes son mi inspiración y mi razón para seguir adelante.

***Nayeli Esquivel Montero***

## **Agradecimientos**

Primeramente, agradezco a Dios por haberme dado la sabiduría y la fortaleza necesarias para alcanzar esta meta. A mi familia, especialmente a mi madre y padre, les expreso mi más profundo agradecimiento por su esfuerzo constante y por motivarme siempre a seguir adelante en la búsqueda de este logro. A la Universidad Nacional, gracias por brindarme la oportunidad de formarme como profesional. También extendo mi gratitud a mis compañeras de trabajo, cuyo compromiso y dedicación fueron fundamentales para la culminación de este proyecto.

***Francini Quirós Fonseca***

Agradezco a Dios porque su presencia ha iluminado mi camino y me ha sostenido en los momentos de mayor desafío. A mis padres, les debo no solo el impulso constante para seguir adelante, sino también los valores y principios que han guiado mi vida. A la Universidad Nacional, agradezco sinceramente por brindarme la oportunidad de desarrollarme como profesional. De igual forma, quiero expresar mi reconocimiento a mis compañeras de trabajo, quienes con su esfuerzo contribuyeron en la finalización de este proyecto.

***Karla Ortiz Valverde***

Agradezco a Dios por haber guiado mis pasos hacia el éxito y darme las capacidades necesarias para ello. A mis padres y hermano, por su apoyo y acompañamiento incondicional en cada paso y a mi familia en general por siempre respaldarme. A la Universidad Nacional por brindarme la oportunidad y el impulso para ser una profesional. Agradezco a mis compañeras de trabajo quienes con su compromiso y dedicación contribuyeron en la finalización de este proyecto.

***Priscila González Villalobos***

Agradezco a Dios por ser mi guía y fortaleza a lo largo de este camino. A mi madre y a mi padre, por su amor incondicional que me sostiene siempre. A mi hermana y cuñado, por su apoyo constante y compañía. A mi querida amiga Paola Quirós Valverde, por estar a mi lado desde los inicios de mi carrera profesional y por una amistad que ha perdurado con los años. Finalmente, expreso mi agradecimiento a mis compañeras de trabajo y a mis profesores de la Universidad Nacional por su valioso acompañamiento, enseñanzas y motivación durante todos estos años de formación.

***Nayeli Esquivel Montero***

## Resumen Ejecutivo

El estudio se centra en el fortalecimiento de las capacidades empresariales de las pymes del sector industrial en el cantón de Pérez Zeledón durante el período 2024-2025, con el objetivo de identificar prácticas que impulsen su competitividad y favorezcan su posicionamiento tanto en el mercado local, como en el internacional. Se utiliza una metodología cualitativa de carácter descriptivo y explicativo, aplicando encuestas a setenta y siete empresas distribuidas en los doce distritos del cantón.

Los hallazgos reflejan una baja participación en procesos de exportación y en el uso de distribuidores, así como un acceso limitado a las fuentes de financiamiento gubernamental y un aprovechamiento reducido de las mismas. No obstante, se observa que la implementación de nuevas tecnologías por parte de las pymes genera impactos positivos en la competitividad de la región. Asimismo, se expone la introducción al tema mediante los antecedentes, justificación, descripción y el planteamiento del problema, también se plantean los objetivos e interrogantes de la investigación, así como los alcances, limitaciones y viabilidad del estudio.

Se lleva a cabo una contextualización teórica de la temática. Se aborda el marco contextual, donde se detalla la historia del comercio, pymes y sector industrial. Adicionalmente, se destaca la contribución de las pymes al desarrollo económico local y el proceso productivo y de comercialización de este tipo de empresas. Asimismo, se aborda el financiamiento disponible y las entidades que lo ofrecen. Se destacan aspectos claves de la internacionalización de las pymes y de las tecnologías avanzadas que éstas pueden llegar a implementar en sus procesos.

## Tabla de contenidos

Lista de abreviaciones y símbolos _____	13
Introducción _____	15
Justificación _____	17
Antecedentes _____	18
Antecedentes históricos _____	18
Antecedentes teóricos _____	20
Tema o problemática y su importancia _____	25
Preguntas de investigación de acuerdo con los objetivos específicos _____	26
Objetivos del estudio _____	27
Objetivo general _____	27
Objetivos específicos _____	27
Limitaciones _____	28
Viabilidad _____	29
Alcance _____	29
Marco contextual _____	32
Historia del comercio, pymes y sector industrial _____	32
Marco contextual _____	36
Contribución al desarrollo económico local _____	36
Pymes del sector industrial _____	37
Proceso productivo de las pymes _____	40
Proceso de comercialización de las pymes _____	41
Factores que influyen en la producción y comercialización _____	42
Financiamiento para las pymes _____	43
Fuentes de financiamiento para las pymes _____	43
Entidades gubernamentales que ofrecen financiamiento para las pymes _____	44
Recursos económicos _____	46
Programas de financiamiento para pymes _____	48
Proceso de internacionalización _____	49
Elementos de escalabilidad que influyen en la internacionalización _____	52
Posicionamiento en el comercio exterior _____	55

Tecnologías avanzadas _____	57
Productividad en el sector industrial _____	58
Competitividad de las pymes _____	59
Estrategias de diferenciación y eficacia _____	61
Innovación y mejora continua _____	62
Implementación de tecnologías en el mercado _____	63
Marco metodológico _____	66
Metodología de investigación _____	66
Enfoque de la investigación _____	66
Alcance de la investigación _____	68
Fuentes de información _____	68
Técnicas e instrumentos de recolección de datos _____	69
Procedimientos metodológicos de la investigación _____	70
Población de estudio _____	70
Tipo de muestra _____	71
Tamaño de la muestra _____	71
Cuadro de variables _____	73
Análisis de resultados _____	78
Entrevista a experto _____	78
Encuesta _____	84
Análisis de la variable factores que influyen en la producción y comercialización de las pymes _____	84
Análisis de la variable fuentes de financiamiento para las pymes _____	92
Análisis de la variable internacionalización _____	99
Análisis de la variable elementos de escalabilidad que influyen en la internacionalización _____	101
Análisis de la variable implementación de tecnologías avanzadas para las pymes _____	104
Conclusiones y recomendaciones _____	114
Conclusiones _____	114
Factores que influyen en la producción y comercialización de las pymes _____	114
Fuentes de financiamiento gubernamental para pymes del sector industrial _____	115
Elementos de escalabilidad influyentes en los procesos de internacionalización de las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón _____	116

Impacto de las tecnologías avanzadas en la productividad y competitividad de las pymes del sector industrial en la zona de Pérez Zeledón _____	117
Recomendaciones _____	119
Factores que influyen en la producción y comercialización de las pymes _____	119
Fuentes de financiamiento gubernamental para pymes del sector industrial _____	120
Elementos de escalabilidad influyentes en los procesos de internacionalización de las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón _____	121
Impacto de las tecnologías avanzadas en la productividad y competitividad de las pymes del sector industrial en la zona de Pérez Zeledón _____	121
Referencias bibliográficas _____	123
Apéndices o anexos _____	133
Apéndice A. _____	133
<i>Cuestionario para encuesta sobre el desarrollo de las capacidades empresariales de las pymes del sector industrial en el cantón de Pérez Zeledón, período 2024-2025.</i> _____	133
Apéndice B. _____	144
<i>Cuestionario para entrevista sobre el desarrollo de las capacidades empresariales de las pymes del sector industrial en el cantón de Pérez Zeledón, período 2024-2025.</i> _____	144

## Índice de tablas

Tabla 1 Operadores Financieros del Sistema de Banca para el Desarrollo _____	45
Tabla 2 Número de pymes sector industrial a encuestar por distrito _____	72
Tabla 3 Cuadro de variables _____	74
Tabla 4 Nivel de capacitación del personal en las pymes _____	86
Tabla 5 Costos de producción en relación con el promedio del sector _____	87
Tabla 6 Nivel de competencia en el mercado local _____	89
Tabla 7 Empresas que han recibido financiamiento en los últimos 3 años _____	93
Tabla 8 Tipo de financiamiento recibido _____	94
Tabla 9 Frecuencia o recurrencia del uso de financiamiento gubernamental. _____	95
Tabla 10 Intención de exportación _____	99
Tabla 11 Conocimiento sobre los programas o apoyos para proceso de exportación _____	104
Tabla 12 Tipos de tecnologías implementadas _____	106
Tabla 13 Proceso de adaptación tecnológica avanzada _____	107
Tabla 14 Productividad de la empresa después de adoptar nuevas tecnologías _____	107
Tabla 15 Beneficios al implementar las tecnologías avanzadas _____	110
Tabla 16 Barreras al implementar las tecnologías avanzadas _____	111
Tabla 17 Evaluación de las capacidades empresariales de las pymes del sector industrial de Pérez Zeledón 2024-2025 _____	112

## Índice de figuras

Figura 1 Comportamiento del desarrollo de las microempresas en Costa Rica 2018-2023	_ 21
Figura 2 Distribución porcentual de las microempresas de los hogares según sector de actividad económica, 2024.	_____ 24
Figura 3 Comportamiento de la actividad empresarial en la década de los años 50	_____ 36
Figura 4 Colocaciones del Sistema de Banca para el Desarrollo en la Región Brunca por provincia del 2008 al 2025	_____ 46
Figura 5 Colocaciones del Sistema de Banca para el Desarrollo en la Región Brunca por sector productivo del 2008 al 2025	_____ 47
Figura 6 Acceso a materias primas e insumos	_____ 84
Figura 7 Tecnología y maquinaria adecuada para su actividad productiva	_____ 85
Figura 8 Canales de venta utilizados	_____ 88
Figura 9 Factores que afectan la fijación de precios	_____ 90
Figura 10 Métodos utilizados para tomar decisiones comerciales	_____ 91
Figura 11 Conocimiento de las fuentes de financiamiento disponibles	_____ 92
Figura 12 Percepción sobre la facilidad/dificultad de acceso y sus requisitos	_____ 96
Figura 13 Adecuación del financiamiento a las necesidades empresariales	_____ 97
Figura 14 Impacto del financiamiento en la inversión y productividad de la empresa	_____ 98
Figura 15 Ventajas de la internacionalización	_____ 100
Figura 16 Factores que facilitan la internacionalización	_____ 101
Figura 17 Factores que dificultan la internacionalización	_____ 102
Figura 18 Calificación de la capacidad actual de la empresa para exportar	_____ 103
Figura 19 Implementación de las tecnologías avanzadas en el último año	_____ 105
Figura 20 Impacto en la expansión hacia nuevos mercados o segmentos de clientes	_____ 109

## **Lista de abreviaciones y símbolos**

### **Pyme**

De acuerdo con Pérez y Gardey (2009) “Pyme es el acrónimo de pequeña y mediana empresa. Se trata de la empresa mercantil, industrial o de otro tipo que tiene un número reducido de trabajadores y que registra ingresos moderados” (párr. 1). Aclaración: la Real Academia Española de la lengua establece el vocablo “pyme” como un sustantivo común, por lo que en este trabajo se utilizará la palabra bajo las normas gramaticales y ortográficas que la RAE establece.

### **MEIC**

Ministerio de Economía, Industria y Comercio

### **PROCOMER**

Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica

### **INA**

Instituto Nacional de Aprendizaje

### **MICIT**

Ministerio de Ciencia, Innovación, Tecnología y Telecomunicaciones

### **INEC**

Instituto Nacional de Estadística y Censos

## **Capítulo I: Introducción**

## Introducción

Establecer un negocio es un proceso complejo. Si bien en la actualidad existe facilidad de acceso a distintos mercados en el mundo, con el paso de los años ha surgido un fenómeno que ha estado experimentando un auge en el comercio, se trata de las micro, pequeñas y medianas empresas, en adelante pymes. Empresas que se han especializado en determinados sectores y que hoy en día son populares no solo como medio de generación de ingresos sino como una moda que valora el esfuerzo y trabajo artesanal en su gran mayoría.

Ahora bien, con la popularización de las pymes es común pensar que los distintos negocios pueden desarrollar capacidades empresariales robustas para sacarle mayor provecho a la comercialización de sus productos y orientadas a un crecimiento paulatino hacia la exportación. A partir de ello, se brinda al alcance de los lectores una investigación, en donde se desarrolla un estudio en relación con las pymes del sector industrial de Pérez Zeledón, en el cual se puedan evaluar las capacidades empresariales, considerando factores como los procesos, financiamiento, internacionalización y acceso a la tecnología.

Para el desarrollo de este se abordan metodologías y técnicas que permiten conocer cuáles son las capacidades empresariales que tienen las pymes a su alcance, así como las distintas percepciones de las pymes del cantón de Pérez Zeledón en torno a sus capacidades. Se busca responder a la pregunta de investigación ¿Cómo pueden las pymes del sector industrial en el cantón de Pérez Zeledón desarrollar sus capacidades empresariales, de manera que se potencialicen en el mercado nacional e internacional?

En la presente investigación se desarrollan cinco capítulos. En el primer capítulo se realiza un desarrollo de los antecedentes del problema de estudio, así como el mismo problema de estudio en relación con las capacidades empresariales de las pymes del sector

industrial en el cantón de Pérez Zeledón, también se establecen objetivos y un análisis de la viabilidad del proyecto.

En el segundo capítulo se aborda un marco contextual, en donde se desarrolla un acercamiento a la historia de las pymes y su contribución a los sistemas comerciales actuales, de igual forma, se abordan sus procesos productivos y de comercialización para conocer la dinámica empresarial en la que se desarrolla este tipo de negocios. Por otra parte, se realiza un acercamiento con las fuentes de financiamiento que existen en el contexto nacional para brindar un soporte económico para el desarrollo de los negocios. También se destacan aspectos y factores medulares en los procesos de internacionalización de las pymes y sus posibilidades de crecimiento. Por último, se desarrolla un apartado en relación con la tecnología como medio para el crecimiento empresarial y productivo de las pymes

Seguidamente en el capítulo tercero se realiza una aproximación a la metodología de investigación contemplando para tal fin el enfoque a seguir, las variables, así como técnicas e instrumentos de recolección de datos que permitan un acercamiento para conocer las capacidades empresariales y percepciones de las pymes a estos procesos de consolidación de la empresa y de apertura de mercados.

En los capítulos cuarto y quinto se estudian los resultados obtenidos en la investigación de acuerdo con la muestra poblacional, basado en el desarrollo de las capacidades empresariales de las pymes del sector industrial en el cantón de Pérez Zeledón, para la potencialización de su desarrollo en el mercado nacional e internacional.

## Justificación

Durante los últimos años se ha señalado que Costa Rica presenta limitaciones en su desarrollo económico en comparación con otros países de Latinoamérica, esto hace que las posibilidades de crecimiento empresarial para la población sean limitadas. La carencia de empleo formal en regiones fuera de la Gran Área Metropolitana ha impulsado a la población a buscar alternativas de sustento mediante el emprendimiento, lo cual puede fomentar el crecimiento en pymes de sectores estratégicos como el comercio, el turismo, la alimentación y la industria.

Estas pymes constituyen un elemento importante para la dinamización de la economía local y representan el esfuerzo constante por una consolidación económica y financiera de la sociedad moderna, así como el aprovechamiento de oportunidades de desarrollo en ideas productivas. Sin embargo, la mayoría de estas no trascienden más allá de una idea de negocio, debido a la poca información sobre formalización, programas de financiamiento que existen en relación con las pymes, e inclusive también se presentan situaciones de desaprovechamiento de negocios con potencial para la expansión al comercio internacional.

La realización de la investigación es relevante con respecto a la gestión de las capacidades empresariales de las pymes y su potencial de internacionalización, aspecto que actualmente permite un desarrollo financiero y económico para las regiones involucradas, lo cual, constituye una ventaja competitiva de desarrollo, tomando en cuenta la constante expansión comercial y los nuevos mercados internacionales de productos. Cuando se posee una idea innovadora, es necesario llevar a cabo los procesos adecuados para su consolidación, tales como la planificación, estudios de mercado, búsqueda de opciones de financiamiento y estrategias de comercialización. Este proceso permite convertir una idea en un negocio sostenible.

## **Antecedentes**

### **Antecedentes históricos**

En el presente apartado se describen y conceptualizan términos relacionados con el tema de investigación. Además, se da el contexto histórico del surgimiento de las pymes, con el fin de comprender de mejor manera el desarrollo que han tenido este tipo de empresas durante los últimos años. Costa Rica es un país muy rico en materias primas, lo cual ha generado que la economía del país se centre en ciertos productos. Según Cousin Brenes (2018), la actividad tabacalera fue clave en el aspecto económico de esta nación. En algún momento, esta actividad fue organizada bajo un monopolio, debido a que el Estado era quién controlaba cuánto se vendía y a quién. Además, se establece que el tabaco fue uno de los productos que aumentó las posibilidades del comercio en Costa Rica, junto con la caña de azúcar y la ganadería. Por otro lado, el café se consolidó como un bien esencial para exportaciones alrededor del año 1820.

En relación con la actividad tabacalera en Costa Rica, esta tiene sus orígenes en la época colonial, donde se presenta este cultivo como una de las principales fuentes de ingresos en el país. Durante el siglo XIX, la producción y exportación de tabaco se dispararon de manera significativa. Posteriormente, cuando se da la llegada de las empresas manufactureras alrededor del siglo XX, la adquisición de tabaco se incrementa, provocando un alza en su demanda. Goebel (2003) establece que el monopolio de tabaco se convirtió en un aspecto clave cuando se hacía referencia a la estabilidad económica del Estado costarricense, ya que el tabaco se había convertido en un artículo industrializado, repercutiendo en el aspecto socioeconómico y cultural del país.

En cuanto a la actividad cafetalera esta comenzó a desarrollarse a inicios del siglo XIX, creciendo rápidamente para convertirse en un motor económico del país. El cultivo de café se llegó a consolidar como el principal producto de exportación, permitiendo el progreso de Costa Rica. Según Rodríguez Chaves (2014) el cultivo de café fue un producto que más allá de permitir que Costa Rica comenzará a interactuar con mercados internacionales, le brindó herramientas al país para poder construir una economía más sólida que mejorará el estilo de vida de los costarricenses. Hoy en día, el café sigue siendo un eslabón importante en la economía del país, ya que ofrece un enfoque de sostenibilidad y se brinda prestigio en el mercado global, gracias a la especialización en diferentes variedades.

En relación con el nacimiento de las pymes, Cousin Brenes (2020) indica que, durante los años 30, se comienza a dar más relevancia a las pequeñas y medianas empresas. Asimismo, en el año 1950 el Instituto Nacional de Estadística y Censos, señala que las actividades que más se llevaban a cabo se encontraban en el área comercial, debido a que existían 8030 empresas constituidas en el sector comercio y 3381 en el sector industria. Justo en este período, se comienza a ver un movimiento más marcado por parte de las pymes y surgen medidas como la creación del Banco Central en 1950, el Instituto de Vivienda en 1954 y la fundación del Instituto Costarricense de Turismo. Es decir, el país comenzó a avanzar hacia una economía que prometía ser más abierta, promoviendo la diversificación de esta.

Durante los últimos años, se han destinado grandes esfuerzos y recursos para fomentar el desarrollo de este tipo de empresas, desde donde inicia su idea de negocio hasta la puesta en marcha de sus operaciones, por lo cual se ha dado un crecimiento importante, no solo a nivel nacional, también a nivel internacional. Según el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (s.f.), las pymes presentaron un incremento del 6.8% del 2012 al 2017,

en el 2012 el mercado empresarial a nivel nacional estaba conformado por 125,198 pequeñas y medianas empresas, mientras que en el 2017 aumentó a una cantidad de 133,765.

Este tipo de negocios aportan grandes beneficios al desarrollo social y económico de la región, ya que fomentan el crecimiento de nuevos puestos de trabajo, contribuyen en la igualdad social y económica y permiten el acceso de la población más vulnerable a nuevas oportunidades de crecimiento. De acuerdo con la Cámara de Comercio de Costa Rica (2022), en el año 2022 el 47% de empleo fue generado por pymes, donde también se destaca que un 48% de las pequeñas y medianas empresas son lideradas por mujeres, este dato refleja la igualdad de condiciones en el mercado empresarial.

### **Antecedentes teóricos**

De acuerdo con Tamani (2009), las pymes se definen en forma sencilla como todas aquellas pequeñas y medianas empresas. Además, se caracterizan por tener poco personal y una facturación moderada. Este es un concepto que ha tenido presencia internacionalmente, sin embargo, no en todos los países se aplica y explica de la misma manera, esto tiene relación con las condiciones o aspectos que determinan si una empresa es pyme o no. De acuerdo con lo anterior, es importante tener conocimiento sobre las diferentes reglas o características que determinan si una empresa se puede considerar pequeña o mediana, con el fin de realizar un reconocimiento y clasificación de este tipo de negocios, tanto a nivel nacional como internacional.

Las pequeñas y medianas empresas(pymes) son negocios que pueden estar o no constituidos de manera jurídica como una empresa. Adicionalmente, éstas son de importancia en la economía global, ya que permiten que diferentes personas y sus familias tengan solvencia económica. No obstante, se entiende que las pymes han tenido que enfrentar un alto

número de dificultades, puesto que, desde su surgimiento, este tipo de negocios no se muestran como un competidor ante las cadenas transnacionales, debido a que éstas cuentan con una economía más sólida.

Según Menegotto (2016), las pymes desarrollan un papel importante en el aspecto económico de los países desarrollados y en vías de desarrollo. Asimismo, este tipo de empresas se introducen en el comercio internacional gracias a la globalización. Lo cual genera más oportunidades de empleo y los mercados dejan de estar acaparados por grandes empresarios, diversificando la oferta disponible. Sin embargo, el proceso de formalización de las pymes puede llegar a convertirse en un procedimiento tedioso para los emprendedores, lo que implica diferentes factores que influyen en la decisión de formalizar una empresa.

El crecimiento continuo de las pymes se puede observar en la siguiente comparación estadística que abarca un periodo de seis años, donde se muestran datos del 2018 y datos del 2023.

**Figura 1**

*Comportamiento del desarrollo de las microempresas en Costa Rica 2018-2023*

Region de Planificacion	Sector de la actividad economica									
	Total		Agropecuario		Industria		Comercio		Servicios	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
<b>2018</b>										
<b>Total</b>	361 404	100,00%	47351	13,10%	90342	25,00%	85866	23,76%	137845	38,14%
Central	212 249	100,00%	19425	9,15%	52679	24,82%	51101	24,08%	89044	41,95%
Chorotega	28 370	100,00%	4455	15,70%	6761	23,83%	7264	25,60%	9890	34,86%
Pacífico Central	24 978	100,00%	2542	10,18%	7193	28,80%	6000	24,02%	9243	37,00%
Brunca	33 998	100,00%	8007	23,55%	6930	20,38%	7942	23,36%	11119	32,70%
Huetar caribe	29 329	100,00%	7182	24,49%	7473	25,48%	6166	21,02%	8508	29,01%
Huetar norte	32 480	100,00%	5740	17,67%	9306	28,65%	7393	22,76%	10041	30,91%
<b>2023</b>										
<b>Total</b>	394 540	100,00%	48624	12,32%	76583	19,41%	79432	20,13%	189901	48,13%
Central	230 157	100,00%	17891	7,77%	49812	21,64%	48773	21,19%	113681	49,39%
Chorotega	33 233	100,00%	5567	16,75%	6201	18,66%	4420	13,30%	17045	51,29%
Pacífico Central	23 547	100,00%	2555	10,85%	2690	11,42%	4784	20,32%	13518	57,41%
Brunca	33 920	100,00%	9064	26,72%	4975	14,67%	5038	14,85%	14843	43,76%
Huetar caribe	36 057	100,00%	4660	12,92%	6577	18,24%	9030	25,04%	15790	43,79%
Huetar norte	37 626	100,00%	8887	23,62%	6328	16,82%	7387	19,63%	15024	39,93%

*Nota.* Información obtenida de Instituto Nacional de Estadística y Censos (2025a,b), Encuesta Nacional de Microempresas de los Hogares 2018 y 2023

Como se puede observar en la figura 1 a nivel general las microempresas pasaron de ser 361 404 en 2018 a ser 394 540 en 2023, sin embargo, a pesar del continuo crecimiento, es necesario destacar que a nivel de la industria se ha producido una disminución sustancial en la cantidad de empresas de este tipo. A pesar de esto y siguiendo una tendencia histórica es importante considerar que con el desarrollo educativo y las nuevas oportunidades empresariales constituyen un medio que contribuye al desarrollo continuo de las pymes.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2025), en la Encuesta Nacional de Microempresas de los Hogares 2024 se refleja que las microempresas han tenido un crecimiento constante año a año, sin embargo, se enfrentan a diferentes retos, principalmente en la informalidad, ya que el 80% no presentan registros contables formales, más del 98% no están inscritas en el Registro Nacional y el porcentaje de propietarios que no tienen un salario fijo alcanza casi el 100%. Además, se resalta que casi el 80% de las microempresas presentan tres características de informalidad, ya que no tienen cédula jurídica, no cuentan con registros contables formales y no cuentan con un salario fijo de manera permanente, el sector comercio tiene la mayor incidencia, seguidamente el sector industria, servicios y agropecuario. Además, otro de los factores que resaltan en cuanto a la informalidad es la falta de inscripción en entidades públicas, no poseen comprobantes de venta, no tienen local comercial, no utilizan productos financieros y no cuentan con seguro social.

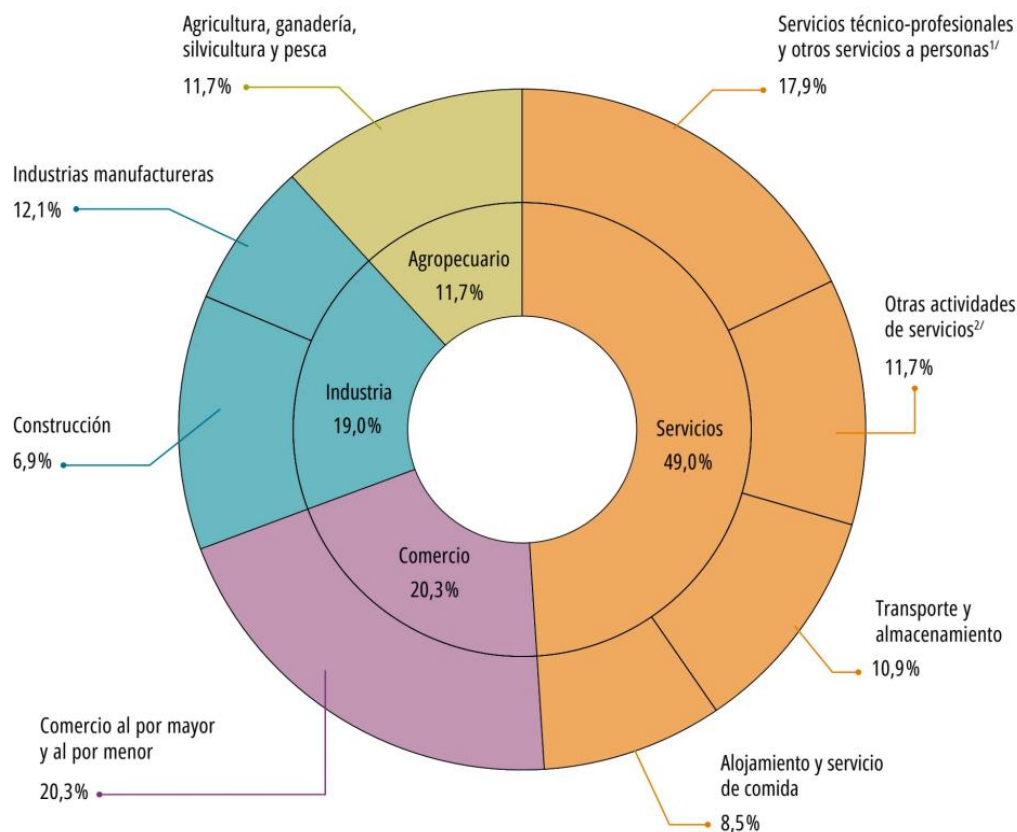
De acuerdo con lo antes mencionado, es en realidad preocupante ver porcentajes tan altos de informalidad, se deben analizar qué factores inciden en la decisión de formalización de las pymes, ya que los estudios reflejan que este tipo de empresas no están tomando la

decisión de formalizar sus negocios. Uno de los principales factores que afectan la formalización es el desconocimiento sobre procesos legales y formales, en ocasiones los propietarios de estos negocios no cuentan con las herramientas necesarias para tomar la decisión de formalizar su empresa o tienen el pensamiento de que esta decisión los llevará a incurrir en mayores gastos, como lo es el seguro social, pólizas de trabajadores, impuestos, patentes, entre otros.

Cada negocio o empresa surge por alguna razón o motivación, el origen de la creación de una actividad económica incide significativamente en la decisión de formalización de una empresa, de acuerdo con el lapso en el cual se pronostique un negocio. Según el INEC (2025), la razón principal por la cual se inicia una actividad económica es la de complementar el ingreso familiar, seguidamente la identificación de una oportunidad en el mercado y la posibilidad de crear su propia empresa o ser su propio jefe. Además, otras de las razones mencionadas es la del desempleo y herencia o tradición familiar. Las razones mencionadas anteriormente se agrupan en tres tipos, los cuales son: necesidad, oportunidad y tradición.

**Figura 2**

*Distribución porcentual de las microempresas de los hogares según sector de actividad económica, 2024.*



*Nota.* Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censos (2025c), Encuesta Nacional de Microempresas de los Hogares 2024.

Como se visualiza en la figura 2, el sector industria representa un 19% de las microempresas, lo cual es un porcentaje menor al sector comercio y servicios, mismos que lideran actualmente el mercado. Una de las razones por las cuales el porcentaje de sector comercio y servicios es mayor, es porque abarca más variedad de actividades económicas, el sector industria es más limitado en cuanto a la clasificación de actividad económica u oportunidad de negocio.

### **Tema o problemática y su importancia**

El desarrollo de las pymes del sector industrial en el cantón de Pérez Zeledón figura un papel de importancia para el crecimiento económico local y general del país, abarcando también la esfera social para el progreso de la población. Este surgimiento de las pymes afronta significativos retos a la hora de enfrentarse a los mercados competitivos y altamente avanzados por empresas transnacionales y conglomerados tanto a nivel local como internacional.

Entendiendo la competitividad y globalización del mercado contemporáneo, para las pymes el desarrollo de las capacidades empresariales constituye un elemento fundamental para la mejora de sus procesos, calidad y capacidad de adaptación a las nuevas tecnologías, teniendo como herramienta principal el análisis de los procesos necesarios para su óptimo desarrollo. Además, es relevante que estas puedan ser ampliamente asesoradas no solo en los procesos de formalización y expansión, sino que también deben conocer las distintas fuentes de financiamiento a las cuales pueden acceder para contribuir a su desarrollo.

El análisis de los distintos factores que rodean el desarrollo de las capacidades empresariales es importante para el posicionamiento oportuno de los negocios en el mercado, pero también constituye un marco de referencia para los pequeños empresarios y el desenvolvimiento adecuado de los negocios para contribuir en el fortalecimiento económico y social.

Es por este motivo y su trascendental repercusión en el establecimiento de presentes y futuras pymes del sector industrial que surge la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son las capacidades empresariales actuales de las pymes del sector Industrial en Pérez Zeledón y cómo el análisis de sus procesos puede potenciar su desarrollo en el mercado nacional e internacional?

### **Preguntas de investigación de acuerdo con los objetivos específicos**

- ¿Qué factores influyen en la producción de las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón?
- ¿Qué elementos intervienen en la decisión de comercialización en las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón?
- ¿Cuáles son las fuentes de financiamiento a las que tienen acceso las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón?
- ¿Cómo funcionan los planes de inversión que ofertan las entidades gubernamentales para las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón?
- ¿Cuáles son los elementos de escalabilidad más influyentes en los procesos de internacionalización de las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón?
- ¿Cómo se pueden optimizar las posibilidades de posicionamiento en el comercio exterior para las pymes?
- ¿Cuáles son las desventajas de implementar tecnologías avanzadas en la productividad y competitividad de las pymes del sector industrial en la zona de Pérez Zeledón?
- ¿Cuáles son las ventajas de implementar tecnologías avanzadas en la productividad y competitividad de las pymes del sector industrial en la zona de Pérez Zeledón?

## **Objetivos del estudio**

### **Objetivo general**

Evaluar las capacidades empresariales de las pymes del sector industrial en el cantón de Pérez Zeledón, mediante el análisis de procesos, para la potencialización de su desarrollo en el mercado nacional e internacional.

### **Objetivos específicos**

- Determinar los factores que influyen en la producción y decisión de la comercialización en el mercado de las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón, a través de la recolección de información, para el fortalecimiento de la toma de decisiones.
- Describir las fuentes de financiamiento a las cuales tienen acceso las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón, por medio de los planes de inversión que ofertan las entidades gubernamentales, para el adecuado aprovechamiento de los recursos económicos.
- Identificar los elementos de escalabilidad influyentes en los procesos de internacionalización de las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón, mediante la indagación de fuentes de información, para la optimización de las posibilidades de posicionamiento en el comercio exterior.
- Reconocer el impacto de las tecnologías avanzadas en la productividad y competitividad de las pymes del sector industrial en la zona de Pérez Zeledón, identificando las principales ventajas y desventajas, para su implementación efectiva en el mercado.

## Limitaciones

Las limitaciones presentes en el desarrollo de esta investigación influyen significativamente en el alcance y desarrollo, y se vinculan principalmente con el tiempo, el espacio y los recursos disponibles. Primeramente, con respecto al tiempo, el proyecto se ve obstaculizado por la corta duración del periodo asignado para realizar el mismo, lo cual restringe la posibilidad de observar cambios en el largo plazo o comparar tendencias históricas. Esta restricción obliga a concentrarse en aquellos aspectos que se consideran más importantes para la investigación y dejando de lado otros que podrían aportar información relevante.

Respecto al espacio, la investigación se enfoca exclusivamente en el cantón de Pérez Zeledón, por lo que los hallazgos no pueden generalizarse a otras regiones del país. Esta delimitación geográfica responde al interés de conocer la situación particular de las pymes en dicho territorio, dejando fuera realidades diferentes que podrían enriquecer el análisis.

En cuanto a las variables consideradas, la investigación se centra en los factores que influyen en la producción, comercialización, financiamiento, internacionalización y uso de tecnologías avanzadas en las pymes. Se dejan por fuera otras variables relevantes, como aspectos legales, culturales o ambientales, que también podrían tener un impacto en el desempeño empresarial.

En síntesis, estas limitaciones no imposibilitan la investigación, pero establecen con claridad los márgenes dentro de los cuales deben interpretarse los resultados. Identificarlas permite delimitar el alcance real del estudio y la posibilidad de que investigaciones futuras se enfoquen en variables diferentes, con el fin de obtener una visión más integral del comportamiento de las pymes en Costa Rica.

## **Viabilidad**

Es importante analizar la posibilidad de éxito de un trabajo de investigación, ya que esto permite conocer qué tan realizable es un trabajo o proyecto, por medio del análisis de diferentes variables como el acceso a la información, el tiempo en el cual se debe concluir la investigación y el contexto del estudio. Para obtener resultados concretos y coherentes al tema de investigación se debe indagar en fuentes confiables y que ofrezcan datos actualizados.

Al tratarse de un tema creciente con el paso de los años y que ha tomado relevancia y popularidad como medio de superación para las personas, la presente investigación se considera viable debido a que es un tema amplio y se facilita la obtención de información de las diferentes fuentes de datos. El enfoque en el sector industrial permite concentrar esfuerzos en información precisa, el apoyo de instituciones altamente involucradas en los procesos de formalización de las pymes en el cantón de Pérez Zeledón constituye una fuente de información actual y pertinente para el desarrollo del proyecto.

## **Alcance**

El presente proyecto se centra en la evaluación de las capacidades empresariales de las PYMES del sector industrial en el cantón de Pérez Zeledón durante el período 2024-2025. Asimismo, se tiene como objetivo principal potenciar el crecimiento y la competitividad de estas empresas mediante un enfoque integral. Adicionalmente, se pretende identificar formas para que las pymes de la zona mejoren aspectos relevantes de su funcionamiento como la producción, innovación y aplicación de estrategias de mercadeo. Otro aspecto relevante para analizar es el acceso a recursos de índole financiero.

Del mismo modo se busca incentivar al sector industrial de la zona de Pérez Zeledón a desarrollar diferentes proyectos que contribuyan al desarrollo del cantón y que exploten de manera positiva las oportunidades de negocios presentes en esta zona. Es de conocimiento que este sector del mercado ha venido creciendo en los últimos años de manera sostenida debido a la demanda que manifiestan las personas por adquirir los diferentes productos y servicios.

En este sentido, se aspira a que los resultados del estudio apoyen el posicionamiento de las pymes del sector industrial dentro de un mercado que está en constante crecimiento, tomando en cuenta las herramientas con las que cuentan, por ejemplo, el acceso a financiamiento es clave mejorar la productividad y eficiencia de estas empresas, ya que se fomenta el bienestar de un sector en conjunto. Con el fortalecimiento de las capacidades, se busca impactar de manera positiva la economía local, generando más riqueza.

## **Capítulo II: Marco Teórico**

## **Marco contextual**

El presente capítulo tiene como base inducir a la contextualización teórica del tema de estudio, partiendo de una explicación amplia del contexto del tema de investigación, seguido de un abordaje teórico que contempla cada objetivo a desarrollar y sus variables. Teniendo presente la importancia de ambientar la problemática de estudio para una comprensión idónea del tema.

### **Historia del comercio, pymes y sector industrial**

El comercio a lo largo de los años ha surgido en su primera etapa como un pequeño intercambio de productos entre civilizaciones organizadas en búsqueda de beneficios comunes. Tomando como referencia lo anterior, se puede señalar que el intercambio comercial entre individuos viene a ser una base para el desarrollo de las pymes. El fundamento para contextualizar el concepto de pyme precede de la creación del comercio para entender la relación entre individuos que intercambian productos. De acuerdo con León y Peters (2019) “El despegue del comercio en gran escala se dio al incluir productos de consumo masivo como granos, aceite, vino y algodón, situación que inició en el siglo IV a.C.” (p. 8)

Primeramente, el comercio básico surge en un contexto nacional, donde se intercambian productos dentro de un mismo territorio, ampliando el término este intercambio fue trascendiendo fuera de las fronteras, esto desencadenó un proceso más complejo relacionado con los medios de transporte, medios de pago y demás elementos que facilitarían dicho intercambio comercial.

En el siglo XVIII se manejó el concepto de pequeña propiedad que eran tierras antes pertenecientes a comunidades indígenas o comunidades de mestizos que fueron disueltas,

esto debido al surgimiento de trabajadores de la tierra, pero que no tenían terrenos donde cultivar, claramente algunos casos desembocaron en la venta de la propiedad, pero otras se constituyeron como pequeñas propiedades privadas por las cuales se pagaba un arrendamiento sumamente menor. En la pequeña propiedad se desarrollaban actividades agrícolas y ganaderas. Para este periodo el producto estrella era la caña de azúcar, que se utilizaba para elaborar dulce principalmente para el consumo familiar, sin embargo, de ciento sesenta y seis productores de dulce, alrededor de diez de esos estaban orientados a la comercialización (Fonseca, 1983).

En el caso de Costa Rica se debe hacer hincapié en el surgimiento del comercio basados en un contexto agrícola dependiente del café, banano, tabaco, caña de azúcar entre otros, en vista de que estos fueron los primeros negocios concretos que se empezaron a desarrollar entre el siglo XIX y XX y que estaban en manos de minorías o pequeños comerciantes agricultores. Es a través del cultivo del café, que se da un mayor auge de la comercialización y de la formación de las pequeñas empresas en manos de la élite colonial, ya que si bien es cierto existía la pequeña propiedad esta era para el desarrollo de un consumo interno, por tanto, la élite de la época era quienes tenían los medios necesarios para la explotación comercial de las tierras. Al respecto, de acuerdo con Cousin Brenes (2018):

Básicamente, para 1819, el café fue de uso ornamental en la sociedad costarricense. Posteriormente, se consumía como una bebida social y estimulante, sin embargo, el nuevo cultivo empezó a incentivar a las pequeñas empresas agrícolas, basadas en el trabajo familiar, para convertirlo en un producto de exportación dentro de un mercado en crecimiento. De igual forma, lo anterior vino a favorecer los ingresos y el acceso a la tierra de muchos pequeños y medianos productores. (p. 155)

A través de productos como el café y el banano Costa Rica empezó a formar parte del comercio mundial, a la vez que importaba productos provenientes de otros países. Como parte de este comercio mundial y regional que surgió en los primeros años de la civilización moderna costarricense y de forma general en el mundo, es que surge primitivamente el término de pequeños negocios hoy conocidos como pymes.

En la actualidad, según Espinoza (2023) el término pymes fue creado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo económico en 1970 como forma de denominar a las empresas que por su tamaño tenían una cantidad menor de empleados que las demás empresas desarrolladas.

Siguiendo con el caso de Costa Rica, para la época de los años 50 y 70, se vive un periodo convulso a nivel de organización del comercio, pues se implementa un modelo de sustitución de importaciones. De acuerdo con Villasuso (2000):

Las limitaciones que imponía el modelo agroexportador, y en particular su acentuada vulnerabilidad externa, indujo a que se planteara un cambio sustancial en el esquema de desarrollo del país. Esto comenzó a vislumbrarse desde finales de los años cincuenta, y desembocó, a principios de la década de los sesenta en la promoción de un amplio proceso de industrialización y de integración económica. Fue en esos años que se inició en Costa Rica la implementación del llamado Modelo de Sustitución de Importaciones (MSI) que ya se había aplicado con anterioridad en otros países de América Latina. (p. 5)

Esto quiere decir que los pequeños agricultores de la sociedad costarricense dedicados a la producción cafetalera para la exportación y la sociedad consumista de productos extranjeros tuvieron un decrecimiento debido a que el gobierno se concentró en aumentar la

producción nacional para el consumo dentro de Costa Rica y evitar la importación de productos manufacturados. En vista de esta situación el comercio debe desarrollarse entre productores pequeños de distintos productos, lo cual se contempla como la base para el desarrollo de pequeñas y medianas empresas que tienen la obligación de crear productos de consumo para la población.

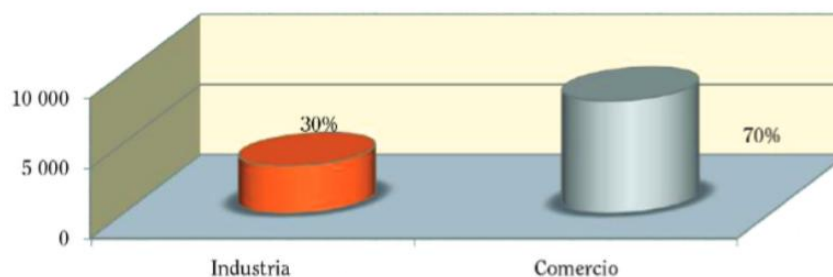
Asimismo, se puede hacer referencia al concepto industria, que de acuerdo con Caballero (2024): “La industria es un sector cuya actividad es transformar materias primas en productos de consumo final o intermedio” (párr. 1). Para la época de los años 1950-1970 y luego de la segunda revolución industrial, los gobiernos empiezan a situar sus actuaciones en torno al desarrollo amplio de la economía, por esto, en Costa Rica para la época del modelo de sustitución de importaciones surge la necesidad y prioridad de fortalecer el sector industrial de la economía, porque se trata de productos más elaborados y en gran medida debían sustituir los productos que previamente eran exportados.

Para reemplazar las manufacturas importadas por productos nacionales, se tomaron medidas relacionadas con la creación de infraestructura, incentivos fiscales y crediticios, lo cual tuvo un impacto significativo, de acuerdo con Villasuso (2000), entre 1965 y 1973, la industria creció 9.4% anual, impactando el Producto Interno Bruto y dando gran valor al sistema a los objetivos como país puesto que benefició la creación de puestos de trabajo.

Es prudente considerar que para la década de los años cincuenta, cuando se empezó a desarrollar el concepto de pyme en Costa Rica era desconocido el número de pequeños o medianos negocios que desarrollan las distintas actividades que no estuvieran relacionadas con la exportación. Es por ello por lo que de acuerdo con (INEC, 1950, como se citó en Cousin Brenes, 2020) se presenta el siguiente gráfico que muestra el comportamiento de las empresas del sector industrial y comercial de Costa Rica durante 1950.

### Figura 3

*Comportamiento de la actividad empresarial en la década de los años 50*



*Nota.* Con base en Cousin Brenes, 2020.

Como se evidencia en la figura 3, la actividad de las empresas de la época estaban desarrolladas en un contexto mayormente comercial, sin embargo, el desarrollo industrial para la época tiende a ser más significativo de lo que en esos años se podría esperar de una sociedad agrícola y poco desarrollada, para entonces ocurren hechos de gran trascendencia que vienen a marcar un mayor desarrollo industrial en el país, se trata de la Ley de Protección y Desarrollo Industrial de 1959, la incorporación de Costa Rica al Mercado Común Centroamericano y el Tratado General de Integración Económica (Rovira, 1985).

### Marco contextual

#### Contribución al desarrollo económico local

Las pymes, para Taborda Ocampo et al. (2018) son fundamentales para el desarrollo económico local porque generan empleo y fortalecen la economía de la comunidad, ya que al crear puestos de trabajo contribuyen a mejorar la calidad de vida de las familias y a mantener el dinero circulando dentro de la región y esto permite que más personas tengan la posibilidad

de trabajar y que el dinero se reinvierta en otros proyectos y servicios locales, lo cual dinamiza la economía.

Además, las pymes suelen ofrecer productos y servicios que responden a las necesidades específicas de la comunidad, lo que fomenta la innovación y la diversidad en el mercado; estas empresas, al competir en el ámbito local, ayudan a mantener la oferta variada y a incentivar el crecimiento de nuevas ideas y soluciones, haciendo que la economía sea más flexible y resistente a los cambios.

Asimismo, la colaboración entre pymes y otros actores locales, como instituciones públicas o empresas de diferentes sectores, impulsa el desarrollo de proyectos y alianzas que benefician a toda la comunidad, donde este trabajo conjunto mejora la infraestructura, eleva el nivel de la capacitación y favorece el acceso a nuevas tecnologías, lo que en conjunto favorece el progreso económico y social de la zona.

### **Pymes del sector industrial**

A lo largo del tiempo se ha incrementado la creación de pymes en los diferentes sectores del mercado, lo cual fomenta la diversificación de negocios y da un panorama más amplio a los consumidores de estos productos o servicios. Uno de estos sectores es el industrial, el cual ha influido en el crecimiento socioeconómico.

En Costa Rica una pyme se define como una unidad productiva permanente, administrada por una persona física o jurídica, que emplea recursos humanos y desarrolla actividades industriales, comerciales, de servicios o agropecuarias. Para ser consideradas como pymes y acceder a los beneficios de la normativa, deben cumplir al menos dos requisitos relacionados con cargas sociales, obligaciones tributarias o laborales. Además, su clasificación se define en el reglamento mediante criterios como número de empleados,

activos y ventas, los cuales permiten diferenciar entre micro, pequeñas y medianas empresas (Ley 8262, 2002).

De acuerdo con Lasluisa (2019), las pymes del sector industrial ubicadas tanto a nivel nacional, como internacional se caracterizan por ser negocios familiares, ya que se componen de una idea de negocio en un núcleo familiar y se convierten en empresas heredadas de forma generacional. Además, una de las características de las pymes de este sector es su permanencia en el tiempo, por lo general no suelen ser empresas nuevas en el mercado y ya están en su fase de sistematización de procesos.

Continuando con lo planteado por Lasluisa (2019), este tipo de empresas se caracteriza por tener una administración centralizada, su ubicación suele ser la misma durante un lapso largo, se deben enfocar en la innovación para tener ventajas competitivas. Por otro lado, se concentran principalmente en el mercado local y en ocasiones en un mercado extranjero. En comparación con empresas grandemente industrializadas, las pymes de este sector tienden a tener menor productividad, por lo cual se ven obligadas a enfocarse en la calidad para lograr una ventaja con respecto a la gran industria.

Es importante analizar la función de las empresas del sector industrial dentro del amplio mercado actual, donde se ha evidenciado el crecimiento acelerado de los diferentes sectores de la economía. De acuerdo con Pérez (2021), la función principal de las empresas del sector industrial radica en la transformación de distintas materias primas para lograr productos terminados o bien, semiterminados, para finalmente ser comercializados en el mercado, ya sea como producto final o complementos para otros productos. Además, las tres principales funciones del sector industrial son la producción de bienes, asegurarse de la distribución en el mercado y lograr conservar en buenas condiciones el producto terminado.

Como lo plantea Pérez (2021), el sector industrial se caracteriza por la generación de empleo, la aplicación de controles de calidad y por lo general producen bienes a gran escala, sin embargo, no es el caso de las pymes, donde se tiene una producción más reducida, pero cumplen con su principal función, que es crear bienes o productos terminados o semiterminados de acuerdo con su capacidad productiva, con el objetivo de crear rentabilidad para optimizar sus procesos en un futuro

Al respecto Porter (2014) indica que existen cinco factores que influyen significativamente en el rendimiento y posicionamiento de una empresa a nivel industrial. El primer factor se enfoca en la rivalidad entre los competidores del mismo sector, luego se analiza el poder de negociación, tanto de los proveedores, como de los compradores. Otra de las fuerzas de este sector es la amenaza del ingreso de nuevos competidores o empresas con un tipo de actividad similar. Por último, la posibilidad de creación de productos sustitutos o el mismo producto con mejoras estructurales, funcionales o de calidad.

Las empresas del sector industrial compiten grandemente en el mercado, principalmente, las pymes de este sector, ya que dentro de la industria existen empresas consolidadas y pioneras en diferentes productos, lo cual desplaza en gran magnitud la posición de estas, debido a la falta de recursos económicos, la falta de financiamiento ocasiona debilidades en el acceso a equipo y disminución de la productividad. Sin embargo, uno de los enfoques de la investigación, es abarcar cada tipo de financiamiento al cual pueden recurrir las pymes del sector industrial, para potenciar su crecimiento y posicionamiento en el mercado.

## Proceso productivo de las pymes

La fase de producción de una empresa es uno de los elementos claves en el éxito de un producto o negocio, por lo cual es una etapa que implica importantes recursos económicos, control de calidad, recurso humano capacitado, maquinaria y equipo en buen estado, ya que, es donde se crea el producto que va a llegar al cliente final. Cada pyme, debe enfocarse en la industrialización de sus procesos, debido a que su rendimiento económico depende de la cantidad y calidad de la producción, por ende, va a determinar su rentabilidad.

Como lo plantea Santos (2023), el proceso productivo involucra un conjunto de operaciones que se deben realizar para poder brindar un bien, servicio o producto, esto implica todo proceso que conlleva la transformación de recursos, ideas o materias primas que permiten crear un producto final para ofrecerlo en el mercado. Se debe destacar la importancia de mantener procesos estandarizados y el control de calidad adecuado para garantizar la eficiencia y productividad de las empresas.

De forma complementaria, Arteaga Sarmiento et al. (2019), plantea que los procesos productivos son el conjunto de actividades coordinadas que transforman insumos en productos o servicios, contribuyendo a la creación de valor en la cadena de producción (), donde estos procesos abarcan desde la recepción de materias primas hasta el control final de calidad, pasando por fases de manufactura, ensamblaje y empaque, la eficiencia en cada etapa es fundamental para garantizar productos competitivos en calidad y costo, lo que repercute positivamente en la rentabilidad de la empresa.

En este sentido, la optimización de los procesos productivos implica la adopción de metodologías y herramientas que permiten identificar y eliminar ineficiencias, donde se puedan brindar múltiples técnicas de automatización industrial que funcionan para reducir

tiempos muertos, minimizar desperdicios y mejorar la precisión en la producción y estas mejoras no solo reducen costos operativos, sino que también potencian la capacidad de respuesta ante cambios en la demanda y en el entorno competitivo.

Además, la innovación en los procesos productivos es importante para mantener la competitividad en mercados dinámicos, donde la integración de tecnologías digitales y sistemas inteligentes facilita el monitoreo en tiempo real de las operaciones y permite ajustes rápidos ante desviaciones o imprevistos, así, las empresas logran mayor flexibilidad y adaptabilidad, consolidando una ventaja competitiva que se traduce en mayor eficiencia, calidad y sostenibilidad a largo plazo.

### **Proceso de comercialización de las pymes**

La etapa de producción es fundamental en una empresa del sector industrial, sin embargo, no se debe dejar de lado el proceso de comercialización del bien, producto o servicio, una adecuada estrategia de comercialización le permite a la empresa llegar al público meta, lo cual se relaciona estrechamente con la rentabilidad y objetivos del negocio.

En la actualidad es importante que las pymes desarrollen estrategias de comercialización y distribución adecuadas a su tipo de actividad económica, debido al mercado competitivo y globalizado. La aplicación de estas estrategias de comercialización está estrechamente relacionada con la innovación y la aplicación de nuevas tecnologías, ya que el mercadeo digital es una de las principales estrategias utilizadas por las empresas, con la cual han logrado tener éxito y han impulsado sus ventas de manera significativa, sin embargo, se deben llevar a cabo de acuerdo con las necesidades y objetivos del negocio.

Como lo destaca Valdivia García (2023), el departamento comercial o de ventas es un área fundamental en toda organización, pues en ella se gestionan las relaciones directas con

los clientes y vela por el cumplimiento de los objetivos de venta de la empresa, ya que, es la fuente principal de los ingresos. Por esta razón, es importante que los procesos de aseguramiento de calidad en la producción y las estrategias de comercialización estén en una misma sintonía. El departamento de comercialización debe ser capaz de transmitir el objetivo y enfoque del producto o servicio.

De acuerdo con Lobato (2011), cada empresa tiene la necesidad de conocer la estructura de su mercado, por lo cual debe identificar cuántos clientes puede atraer, qué productos o servicios prefieren sus clientes objetivo, cuando hacen sus compras y cuál es su comportamiento y capacidad financiera. Conocer estos aspectos mencionados anteriormente es fundamental para poder crear y aplicar una estrategia de comercialización enfocada en los objetivos y mercado de la empresa, ya que cada negocio tiene necesidades o requerimientos enfocados en su actividad económica.

### **Factores que influyen en la producción y comercialización**

La producción y comercialización de bienes y servicios, según explica Villarreal (2022) están influenciadas por diversos factores que pueden determinar su éxito o fracaso en el mercado donde los recursos disponibles, como la materia prima, la tecnología y la mano de obra, juegan un papel clave en la eficiencia de la producción. La capacidad de innovar y optimizar procesos también influye en la calidad y competitividad de los productos, permitiendo que las empresas se adapten a las exigencias del mercado y a los cambios en la demanda.

Otro punto relevante es el entorno económico y político, ya que aspectos como la estabilidad financiera, las políticas gubernamentales y la regulación comercial pueden tener su impacto en la producción y distribución (Villarreal, 2022), las tasas de interés, la inflación

y los acuerdos comerciales afectan los costos de operación y las oportunidades de expansión. Además, la infraestructura y la logística, incluyendo el transporte y la conectividad digital, influyen en la eficiencia con la que los productos llegan a los consumidores.

Además, señala Villarreal (2022) que el comportamiento del consumidor y las tendencias del mercado son importantes para la comercialización, donde las preferencias de los clientes, los cambios en los hábitos de consumo y la influencia de la publicidad y las redes sociales pueden determinar el éxito de un producto; la segmentación del mercado y el uso de estrategias de marketing efectivas permiten a las empresas posicionarse mejor y diferenciarse de la competencia, asegurando una mayor aceptación y crecimiento sostenido en la industria.

### **Financiamiento para las pymes**

El financiamiento es un eslabón clave en el desarrollo de ideas de negocios y en el mejoramiento de las diversas economías. Asimismo, este término hace referencia al proceso a través del cual se obtienen recursos económicos necesarios para poder desempeñar una actividad o cubrir necesidades básicas. Según Chagerben-Salinas et al. (2017), el financiamiento es clave para una empresa que busca establecerse, ya que provee un flujo de caja para el buen funcionamiento de esta, puesto que una microempresa requiere de fondos para iniciar sus operaciones, donde se espera logre ganancias.

### **Fuentes de financiamiento para las pymes**

En relación con el financiamiento, se puede hacer referencia a dos grandes clasificaciones, el financiamiento interno y el externo. En cuanto a la financiación interna, esta se presenta cuando una empresa obtiene capital de trabajo de sus recursos propios como las utilidades retenidas y venta de activos, esto con el propósito de evitar endeudamiento.

Siguiendo a Bohórquez Medina et al. (2018), el financiamiento interno se puede llevar a cabo realizando aportaciones al capital social, ya sea aportando al flujo de efectivo que se genera diariamente o haciendo uso de las utilidades acumuladas que se calculan cada cierre de periodo.

El financiamiento externo es un instrumento que permite el crecimiento de las diferentes empresas mediante el subsidio de proyectos y la sustentación de la operación diaria del negocio. Asimismo, estos fondos provienen de fuentes ajenas a la empresa; por ejemplo, créditos bancarios, líneas revolutivas, factoreo, fondos de inversión o apoyo gubernamental. Los financiamientos que los proveedores otorgan a las empresas son de las fuentes externas más comunes, debido a que se caracterizan por ser de fácil acceso para los empresarios; además, los negocios usualmente deben adquirir bienes o servicios para su funcionamiento, por ende, el uso de proveedores es bien conocido en el mercado (Chávez Mattos, 2017).

### **Entidades gubernamentales que ofrecen financiamiento para las pymes**

El Sistema de Banca para el Desarrollo se visualiza como un aliado a la hora de la búsqueda del crecimiento económico de las diferentes localidades, en especial en países que presentan desafíos importantes. Según Durán Acuña (2016), el Sistema de Banca para el Desarrollo surge como método para financiar y empujar proyectos en el área productiva y que busca la promoción de la innovación y el uso de tecnologías mejorando la competitividad de este tipo de ideas de negocio. Este sistema no sólo se vincula con el financiamiento, sino que su objetivo principal se basa en la proporción de oportunidades a las personas que más lo necesitan en el ámbito laboral, como pequeñas y medianas empresas, agricultores y comunidades vulnerables.

En una economía donde todavía se carece de acceso a servicios financieros básicos, la Banca para el Desarrollo funciona como un puente que conecta a estas personas con la realización de sus sueños y proyectos. Con las herramientas que brinda este sistema, se promueve la inclusión financiera, logrando transformar el sistema económico de un sector.

En cuanto a los operadores financieros, estos son entidades acreditadas por el Sistema de Banca para el Desarrollo y que cuentan con programas aprobados por el Consejo Rector, tomando en cuenta los objetivos con los que se rige esta banca. En este grupo de operadores se encuentran bancos públicos y privados, microfinancieras, cooperativas, asociaciones, entre otras entidades. Los programas son los productos que los operadores utilizan para apoyar a los beneficiarios del sistema, asimismo, estas instituciones pueden ofrecer a los usuarios diferentes formas de financiarse como créditos, arrendamientos o el tipo de programa que mejor se acople a cada pyme (Sistema de Banca para el Desarrollo, 2025a).

Los operadores financieros del Sistema de Banca para Desarrollo son los siguientes

**Tabla 1**

*Operadores Financieros del Sistema de Banca para el Desarrollo*

AGE CAPITAL	Coopepalmares R. L	Coopesanmarcos R. L	Banco Popular
TOTAL FINCO	Coopepuriscal	Coopetarrazu	Banco Promerica
COOPECO	CAC SAN CARLOS	COOPROLE	CAC Puntarenas
COOPECAJA	LAFISE	Coopronaranjo R. L	Cooparroz R. L
COOPEMEDICOS	UPIAV	Credecoop	Coopealianza R. L
Coopeagropal R. L	Coopeande 7	EDESA	FIDERPAC
Montecrédito y Soluciones S. A	Bandecosa	Apacoop R. L	Financiera Cafsa
Coopavegra	BCT	Asoprosanramon	FUNDEBASE
CONARROZ	Coocique	Baccredomatic	FUNDECOCA
Coopedota R. L	Coopeagri R. L	Banco de Costa Rica	MUCAP
Coopelibertad R. L	Coopeamistad R. L	Banco IMPROSA	Scotiabank de Costa Rica
Coopemapro R. L	Coopeatenas R. L	Banco Nacional	

*Nota.* Información obtenida de la página oficial de Sistema de Banca para Desarrollo (2025a)

## Recursos económicos

El Sistema Banca para el Desarrollo dedica grandes esfuerzos para brindar apoyo a las pymes y poder contribuir en su crecimiento económico, lo cual impacta positivamente el nivel de desarrollo socioeconómico de la población a nivel nacional. De acuerdo con el Sistema de Banca para el Desarrollo (2020), existen diferentes líneas de trabajo del Sistema de Banca para el Desarrollo, las cuáles son: lograr la inclusión financiera en todos los sectores económicos, lo cual permite la reactivación económica, generación de empleo de calidad, y riqueza para las familias y las regiones. Además, contribuye en la disminución de la desigualdad entre regiones, por medio de la disponibilidad de recursos para proyectos a nivel nacional.

El Sistema Banca para el Desarrollo busca promover de manera eficiente el emprendedurismo, la innovación y el comercio, con el objetivo de reducir la desigualdad y brindar productos financieros más accesibles e inclusivos. Por otro lado, trabaja por ser un Sistema de Banca de Desarrollo moderno, eficiente, solidario y ético con el fin de aportar en el crecimiento económico, inclusión financiera, reducción de la pobreza y el mejoramiento en el área productiva de Costa Rica.

### Figura 4

*Colocaciones del Sistema de Banca para el Desarrollo en la Región Brunca por provincia del 2008 al 2025*

PROVINCIA	COLOCACIONES	Créditos	Crédito Promedio	Tasa Crédito Promedio
(1) San José	115.898 mill.	21.177	5,5 mill.	8,08 %
(6) Puntarenas	76.157 mill.	7.475	10,2 mill.	7,14 %
<b>Total</b>	<b>192.055 mill.</b>	<b>28.652</b>	<b>6,7 mill.</b>	<b>7,70 %</b>

*Nota.* Información obtenida de Sistema de Banca para el Desarrollo (2025b), cifras expresadas en millones de colones.

En la figura 4, se presenta la distribución de las colocaciones crediticias en la región Brunca según la provincia. En total, se otorgaron 28.652 créditos, que representan colocaciones por ₡192.055 millones. Al analizar por provincia, se observa que San José concentra la mayor parte de los créditos que suman ₡115.898 millones. Mientras que Puntarenas registra 7.475 créditos, el crédito promedio es de ₡10,2 millones, casi el doble que en San José. En síntesis, San José lidera en volumen y cantidad de créditos, mientras que Puntarenas se caracteriza por créditos más grandes y tasas más favorables.

### Figura 5

*Colocaciones del Sistema de Banca para el Desarrollo en la Región Brunca por sector productivo del 2008 al 2025*

SEC_PRODUCTIVO	COLOCACIONES	Créditos	Crédito Promedio	Tasa Crédito Promedio
⊕ AGROPECUARIO	84.650 mill.	18.799	4,5 mill.	7,78 %
⊕ COMERCIO	45.818 mill.	5.846	7,8 mill.	8,51 %
⊕ SERVICIOS	38.366 mill.	2.218	17,3 mill.	6,59 %
⊕ TRANSPORTE	7.456 mill.	799	9,3 mill.	6,90 %
⊕ CONSTRUCCION	6.616 mill.	296	22,3 mill.	8,65 %
⊕ INDUSTRIA	6.084 mill.	467	13,0 mill.	7,03 %
⊕ TURISMO	2.377 mill.	173	13,7 mill.	7,89 %
⊕ CONSUMO	687 mill.	58	11,8 mill.	11,49 %
<b>Total</b>	<b>192.055 mill.</b>	<b>28.652</b>	<b>6,7 mill.</b>	<b>7,70 %</b>

*Nota.* Información obtenida de Sistema de Banca para el Desarrollo (2025b), cifras expresadas en millones de colones.

La figura 5 refleja que el crédito promedio del sector industrial en la Región Brunca es de ₡13 millones, lo que significa que, a diferencia de sectores como el agropecuario, donde predominan créditos pequeños, en el industrial se destinan recursos hacia operaciones de mayor tamaño por cliente. De manera general, la industria tiene baja participación en cantidad de créditos, pero destaca por manejar montos de crédito más altos y con tasas competitivas. Esto refleja que, aunque no es un sector masivo, sí cuenta con condiciones adecuadas para quienes logran acceder al financiamiento.

### **Programas de financiamiento para pymes**

El Sistema de Banca para el Desarrollo (2025c), propone diversos programas de financiamiento que se dirigen específicamente a pymes, elaborados en base a diferentes características y naturalezas de los negocios. En el ámbito de la inclusión, se encuentran los programas de capital semilla, que buscan apoyar a emprendedores con recursos reembolsable y no reembolsables para iniciar sus ideas de negocio; los montos de esta iniciativa van desde los 4 a los 15 millones de colones, contemplando si el emprendimiento es individual o involucra a un grupo de personas. En la categoría de apalancamiento, se encuentran programas como el microcrédito SBD, dirigido a sectores prioritarios, por ejemplo, la propuesta de avales para personas que no cuentan con garantías para adquirir créditos.

Adicionalmente, el programa Semillas de Transformación apoya las ideas de negocio vinculadas a la tecnología, brindado financiamiento prototipado, puesta en marcha y fortalecimiento, con presupuestos que rondan entre los 10 y 25 millones de colones. En el área de innovación y transformación, el Sistema de Banca para desarrollo ofrece recursos como el Incentivo Transformativo, el cual cuenta con fondos de hasta los 30 millones de colones no reembolsables y 30 millones contingentes. Otro programa clave es Innova-D, con

un presupuesto de hasta 100 millones de colones, con la finalidad de que se fomente el desarrollo tecnológico (Sistema de Banca para el Desarrollo, s.f.).

En cuanto a la inversión productiva, Sistema de Banca para el Desarrollo (s.f.) detalla el programa deuda convertible que tiene como propósito la reactivación de unidades productivas con acceso limitado a financiamiento. También, el Sistema de Banca para el desarrollo ofrece créditos y avales para fondos de inversión orientados a pymes. Además, cuando un emprendedor se encuentra en crisis, existen iniciativas que prevén, rescatan y reactivan los negocios que están siendo afectados, como lo puede ser una pandemia o un desastre natural, este programa se contempla por el Aval de Emergencias y garantiza sustento económico para desastres declarados.

### **Proceso de internacionalización**

La internacionalización es un proceso adoptado por múltiples empresas en diversas partes del mundo y que principalmente se asocia a países desarrollados por sus amplias posibilidades de expansión, haciendo énfasis sobre externalizar sus producciones locales a otras regiones del mundo. Al respecto, Clavijo (2020) señala que:

La internacionalización empresarial consiste en el desarrollo de estrategias para llevar las ofertas comerciales de una empresa fuera de su país de origen. Este proceso tiene como fin adecuar las estructuras, operaciones y soluciones de la compañía para entrar en mercados extranjeros. (párr. 4)

Entendido desde este punto de vista la internacionalización para las pymes se trata de ajustar a sus procesos para permitirse llevar sus productos fuera del país de origen, contribuyendo ampliamente a un desarrollo económico para la empresa y para el país en el

cual está establecida, puesto que dicho proceso lleva consigo posibilidades de empleo, debido a la implementación de estructuras robustas en la organización de la empresa.

En el pasado el proceso de internacionalización era un proceso complicado de llevar a cabo y principalmente concretado por grandes y desarrolladas empresas, con el paso de los años, el avance de la tecnología y la globalización, este proceso ha ido tornándose además de importante, simple y sobre todo al alcance de las pequeñas y medianas empresas.

En la actualidad, es más común que las empresas opten por abarcar mercados internacionales que les puedan brindar mejores posibilidades de crecimiento, con barreras económicas menores y de dinamismo comercial, sumado al proceso de reducción de aranceles comerciales motivados por los distintos tratados comerciales. Sin embargo, es necesario destacar la incertidumbre causada por la actual guerra arancelaria impulsada por Estados Unidos, la cual afecta directamente los procesos de internacionalización hacia uno de los mercados más grandes del mundo.

De acuerdo con Conde (2025), esta guerra arancelaria tiene la capacidad de reducir el crecimiento económico global, afectar negativamente las económicas y deteriorar la confianza y clima de negocios, ya que, al existir una amenaza en la cadena de suministros global, se podría generar un ajuste en las alianzas comerciales. A pesar de este escenario adverso, ocasionado por el incremento de aranceles comerciales en Estados Unidos, la situación impulsa la búsqueda de mejores relaciones con países emergentes, así como un auge en la diversificación de mercados internacionales.

Si bien es cierto, la internacionalización puede constituir un reto para las diversas empresas a nivel mundial, para las pymes se puede tornar en un proceso complicado, que claramente puede generar que se abandone el proceso o que las empresas ni siquiera se

interesen por iniciar actividades, que permitan externalizar sus productos a otros mercados, siendo estas pymes cuya orientación es interna de manera que estos procesos de internacionalización son irrelevantes.

Para algunos casos este proceso de internacionalización posiblemente no sea sostenido, esto quiere decir que las pymes pueden ser intermitentes en el proceso de exportación a otros mercados. La internacionalización se puede dar de manera sostenida u ocasional, en donde dependiendo de las posibilidades de comercio, las empresas estarán constantemente exportando o lo harán por temporadas.

Según La Organización Mundial de Comercio [OMC] (2016) existen diferentes modelos de gestión empresarial. Entre estas pautas se encuentra el enfoque tradicional que conlleva la inserción de las pymes al comercio internacional, donde básicamente establecen alianzas con comerciantes internacionales para ayudar a ubicar sus productos en el exterior, creciendo gradualmente. Por su parte, el Born global está orientado a empresas de carácter tecnológico que desde su creación ya tienen capacidades de desarrollo preestablecidas y conexiones estratégicas.

También está el modelo de las pymes Born-again global, que son pymes que se internacionalizan ocasionalmente por acontecimientos en el mercado, que promueven su participación, pero que también debido a esa naturaleza son susceptibles a abandonar los mercados internacionales y volver al mercado nacional. Por último, la participación en las cadenas de valor mundiales hace referencia a pymes que son fácilmente incluidas en el comercio internacional, por su participación secundaria suministrando componentes o servicios para otras empresas, contribuyendo de esta forma en la cadena de valor de un producto.

## **Elementos de escalabilidad que influyen en la internacionalización**

Es importante primeramente hacer referencia al concepto de escalabilidad, según Westreicher (2022): “La escalabilidad es un concepto que hace referencia a la capacidad de una empresa, un proyecto, o incluso un sistema informático, de alcanzar un crecimiento exponencial. Esto es, una expansión cada vez más acelerada” (párr. 1). Por tanto, se entiende que los elementos de escalabilidad son aquellos que potencializan la inserción de una pyme al comercio global y que además le permiten generar mayores ganancias.

La internacionalización está expuesta a distintos factores que contribuyen a un mayor o menor desencadenamiento de las posibilidades de migración o no, están orientados a empujar o halar hacia el proceso conocido como Push-Pull que, si bien se suele aplicar a modelos migratorios humanos, para las empresas aplica de igual forma. De acuerdo con Micolta León (2005):

Es un modelo que se basa en una serie de elementos asociados tanto al lugar de origen como al lugar de destino. En principio existen una serie de factores que empujan (push) a abandonarlo al compararlo con las condiciones más ventajosas que existen en otros lugares, las que ejercen una fuerza de atracción (pull), generándose de esta manera, una dinámica de expulsión (push) y atracción (pull). (p. 68)

La internacionalización tiene elementos que le atraen a expandirse a otros países, principalmente estos están relacionados con el crecimiento que un determinado mercado puede ofrecer, competencia, tecnología y distintas oportunidades que se puede desarrollar en un mercado extranjero, siendo que muchas veces el país de origen se encuentra saturado a nivel comercial lo cual produce que el crecimiento empresarial tiende a ser escaso.

Cuando se hace referencia a elementos de escalabilidad que influyen en el proceso de internacionalización de las pymes, el concepto de globalización es de gran importancia, según el Fondo Monetario Internacional (2000):

La "globalización" económica es un proceso histórico, el resultado de la innovación humana y el progreso tecnológico. Se refiere a la creciente integración de las economías de todo el mundo, especialmente a través del comercio y los flujos financieros. En algunos casos este término hace alusión al desplazamiento de personas (mano de obra) y la transferencia de conocimientos (tecnología) a través de las fronteras internacionales. (párr. 6)

El mundo se encuentra ante un estrechamiento de fronteras, que indiscutiblemente propicia el intercambio comercial entre países, constituyendo una ventaja y un elemento que permite la internacionalización de las pymes. Siguiendo con los elementos de escalabilidad, también se encuentra la apertura económica y los tratados internacionales que a lo largo de los años han trazado el camino oportuno para el desarrollo de alianzas comerciales entre distintos países o mercados, constituyendo esto un elemento importante a la hora de internacionalizar una empresa especialmente una pyme, en medida que se busca aprovechar los mercados extranjeros. Respecto a esto, PROCOMER (2009) señala que:

A partir de los años noventa, el país se orientó a abrir y garantizar el acceso en los nuevos mercados a los productos que se promocionaban. Uno de los instrumentos utilizados, para lograr este objetivo fue la negociación y suscripción de Tratados de Libre Comercio (TLC) los cuales procuraban entre otros propósitos el eliminar las barreras arancelarias y normar las no arancelarias. (p. 2)

De esta forma, se puede concluir que Costa Rica a través de los tratados de libre comercio desarrolló un proceso de apertura económica que permite que las empresas se expandan comercialmente a través de alianzas estratégicas con empresas en otros países o estableciendo un mercado en el extranjero.

Es preciso hacer énfasis en la tecnología como un elemento de escalabilidad puesto que está estrechamente relacionado a la globalización. Luego de la revolución industrial, la creación de máquinas especializadas y el acceso a la tecnología el mundo ha cambiado radicalmente, debido a la facilidad que ha surgido de la mano con la tecnología y las máquinas. De acuerdo con World Trade Organization (s.f.): “Los avances tecnológicos provocan una mayor apertura al comercio y esta apertura económica estimula los avances tecnológicos, todo lo cual facilita un mayor crecimiento e integración en la economía mundial de los países en desarrollo” (p. 5).

Asimismo, es importante señalar como elemento de escalabilidad del proceso de internacionalización a la educación, haciendo referencia principalmente a un entorno cada vez más competitivo y en donde estar mejor capacitados constituye una ventaja sobre quienes no están capacitados o preparados para competir en el mercado.

Costa Rica es un país que se ha caracterizado por una educación abierta y de calidad en la formación de profesionales. Al tratarse de negocios, emprendimientos, pymes o incluso empresas, capacitarse correctamente para enfrentar los desafíos del mercado global es una ventaja que permite aprovechar herramientas, legislaciones, oportunidades de negocio u alternativas de crecimiento empresarial.

Para enfrentar un proceso de apertura comercial de una pyme se requiere de ciertas habilidades y conocimientos que le permitan desarrollar oportunamente estrategias de

negocio que se materialicen en ganancias monetarias y de conocimiento para abarcar los mercados globales y concretar las oportunidades. Exportar o instalarse en un mercado extranjero es un proceso difícil que requiere de mucho conocimiento en distintos campos como por ejemplo en materia legislativa.

### **Posicionamiento en el comercio exterior**

El proceso de internacionalización tiene un punto crucial en su mismo desarrollo, se trata del posicionamiento en el comercio exterior, esta es la fase que culmina un proceso exitoso para una empresa que busca extenderse fuera de las fronteras de su país de origen. Al hablar de comercio exterior se hace referencia a un proceso de inserción de mercado.

Cuando una empresa inicia el proceso de exportación debe tener claro el mercado en el que se desea desarrollar. De acuerdo con Berbel et al, 2012, según señalan Sakara et al (2007), existen tres fases para la selección de un mercado: revisión preliminar, identificación en profundidad y selección final (p. 22).

La primera fase busca identificar los mercados con potencial, en donde básicamente se aplica un filtro para seleccionar los mercados que más se ajustan a los objetivos empresariales de una marca o producto. La segunda fase de identificación en profundidad se contemplan aspectos relacionados o costo/beneficio entre los mercados previamente seleccionados y en la última fase de selección final se toma la decisión de aprovechar el mercado que mejor oportunidad genere.

Es indispensable señalar que este proceso de posicionamiento en el comercio exterior lleva consigo algunos requisitos que las empresas deben cumplir tanto en el país de origen como en el país donde se posicionarán de acuerdo con PROCOMER (s.f.) estos elementos a considerar son:

- Reglas internacionales asociadas a los procesos de importación y exportación de mercancías (INCOTERMS)

- Registro ante PROCOMER
- Registro Único de Exportación
- Permiso de salida
- Certificación de origen
- Otros

Por otra parte, se asocia el obtener un espacio en el comercio internacional con el nivel de productividad, porque esas condiciones son una base para cubrir los costos de acceso a los mercados nacionales o internacionales. De acuerdo con la Organización Mundial del Comercio en su informe sobre el comercio mundial (2016):

Esos niveles mínimos de productividad dividen a las empresas en dos grupos: las empresas cuyo nivel de productividad solo es suficiente para el mercado nacional; y las empresas más productivas, que pueden hacer frente a los costos de acceso a los mercados de exportación y vender sus productos tanto en el país como en el extranjero. (pp. 73-74)

Con ello, el posicionamiento en el comercio exterior está desarrollado para pymes que realmente tengan potencial y sobre todo capacidad para afrontar los desafíos del mercado tanto nacional como extranjero y cuya capacidad productora pueda saciar las demandas del mercado. Y una vez asumidos estos retos comerciales es de esperar que se presenten mejoras sustanciales para el dinamismo de las pymes. Sin duda alguna, se trata de un desafío, pero el hecho de enfrentarse a un mercado extranjero genera ventajas competitivas para las pymes.

## **Tecnologías avanzadas**

Las tecnologías avanzadas, según Poncela García (s. f.), han transformado la forma en que las empresas operan, optimizando sus procesos y mejorando la eficiencia en distintos sectores, las diferentes innovaciones como la inteligencia artificial y la automatización han permitido una mayor precisión en la producción y la prestación de servicios, reduciendo los costos y aumentando la calidad de los productos. Estas herramientas han facilitado la recopilación y análisis de grandes volúmenes de datos, lo que ayuda a las empresas a tomar decisiones estratégicas basadas en información en tiempo real, mejorando su capacidad de adaptación en un entorno cambiante.

Aunado a lo explicado por Torre y Codner (2013), la implementación de tecnologías avanzadas ha impulsado la digitalización de los negocios, permitiendo la integración de plataformas de comercio electrónico y servicios en línea y esto no solo mejora la comunicación y la gestión empresarial, sino que también facilita la interacción con los clientes y proveedores a nivel global, la digitalización ha dado paso a modelos de negocio innovadores, como la economía colaborativa y la personalización de productos y servicios, que han cambiado las expectativas de los consumidores y han generado nuevas oportunidades de crecimiento.

A pesar de sus beneficios, la adopción de tecnologías avanzadas presenta problemas importantes, como la inversión inicial, la capacitación del personal y la ciberseguridad, donde muchas empresas, especialmente las pequeñas y medianas, pueden tener dificultades para acceder a estas herramientas debido a los altos costos y la falta de conocimiento especializado, y además, la rápida evolución tecnológica exige una actualización constante, lo que puede representar una barrera para aquellas organizaciones que no cuentan con los recursos adecuados.

## **Productividad en el sector industrial**

Según Rodríguez Moreno (2022), la productividad se define como un indicador clave que permite evaluar la eficiencia de un proceso productivo, al comparar la cantidad de recursos utilizados con la cantidad de productos generados, evaluando así qué tan eficazmente se transforman las entradas en salidas. Asimismo, esta métrica es esencial, ya que permite analizar áreas de mejora, optimizar algunos procesos y contribuir al crecimiento económico sostenible.

La productividad es un aspecto de suma importancia para el desarrollo económico y la competitividad de cualquier empresa, ya que determina la eficiencia con la que se utilizan los recursos disponibles, según explica Romero (2006) un nivel alto de productividad implica que una organización puede producir más bienes o servicios con menos costos y tiempo, lo que se traduce en mayores beneficios y una mejor posición en el mercado y para lograr esto, es fundamental optimizar los procesos internos mediante la automatización, la capacitación del personal y el uso eficiente de los insumos. Asimismo, una gestión adecuada del tiempo y la implementación de metodologías ágiles contribuyen a reducir desperdicios y mejorar el rendimiento general.

El uso de tecnologías y herramientas digitales ha permitido aumentar significativamente la productividad en distintos sectores, como la implementación de un software de gestión empresarial, plataformas colaborativas y sistemas de inteligencia artificial han logrado mejorar la manera en que se organizan las tareas y se toman decisiones estratégicas (Londoño Patiño, 2020), por ejemplo, la digitalización de procesos administrativos y contables ha reducido la carga operativa de muchas empresas, permitiendo que los empleados se enfoquen en actividades de mayor valor. Además, la automatización en

las líneas de producción ha incrementado la velocidad y la precisión, reduciendo errores y mejorando la calidad final de los productos o servicios.

Sin embargo, alcanzar altos niveles de productividad requiere un enfoque que considere tanto la eficiencia tecnológica como el bienestar de los trabajadores, donde la motivación y el compromiso del personal son importantes en la optimización del desempeño empresarial, estrategias como la flexibilidad laboral, el reconocimiento de logros y la capacitación continua ayudan a mantener un ambiente de trabajo positivo y a fomentar la innovación dentro de la empresa.

### **Competitividad de las pymes**

La competitividad de las pymes se ve constantemente influenciada por factores como el acceso a financiamiento, la capacidad de innovación y la integración de nuevas tecnologías (Flores Romero y Gonzáles Santoyo, 2009). De tal manera que, para mantenerse vigentes en un entorno empresarial cada vez más globalizado, las pymes deben enfocarse en estrategias de diferenciación, optimización de procesos y expansión de su mercado, donde la digitalización y el uso de herramientas tecnológicas han demostrado ser clave para mejorar la eficiencia operativa y la relación con los clientes, lo que permite a estas empresas competir con grandes corporaciones.

Uno de los principales obstáculos que enfrentan las pymes es la limitación de recursos financieros y humanos, lo que dificulta su acceso a tecnología avanzada y su capacidad de adaptación a nuevas tendencias (Flores Romero y Gonzáles Santoyo, 2009) en muchos casos, la falta de capacitación y asesoramiento impide que estas empresas implementen estrategias innovadoras que les permitan mejorar su productividad y posicionamiento en el mercado.

Además, la competitividad de las pymes afecta su capacidad para establecer alianzas estratégicas y adoptar modelos de negocio más flexibles, siguiendo a Carrasco Vega et al. (2021), la colaboración con otras empresas, el acceso a redes de distribución eficientes y el uso del comercio electrónico son herramientas sumamente importantes para ampliar su alcance y mejorar su rentabilidad, asimismo, la inversión en marketing digital y la mejora de la experiencia del cliente pueden fortalecer su imagen de marca y fidelizar a su público objetivo.

La competitividad tecnológica, para Moreno Loera (2014), se refiere a la capacidad de una empresa o sector para integrar y aprovechar tecnologías avanzadas, lo que permite mejorar procesos, productos y servicios, esta dimensión es importante en un entorno globalizado donde la rapidez en la adopción de innovaciones marca la diferencia entre el liderazgo y la obsolescencia, empresas que invierten en tecnología están mejor posicionadas para responder a los desafíos del mercado y captar nuevas oportunidades de crecimiento.

El fortalecimiento de la competitividad tecnológica requiere una inversión continua en investigación, desarrollo y actualización de infraestructuras, según Loo et al. (2019), la capacitación constante del personal en el uso de herramientas digitales y la implementación de sistemas automatizados son importantes para mantener la eficiencia operativa, además, la colaboración con centros de innovación y la integración de tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial que permiten a las organizaciones anticiparse a las tendencias y adaptarse de forma proactiva.

La adopción de nuevas tecnologías también repercute en la capacidad de innovación en productos y procesos, generando una sinergia que impulsa el desarrollo empresarial; la transformación digital no solo mejora la calidad y la eficiencia de la producción, sino que también optimiza la gestión de la información y la toma de decisiones estratégicas y es en

este contexto que la competitividad tecnológica aparece como un factor determinante para posicionarse en mercados nacionales e internacionales, fortaleciendo la imagen de la empresa y asegurando su sostenibilidad a largo plazo.

### **Estrategias de diferenciación y eficacia**

Para Urrutia de la Garza y Aranda Pastrana (2016), la competitividad en el mercado exige que las empresas implementen estrategias que destaquen las características únicas de sus productos o servicios; la diferenciación consiste en identificar y potenciar aquellos atributos que agreguen valor al cliente, permitiendo a la organización posicionarse de manera singular frente a sus competidores, y en este sentido, una estrategia eficaz integra tanto el desarrollo de propuestas innovadoras como la optimización de procesos internos para lograr un impacto positivo en el mercado.

La implementación de estas estrategias requiere una evaluación constante de los recursos y capacidades de la empresa, donde, se deben identificar las fortalezas que puedan transformarse en ventajas competitivas sostenibles, así como las áreas de mejora para maximizar la eficiencia operativa; la combinación de elementos diferenciadores (como calidad, servicio y diseño con prácticas de gestión orientadas a la excelencia), garantiza que la empresa no sólo destaque en su sector, sino que también optimice sus resultados en términos de productividad y rentabilidad.

Por otro lado, la efectividad de estas estrategias depende de la capacidad de adaptación y de respuesta ante un entorno en constante cambio, donde tanto la planificación estratégica como la flexibilidad organizacional se vuelven indispensables para ajustar las tácticas en función de las demandas del mercado y las tendencias emergentes; este

compromiso con la mejora continua permite a la empresa consolidar su posición y mantenerse competitiva a lo largo del tiempo.

### **Innovación y mejora continua**

Adoptar una cultura de innovación significa no solo generar ideas novedosas para el desarrollo de nuevos productos y servicios, sino, también, optimizar los procesos internos existentes, y este enfoque proactivo facilita la transformación digital y el perfeccionamiento de metodologías, lo que se traduce en una mayor eficiencia operativa.

El incorporar la mejora en la estrategia organizacional requiere establecer mecanismos de evaluación y retroalimentación que permitan identificar oportunidades de optimización (Meraz Rivera et al., 2021) a través de la implementación de sistemas de gestión de calidad y el fomento de la creatividad en todos los niveles, se incentiva un ambiente laboral donde cada miembro contribuye activamente al progreso de la empresa; la capacitación constante y el seguimiento de indicadores clave de desempeño son herramientas que aseguran la evolución sostenida de la organización.

El compromiso con la innovación se refleja en la capacidad de adaptación y en la resiliencia ante cambios disruptivos en el mercado, pues al invertir en nuevas tecnologías y fomentar una mentalidad de aprendizaje, las empresas pueden anticipar las tendencias y responder con agilidad a desafíos emergentes, y este enfoque no solo mejora la calidad de los productos y servicios, sino que también fortalece la imagen corporativa y posiciona a la organización como líder en su sector.

## **Implementación de tecnologías en el mercado**

La implementación de tecnologías en el mercado ha revolucionado la forma en que las empresas operan y ofrecen sus productos y servicios, donde la digitalización, el comercio electrónico y la automatización han permitido mejorar la eficiencia de los procesos y han facilitado la conexión entre empresas y consumidores (Abril Abadin y Pérez Castilla, 2014), sin embargo, la aceptación de nuevas tecnologías no siempre es un proceso sencillo, ya que implica cambios estructurales en la organización, inversión en infraestructura y capacitación del personal. Para que esta transformación sea efectiva, es necesario contar con un plan estratégico que permita integrar de manera progresiva las innovaciones y maximizar sus beneficios.

Uno de los sectores que más ha aprovechado la implementación de tecnologías es el comercio, donde plataformas digitales y herramientas de análisis de datos han optimizado la toma de decisiones y la personalización de la oferta, y empresas de distintos tamaños han adoptado soluciones tecnológicas para mejorar su relación con los clientes, ofreciendo experiencias más ágiles y eficientes a través de canales digitales (Abril Abadin y Pérez Castilla, 2014). Del mismo modo, es importante destacar que la inteligencia artificial, por ejemplo, ha permitido el desarrollo de chatbots y asistentes virtuales que brindan atención automatizada y personalizada, aumentando la satisfacción del consumidor y optimizando el tiempo de respuesta.

Sin embargo, a pesar de los beneficios evidentes, la implementación de tecnologías en el mercado presenta problemas importantes, como lo es la resistencia al cambio, los costos iniciales y la necesidad de regulaciones adecuadas, donde muchas empresas, especialmente las pymes, enfrentan dificultades para adaptarse a la transformación digital debido a la falta de recursos y conocimientos técnicos, y en este sentido, es importante que existan incentivos

y políticas gubernamentales que faciliten el acceso a tecnología y promuevan la capacitación en habilidades digitales. La correcta integración de la tecnología en el mercado no solo mejora la competitividad empresarial, sino que, también, impulsa el desarrollo económico y fomenta la innovación en todos los sectores.

## **Capítulo II: Marco Metodológico**

## **Marco metodológico**

En este tercer capítulo de la investigación se destacan aspectos referentes a procedimientos y técnicas a desarrollar para obtener los datos necesarios, a fin de dar respuesta a la pregunta de investigación planteada ¿Cómo pueden las pymes del sector industrial en el cantón de Pérez Zeledón desarrollar sus capacidades empresariales, de manera que se potencialicen en el mercado nacional e internacional?

Se destaca el enfoque a seguir, así como el alcance y las fuentes de información a utilizar en la recolección de datos, además de los aspectos referentes al tamaño de la muestra. Por último, se plantean las variables a desarrollar en el estudio como punto de referencia a utilizar en la formulación del instrumento de recolección de datos.

### **Metodología de investigación**

Para el abordaje de la investigación planteada sobre el Desarrollo de las capacidades empresariales de las pymes del sector industrial de Pérez Zeledón, se destacan aspectos referentes a procedimientos y técnicas para el desarrollo de esta.

### **Enfoque de la investigación**

El enfoque de una investigación es un aspecto de suma importancia para determinar ciertos criterios esenciales del estudio. Hernández Sampieri et al. (2014) señalan que el enfoque cuantitativo representa un conjunto de procesos, se determina que éste se da de manera secuencial y con objetivo probatorio, mientras que el enfoque cualitativo utiliza recolección y análisis de datos para orientar preguntas y el proceso interpretativo de las mismas. Según el tipo de estudio y lo que el mismo requiera para la obtención de datos, muestra y análisis de datos se determinará cuál será el enfoque más conveniente por llevar a

cabo en este estudio.

Para el presente estudio se utiliza un enfoque mixto, que, según el método mixto conlleva una serie de procesos sistemáticos, recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos. Este enfoque es el adecuado para la investigación debido a que se fundamenta en el análisis de información relevante para sustentar el proceso empresarial de las pymes, como también facilita la recolección de información mediante la aplicación de formularios y entrevistas, que permiten la integración adecuada de los datos a recabar.

Dentro del enfoque mixto de la investigación se desarrolla un enfoque convergente debido a que este propicia la integración para una comprensión completa de los datos. De acuerdo con Medina Romero et al. (2023) se destaca que el enfoque convergente parte de la idea de que los datos cuantitativos y cualitativos se complementan entre sí y al integrarse pueden proporcionar una comprensión amplia del fenómeno de estudio. Teniendo por característica que los datos se recolectan de forma independiente, pero se integran en una etapa posterior.

Es relevante señalar que el enfoque mixto brinda el beneficio en que se pueden utilizar diversas formas de analizar lo recopilado, desde redacción de un cuadro comparativo hasta gráficas y barras que pueden ayudar a una mejor comprensión del objeto a estudiar. Para efectos de este trabajo, este enfoque llega a ser importante porque unifica datos importantes referentes al tema de investigación que sientan las bases para futuras investigaciones, además, se pueden presentar datos más exactos y de mayor relevancia, donde la exactitud de la información recopilada, así como las buenas formas de llevar a cabo los resultados de esta índole, toman relevancia al estar esclarecidos mediante métodos unificados que expliquen de mejor manera el método de estudio.

## **Alcance de la investigación**

Para la investigación a desarrollar se utiliza un alcance descriptivo, de acuerdo con Jiménez Martínez (2013), el objetivo del enfoque descriptivo es obtener datos para explicar o especificar elementos y características de grupos relevantes de acuerdo con el tema de investigación. Por tanto, este alcance permite el abordaje de información para describir el proceso empresarial de las pymes.

Asimismo, por la naturaleza del tema de investigación se puede aplicar un alcance explicativo. Siguiendo a Hernández Sampieri et al. (2014), el alcance explicativo tiene como finalidad determinar las causas o los factores del tema de estudio. Por medio de este enfoque, se explica el por qué ocurre o no el proceso de formalización, financiamiento e internacionalización de las pymes del sector industrial de Pérez Zeledón.

## **Fuentes de información**

De acuerdo con Torres et al. (2019), las fuentes primarias hacen referencia a toda la información que se obtiene de manera directa de la población; mientras que, las fuentes secundarias se vinculan a datos ya previamente elaborados y recopilados. Por otro lado, Cabrera Méndez (2010) señala que las fuentes terciarias son compilaciones que hacen referencia a documentos secundarios, es decir, son como una bibliografía que recopila otras bibliografías.

En la presente investigación se utilizan fuentes de información primaria, de manera que se obtienen datos por medio de una encuesta aplicada a las pymes del sector industrial en Pérez Zeledón y una entrevista a un profesional en el tema, de esta forma la información es obtenida de primera mano. Por ende, en este estudio se consideran como fuentes primarias a los propietarios, encargados, administradores o representantes legales de

empresas que se desarrollan en el sector industrial del cantón, ya que son quienes poseen un conocimiento detallado acerca de la gestión operativa y administrativa de dichos negocios.

También es necesario la obtención de información procedente de fuentes secundarias, las cuales son fuentes que se caracterizan por ser un recurso elaborado por autores que no estuvieron involucrados de manera directa ni fueron testigos de los hechos estudiados, como artículos de revistas, libros académicos, entre otros. En esta investigación, las fuentes secundarias utilizadas para recabar información serán: bases de datos, libros electrónicos, tesis universitarias, censos oficiales y páginas web.

### **Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La recopilación de información relevante sobre las pymes del sector industrial en Pérez Zeledón, incluyendo datos sobre opiniones, actitudes y comportamientos, se realiza por medio de la técnica de encuesta. De acuerdo con Baena Paz (2017), la encuesta es una técnica de investigación que se lleva a cabo por medio de la aplicación de un cuestionario a la población de estudio. Esta técnica permite la obtención de información pertinente para la investigación, facilita el proceso de obtención de los datos y el análisis de estos. Asimismo, la encuesta se aplica de manera electrónica, en donde se acudirá a los individuos por medio de internet, para la obtención de la información necesaria y útil.

Para recopilar información de manera más completa y desde diferentes perspectivas se utiliza una entrevista como técnica adicional de recopilación de datos, la cual se aplica a expertos en el área de pymes, ya que estos profesionales poseen amplio conocimiento sobre el proceso de producción, comercialización, financiamiento y temas relevantes al estudio, lo cual permite obtener resultados más fundamentados. Se utiliza el tipo de entrevista semiestructurada. Díaz-Bravo et al. (2013) señala que las entrevistas semiestructuradas son

flexibles debido a que, si bien en cierto de que parten de preguntas previamente planeadas, que pueden ajustarse a los entrevistados, tiene como característica que se puede aclarar términos, identificar ambigüedades, entre otros.

El instrumento por utilizar es el cuestionario, de acuerdo con Gallego Roji et al. (2016), el cuestionario es una herramienta que permite recolectar datos, mediante una serie de preguntas aplicadas a una muestra de estudio de acuerdo con la investigación. La implementación del cuestionario permite que se obtengan datos precisos, que ayuden a responder las preguntas propuestas en el estudio.

### **Procedimientos metodológicos de la investigación**

En el presente apartado se define la población de estudio en la cual se enfoca la investigación, con el objetivo de obtener la información adecuada y abarcar los principales objetivos del estudio. Además, se define el tipo de muestreo, tipo de estudio y se determina la muestra del proyecto, con el fin de recopilar la información de las fuentes indicadas.

### **Población de estudio**

La población de estudio del presente proyecto está compuesta por propietarios de las pymes del sector industrial de Pérez Zeledón. De acuerdo con la Municipalidad de Pérez Zeledón, en el cantón existen 96 pymes del sector industrial, siendo esta la población de estudio de la presente investigación. Es realmente importante definir la población de estudio en un proyecto, ya que esta está se identifica de acuerdo con los objetivos y tipo de investigación, seleccionar la población de estudio adecuada permite obtener los datos requeridos para la investigación. Hernández Sampieri et al. (2014) describen la población o universo del estudio como el grupo de todos los casos, los cuales cuentan con ciertas

características que los hacen aptos para un estudio en específico.

Se excluyen aquellas empresas que no se encuentren dentro de los límites de Pérez Zeledón, que no tengan procesos industriales y que no deseen dar información de manera voluntaria para la elaboración de este trabajo. Estos criterios serán útiles para una toma de datos debidamente fundamentados y vinculantes con los objetivos de esta investigación, a fin de que las respuestas de las pymes y, por ende, los resultados obtenidos, sean acordes a este trabajo y cumpla con los estándares de calidad, veracidad y validez investigativa.

### **Tipo de muestra**

Se emplea un tipo de muestreo acorde al tipo de investigación y método de recolección de datos. La muestra es probabilística, este tipo de muestreo está definido como aquel donde la selección de elementos tiene las mismas posibilidades de ser elegidos en el abordaje de la investigación (Hernández Sampieri et al., 2014). Este tipo de muestra permite la eficiencia y rapidez en la recolección de datos.

Asimismo, se pretende utilizar el muestreo probabilístico estratificado. Según Otzen y Monterola (2017), el muestreo estratificado se define como la división de la población de estudio en grupos de acuerdo con una característica determinada, luego se muestrea cada grupo de manera aleatoria, con el fin de obtener una parte proporcional de la muestra.

### **Tamaño de la muestra**

Para la obtención del tamaño de la muestra, teniendo en cuenta que se está ante una población finita de 96 informantes y considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% se usa la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 N \sigma^2}{Z_{\alpha/2}^2 \sigma^2 + NE^2}$$

Donde:

- n tamaño de la muestra
- Z valor tabulado de Z correspondiente al nivel de confianza del 95% (1,96)
- $\sigma$  variabilidad ( $p \times q = 0,5 \times 0,5 = 0,25$ )
- N tamaño de la población
- E margen de error (0,05)

Aplicando la fórmula anterior y una vez convertida a una población finita, el total de empresas a entrevistar es de 77 pymes. A continuación, se detalla el número de pymes a encuestar por distrito, utilizando el muestreo estratificado.

**Tabla 2**

*Número de pymes sector industrial a encuestar por distrito*

<b>Distrito</b>	<b>Número de pymes sector industrial</b>
Barú	2
Cajón	1
Daniel Flores	22
El Páramo	4
General	4
Pejibaye	2
Platanares	6
Río Nuevo	2
Rivas	2
San Isidro del General	28
San Pedro	4
<b>Total</b>	<b>77</b>

*Nota.* Información basada en datos brindados por la Municipalidad de Pérez Zeledón.

**Cuadro de variables**

A continuación, se presenta el cuadro de variables, donde se detallan los objetivos específicos, variables de estudio, definición conceptual de la variable, indicadores y definición instrumental.

**Tabla 3***Cuadro de variables*

<b>Objetivo específico</b>	<b>VARIABLES de estudio</b>	<b>Definición conceptual de la variable</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Definición instrumental</b>			
Determinar los factores que influyen en la producción y comercialización de la decisión de la comercialización en el mercado de las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón, a través de la recolección de información, para el fortalecimiento de la toma de decisiones.	Factores que influyen en la producción y comercialización	Factores que interactúan de manera dinámica y afectan tanto la producción como la venta de los productos.	Acceso a materias primas e insumos	Cuestionario	M2P1			
			Tecnología y maquinaria disponible	Entrevista	M2P2			
			Nivel de capacitación del personal	Encuesta	M2P3			
			Costos de producción		M2P4			
			Canales de venta utilizados		M3C1			
			Nivel de competencia en el mercado local		M3C2			
			Factores que afectan la fijación de precios		M3C3			
			Métodos utilizados para tomar decisiones comerciales		M3C4			
			Describir las fuentes de financiamiento a las cuales tienen acceso las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón, por medio de los planes de inversión que ofertan las entidades gubernamentales, para el adecuado aprovechamiento de los recursos económicos.	Fuentes de financiamiento para las pymes.	Distintos métodos o recursos a través de los cuales se obtiene dinero para sustentar proyectos o negocios.	Conocimiento de las fuentes de financiamiento disponibles.	Cuestionario	M4F1
						Tipo de financiamiento recibido (crédito, subsidio, fondos no reembolsables, etc.).	Entrevista	M4F2
Frecuencia o recurrencia del uso de financiamiento gubernamental.	Encuesta	M4F3						
Requisitos de acceso a los fondos.		M4F4						
Percepción sobre facilidad/dificultad de acceso.		M4F5						
Adecuación del financiamiento a las necesidades empresariales.		M4F6						
Impacto del financiamiento en la inversión y productividad de la empresa.		M4F7						

<b>Objetivo específico</b>	<b>VARIABLES de estudio</b>	<b>Definición conceptual de la variable</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Definición instrumental</b>
Identificar los elementos de escalabilidad influyentes en los procesos de internacionalización de las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón, mediante la indagación de fuentes de información, para la optimización de las posibilidades de posicionamiento en el comercio exterior.	Internacionalización	Comprende un acercamiento comercial, social y cultural entre los diferentes países del mundo, se trata de una especie de expansión comercial a través de las fronteras.	Percepción de los procesos de internacionalización	Cuestionario Entrevista Encuesta	M4I1 M4I6
			Intención de exportación de los productos		
	Elementos de escalabilidad que influyen en la internacionalización.	Se trata de elementos a nivel social, político, tecnológico y demás que tienen un papel de ampliación de las posibilidades de desarrollo del proceso de llevar los productos de carácter nacional a mercado internacionales.	Factores positivos	Cuestionario Entrevista	M4I2 M4I3
			Factores negativos	Encuesta	M4I4
					M4I5

<b>Objetivo específico</b>	<b>VARIABLES DE ESTUDIO</b>	<b>Definición conceptual de la variable</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Definición instrumental</b>
Reconocer el impacto de las tecnologías avanzadas en la productividad y competitividad de las pymes del sector industrial en la zona de Pérez Zeledón, identificando las principales ventajas y desventajas, para su implementación efectiva en el mercado.	Implementación de tecnologías avanzadas en las pymes.	Utilización de la tecnología para mejorar procesos y productos.	<p>Nivel de adopción de las tecnologías avanzadas.</p> <p>Tipos de tecnologías implementadas.</p> <p>Nivel de dificultad en la adaptación de tecnologías avanzadas</p> <p>Nivel de eficiencia productiva.</p> <p>Grado de expansión en el mercado debido a la adopción de tecnologías avanzadas</p> <p>Beneficios de la adopción de las tecnologías avanzadas.</p> <p>Barreras en la adopción de las tecnologías avanzadas.</p>	<p>Cuestionario</p> <p>Entrevista</p> <p>Encuesta</p>	<p>M6T1</p> <p>M6T2</p> <p>M6T3</p> <p>M6T4</p> <p>M6T5</p> <p>M6T6</p> <p>M6T7</p>

## **Capítulo IV: Análisis e interpretación de los resultados**

## **Análisis de resultados**

Se destacan los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento (entrevista y cuestionario) a fin de dar respuesta a la pregunta de investigación planteada sobre ¿Cómo pueden las pymes del sector industrial en el cantón de Pérez Zeledón desarrollar sus capacidades empresariales, de manera que se potencialicen en el mercado nacional e internacional?

También, se destacan los datos más significativos en relación con cada una de las variables de estudio y se presenta un análisis de los resultados.

### **Entrevista a experto**

Con el fin de obtener un punto de vista de un experto sobre el desarrollo de las capacidades empresariales de las pymes del sector industrial en el cantón de Pérez Zeledón, período 2024-2025, se plantean preguntas a un profesional que de forma permanente está involucrado en el tema pymes del cantón de Pérez Zeledón. En la entrevista se abordan temas de desarrollo, internacionalización, financiamiento y tecnología.

Estas son grabadas mediante audio para su procesamiento, el cual se detalla a continuación.

- Estado actual de las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón

Desde el MEIC, se realizan registros voluntarios para las empresas que están llevando los procesos de información, aunque muchas empresas no siguen el proceso para certificarse como una pyme, se trata de un proceso complejo el cuantificar cuáles empresas están formalizadas y las que no están formalizadas. En estudios del Banco Central se establece que

el tamaño de las empresas es una fuente de información general que provee un marco visual amplio para poder comprender mejor el estado actual de las pymes por Cantón.

A nivel general es común encontrar emprendimientos y empresas que surgen de manera informal principalmente relacionado con el factor recursos económicos, la facilidad en la obtención de los recursos como por ejemplo las capacitaciones que dan en el INA hacen que estos procesos sean accesibles para las personas y así generar emprendimientos que a nivel de formalización con el Ministerio de Salud les permite trabajar desde sus casas, al menos por los primeros 5 años sin necesidad de contar con especialistas específicos en las diversas áreas, pero después de este periodo el proceso se vuelve costoso, lo que genera trabas.

- Estrategias empresariales que existen en el mercado y que deberían ser aplicadas por las pymes del sector industrial de Pérez Zeledón

Es importante destacar que por lo general las pymes o emprendimientos de este sector surgen con una persona que se encarga de todo en el funcionamiento y con un pensamiento centrado en solo ofrecer lo que saben hacer. Entonces teniendo en cuenta las estrategias que existen hoy en día se podrían aplicar estrategias de investigación de mercados, segmentación de mercados, mercado meta, perfil del cliente ideal, estudio de las tendencias, diferenciación. Estrategias como la rotación de inventarios, tecnologías de la información para la gestión y las alianzas estratégicas para fortalecerse y ampliar la visión hacia tendencias actuales.

- Factores que más inciden en los costos de producción de las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón en el contexto local

El principal factor está determinado en que en el cantón no se manejan volúmenes altos para la producción, los costos variables son altos y los costos fijos no se diluyen fácilmente lo que genera mayores costos en general.

También es importante señalar que los procesos que estas empresas llevan a cabo los hacen de forma artesanal, lo que genera muchos costos en mano de obra.

- Acceso a información del mercado y tipo de información que les falta con mayor frecuencia a las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón

Primeramente, es importante tener en cuenta que las empresas no tienen definidos los mercados, no conocen a su cliente meta, y por ende no sabe qué información buscar. No hay tanta información, pero existen herramientas que permiten interactuar con el mercado meta y saber cuál es la demanda, a nivel general se puede acceder a tendencias.

Específicamente es difícil encontrar información en el cantón debido a que no hay una persona o entidad que se encargue de recolectarla, en este sentido serían las empresas las que tienen que invertir en un estudio de mercado para acceder a la información que necesiten. Ahora bien, la información que generalmente les falta es la información de retroalimentación de sus propios clientes, para conocer la satisfacción del mercado inmediato, pero esto ya es un proceso que solo las mismas empresas deben recolectar.

- Nivel de competencia en el mercado local para las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón

A nivel del MEIC se conoce que existen muchas empresas del sector alimentos y en la industria textil, estos sectores son muy competitivos. En lo que respecta a los alimentos en los

supermercados existen muchos competidores con precios mucho más bajos y en el sector textil la creciente tendencia de los outlets genera mucha competencia.

- Instituciones y programas de desarrollo que impulsan la internacionalización de las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón

En la región de Pérez Zeledón existe una oficina de PROCOMER que ayuda a empresas que tienen potencial, interés en exportar o que ya exporta, estos ofrecen una serie de programas, capacitación y asistencia técnica. También cuentan con estudios de mercado para encontrar nichos de exportación.

Los convenios con asesores extranjeros permiten crear contactos estratégicos.

BTM (Buyer Trade Misión) es una rueda de negocios donde los miembros pueden agendar reuniones con empresas.

- Estrategias que deben utilizar las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón para incorporarse a los mercados internacionales

Los programas, capacitaciones y asistencia técnicas brindadas por PROCOMER y la participación en programas con el BTM para ampliar su visión y aprender cómo funcionan los mercados internacionales.

- Herramientas tecnológicas que permiten una mejor adaptación de las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón al mercado

En el tema de mercado las tecnologías actuales ofrecen herramientas de comercio electrónico, en registro y contacto con clientes se encuentran los CRM que son herramientas donde la empresa puede ir teniendo un seguimiento y atención en la gestión de sus clientes.

Software para registro de información.

La inteligencia artificial también segmenta la información y hace el trabajo de segmentación y demás.

- Conocimiento que tienen las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón sobre las fuentes de financiamiento

Muchas empresas por lo general no tienen idea de los programas y convocatorias que las diversas instituciones ofrecen, pero se puede decir que las empresas que sí acceden a este tipo de información o que tocan distintas puertas tiene la oportunidad de obtener recursos para financiar sus proyectos.

- Tipos de financiamiento o ayudas que ofrecen las entidades gubernamentales (créditos, subsidios, fondos no reembolsables, garantías, incentivos fiscales) a las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón

A nivel de PROCOMER existen convocatorias para desarrollar proyectos con fondos no reembolsables.

Banca para el Desarrollo.

MICIT ofrece recursos para proyectos de desarrollo tecnológico.

Programas de PROMUJERES.

- Tipo de financiamiento más utilizado por las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón

Recursos de financiamiento no reembolsables.

- Entidades gubernamentales que se encuentran preparadas para brindar las herramientas que una empresa necesita para que se pueda internacionalizar

A nivel general PROCOMER ofrecen un servicio muy completo en el apoyo a empresas que buscan exportar y también a nivel nacional se ofrece un ecosistema adecuado para el desarrollo de las distintas empresas. Al final también es importante que las empresas tengan la capacidad para desarrollar estas capacidades de internacionalizarse para que el apoyo ofrecido por las entidades gubernamentales sea aprovechable.

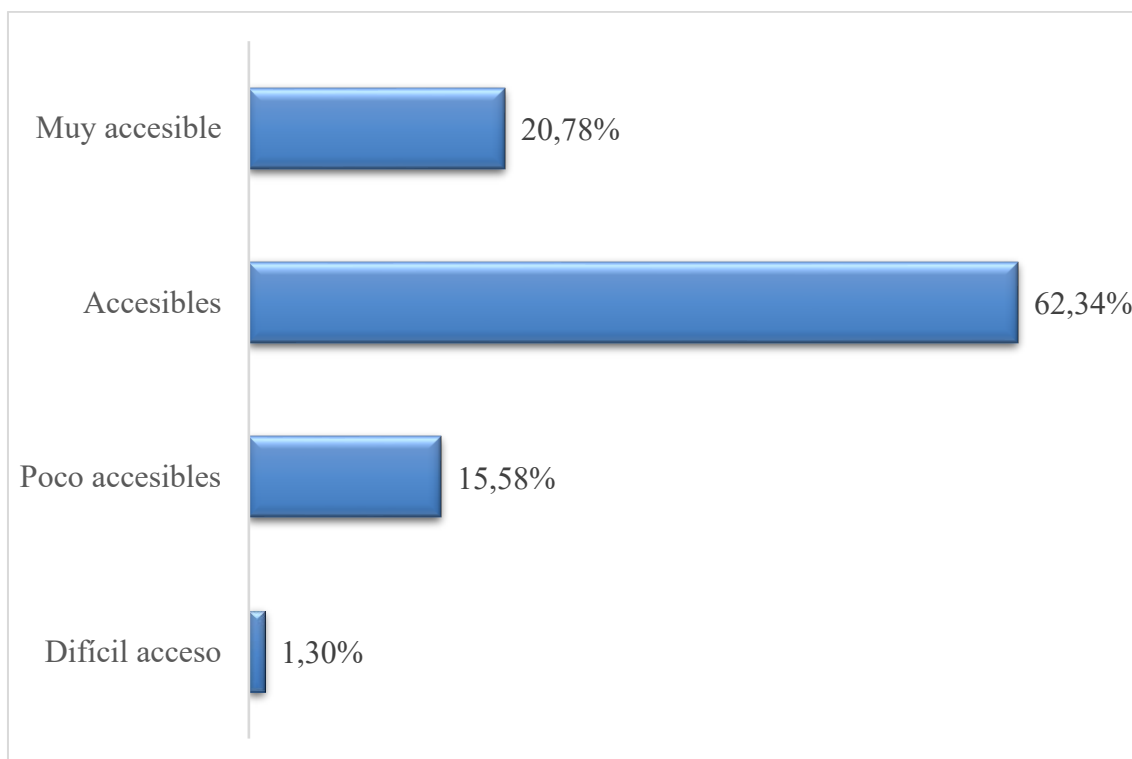
## Encuesta

### **Análisis de la variable factores que influyen en la producción y comercialización de las pymes**

El presente apartado tiene como objetivo analizar los principales factores que influyen en los procesos de producción y comercialización de las pymes del cantón. Uno de los factores principales que afecta la producción en las empresas es el nivel de acceso a las materias primas, por lo cual en la figura 6 se refleja el porcentaje de pymes de acuerdo con el nivel de accesibilidad a los insumos de producción.

#### **Figura 6**

*Acceso a materias primas e insumos*



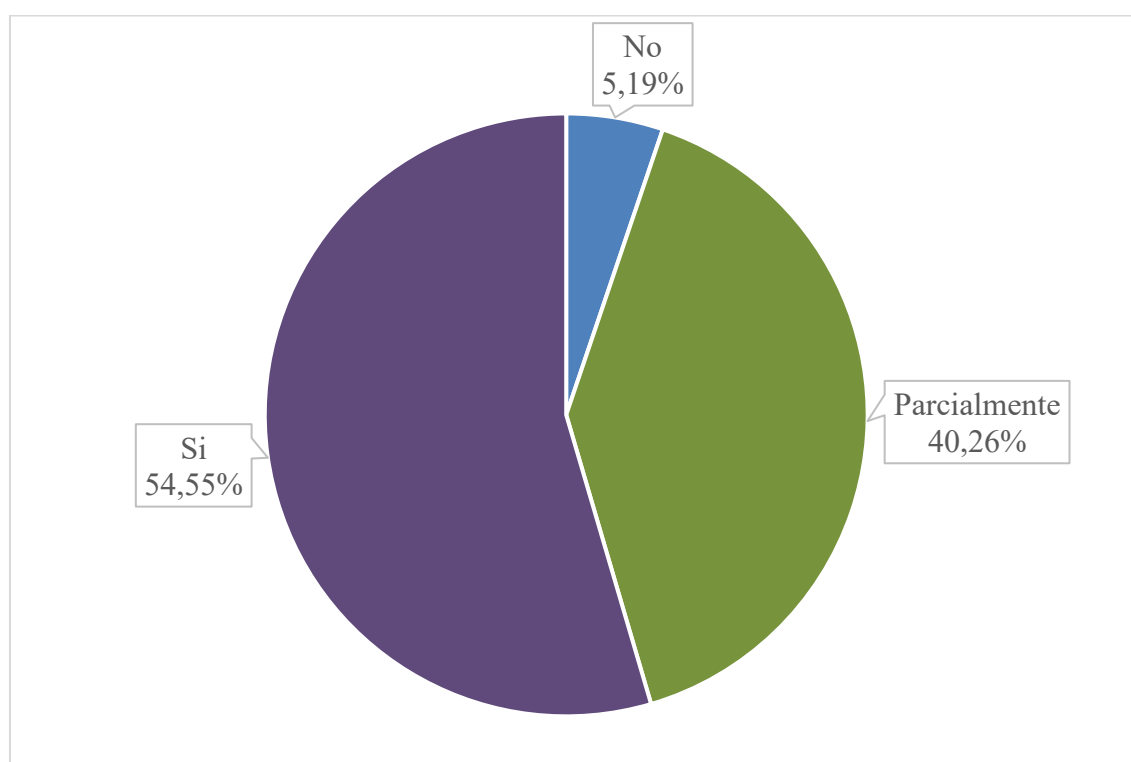
El 83,12% de las empresas percibe que el acceso a materias primas e insumos no representa una barrera significativa, ya que indican que las materias primas son muy accesibles o accesibles, los resultados reflejan condiciones relativamente favorables para la

adquisición de insumos. Mientras tanto, un 16,88 % consideran que las materias primas o insumos son poco accesibles o de difícil acceso, esto refleja que existen obstáculos para acceder a insumos, lo que puede afectar su eficiencia operativa, tiempos de entrega y costos de producción.

A continuación, se analiza el porcentaje de empresas que poseen tecnología y maquinaria adecuada para llevar a cabo el proceso de producción de manera eficiente, este es un factor primordial para producir de una manera eficaz y controlar la calidad de los productos.

### Figura 7

*Tecnología y maquinaria adecuada para su actividad productiva*



El 94,81% de las empresas encuestadas indica que cuenta con tecnología y maquinaria que se ajusta, total o parcialmente, a su actividad productiva. Este resultado es positivo, ya que refleja un nivel de alineación tecnológica razonable con sus necesidades

operativas. Sin embargo, el 40,26 % evidencia que solo parcialmente, lo cual implica que, aunque existe disponibilidad de maquinaria, no necesariamente es la más eficiente, moderna o especializada para sus procesos productivos. El 5,19 % manifiesta no contar con maquinaria adecuada, lo cual puede representar una clara desventaja competitiva al llevar a cabo procesos menos eficientes, mayor uso de recursos y posible pérdida de calidad en el producto final.

Con el fin de conocer el nivel de preparación del recurso humano dentro de las pymes, se analiza la periodicidad con la que estas organizaciones capacitan a su personal. La tabla 4 presenta los resultados obtenidos a partir de las respuestas brindadas por los encuestados, lo cual permite identificar la frecuencia con la que se realizan procesos de formación y actualización de competencias en el ámbito laboral.

**Tabla 4**

*Nivel de capacitación del personal en las pymes*

<b>Periodicidad de capacitación</b>	<b>Porcentaje</b>
Poco frecuente	20,78%
Ocasional	9,09%
Frecuencia moderada	22,08%
Frecuente	25,97%
Muy frecuente	22,08%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>

La tabla 4 señala que un 48,05% de las pymes capacita su personal de manera frecuente o muy frecuente, lo cual es positivo para el fortalecimiento de competencias. Un 31,17% brinda capacitación poco o de forma ocasional, lo que podría indicar que se necesita mejorar la inversión en formación. Además, un 22,08% brinda capacitación de manera moderada, lo cual muestra que existe un segmento medio con potencial de mejora.

Con el propósito de analizar la posición de las pymes en cuanto a su estructura de costos de producción, se evalúa cómo perciben sus costos en relación con el promedio del

sector. La tabla 5 muestra los resultados obtenidos, proporcionando una visión general sobre si las empresas enfrentan costos competitivos, elevados o reducidos, lo cual es clave para interpretar su eficiencia operativa y capacidad de competir en el mercado.

**Tabla 5**

*Costos de producción en relación con el promedio del sector*

<b>Nivel de costos</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy altos	1,30%
Altos	32,47%
Moderados	63,64%
Bajos	2,60%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>

En la tabla 5 se refleja que el 63,64% de las pymes indican costos moderados, lo cual sugiere que se encuentran en un rango competitivo dentro del promedio del sector. Un 32,47% indica tener costos altos, lo que puede reflejar ineficiencias en producción, insumos caros o bajo aprovechamiento de economías de escala. Solo un 2,60% considera que tiene costos bajos, y apenas un 1,30% indica que sus costos son muy altos.

Para identificar los principales medios a través de los cuales las pymes comercializan sus productos, se consulta sobre los canales de venta utilizados. La figura 8 presenta los resultados obtenidos, se observan las tendencias actuales en cuanto a las estrategias de comercialización, así como el grado de adopción de canales digitales y tradicionales por parte de las empresas encuestadas.

**Figura 8***Canales de venta utilizados*

Como se puede visualizar en la figura 8, las ventas en línea son el canal de venta dominante, ya que 69 de las 77 empresas encuestadas lo utilizan, lo cual refleja una fuerte tendencia hacia la digitalización y el comercio electrónico. Las tiendas físicas aún conservan relevancia, lo cual demuestra que la presencia física sigue siendo importante en algunos sectores. El uso de distribuidores y la exportación es relativamente bajo, lo que puede señalar un potencial de crecimiento en estrategias de expansión y comercialización externa. El porcentaje de utilización de otros canales de ventas es bajo, y podría incluir ventas directas, ferias, alianzas comerciales locales, entre otros. El canal digital es claramente el más utilizado por las empresas encuestadas, por lo cual es importante que las estrategias comerciales se enfoquen en fortalecer la presencia online, marketing digital y atención al cliente digital. La baja participación en exportaciones y distribución indica oportunidades para explorar mercados externos y alianzas logísticas.

Con el fin de analizar el entorno competitivo en el que operan las pymes, se consulta a los participantes sobre su percepción del nivel de competencia en el mercado local. La tabla 6 presenta los resultados obtenidos, los cuales permiten tener una visión general sobre la intensidad competitiva percibida, aspecto clave para el análisis estratégico y la formulación de acciones que permitan mejorar la posición de las empresas en su sector.

**Tabla 6**

*Nivel de competencia en el mercado local*

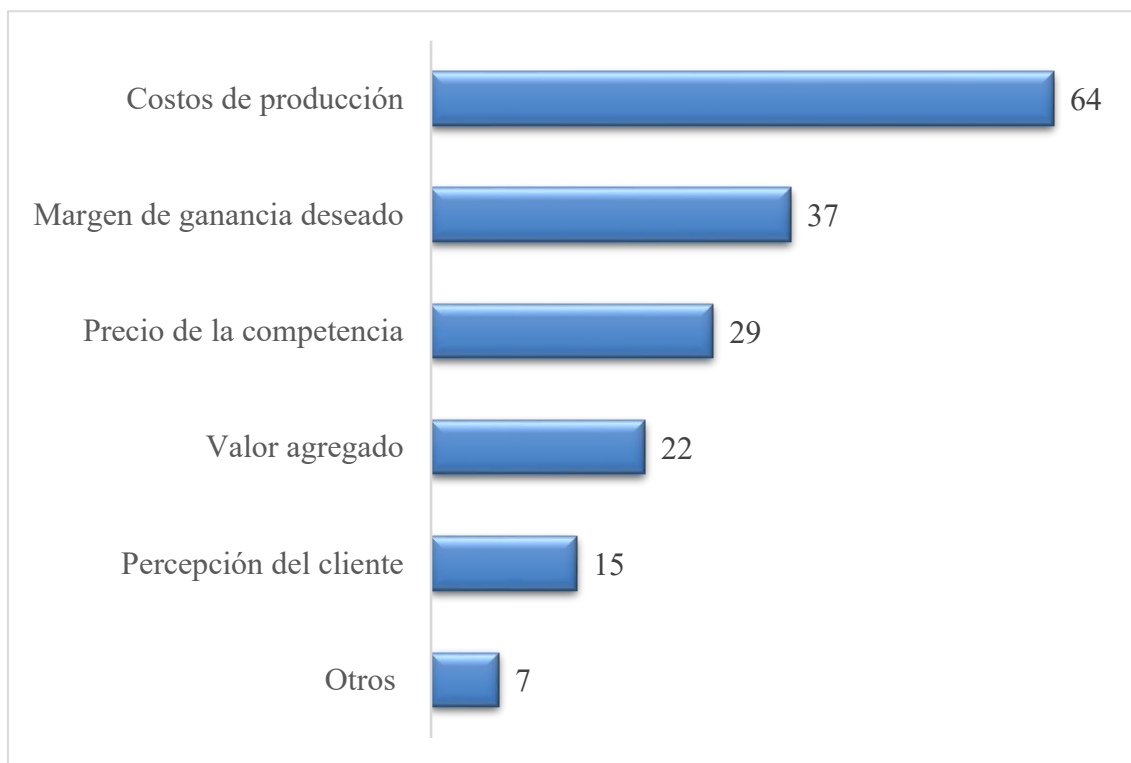
<b>Competencia</b>	<b>Frecuencia</b>
Muy alta	15
Alta	30
Moderada	29
Baja	3
<b>Total general</b>	<b>77</b>

En la tabla 6 se puede visualizar que 30 de las empresas encuestadas consideran que tienen un alto nivel de competencia, además, 15 empresas indican que su competencia es muy alta, lo cual puede reflejar que existe un porcentaje de empresas significativo dedicado a la misma actividad productiva, por esta razón es importante que las pymes, identifiquen y apliquen estrategias comerciales que fomenten una ventaja competitiva en el mercado.

Es importante identificar los elementos que inciden en la determinación de los precios de los productos o servicios ofrecidos por las pymes. La figura 9 expone los resultados obtenidos, permitiendo analizar tanto los factores internos, como los externos, relacionados con el entorno competitivo y la percepción del cliente, todos ellos fundamentales en la toma de decisiones comerciales.

**Figura 9**

*Factores que afectan la fijación de precios*



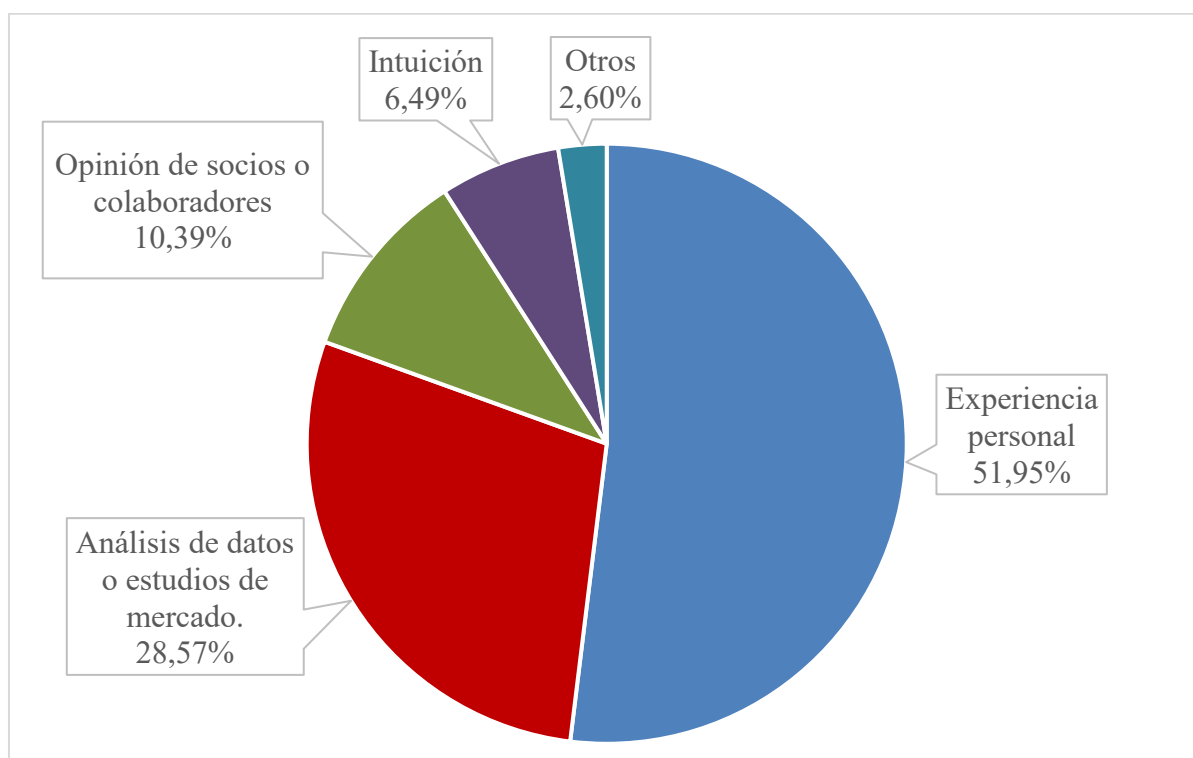
El principal factor que influye en la fijación de precios de los productos en las pymes es el costo de producción, seguido por la obtención de un margen de ganancia deseado. Estos factores son de carácter interno, ya que están bajo el control directo de la empresa. Por otro lado, elementos como los precios de la competencia, el valor agregado y la percepción del cliente representan factores externos, sobre los cuales la empresa no tiene un control absoluto. No obstante, puede implementar estrategias para influir positivamente en ellos y posicionarse de manera competitiva en el mercado.

Con el objetivo de conocer la manera en la que toman decisiones comerciales las pymes, se consulta a las empresas sobre los métodos que emplean en este proceso. La figura 10 muestra los resultados obtenidos, los cuales permiten identificar si las decisiones se basan en experiencia personal, análisis técnico, consulta interna o intuición. Este análisis resulta

importante para evaluar el grado de formalidad y tecnificación en la gestión empresarial, así como las oportunidades para fortalecer la toma de decisiones con base en información objetiva.

### Figura 10

*Métodos utilizados para tomar decisiones comerciales*



El principal método utilizado por las pymes para la toma de decisiones comerciales es la experiencia personal, con un 51,95% de las respuestas, lo cual refleja una fuerte dependencia en el conocimiento empírico y vivencias previas del empresario o encargado, esto puede ser una ventaja en entornos conocidos, pero también representa una limitación ante mercados cambiantes que necesitan mayor análisis técnico. Un 28,57% se concentra en el análisis de datos o estudios de mercado, lo que indica que una parte significativa de las pymes reconoce la importancia de basar sus decisiones en información objetiva. La opinión de socios o colaboradores representa el 10,39%, lo cual indica que, aunque el trabajo en equipo y la consulta interna son valorados, no constituyen el enfoque principal en la mayoría

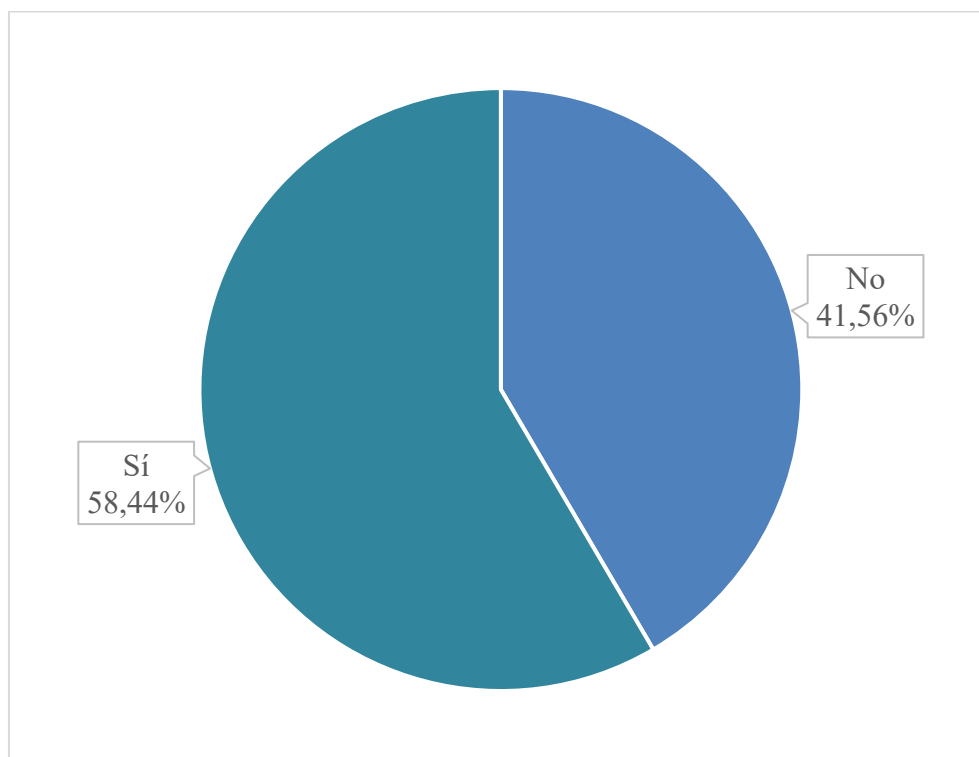
de los casos. Por su parte, la intuición, con un 6,49%, sigue presente como un recurso para la toma de decisiones, probablemente debido a la necesidad de actuar rápidamente o por falta de acceso a información más precisa.

### **Análisis de la variable fuentes de financiamiento para las pymes**

En cuanto a la variable de fuentes de financiamiento para las pymes del sector industrial de Pérez Zeledón, se estudian y miden diferentes factores que son determinantes para la presente investigación. En la figura 11 se analiza el conocimiento que tienen las pymes acerca de las fuentes de financiamiento disponibles.

#### **Figura 11**

*Conocimiento de las fuentes de financiamiento disponibles*



Del total de las pymes encuestadas, el 58,44% indican que sí conoce la existencia de programas de financiamiento o inversión ofrecidos por entidades gubernamentales dirigidos a

pymes del Sector Industrial, mientras que el 41,56% manifiesta no tener conocimiento al respecto. Estos resultados muestran que, aunque una mayoría está informada sobre las iniciativas relacionadas con financiamiento ofrecido por el sector público, existe un porcentaje considerable de la población empresarial que no tiene conocimiento sobre dichas oportunidades. Esta situación pone en evidencia una posible falta de difusión o accesibilidad a esta información por parte de las instituciones gubernamentales, lo cual podría estar limitando el aprovechamiento de estos recursos. Es clave mejorar los medios de comunicación que permitan la divulgación de esta información para que más pymes puedan acceder a estos beneficios.

A continuación, en la tabla 7 se calcula el número de empresas que han recibido financiamiento en los últimos tres años. Este dato permite identificar la proporción de pymes que han logrado acceder a este tipo de recursos económicos. Asimismo, la información recolectada es clave para comprender el comportamiento del financiamiento a nivel de empresas en el sector que se estudia.

**Tabla 7**

*Empresas que han recibido financiamiento en los últimos 3 años*

<b>Empresas que han recibido financiamiento en los últimos 3 años</b>	<b>Porcentaje</b>
No	88,31%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>

Según la tabla anterior, solamente el 11,69% de las empresas del sector industrial han recibido financiamiento en los últimos tres años, mientras que un 88,31% no ha accedido a ningún tipo de financiamiento durante este periodo. Estos resultados hacen notable la baja utilización de los recursos financieros disponibles, lo cual puede estar asociado a diferentes factores como la falta de conocimiento, falta de acompañamiento técnico o incluso

desconfianza hacia las entidades que ofertan estos financiamientos. La marcada diferencia entre las empresas que han accedido y las que no enfatiza la urgencia de fortalecer políticas públicas dirigidas a mejorar la accesibilidad, la información y la efectividad de los programas de financiamiento, en especial cuando nos referimos a sector industrial, ya que es un sector que necesita de inversión para mejorar su posición y sostenibilidad.

En la siguiente tabla se revelan datos relacionados con el tipo de financiamiento recibido por los negocios. En las opciones de respuesta, se presentan diferentes modalidades de apoyo financiero disponible. Esta información permite conocer los instrumentos más comunes de financiamiento utilizados por las empresas, a partir de 12 respuestas obtenidas en una pregunta de opción múltiple.

**Tabla 8**

*Tipo de financiamiento recibido*

<b>Tipo de financiamiento recibido</b>	<b>Frecuencia</b>
Crédito con condiciones especiales	7
Asistencia técnica o capacitación financiada	2
Otros	2
Fondos no reembolsables (capital semilla, premios, etc.)	1
Garantías para préstamos	0
Subsidios o incentivos fiscales	0
<b>Total general</b>	<b>12</b>

Del total de empresas que afirmaron haber recibido financiamiento, la mayoría de los casos accedió a créditos con condiciones especiales, esto sugiere que esta opción es la más común dentro del sector analizado. En menor medida, dos empresas recibieron asistencia técnica o capacitación financiada y otras dos reportaron haber recibido otros tipos de apoyo. Solo una empresa indicó haber accedido a fondos no reembolsables como capital semilla o premios, lo que revela un bajo uso de este tipo de instrumentos. Por otro lado, ninguna empresa afirmó haber recibido garantías para préstamos ni subsidios o incentivos fiscales. En

general, los datos sugieren que, aunque existe algún nivel de acceso al financiamiento, la oferta disponible no es altamente aprovechada y muchos de los mecanismos más ventajosos, como subsidios o fondos no reembolsables, están básicamente ausentes en la experiencia de las pymes encuestadas.

En la tabla 9 se muestra la frecuencia con la que las empresas encuestadas han accedido a fondos de financiamiento gubernamental en los últimos tres años. Estos datos permiten identificar si el uso de estas herramientas es recurrente o no, lo cual permite analizar si existe un aprovechamiento por parte del sector industrial.

**Tabla 9**

*Frecuencia o recurrencia del uso de financiamiento gubernamental.*

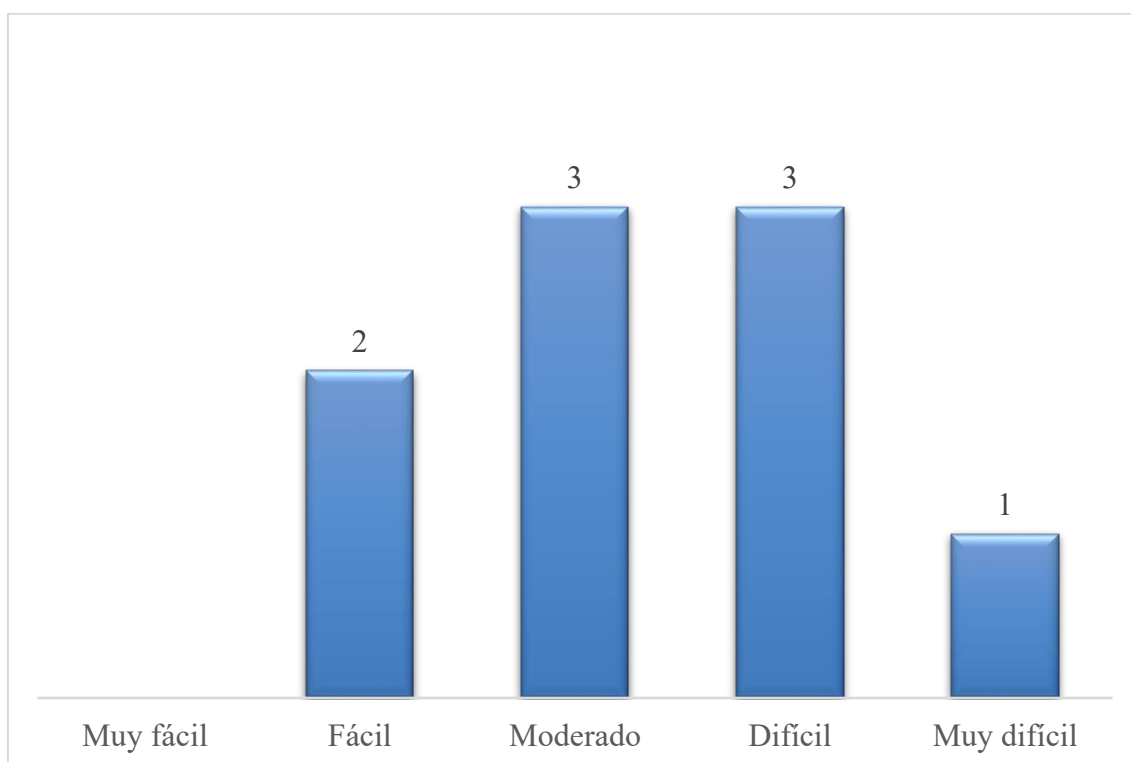
<b>Frecuencia de acceso a estos fondos en los últimos 3 años</b>	<b>Porcentaje</b>
Una vez	66,67%
De 2 a 3 veces	33,33%
Más de 3 veces	0,00%
Nunca	0,00%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>

De acuerdo con los datos de la tabla 9, entre las empresas que han accedido a financiamiento en los últimos tres años, el 66,67% lo ha hecho solo una vez, mientras que el 33,33% han recibido financiamiento entre dos y tres veces. Ninguna empresa ha accedido a fondos más tres de veces, y todas las pymes encuestadas en esta categoría han recibido apoyo al menos una vez, ya que el porcentaje de “Nunca” es 0%. Estos resultados indican que, si bien existe cierto nivel de acceso al financiamiento, este es limitado en frecuencia, lo cual puede afectar la continuidad y sostenibilidad de los procesos de mejora, inversión o expansión en las pymes del sector industrial. La baja recurrencia puede relacionarse con factores como trámites extensos o insuficiente seguimiento por parte de las entidades a cargo.

La figura 12 muestra la percepción de las pymes en relación con la facilidad o dificultad para acceder a financiamiento gubernamental. Este análisis permite comprender las barreras percibidas por el sector al momento de optar por este tipo de apoyo económico y permite identificar posibles mejoras.

### Figura 12

*Percepción sobre la facilidad/dificultad de acceso y sus requisitos*



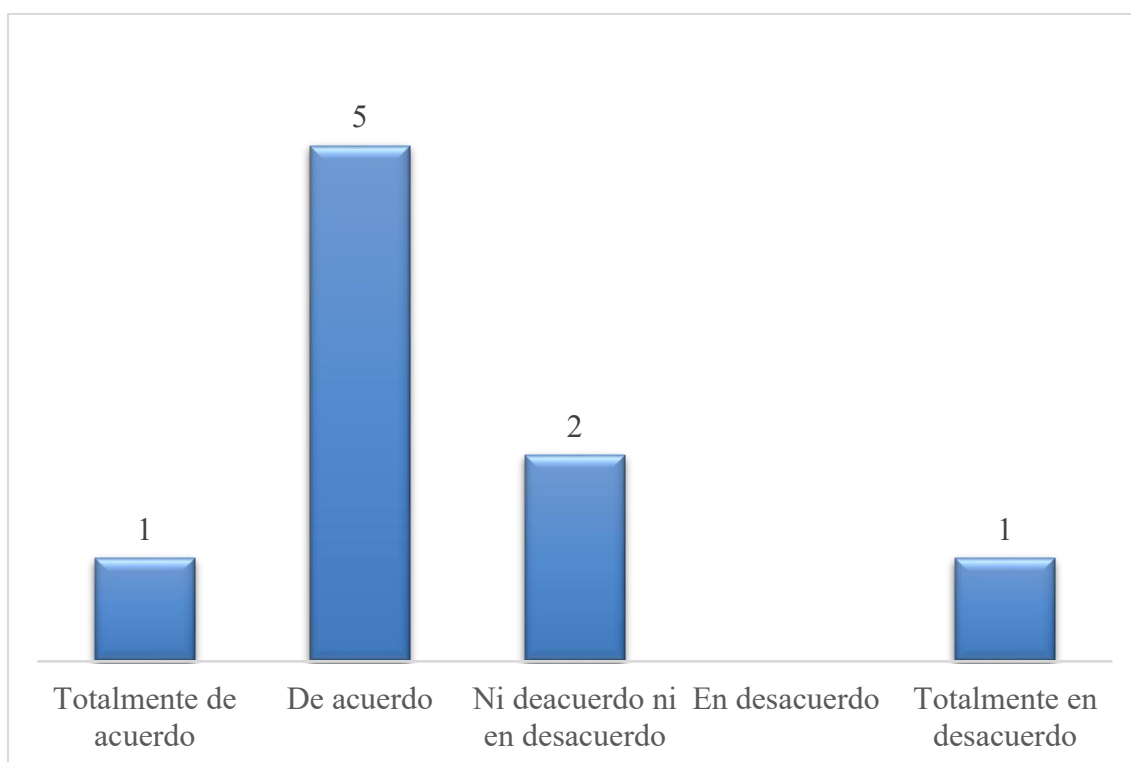
En relación con la figura anterior, la percepción sobre la facilidad de acceso al financiamiento gubernamental es predominantemente negativa o moderada. Según los datos, la mayoría de encuestados califican el acceso como moderado o difícil, lo que indica que existen barreras significativas para obtener este tipo de apoyo. Apenas dos pymes consideran que es fácil gestionar este tipo de trámites y ningún participante los cataloga como muy fáciles. Aunque una minoría lo evalúa como muy difícil, este sigue siendo un grupo representativo. En breve, los resultados establecen que los mecanismos actuales de

financiamiento gubernamental podrían estar siendo percibidos como poco accesibles y complejos para la mayoría de la muestra.

La figura a continuación refleja la percepción de las pymes encuestadas respecto a qué tan adecuado ha sido el financiamiento recibido en relación con sus necesidades reales. Este indicador permite evaluar si los recursos obtenidos han sido pertinentes para atender las demandas del entorno empresarial.

**Figura 13**

*Adecuación del financiamiento a las necesidades empresariales*



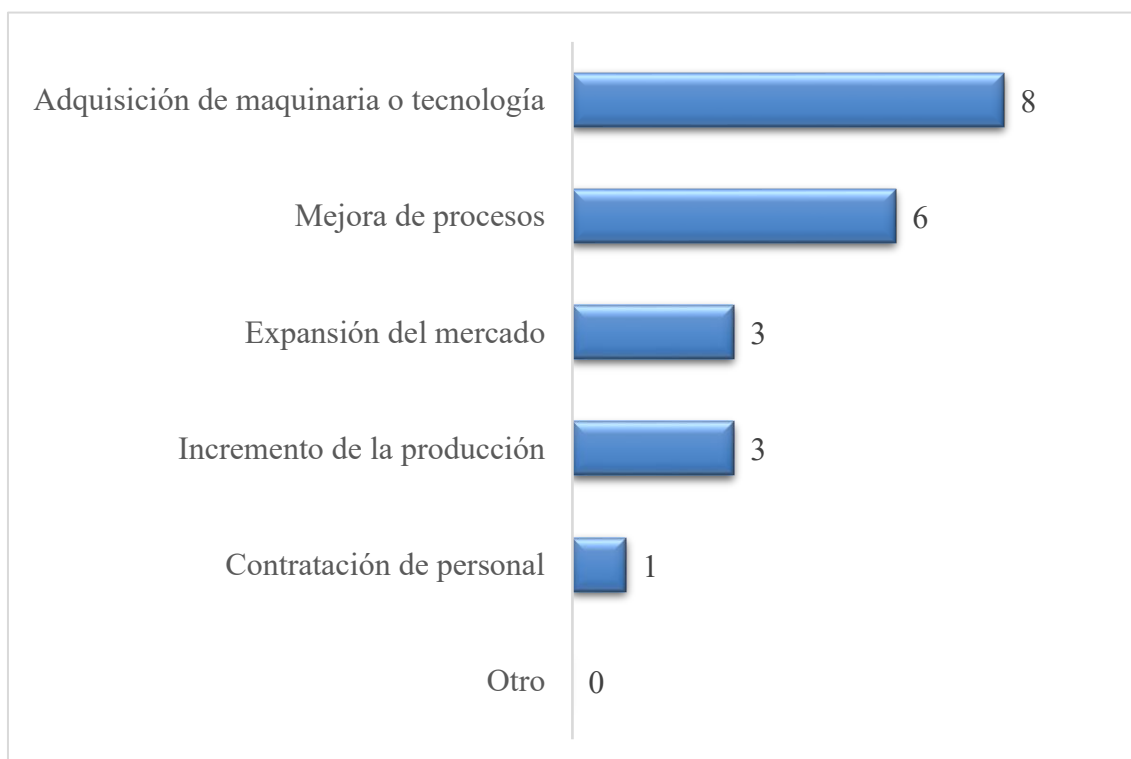
La mayoría de encuestados considera que el financiamiento recibido sí se ajusta a las necesidades reales de su empresa, debido a que la opción “de acuerdo” es la más seleccionada. Dos de las pymes encuestadas se posicionan de manera neutral en la opción de “ni de acuerdo ni en desacuerdo”. Las categorías de “totalmente de acuerdo” y “totalmente en desacuerdo” tienen pocas respuestas y nadie marcó “en desacuerdo”. Estos resultados

muestran una percepción mayoritariamente positiva respecto a la alineación del financiamiento con las necesidades empresariales, aunque también refleja la existencia de cierta incertidumbre o experiencias mixtas en una parte de los participantes.

La figura 14 se relaciona con el impacto del financiamiento en la inversión y productividad de la empresa. Este estudio permite reconocer si los recursos obtenidos han contribuido de manera positiva al fortalecimiento de la capacidad operativa y crecimiento del negocio, lo cual es esencial para apreciar el alcance del apoyo financiero.

### Figura 14

*Impacto del financiamiento en la inversión y productividad de la empresa*



Los resultados de la figura 14 muestran que el financiamiento recibido ha tenido un impacto positivo principalmente en la adquisición de maquinaria o tecnología, que fue seleccionada en la mayoría de los casos por las pymes encuestadas. La siguiente opción más elegida es mejora de procesos, también con una cantidad significativa de respuestas. En

menor medida, se reportaron impactos en la expansión del mercado y el incremento de la producción, ambos con el mismo nivel de respuestas. La contratación de personal fue la opción menos seleccionada, lo que indica que el financiamiento ha sido aprovechado más para mejoras operativas y tecnológicas que para la expansión del equipo humano.

### **Análisis de la variable internacionalización**

En relación con la variable de internacionalización, esta se enfoca en identificar la percepción e intención de exportación que presentan las pymes del sector industrial en el cantón de Pérez Zeledón.

En la tabla que se presenta a continuación se logra determinar la intención de exportación entre los empresarios encuestados en el sector industrial de las pymes del cantón de Pérez Zeledón.

**Tabla 10**

*Intención de exportación*

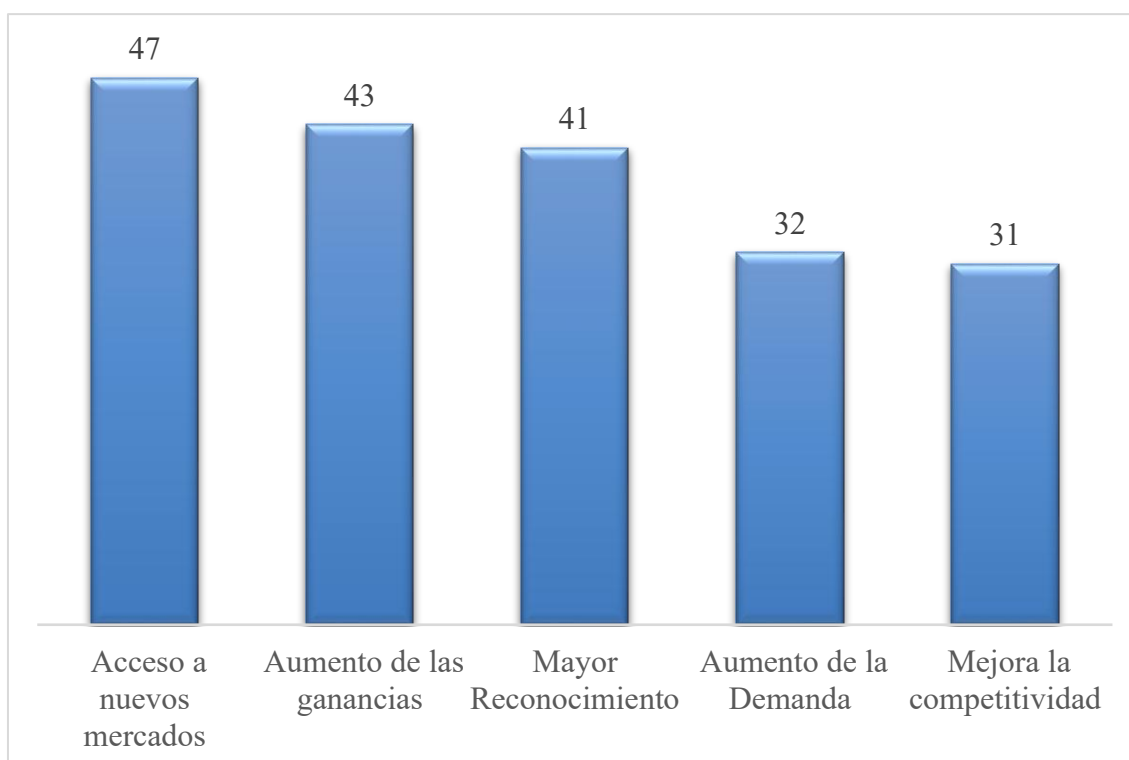
<b>Consideración de exportación</b>	<b>Frecuencia</b>
Si	42
No	35
<b>Total general</b>	<b>77</b>

En la tabla 10 se puede visualizar la intención de exportación que existe en el mercado de las pymes del sector industrial. un 54,55% de los encuestados asegura tener la intención de exportar su producto, mientras que un 45,45% prefieren mantener sus productos en el mercado doméstico. La información recaudada con esta variable es de suma importancia, debido a que permite conocer el comportamiento y la intención de los productores para expandirse a nivel internacional.

Dichas intenciones de exportación de las pymes del sector industrial están estrechamente relacionadas a determinados beneficios que surgen del proceso, en la siguiente figura se encuentran una serie de ventajas que surgen del proceso de internacionalización.

**Figura 15**

*Ventajas de la internacionalización*



En la figura 15 se pueden observar las ventajas que una empresa puede obtener de la exportación de sus productos. De acuerdo con la percepción de las personas encuestadas el acceso a nuevos mercados es una de las mayores ventajas que se pueden obtener destacando que representa el 24,23% de las respuestas. Mientras que la ventaja que presenta menor incidencia entre los encuestados es la mejora de la competitividad, ya que solo representa el 15,98% de las respuestas.

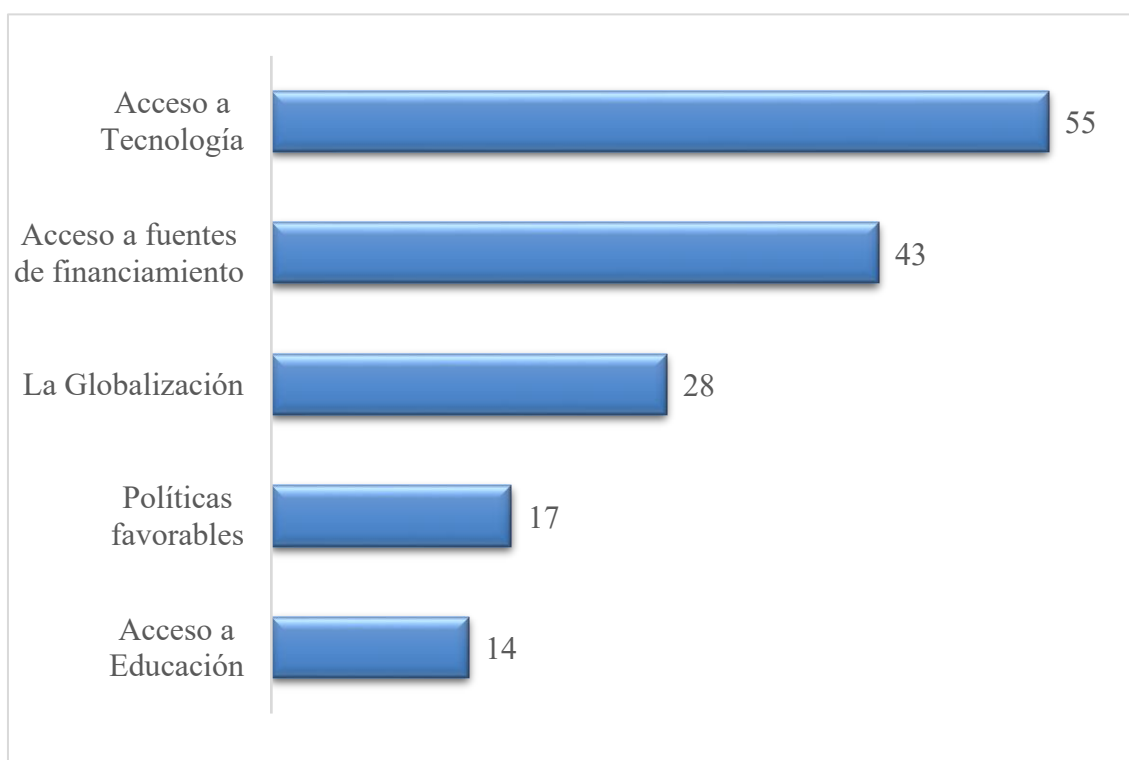
## **Análisis de la variable elementos de escalabilidad que influyen en la internacionalización**

En relación con la variable elementos de escalabilidad influyentes en la internacionalización, esta se enfoca en identificar los elementos de escalabilidad influyentes en los procesos de internacionalización de las pymes del sector industrial en el cantón de Pérez Zeledón.

Dentro de los factores que influyen en los procesos de internacionalización se encuentran una serie de elementos que facilitan que las pymes del sector industrial accedan a los mercados internacionales, para representar el impacto de tiene ciertos factores en propiciar la internacionalización, a continuación, se presenta la siguiente figura.

**Figura 16**

*Factores que facilitan la internacionalización*



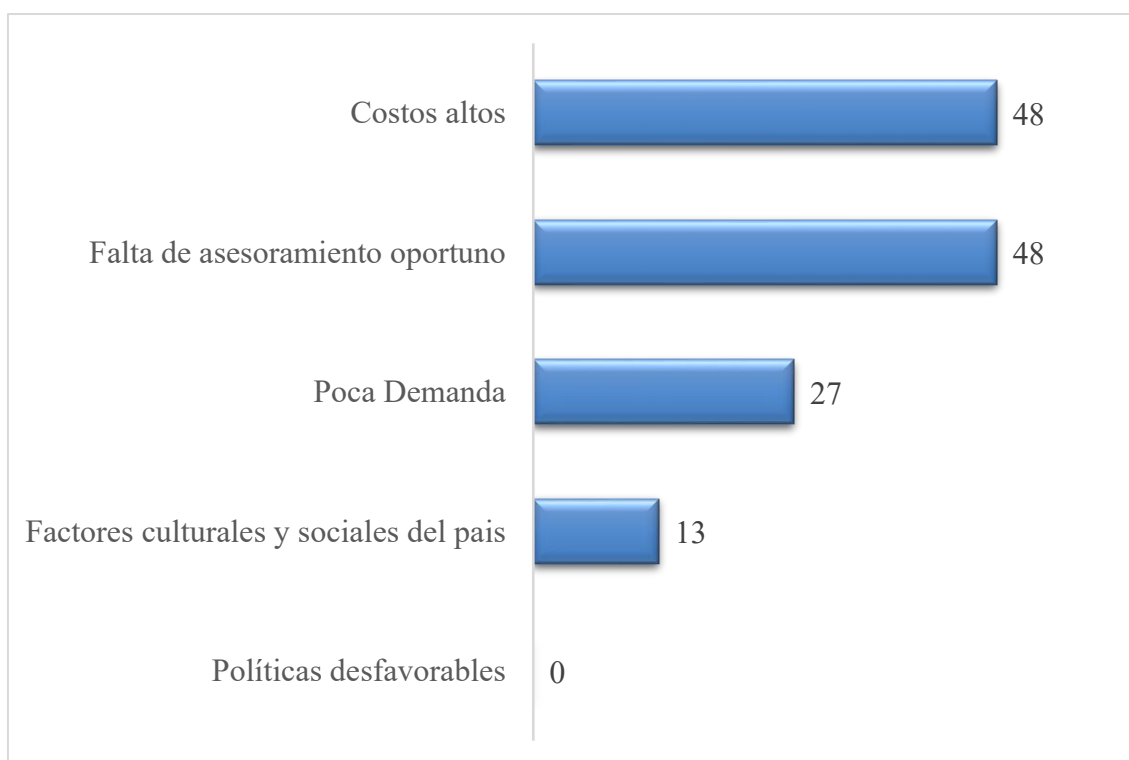
De acuerdo con los datos que se presentan en la figura 16, se observa que el Acceso a la Tecnología es el principal factor que contribuye a los procesos de internacionalización de

las pymes con una frecuencia de respuestas de 55%, lo que representa un 35,03% del total general, seguidamente el acceso a fuentes de financiamiento también representa el segundo factor de importancia con una participación del 27,39% de las respuestas, mientras que el acceso a la educación es el factor que se considera de menor relevancia en el proceso de internacionalización con 14 respuestas para un 8,92% del total general. Los datos obtenidos son de importancia en la comprensión de los factores que más fomentan o ayudan para que las pymes participen en procesos de exportación.

Aunque los elementos que facilitan los procesos de internacionalización de las pymes son de gran relevancia, también es importante señalar los factores que dificultan estos procesos, en la siguiente figura se presentan los elementos que causan mayor dificultad para desarrollar un proceso de exportación.

**Figura 17**

*Factores que dificultan la internacionalización*

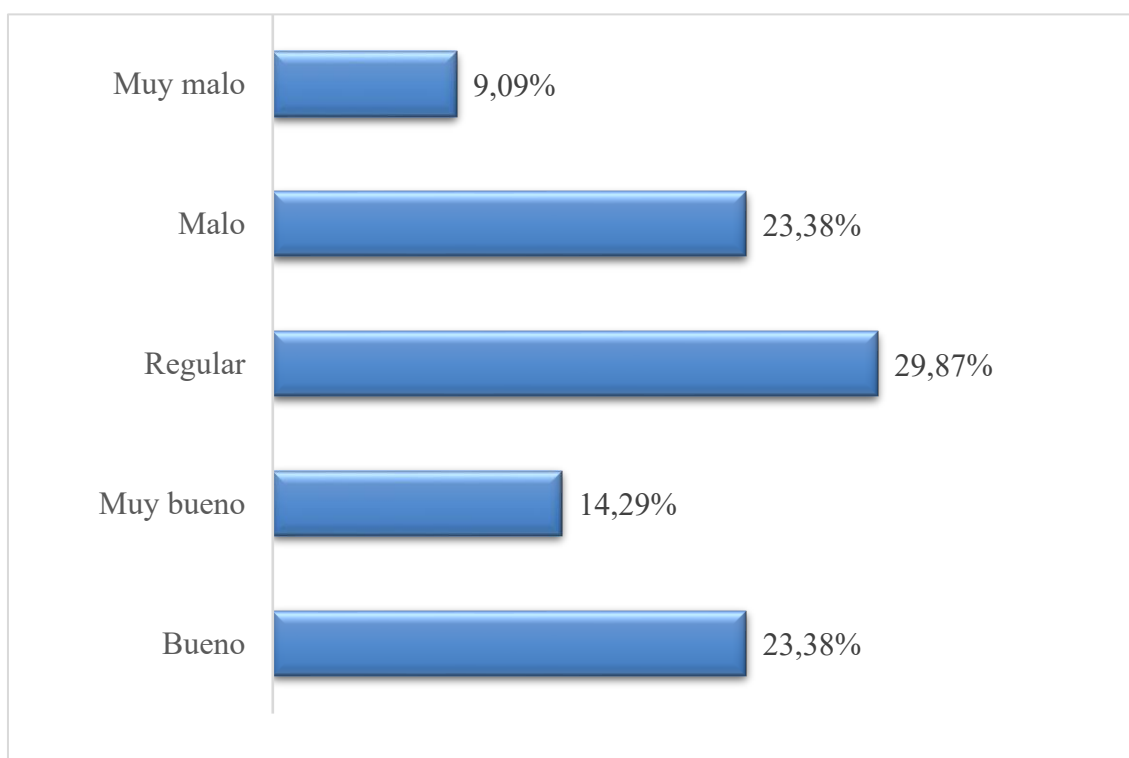


Con base en los resultados obtenidos en la figura 17 se puede determinar que existen dos factores que representan la mayor incidencia entre las respuestas, con una frecuencia de 48 respuestas cada una, lo cual en conjunto representan el 70,58% haciendo referencia a los altos costos y a la falta de asesoramiento oportuno, mientras que último lugar se encuentran las políticas desfavorables que representan 0% entre las respuestas obtenidas.

Por otra parte, las empresas deben tener claro su posición y las capacidades que tiene para suplir las necesidades de un determinado mercado antes de iniciar un proceso de internacionalización de un producto. A continuación, en la figura 18 se muestra un gráfico que hace referencia a la percepción de las empresas encuestadas sobre su capacidad actual si tuviese que exportar.

### Figura 18

*Calificación de la capacidad actual de la empresa para exportar*



De acuerdo con la figura 18 se puede visualizar que el 29,87% de los encuestados señala tener una capacidad regular para iniciar actividades de exportación, mientras que 23,38% que hace referencia a 18 personas asegura que posee una buena capacidad para exportar, mientras que solo el 9.09% de los encuestados señala que su capacidad para exportar es muy mala.

Los procesos de internacionalización son oportunidades de crecimiento para las empresas, aunque es notable la falta de asesoramiento que existe en las diferentes zonas del país. Teniendo en cuenta la relevancia del asesoramiento oportuno sobre dicho proceso, a continuación, se presenta una tabla que compara el acceso o conocimiento que tienen las pymes a los programas instructivos sobre procesos de exportación.

Tabla 11

*Conocimiento sobre los programas o apoyos para proceso de exportación*

<b>Conocimiento sobre programas de exportación</b>	<b>Porcentaje</b>
No	85,71%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>

En cuanto al conocimiento sobre los programas o apoyos que existen para ayudar en el proceso de internacionalización, se puede observar que 66 personas de las encuestadas señalan que no conocen estos programas o ayudas, mientras que tan solo 11 de las 77 encuestadas afirman conocer los programas que ayudan a las pymes en los procesos de exportación.

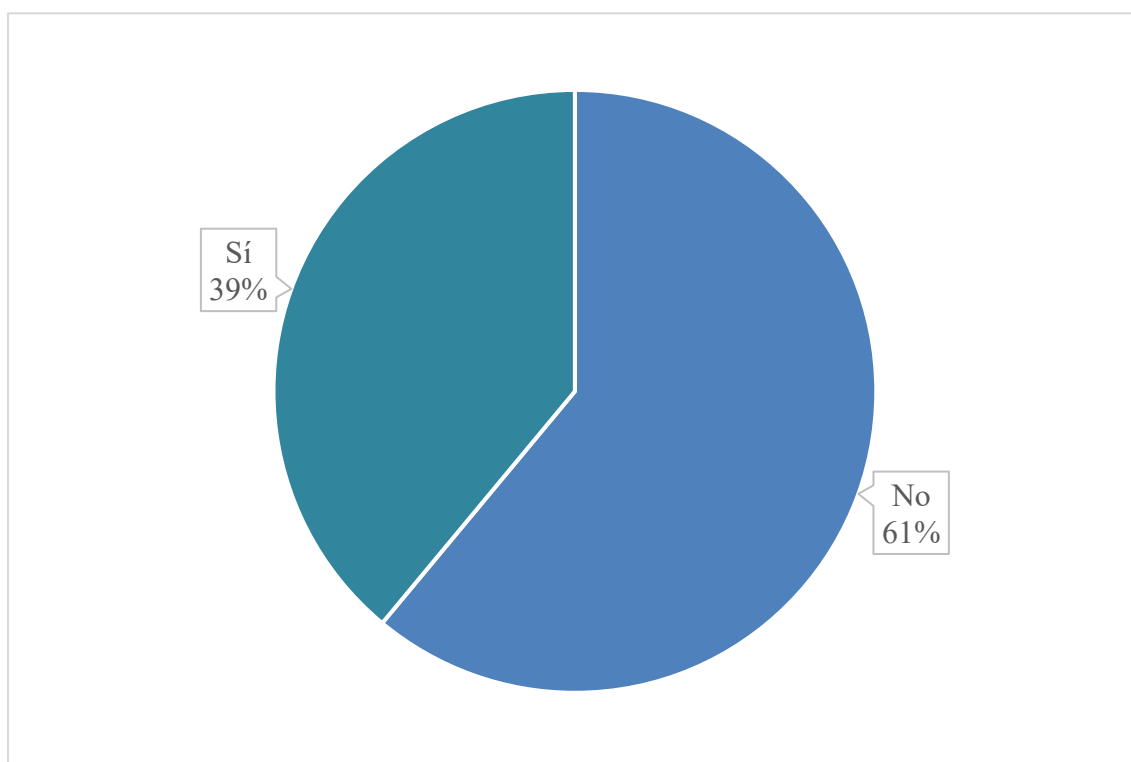
### **Análisis de la variable implementación de tecnologías avanzadas para las pymes**

Respecto a la variable correspondiente a tecnologías avanzadas de las pymes del sector industrial de Pérez Zeledón, se contempla el estudio y la valoración de diversos factores considerados determinantes para el desarrollo de la investigación.

Uno de estos factores analizados es la implementación de las tecnologías avanzadas en las pymes durante el último año. Este aspecto es esencial para comprender el nivel de innovación, competitividad y adaptación al entorno cambiante que enfrentan estas organizaciones. La figura 19 refleja la implementación de estas tecnologías por parte de las pymes encuestadas, esto permite una mejor percepción del avance alcanzado en este ámbito.

### Figura 19

*Implementación de las tecnologías avanzadas en el último año*



En la figura 19 se muestra que, del total de las pymes del sector industrial encuestadas, la mayoría de ellas no ha implementado tecnologías avanzadas en el último año, este grupo está conformado por 47 empresas, mientras que sólo 30 han incorporado este tipo de herramientas. Este resultado refleja una baja adopción de dichas tecnologías en el sector industrial, lo cual se podría ver afectado la eficiencia, la innovación y la competitividad en un mercado cada vez más digitalizado.

Es importante identificar cuáles son los tipos de tecnologías que estas empresas han decidido incorporar en sus procesos de producción durante el último año. La siguiente tabla presenta los principales tipos de tecnología avanzadas que las pymes han implementado, con el fin de visualizar cuáles tienen mayor relevancia en el sector industrial. Los datos corresponden a 37 respuestas en una pregunta de opción múltiple.

**Tabla 12**

*Tipos de tecnologías implementadas*

<b>Tipos de tecnología avanzada</b>	<b>Frecuencia</b>
Softwares	17
Automatización	12
Otros	8
<b>Total general</b>	<b>37</b>

Como se muestra en la tabla 12, entre las pymes que han adoptado tecnologías avanzadas, el tipo más utilizado por estas son los softwares, con una frecuencia de 17 participaciones. En segundo lugar, 12 de las empresas encuestadas indican que prefieren implementar sistemas de automatización, reflejando un avance hacia la eficiencia. Por último, ocho empresas del total optaron por otras tecnologías avanzadas, probablemente relacionadas con inteligencia artificial.

Adaptarse a nuevas tecnologías avanzadas requiere tiempo, capacitación y recursos económicos, como también una actitud dispuesta al cambio y al progreso. Este proceso es importante, ya que influye en la eficiencia, la competitividad y la sostenibilidad de la empresa. A continuación, en la tabla 13 se refleja la frecuencia con la capacidad de las pymes para adaptarse con éxito a estos cambios.

**Tabla 13***Proceso de adaptación tecnológica avanzada*

<b>Adaptación</b>	<b>Frecuencia</b>
Muy fácil	5
Algo fácil	8
Algo retador	17
Muy retador	0
<b>Total general</b>	<b>30</b>

Según se observa en la tabla 13, la percepción de los encuestados respecto al nivel de dificultad en la implementación de tecnologías avanzadas. Un 56,67% de los encuestados consideran que la aplicación en sus empresas ha sido un proceso “algo retador”. A diferencia de ello, un 26,67% lo perciben como “algo fácil” y solo un 16,67% la calificó como “muy fácil”. Estos datos revelan que, aunque existe la apertura hacia la adopción tecnológica, aún se presentan importantes retos en su aplicación.

Al incorporar nuevas tecnologías, las pymes aprovechan mejor sus recursos y a su vez, responden con mayor agilidad a las demandas del mercado. Asimismo, se logra una gestión más eficiente y una toma de decisiones basada en datos reales. A continuación, se refleja cómo varía la productividad de la empresa después de adoptar nuevas tecnologías.

**Tabla 14***Productividad de la empresa después de adoptar nuevas tecnologías*

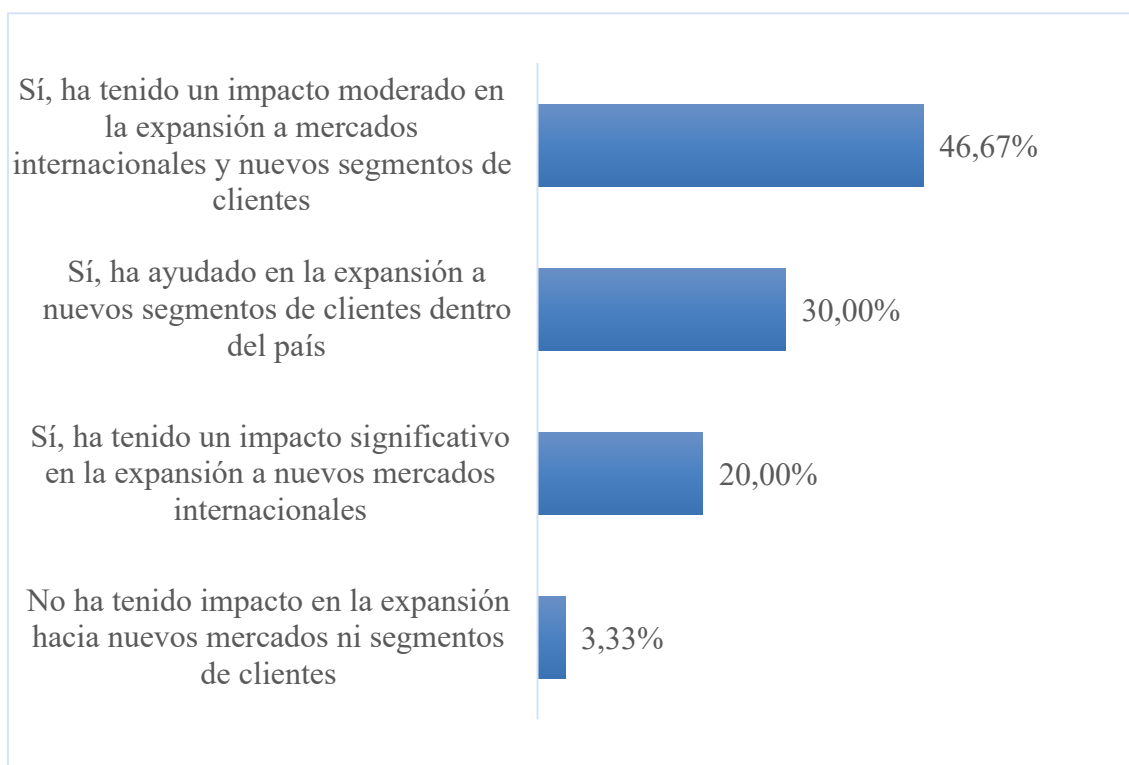
<b>Productividad</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy bueno	46,67%
Bueno	46,67%
Regular	6,67%
Malo	0,00%
Muy malo	0,00%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>

La tabla anterior presenta la percepción de las pymes con respecto a la productividad de su empresa después de aplicar nuevas tecnologías avanzadas. Se observa una valoración positiva por parte de los encuestados, ya que específicamente las categorías de “muy bueno” y “bueno” registran una distribución semejante, conteniendo cada una el 46,67% del total de las respuestas, lo que refleja un altísimo nivel de aceptación y satisfacción. Asimismo, la valoración “regular” se compone de una porción minoritaria con tan solo el 6,67%, indicando un nivel de disconformidad mínimo.

Por otra parte, la incorporación de estas herramientas facilita la expansión hacia nuevos mercados o segmentos de clientes, ya que les permite a las empresas ampliar su alcance, adaptarse a diferentes contextos y ofrecer productos más competitivos. En la figura 20 se analiza el nivel de facilidad con el que las pymes se expanden tras implementar dichas herramientas tecnológicas.

## Figura 20

*Impacto en la expansión hacia nuevos mercados o segmentos de clientes*



Según los datos reflejados en la figura 20, las empresas reportan varios niveles de impacto en su expansión hacia nuevos mercados y segmentos de clientes. Se logra observar que la mayoría han tenido un impacto moderado en la expansión hacia mercados internacionales y nuevos segmentos de clientes, éste representado con un 46,67% del total, lo cual refleja un avance relevante. Asimismo, un 30% de las pymes del sector señalaron que han tenido una expansión de nuevos clientes dentro del territorio nacional. Finalmente, en menor medida un 20% presenta un impacto significativo en la expansión de nuevos mercados internacionales; asimismo, solo el 3,33% indicaron que no han tenido ningún tipo de impacto en su expansión.

La adopción de tecnologías no solo representa un cambio técnico, sino también una mejora significativa en las operaciones de cada compañía. Asimismo, comprender estos

beneficios resulta esencial para valorar el papel que juega la transformación digital en la competitividad empresarial. La siguiente tabla muestra los beneficios a la hora de incorporar las tecnologías avanzadas, con un total de 69 respuestas obtenidas en la pregunta de opción múltiple correspondientes.

**Tabla 15**

*Beneficios al implementar las tecnologías avanzadas*

<b>Beneficios</b>	<b>Frecuencia</b>
Aumento de la productividad	23
Mayor competitividad	13
Reducción de costos	11
Mejor toma de decisiones	11
Acceso a nuevos mercados	11
<b>Total general</b>	<b>69</b>

En la tabla 15 se presentan los beneficios que las pymes encuestadas han tenido al implementar las tecnologías avanzadas en sus operaciones. El aumento de la productividad y una mayor competitividad se posiciona como los beneficios más destacados, con un total combinado de 36 elecciones por parte de las empresas partícipes. Por otro lado, se refleja que tanto la reducción de costos, la mejora toma de decisiones como el acceso a nuevos mercados, obtuvieron cada una de ellas 11 participaciones, es decir, las tecnologías avanzadas están influyendo significativamente.

Aunque la implementación de estas tecnologías ofrece numerosos beneficios, las pymes enfrentan diversas barreras durante este proceso. Estos elementos pueden restringir la adopción tecnológica y afectar el ritmo de modernización empresarial. En el siguiente apartado se refleja la tabla 16, que recoge un total de 51 respuestas a la pregunta de opción múltiple correspondiente, la cual muestra las barreras a la hora de implementar las herramientas tecnológicas en las pymes.

**Tabla 16***Barreras al implementar las tecnologías avanzadas*

<b>Barreras</b>	<b>Frecuencia</b>
Falta de tiempo	19
Falta de presupuesto	16
Falta de personal capacitado	10
Acceso limitado a la Internet	4
Otra	2
<b>Total general</b>	<b>51</b>

Las empresas han enfrentado barreras al implementar las tecnologías avanzadas. En primer lugar, la falta de tiempo se hace protagonista de este tema, seguido de cerca por la falta de presupuesto, con 16 menciones por parte de las pymes encuestadas. A su vez, la falta de personal capacitado no ha sido una de las barreras más relevantes, lo que apunta que las compañías han logrado suplir esta necesidad. Finalmente, el acceso a la Internet y otras barreras menores, son las que menos han afectado en la implementación de estas tecnologías.

Seguidamente, se presenta la tabla de evaluación, esta tiene como objetivo sintetizar la valoración de las distintas variables del estudio, tomando en cuenta para ello el análisis de los datos obtenidos tanto en la encuesta, como en la entrevista. A través de esta evaluación se busca ofrecer una visión clara y estructurada del desempeño actual de las pymes del sector industrial de Pérez Zeledón, permitiendo la identificación de fortalezas y debilidades.

**Tabla 17***Evaluación de las capacidades empresariales de las pymes del sector industrial de Pérez**Zeledón 2024-2025*

<b>Variable</b>	<b>Evaluación</b>
Factores que influyen en la producción y comercialización	Las pymes del cantón presentan condiciones favorables en acceso a materias primas, costos moderados y uso de tecnología adecuada, además de una fuerte orientación hacia la digitalización mediante ventas en línea. No obstante, enfrentan retos en la modernización de maquinaria, capacitación continua del personal, diversificación de canales de comercialización y profesionalización en la toma de decisiones. De manera general, cuentan con bases sólidas para su operación, pero deben fortalecer su gestión estratégica para competir en un mercado altamente demandante.
Fuentes de financiamiento	En cuanto a las fuentes de financiamiento, las pymes evidencian conocimiento parcial y bajo acceso, ya que, aunque más de la mitad de las empresas tienen conocimiento sobre los programas disponibles, solo una minoría ha logrado utilizarlos en los últimos tres años. El uso se concentra en créditos con condiciones especiales, mientras que mecanismos más ventajosos como subsidios o fondos no reembolsables presentan escasa aplicación. Además, la recurrencia en el acceso es limitada y la percepción general es que los trámites resultan moderados o difíciles, lo que genera barreras para un mayor aprovechamiento. No obstante, quienes logran acceder consideran que el financiamiento se ajusta a sus necesidades y ha tenido un impacto positivo en la mejora tecnológica y de procesos. En breve, el financiamiento para este sector es acertado, pero requiere mayor difusión, simplificación y diversificación para potenciar su alcance y efectividad.
Elementos de escalabilidad que influyen en la internacionalización	En el proceso de internacionalización se puede destacar, que las pymes tienen una capacidad media para internacionalizarse, ya que presentan fortalezas en los factores que facilitan el proceso de internacionalización como el acceso a la tecnología y el acceso a fuentes de financiamiento. Pero también enfrenta retos en temas relacionados a los costos del proceso de exportación e introducción a mercados externos y debilidades en conocimiento sobre programas o apoyos para procesos de exportación.
Implementación de tecnologías avanzadas	El nivel de adopción de tecnologías avanzadas por parte de las pymes se clasifica como medio. Si bien, la mayoría han incorporado herramientas tecnológicas, como softwares y automatizaciones, esta adopción no es aún universal ni está completamente integrada de forma estratégica en los procesos operativos y de gestión de las empresas.

## **Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones**

## **Conclusiones y recomendaciones**

Se plantean las conclusiones y recomendaciones de acuerdo con los resultados obtenidos y la información recopilada, con el objetivo de resumir y analizar de manera concisa los datos y contribuir positivamente en el tema de estudio.

### **Conclusiones**

De acuerdo con los datos obtenidos por la investigación, sobre el desarrollo de las capacidades empresariales de las pymes del sector industrial en el cantón de Pérez Zeledón, período 2024-2025, se proporcionan las siguientes conclusiones:

#### **Factores que influyen en la producción y comercialización de las pymes**

Las pymes operan bajo condiciones favorables en cuanto al acceso a materias primas e insumos, así como en el uso de tecnología y maquinaria adecuada a su actividad productiva. Además, se refleja un compromiso aceptable con la capacitación del personal, dado que cerca de la mitad capacita con frecuencia o muy frecuentemente. Sin embargo, persisten áreas de mejora, ya que una parte significativa solo accede parcialmente a la tecnología adecuada y capacita con baja frecuencia. En cuanto a los costos de producción, la mayoría se posiciona en un nivel moderado, aunque un tercio reporta costos altos, lo cual podría estar afectando su competitividad y márgenes de ganancia.

Las pymes han adoptado con fuerza el canal digital como principal medio de comercialización, lo cual es un reflejo del avance hacia la digitalización y la adaptación a nuevas tendencias de consumo. Sin embargo, la baja participación en exportaciones y en el uso de distribuidores revela un aprovechamiento limitado de canales que podrían aumentar su alcance comercial.

En cuanto al entorno competitivo, la mayoría de las empresas percibe una alta o muy alta competencia, lo que demuestra la necesidad de diferenciarse dentro de un mercado local saturado o con poca diferenciación. En la fijación de precios influyen principalmente factores internos como los costos de producción y el margen de ganancia deseado. La toma de decisiones se basa mayoritariamente en la experiencia personal, lo que, aunque aporta conocimiento práctico, puede limitar la capacidad de respuesta ante cambios del entorno si no se complementa con métodos más analíticos y fundamentados.

### **Fuentes de financiamiento gubernamental para pymes del sector industrial**

Existe un nivel limitado de acceso y aprovechamiento de las fuentes de financiamiento gubernamental por parte de las pymes pertenecientes al sector industrial. Aunque el 58,44% de los encuestados manifiestan conocer la existencia de programas de apoyo financiero, solo el 11.69% ha accedido a este tipo de fondos en los últimos tres años. Esto hace notable que el conocimiento no necesariamente se llega a traducir en uso, probablemente debido a barreras como trámites complicados, falta de acompañamiento o desconfianza hacia las instituciones emisoras.

Por otro lado, las modalidades de financiamiento disponibles no están siendo utilizadas de manera recurrente ni diversificada. La mayoría de las empresas que accedieron a fondos lo hicieron solo una vez y optaron principalmente por créditos con condiciones especiales, mientras que herramientas más factibles como fondos no reembolsables, garantías o subsidios fiscales son prácticamente poco usuales en la mecánica empresarial. Esta situación evidencia la necesidad de mejorar canales de difusión, accesibilidad y el acompañamiento adecuado para llevar a cabo procesos para que las pymes puedan optar por estos beneficios y fortalecer su actividad productiva.

## **Elementos de escalabilidad influyentes en los procesos de internacionalización de las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón**

La intención de exportar es un elemento presente en las pymes del sector industrial de Pérez Zeledón, al mismo tiempo que los productores son conscientes de que las ventajas que la participación en mercados extranjeros supone son importantes para el crecimiento de los distintos negocios y la generación de ganancias.

Existen elementos que influyen en el proceso de internacionalización de una pyme del sector industrial; a partir de los hallazgos obtenidos se logra determinar que el principal elemento es el acceso a la tecnología, factor que en un mundo globalizado como el actual constituye no solo una ventaja competitiva para mejorar los procesos, sino que supone un medio de comunicación actual y altamente influyente en los procesos de apertura de mercados. Por otra parte, el acceso a financiamiento, en donde reiteradamente se hace énfasis en que las fuentes de financiamiento generan oportunidades de expansión de una pyme al mercado internacional.

Además, dentro del proceso de internacionalización existen factores negativos o que generan desventajas para que las pymes puedan salir al mercado internacional, estos aspectos son los altos costos, la falta de asesoramiento oportuno, la poca demanda que pueda existir del producto, entre otros. La influencia de estos elementos supone en detrimento de las capacidades que las pymes pueden desarrollar para abarcar un mayor mercado.

Dentro de estos factores negativos se puede establecer que los altos costos tienen una estrecha relación con las fuentes de financiamiento ya que, si bien contar con fuentes de financiamiento supone una ventaja para avanzar con el proceso de internacionalización, no se trata de un apoyo económico asegurado, de acuerdo con la entrevista al experto, aunque

existe información sobre fuentes de financiamiento la mayoría de las pymes no sabe que existe.

Un elemento que es importante señalar son las políticas, principalmente cuando se relacionan con requisitos y procedimientos necesarios para internacionalizarse, se logra evidenciar con los datos obtenidos que de forma general las políticas favorables o desfavorables son un elemento poco conocido e influyente para las pymes del sector industrial, siendo claramente eclipsadas por factores más comunes como el financiamiento y la tecnología.

Los apoyos que se ofrecen a nivel gubernamental las pymes tienen un rezago importante, pues de acuerdo con los datos obtenidos significativamente es mayor la cantidad de pymes que no conocen los distintos programas que existen y en base a esto se concluye que esto genera una desventaja para el proceso de internacionalización.

### **Impacto de las tecnologías avanzadas en la productividad y competitividad de las pymes del sector industrial en la zona de Pérez Zeledón**

Un gran porcentaje de las pymes del sector industrial no han implementado nuevas tecnologías en el último año, lo que muestra un posible rezago tecnológico en muchas de ellas. Al profundizar en las barreras que han tenido que enfrentar estas empresas para la ejecución de nuevas tecnologías, predomina la falta de tiempo y la falta de presupuesto siendo estas las principales.

Por otra parte, el 38,96% que sí han implementado tecnología en el último año, han experimentado aumentos en la productividad siendo percibidos por las pymes como "Bueno" y "Muy bueno", mientras que solamente el 6,67% han experimentado aumentos regulares. Este análisis demuestra, que la implementación de nuevas tecnologías se materializa como

una herramienta útil para estas organizaciones del sector industrial. Bajo esta misma línea, el aumento de la productividad se posiciona como el mayor beneficio al implementar nuevas tecnologías, sin embargo, las pymes reportan otros beneficios como una mayor competitividad, así como la reducción de costos, mejoras en la toma de decisiones y acceso a nuevos mercados.

Asimismo, la internacionalización y acceso a nuevos mercados, destaca que la mayoría de las pymes consultadas han tenido un impacto moderado en la expansión a nuevos mercados y segmentos de clientes, evidenciando que las nuevas tecnologías permiten no solamente mejorar la productividad de las pymes, sino también el acceso a nuevas oportunidades de mercado. Destaca un 20% de estas que han sido capaces de expandirse a nuevos mercados internacionales, lo que asegura la capacidad del sector para competir en el exterior.

Al consultar a la muestra de pymes sobre los tipos de tecnología que han implementado, se identifica que la mayoría de ellas apuesta por el uso de nuevos softwares, además incursionaron en la automatización de procesos y en menor medida por otros tipos de tecnología. Esto muestra una imagen de las tendencias tecnológicas que existen en el cantón. Sin embargo, estos procesos de innovación y actualización tecnológica requieren de esfuerzos y compromisos de las pymes para ser implementados, los cuales han sido algo retadores para más de la mitad del total muestreado, mientras que fácil y muy fácil para ciertos casos.

Con base en lo anterior, se determina que la implementación de nuevas tecnologías por parte de pymes del sector industrial de Pérez Zeledón, genera impactos positivos en la competitividad de la región; los cuales se materializan por medio del aumento de la productividad y del acceso a nuevos segmentos de mercado e incluso mercados internacionales, de esta manera la necesidad de que las pymes se involucren en procesos de

innovación, automatización e implementación de nuevas tecnologías que les permitan mejorar su competitividad en el mercado es de vital importancia.

Por último, contrasta la diferencia existente de la mayoría de las pymes que no han llevado a cabo procesos de implementación de nuevas tecnologías, que al ponerlas en comparación con las que sí lo han realizado, se encuentran en una posición de desventaja, y se privan de alternativas de desarrollo y expansión con altos costos de oportunidad, lo que además, también genera una brecha de competitividad en el sector industrial del cantón que se balancea a favor de las que sí implementan nuevas tecnologías.

### **Recomendaciones**

A partir de las conclusiones derivadas de la investigación realizada sobre el desarrollo de las capacidades empresariales de las pymes del sector industrial en el cantón de Pérez Zeledón, período 2024-2025, se plantean las siguientes recomendaciones para cada objetivo específico:

### **Factores que influyen en la producción y comercialización de las pymes**

Las pymes del cantón de Pérez Zeledón deben fortalecer y promover el uso de herramientas tecnológicas más modernas y especializadas, así como aumentar la inversión en capacitación del personal técnico y operativo. Además, se sugiere realizar diagnósticos internos para identificar las causas de los costos altos, con el fin de implementar estrategias que mejoren la eficiencia en los procesos y reduzcan gastos innecesarios.

Propiciar el desarrollo de alianzas estratégicas con proveedores, el acceso a programas de apoyo institucional y el fomento de prácticas de mejora continua pueden

contribuir significativamente a optimizar los procesos de producción y comercialización, fortaleciendo así la competitividad del sector.

Las pymes deben fortalecer sus capacidades digitales, invirtiendo en marketing en línea, atención al cliente virtual y comercio electrónico, debido a que este canal es actualmente el más utilizado y con mayor potencial de crecimiento. Además, es importante explorar y potenciar otros canales de venta como la exportación o el uso de distribuidores, lo que permitiría una diversificación de mercados y una disminución de la dependencia del entorno local.

Debido a la alta competencia reportada, se vuelve importante desarrollar propuestas de valor diferenciadas, mejorar la calidad del producto o servicio y brindar una experiencia única al cliente. Por otro lado, se sugiere incorporar con mayor frecuencia el análisis de datos y estudios de mercado en la toma de decisiones, para complementar la experiencia personal con información estratégica que permita anticiparse a las tendencias del mercado y tomar decisiones más fundamentadas.

### **Fuentes de financiamiento gubernamental para pymes del sector industrial**

Las instituciones gubernamentales deben fomentar campañas informativas más eficientes, accesibles y segmentadas, utilizando medios digitales, alianzas con instituciones claves y asesorías locales, con el fin de incentivar el conocimiento de las diferentes fuentes de financiamiento disponibles para las pymes. Además, es esencial que se difundan correctamente los requisitos y beneficios para las empresas, esto contribuiría a reducir la brecha de desconocimiento que se hizo notar en los resultados de la encuesta.

Es fundamental revisar y simplificar los trámites vinculados a la obtención de recursos, así como crear o fortalecer programas de acompañamiento técnico que oriente a las

pymes a lo largo de estos procesos. Asimismo, es necesario promover el uso de instrumentos financieros como subsidios, capital semilla y garantías, ya que estos diversifican las formas de apoyo, para lograr cubrir las necesidades existentes en las empresas del sector industrial.

### **Elementos de escalabilidad influyentes en los procesos de internacionalización de las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón**

Con el fin de erradicar factores que generan desventajas para la internacionalización de productos y principalmente problemas económicos que inciden en el desempeño de las pymes y el proceso de exportación de estas, se recomienda realizar una profunda búsqueda de fuentes de financiamiento e información de programas de exportación que permita aprovechar los recursos que se ponen a disposición para generar oportunidades de expansión a mercados internacionales.

### **Impacto de las tecnologías avanzadas en la productividad y competitividad de las pymes del sector industrial en la zona de Pérez Zeledón**

Las pymes del sector industrial deben de iniciar la implementación gradual de tecnologías avanzadas que se ajusten a su realidad operativa y financiera. De tal manera, se recomienda incursionar con soluciones de tecnologías como software de gestión y automatización de procesos, enfocándose en aquellas que generen un mayor impacto en la productividad y competitividad, siguiendo el ejemplo de las pymes que sí lo han realizado.

Ante las principales barreras descritas con base en los resultados obtenidos, que impiden la implementación de nuevas tecnologías, es necesario que las pymes se informen y participen activamente en el acceso a fuentes de financiamiento, subsidios y programas de capacitación disponibles en el cantón o a nivel nacional. Al integrar la innovación tecnológica

dentro de sus estrategias permite no solo aumentar la productividad y reducir costos, sino que también acceder a nuevos mercados, incluso a nivel internacional.

## Referencias bibliográficas

- Abril Abadin, D. y Pérez Castilla, L. (2014). *Tecnologías de apoyo, mercado y nuevos sistemas de información*. Repositorio Iberoamericano sobre Discapacidad.  
<http://riberdis.cedid.es/handle/11181/4966>
- Arteaga Sarmiento, W., Villamil Sandoval, D. y Jesús González, A. (2019). Caracterización de los procesos productivos de las pymes textiles de Cundinamarca. *Revista Logos Ciencia y Tecnología*, 11(2), 60-77. <https://doi.org/10.22335/rlct.v11i2.839>
- Baena Paz, G. (2017). *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial Patria.  
<https://elibro.net.una.remotexs.co/es/ereader/unacr/40513?page=97>
- Berbel Pineda, J., Ramón Jerónimo, M. y Vázquez Carrasco, R. (2012). La selección de mercados preferentes como clave en la internacionalización empresarial. *Tec Empresarial*, 6 (1),21-33. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9513964.pdf>
- Bohórquez Medina, N., López Cajas, A., y Castañeda Vélez, L. (2018). Fuentes de financiamiento para pymes y su incidencia en la toma de decisiones financieras. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*.  
<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/09/pymes-decisiones-financieras.html/pymes-decisiones-financieras.zip>
- Caballero, F. (2024). *Industria: Qué es y por qué es crucial en la economía global*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/industria.html>
- Cabrera Méndez, M. (2010). *Introducción a las fuentes de información*.  
<https://riunet.upv.es/handle/10251/7580>

Cámara de comercio de Costa Rica. (2022). *La importancia de las PYMES en Costa Rica*.

<https://camara-comercio.com/la-importancia-de-las-pymes-en-costa-rica-2/>

Carrasco Vega, Y., Mendoza Virhuez, N., López Cuadra, Y., Mori Zavaleta, R. y Alvarado

Ibáñez, J. (2021). La competitividad empresarial en las pymes: retos y alcances.

*Revista Universidad y Sociedad*, 13(5). <http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218->

[36202021000500557&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202021000500557&script=sci_arttext&tlng=en)

Chagerben-Salinas, L., Yagual-Velasteguí, A., y Hidalgo-Arriaga, J. (2017). La importancia del financiamiento en el sector microempresario. *Dominio de las Ciencias*, 3(2), 783-

798. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?Codigo=6326783>

Chávez Mattos, R. (2017). *Incidencia del Financiamiento Externo en el Crecimiento de las MYPES del sector Comercio del distrito de Trujillo, año 2017*. (Tesis de licenciatura)

Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/11541>

Clavijo, C. (2020). *Internacionalización: qué es, proceso, estrategias y ejemplos*. Hubspot.

<https://blog.hubspot.es/sales/internacionalizacion>

Conde, A. (2025). *Impacto de la Guerra Arancelaria entre Estados Unidos y Otros Países en el Comercio Global*. Gedeth. <https://gedeth.com/blog/2025/03/21/impacto-de-la->

[guerra-arancelaria-entre-estados-unidos-y-otros-paises-en-el-comercio-global/](https://gedeth.com/blog/2025/03/21/impacto-de-la-guerra-arancelaria-entre-estados-unidos-y-otros-paises-en-el-comercio-global/)

Cousin Brenes, K. (2018). La pequeña y mediana propiedad y su relación con los

antecedentes de las pymes en Costa Rica: 1813-1920. *Revista de Ciencias Sociales*,

IV (162), 149-168. <https://www.redalyc.org/journal/153/15356034009/html/>

Cousin Brenes, K. (2020). El surgimiento de las pymes en Costa Rica desde una perspectiva histórico-económica (1950-2018). *Revista de Ciencias Sociales*, III (169).

<https://www.redalyc.org/journal/153/15365453003/html/>

Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M. y Varela-Ruiz, M. (2013).

*Metodología de investigación en educación médica*. Scielo.

[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-50572013000300009](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009)

Durán Acuña, K. (2016). *¿Cuál es el alcance del Sistema de Banca para el Desarrollo en Costa Rica?* (Tesis de Licenciatura) Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología.

<https://repositorio.ulacit.ac.cr/bitstream/handle/20.500.14230/4632/046727.pdf?sequence=1>

Espinoza, C. (2023). *La historia de la creación del término Pyme*. [Parrotfy](https://blog.parrotfy.com/es/blog/la-historia-de-la-creacion-del-termino-pyme).

<https://blog.parrotfy.com/es/blog/la-historia-de-la-creacion-del-termino-pyme>

Flores Romero, B. y González Santoyo, F. (2009). La competitividad de las pymes morelianas. *Cuadernos del CIMBAGE*, (11), 85-104.

<https://www.redalyc.org/pdf/462/46212704005.pdf>

Fondo Monetario Internacional. (2000). *La globalización: ¿Amenaza u oportunidad?*.

<https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/esl/041200s.htm#:~:text=Se%20refiere%20a%20la%20creciente,travel%20de%20las%20fronteras%20internacionales>

Fonseca, E. (1983). El origen de la pequeña propiedad en el Valle Central de Costa Rica.

*Cahiers du monde hispanique et luso-brésilien*, (41, 1983. pp. 25-38).

[https://www.persee.fr/doc/carav\\_0008-0152\\_1983\\_num\\_41\\_1\\_1656#carav\\_0008-0152\\_1983\\_num\\_41\\_1\\_T1\\_0027\\_0000](https://www.persee.fr/doc/carav_0008-0152_1983_num_41_1_1656#carav_0008-0152_1983_num_41_1_T1_0027_0000)

Gallego Roji, M. L. Aznar Santiago, J. A. y Medianero Sánchez, M. V. (2016). *Investigación y recogida de información de mercados*. Editorial CEP, S.L.

<https://elibro.net.una.remotexs.co/es/ereader/unacr/51045?page=65>

Goebel, A. (2003). La política económica liberal y su rol en el consumo de bienes monopolizados. El caso del monopolio del tabaco en Costa Rica (1880-1907).

*Anuario de Estudios Centroamericanos*, 29(1-2), 147-169.

<https://www.redalyc.org/pdf/152/15229205.pdf>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill.

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2025a). *Encuesta Nacional de Microempresas de los Hogares 2018*.

<https://sistemas.inec.cr:8443/bininec/RpWebEngine.exe/Portal?BASE=ENAMEH2018&lang=esp>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2025b). *Encuesta Nacional de Microempresas de los Hogares 2023*.

<https://sistemas.inec.cr:8443/bininec/RpWebEngine.exe/Portal?BASE=ENAMEH2023>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2025c). *Encuesta Nacional de Microempresas de los Hogares 2024*. <https://online.fliphtml5.com/xbfyq/oagn/#p=4>

- Jiménez Martínez, S. (2013). *Investigación y recogida de información de mercados*. IC Editorial. <https://elibro.net.una.remotexs.co/es/ereader/unacr/44108?page=30>
- Lasluisa, F. (2019). Características emprendedoras en las PYMES del Sector Industrial. *REVISTA DE INVESTIGACIÓN SIGMA*, 6(01), 40-49.  
<https://doi.org/10.24133/sigma.v6i01.1235>
- León, J. y Peters, G (2019). *Historia económica de Costa Rica en el siglo XX*. El comercio y los mercados en Costa Rica. Tomo IV. Costa Rica: Editorial UCR.  
[https://editorial.ucr.ac.cr/historia/item/download/67\\_b7bc3bf620eb72dad411b1b600e082a6.html](https://editorial.ucr.ac.cr/historia/item/download/67_b7bc3bf620eb72dad411b1b600e082a6.html)
- Ley 8262 de 2002. Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas. 27 de mayo del 2002. La Gaceta No. 131.  
[https://pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=48533](https://pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=48533)
- Lobato, F. (2011). *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa*. Macmillan Iberia. <https://elibro.una.elogim.com/es/ereader/unacr/52795?page=231>
- Londoño-Patiño, J. (2020). Toma de decisiones basada en la productividad en Pymes manufactureras: aproximación desde la lógica difusa. *Revista CEA*, 6(12), 181-207.  
<https://revistas.itm.edu.co/index.php/revista-cea/article/view/1507>
- Loor, B., Delgado, J., Meléndez, J., Dumaguala, A. y Ramírez, G. (2019). Programa de capacitación empresarial para el sector informal: Determinación econométrica. *Revista Espacios*, 40(33) 10-13.  
<https://www.revistaespacios.com/a19v40n33/a19v40n33p02.pdf>

- Medina Romero, M., Hurtado Tiza, D., Muñoz Murillo, J., Ochoa Cervantez, D. e Izundegui Ordóñez, G. (2023). *Método mixto de investigación: Cuantitativo y cualitativo*. Inudi Perú. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.105>
- Menegotto, G. (2016). *Balance social en las Pymes*. Universidad Nacional de Villa María. [http://biblio.unvm.edu.ar/opac\\_css/37219/1880/TFG-2016-MeneGoTTo-G.pdf](http://biblio.unvm.edu.ar/opac_css/37219/1880/TFG-2016-MeneGoTTo-G.pdf)
- Meraz Rivera, L., Castiblanco Jiménez, I., Cruz González, J. y Mateo Díaz, N. (2021). Diseño de una herramienta guía basada en metodologías de mejora continua aplicable a pymes del sector lácteo en países de América Latina y el Caribe. *Revista Ingeniería y Desarrollo*, 39(1) 88-102. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0122-34612021000100086&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0122-34612021000100086&script=sci_arttext)
- Micolta León, A. (2005). Teorías y conceptos asociados al estudio de las migraciones internacionales. *Revista de Trabajo Social* (7), 59-76. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/tsocial/article/view/8476/9120>
- Ministerio de Economía, Industria y Comercio. (s. f). *Aumento de la cantidad de microempresas en el país*. <https://www.meic.go.cr/comunicado/940/aumento-la-cantidad-de-microempresas-en-el-pais.php>
- Moreno Loera, H. (2014). La innovación tecnológica como herramienta para el desarrollo de la competitividad en las pymes. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 3(6) 30-41. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5063706>
- Organización Mundial del Comercio. (2016). *Informe sobre el comercio mundial 2016*. [https://www.wto.org/spanish/res\\_s/booksp\\_s/world\\_trade\\_report16\\_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/world_trade_report16_s.pdf)

Otzen, T., y Monterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *Int. J. Morphol*, 35(1), 227-232. <https://www.scielo.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

Pérez Porto, J y Gardey, A. (2009). *Definición de Pyme*. Definición de. <https://definicion.de/pyme/>

Pérez, A. (2021). *Empresas industriales, conceptos generales y tipos a destacar*. OBS. <https://www.obsbusiness.school/blog/empresas-industriales-conceptos-generales-y-tipos-destacar>

Poncela García, M. (s. f.). *Impacto de las tecnologías digitales en la transformación del comercio internacional*. Economía Internacional. [https://www.iberglobal.com/files/2019-1/tecnologias\\_digitaes\\_comercio\\_poncela.pdf](https://www.iberglobal.com/files/2019-1/tecnologias_digitaes_comercio_poncela.pdf)

Porter, M. (2014). *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Grupo Editorial Patria. <https://elibro.una.elogim.com/es/ereader/unacr/114079?page=1>

PROCOMER. (2009). *Costa Rica: Impactos de los tratados de libre comercio*. [https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/impactos-tratados-libre-comercio-costa-rica2020-02-19\\_20-18-20.pdf](https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/impactos-tratados-libre-comercio-costa-rica2020-02-19_20-18-20.pdf)

PROCOMER. (s.f.). *Guía para Exportar*. <https://www.procomer.com/exportador/guia-para-exportar/>

Rodríguez Chaves, A. (2014). Costa Rica, historia de crisis con aroma y sabor a café. *Tiempo y sociedad*, (14), 5-33. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4726172>

Rodríguez Moreno, D. C. (2022). *La productividad en el servicio*. Editorial UPTC. <https://elibro.una.elogim.com/es/ereader/unacr/231879?page=12>

- Romero, L. (2006). Competitividad y productividad en empresas familiares pymes: una aproximación desde la interacción familia-empresa. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (57), 131-142.  
<https://journal.universidadean.edu.co/index.php/revista/article/view/378>
- Rovira, J. (1985). El desarrollo de Costa Rica y su crisis en el periodo postguerra: 1948-1984. *Anuario de Estudios Centroamericanos, Univ. Costa Rica*, 11(1), 23-42.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5075678.pdf>
- Santos, D. (2023). *Proceso productivo: qué es, características y etapas*. HubSpot.  
<https://blog.hubspot.es/marketing/proceso-productivo>
- Sistema de Banca para el Desarrollo. (2020). *Informe Integrado Anual-SBD 2020*.  
<https://www.sbdcrcr.com/wp-content/uploads/2021/05/INFORME-ANUAL-2020-SBDvff.pdf>
- Sistema de Banca para el Desarrollo. (2025a). *¿Qué es un Operador?*  
<https://sbdcrcr.com/financiamiento/acceso-al-financiamiento/>
- Sistema de Banca para el Desarrollo. (2025b). *Inteligencia empresarial*.  
<https://sbdcrcr.com/inteligencia-empresarial/cifras-sbd/>
- Sistema de Banca para el Desarrollo. (2025c). *Oferta de programas y productos del SBD*.  
<https://sbdcrcr.com/oferta-de-programas/>
- Taborda Ocampo, M., Nova, L. y Bohórquez Sanabria, I. (2018). Importancia de las pymes para el desarrollo económico de Chile en el siglo XXI. *Revista Punto de Vista*, 9(1).  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9020391>

Tamani, H. (2009). *Lo mejor de la calidad en Pymes*. Petrotecnia.

[https://www.petrotecnia.com.ar/febrero09/lo\\_mejor\\_de\\_la\\_calidad.pdf](https://www.petrotecnia.com.ar/febrero09/lo_mejor_de_la_calidad.pdf)

Torre, G., y Codner, D. (2013). *Fundamentos de comercio electrónico*. Buenos Aires, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.

<https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/4204/Programa%20Libre-Fundamentos%20del%20Comercio%20Electronico-2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Torres, M., Salazar, F., y Paz, K. (2019). *Métodos de recolección de datos para una investigación*. Universidad Rafael Landívar.

<http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/2817/1/M%c3%a9todos%20de%20recolecci%c3%b3n%20de%20datos%20para%20una%20investigaci%c3%b3n.pdf>

Urrutia de la Garza, J. y Aranda Pastrana, E. (2016). Competitividad a través de la diferenciación del producto y servicio en las PYMES de restaurantes, cafeterías y bares en la región binacional de Ciudad Juárez, Chihuahua, México – El paso Texas, Estados Unidos. *Destino Turístico Competitivo en los Albores del Siglo XXI*, 6. 112-127. <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/2345>

Valdivia García, J. (2023). *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas*. ADGD0210. IC Editorial.

<https://elibro.una.elogim.com/es/ereader/unacr/247693?page=10>

Villarreal, J. (2022). Factores que influyen en la producción y comercialización de artesanías en Tequisquiapan, Querétaro. *South Florida Journal of Development*, 3(5), 6313-6326. <https://ojs.southfloridapublishing.com/ojs/index.php/jdev/article/view/1879>

Villasuso, J. (2000). *Reformas estructurales y política económica en Costa Rica*. Universidad de Costa Rica. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/822367d9-bc27-4685-a419-efd5f9bc00f4/content>

Westreicher, G. (2022). *Escalabilidad*. Economipedia.  
<https://economipedia.com/definiciones/escalabilidad.html>

World Trade Organization. (2017). *Resumen*. [Resumen ejecutivo de la Organización Mundial del Comercio], pp. 5-13.  
[https://www.wto.org/spanish/res\\_s/booksp\\_s/executive\\_summary\\_world\\_trade\\_report\\_17\\_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/executive_summary_world_trade_report_17_s.pdf)

## Apéndices o anexos

### Apéndice A.

#### *Cuestionario para encuesta sobre el desarrollo de las capacidades empresariales de las pymes del sector industrial en el cantón de Pérez Zeledón, período 2024-2025.*

La presente encuesta tiene por objeto conocer su opinión acerca del Desarrollo de las capacidades empresariales de las pymes del sector industrial en el cantón de Pérez Zeledón, período 2024-2025. Esta encuesta es realizada por estudiantes de la Universidad Nacional, optando por el nivel de licenciatura, los datos recolectados serán confidenciales y se utilizará únicamente con fines académicos.

#### **Módulo 1: Datos generales de la empresa.**

M1D1 De acuerdo con los siguientes rangos, ¿Cuánto tiempo tiene de operar su emprendimiento o pyme?

- Menos de 2 años
- De 2 a menos de 3 años
- De 3 a menos de 5 años
- De 5 años a menos de 7 años
- Más de 7 años

M1D2 ¿Cuántos trabajadores tiene actualmente su empresa, incluyendo al propietario?

- Emprendimiento (menos de 5 colaboradores)
- Microempresa (10 colaboradores o menos)

Pequeña empresa (de 11 a 35 colaboradores)

Mediana empresa (de 36 a 100 colaboradores)

M1D3 ¿En cuál de los siguientes distritos del cantón de Pérez Zeledón se encuentra ubicada su empresa?

San Isidro de El General

El General

Daniel Flores

Rivas

San Pedro

Platanares

Pejibaye

Cajón

Barú

Río Nuevo

Páramo

La Amistad

## **Módulo 2: Producción**

M2P1 ¿Qué tan accesibles son los insumos o materias primas para su producción?

Muy accesible

Accesibles

Poco accesibles

Difícil acceso

M2P2 ¿Cuenta su empresa con la maquinaria y tecnología adecuada para su actividad productiva?

Si

Parcialmente

No

M2P3 Del 1 al 5, donde 1 es poco frecuente y 5 muy frecuente, ¿Con qué frecuencia capacita su empresa al personal en temas técnicos o productivos?

1.Poco frecuente	2	3	4	5.Muy frecuente

M2P4 ¿Cómo calificarían los costos de producción en su empresa en comparación con el promedio del sector?

Muy altos

Altos

Moderados

Bajos

### **Módulo 3. Comercialización**

M3C1 ¿Qué canales de venta utiliza su empresa? (Marque todas las que apliquen)

Tienda física

Ventas en línea (web, redes sociales, Marketplace)

Distribuidores

Exportación

Otros: \_\_\_\_\_

M3C2 ¿Cómo considera el nivel de competencia en el mercado local para su empresa?

Muy alta

Alta

Moderada

Baja

M3C3 ¿Qué factores consideran más relevantes al fijar el precio de sus productos? (Puede seleccionar varias opciones)

Costos de producción

Precio de la competencia

Percepción del cliente

Valor agregado

Margen de ganancia deseado

Otros: \_\_\_\_\_

M3C4 ¿Qué método utiliza principalmente su empresa para tomar decisiones comerciales?

Experiencia personal

Opinión de socios o colaboradores

Análisis de datos o estudios de mercado.

Intuición

Otro: \_\_\_\_\_

#### **Módulo 4: Financiamiento**

**Financiamiento por parte de una entidad gubernamental:** Es la asignación de recursos económicos por parte del Estado o sus instituciones para apoyar proyectos, programas, servicios o actividades que contribuyen al bienestar público.

M4F1. ¿Conoce usted si existen programas de financiamiento o inversión ofrecidos por entidades gubernamentales para pymes del sector industrial?

Sí

No

M4F2. ¿Ha recibido su empresa algún tipo de financiamiento de una entidad gubernamental en los últimos 3 años?

Sí

No

M4F3. ¿Qué tipo de financiamiento ha recibido? (Marque todas las que apliquen)

- Crédito con condiciones especiales
- Fondos no reembolsables (capital semilla, premios, etc.)
- Subsidios o incentivos fiscales
- Garantías para préstamos
- Asistencia técnica o capacitación financiada
- Otro

M4F4. ¿Con qué frecuencia ha accedido su empresa a estos fondos en los últimos 3 años?

- Una vez
- De 2 a 3 veces
- Más de 3 veces
- Nunca

M4F5. Del 1 al 5, donde 1 es muy fácil y 5 muy difícil, ¿cómo califica la facilidad para acceder al financiamiento gubernamental?

1. Muy fácil	2	3	4	5. Muy difícil

M4F6. ¿Considera que el financiamiento recibido se ajusta a las necesidades reales de su empresa?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

M4F7. ¿El financiamiento recibido ha tenido un impacto positivo en alguna de las siguientes áreas? (Marque todas las que apliquen)

- Incremento de la producción
- Adquisición de maquinaria o tecnología
- Mejora de procesos
- Contratación de personal
- Expansión del mercado
- Otro
- No ha tenido impacto significativo

### **Módulo 5: Internacionalización**

Internacionalización: La internacionalización empresarial consiste en el desarrollo de estrategias para llevar las ofertas comerciales de una empresa fuera de su país de origen

M5I1. ¿Ha considerado exportar sus productos?

Sí

No

M5I2. ¿Qué factores facilitan la internacionalización de su empresa?

Acceso a Tecnología

Acceso a Educación

La Globalización

Políticas favorables

Acceso a fuentes financiamiento

M5I3 ¿Qué factores dificultarían la internacionalización?

Falta de asesoramiento oportuno

Costos Altos

Poca Demanda

Políticas desfavorables

Factores culturales y sociales del país

M5I4. En una escala del 1 al 5, donde 1 es Malo y 5 Muy bueno, ¿Cómo califica la capacidad actual que tiene su empresa si tuviera que competir en mercados internacionales?

1.Malo	2	3	4	5.Muy buena

M5I5. ¿Conoce los programas o apoyos para procesos de exportación?

Sí

No

M5I6 ¿Qué ventajas cree que tendría su empresa en el comercio exterior?

Reconocimiento

Aumento de las ganancias

Aumento de la competitividad

Mejora la competitividad

Acceso a nuevos mercados

### **Módulo 6. Tecnología**

M6T1. ¿Su empresa ha implementado tecnologías avanzadas en el último año?

Sí.

No.

M6T2. ¿Cuáles tecnologías avanzadas ha implementado? (Puede seleccionar varias opciones)

Automatización.

Softwares.

Otros.

M6T3. ¿El proceso de adaptación tecnológica fue fácil o retador para su empresa?

Muy fácil.

Algo fácil.

Algo retador.

Muy retador.

M6T4. En una escala del 1 al 5, donde 1 es Muy malo y 5 Muy bueno ¿Cómo valora la productividad de su empresa después de aplicar nuevas tecnologías?

1.Muy malo	2	3	4	5.Muy buenaF

M6T5. ¿Considera que la adopción de tecnologías avanzadas ha facilitado la expansión de su empresa hacia nuevos mercados o segmentos de clientes?

Sí, ha tenido un impacto significativo en la expansión a nuevos mercados internacionales.

Sí, ha ayudado en la expansión a nuevos segmentos de clientes dentro del país.

Sí, ha tenido un impacto moderado en la expansión a mercados internacionales y nuevos segmentos de clientes.

No ha tenido impacto en la expansión hacia nuevos mercados ni segmentos de clientes.

M6T6. ¿Qué beneficios ha observado tras la implementación de las tecnologías avanzadas?

(Puede seleccionar varias opciones)

Aumento de la productividad.

Reducción de costos.

Acceso a nuevos mercados.

Mayor competitividad.

Mejor toma de decisiones.

M6T7. ¿Qué barreras ha enfrentado para adoptar tecnologías nuevas?

Falta de presupuesto.

Falta de personal capacitado.

Falta de tiempo.

Acceso limitado a la Internet.

Otra.

## **Apéndice B.**

### ***Cuestionario para entrevista sobre el desarrollo de las capacidades empresariales de las pymes del sector industrial en el cantón de Pérez Zeledón, período 2024-2025.***

¿Según su experiencia, cuál es el estado actual de las pymes del sector industrial del cantón de Pérez Zeledón?

¿Cuáles estrategias empresariales existen en el mercado y cuáles de estas considera usted que deberían ser aplicadas por las pymes del sector industrial de Pérez Zeledón?

¿Qué factores consideran que más inciden en los costos de producción para este tipo de empresas en el contexto local?

¿Tienen las pymes fácil acceso a información de mercado? ¿Qué tipo de información les falta con mayor frecuencia?

¿Cómo describiría el nivel de competencia en el mercado local para estas empresas?

¿Por medio de cuáles instituciones y programas de desarrollo se impulsa la internacionalización de las pymes del sector industrial?

¿Cuáles estrategias considera usted que deben utilizar las pymes de Pérez Zeledón para incorporarse a los mercados internacionales?

¿Cuáles herramientas tecnológicas permiten una mejor adaptación de las pymes del sector industrial al mercado?

¿Considera que las pymes del cantón tienen un conocimiento adecuado sobre las fuentes de financiamiento?

¿Qué tipos de financiamiento o ayudas ofrecen las entidades gubernamentales (créditos, subsidios, fondos no reembolsables, garantías, incentivos fiscales)?

Desde su experiencia, ¿cuál tipo de financiamiento es el más utilizado por las pymes?

¿Cree usted que las entidades gubernamentales se encuentran preparadas para brindar las herramientas que una empresa necesita para que se pueda internacionalizar?