

**UNIVERSIDAD NACIONAL
SEDE REGIÓN BRUNCA
ÁREA DESARROLLO SOCIAL**

**Informe del seminario de graduación para optar por el grado académico
de Licenciatura en Administración con énfasis en Gestión Financiera.**

Tema:

**Competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas a nivel micro
del sector turismo en el área de hospedaje; en los alrededores Parque Nacional
Manuel Antonio y Quepos.**

Vanessa Aguilar Vargas

Adriana Barrantes Granados

Saúl Briceño Sanabria

Director del seminario:

Msc: Geovanny Abarca Jiménez

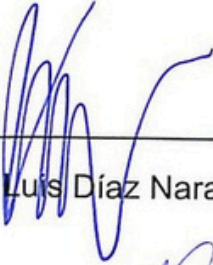
Campus Pérez Zeledón, 2018



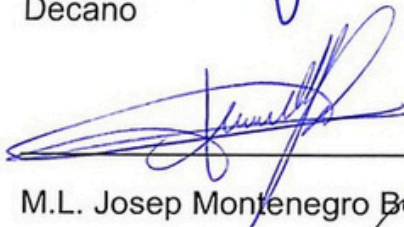
CONSTANCIA DE APROBACIÓN.

Competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas a nivel micro del sector turismo en el área hospedaje en los alrededores del Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos.

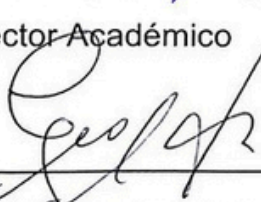
Aprobado por:



Msc. José Luis Díaz Naranjo
Decano



M.L. Josep Montenegro Bónilla
Director Académico



Msc. Geovanny Abarca Jiménez
Director Trabajo Final de Graduación.

MBA. Ricardo Zúñiga Duarte
Lector I



Lic. Ángel Andrey Valenciano Montero
Lector II

Dedicatoria.

A Dios, por darnos la fortaleza para seguir adelante, por ser nuestro guía y por permitirnos culminar esta etapa tan importante de nuestra formación académica.

A nuestros padres, ejemplo de esfuerzo y constancia, por ser los principales promotores de nuestros sueños.

A nuestras parejas, por su apoyo incondicional, por su amor y por ser nuestros principales cómplices.

Agradecimientos.

Primeramente a Dios, por guiar nuestro camino y darnos la fortaleza para seguir adelante y lograr nuestras metas.

A nuestros padres, pilares fundamentales en nuestras vidas; por su apoyo incondicional. Por permitir que nuestros sueños se hagan realidad y enseñarnos a no rendirnos a pesar de las dificultades.

A nuestras parejas, quienes nos han brindado su amor y apoyo todo este tiempo; por motivarnos a salir adelante.

A nuestro tutor, Geovanny Abarca Jiménez y a todos los profesores, por la ayuda brindada durante esta etapa de nuestra formación.

A nuestros compañeros de tesis, grandes personas, excelentes colegas.

Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos.....	iv
Índice de tablas.....	viii
Índice de figuras.....	x
Abreviaturas.....	xii
Capítulo 1: Aspectos metodológicos.....	17
1.1 Planteamiento del problema.....	18
1.1.1 Descripción del problema.....	18
1.1.2 Interrogantes de la investigación.....	24
1.1.3 Justificación de la investigación.....	25
1.1.4 Delimitación temporal, espacial e institucional.....	26
1.2 Objetivos de la investigación.....	26
1.2.1 Objetivo general.....	26
1.2.2 Objetivos específicos.....	26
1.3 Modelo de análisis.....	27
1.3.1 Conceptualización, operacionalización e instrumentalización de las variables.....	27
1.3.2 Relaciones e interrelaciones (gráfico modelo de análisis).....	32
1.4 Estrategia de investigación aplicada.....	34
1.4.1 Tipo de investigación.....	34
1.4.2 Fuentes de información.....	35
1.4.3 Población y muestra.....	36
1.4.4 Alcances y limitaciones.....	39
Capítulo 2: Marco de referencia.....	41
2.1 Marco espacial:.....	42
2.1.1 Aspectos Geográficos:.....	42
2.1.2 Aspectos demográficos:.....	43
2.1.3 Aspectos económicos:.....	43
2.1.4 Aspectos sociales:.....	44
2.1.5 Parque empresarial.....	45

2.2	Marco legal:.....	46
2.2.1	Leyes y decretos	46
Capítulo 3: Marco teórico.....		52
3.1	Modelo económico.....	53
3.2	Competitividad empresarial.....	56
3.2.1	Determinantes de la competitividad empresarial.....	59
3.3	Apertura comercial y competitividad.....	61
3.4	Entorno empresarial.....	66
3.5	Enfoque de competitividad sistémica.	69
3.5.1	Nivel macro.....	70
3.5.2	Nivel micro.....	71
3.6	Modelo del Banco Interamericano de Desarrollo.	71
3.6.1	Concepto de MIPYMES.....	72
3.7	Conceptualización de las MIPYMES en Costa Rica.	73
3.7.1	Clasificación de las MIPYMES en Latinoamérica	74
3.7.2	Importancia económica de las MIPYMES	76
3.7.3	Turista y tipos de turismo.....	77
Capítulo 4: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS		79
4.1	Aspectos generales (caracterización de las MIPYMES)	80
4.1.1	Años de operación.....	80
4.1.2	Genero del propietario.....	80
4.1.3	Nivel académico del propietario.	81
4.1.4	Inscripción legal de la empresa.	82
4.1.5	Tamaño de la empresa.	82
4.2	La planificación estratégica en MIPYMES del sector turismo.	83
4.2.1	Planeamiento estratégico.	83
4.2.2	Resumen de la variable: planificación estratégica.	85
4.3	El aseguramiento de la calidad en MIPYMES del sector turismo.....	87
4.3.1	Aseguramiento de la calidad.	87
4.3.2	Resumen de la variable: aseguramiento de la calidad.	89
4.4	La comercialización en MIPYMES del sector turismo.....	92
4.4.1	Comercialización.....	92

4.4.2	Resumen de la variable: comercialización.	95
4.5	Contabilidad y finanzas en MIPYMES del sector turismo.....	98
4.5.1	Contabilidad y finanzas.....	98
4.5.2	Resumen de la variable contabilidad y finanzas.....	101
4.6	Recursos Humanos en MIPYMES del sector turismo.	104
4.6.1	Recursos Humanos.	104
4.6.2	Resumen de la variable: recursos humanos.....	108
4.7	Gestión ambiental en MIPYMES del sector turismo.	111
4.7.1	Gestión ambiental.	111
4.7.2	Resumen de la variable gestión ambiental.	114
4.8	Sistemas de información en MIPYMES del sector turismo.	117
4.8.2	Sistemas de información.	117
4.8.2	Resumen de la variable: sistemas de información.....	120
4.9	Competitividad general de las MIPYMES de hospedaje del sector turismo en el Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos.	123
Capítulo 5: Conclusiones y recomendaciones.....		127
5.1	Conclusiones.....	128
5.2	Recomendaciones.	132
Referencias bibliográficas.		134
Anexos.....		141

Índice de tablas.

Tabla 1	Llegadas de turistas internacionales a Costa Rica durante el período 2010-2015	19
Tabla 2	Divisas generadas por concepto de turismo durante el período 2011-2015 en Costa Rica (Cifras en millones de \$ E.E.U.U.)	19
Tabla 3	Gráfico Modelo de Análisis	32
Tabla 4	Clasificación de las MIPYMES según sector económico en la Región Pacífico Central al 2016.	46
Tabla 5	Años de operación de la MIPYMES hospedaje del sector turismo	80
Tabla 6	MIPYMES de hospedaje del sector turismo según sexo de los propietarios	81
Tabla 7	Nivel académico de los propietarios de las MIPYMES hospedaje del sector turismo	81
Tabla 8	MIPYMES hospedaje del sector turismo por inscripción legal	82
Tabla 9	Tamaño de las MIPYMES turísticas del sector hospedaje según número de colaboradores	83
Tabla 10	Promedio de indicador proceso	84
Tabla 11	Promedio indicador implementación	84
Tabla 12	Nivel de competitividad de la variable planificación estratégica en relación con el tamaño de la empresa	87
Tabla 13	Promedio indicador aspectos generales de la calidad	88
Tabla 14	Promedio indicador sistema.	89
Tabla 15	Nivel de competitividad de la variable aseguramiento de la calidad en relación con el tamaño de la empresa	92
Tabla 16	Promedio indicador mercadeo y ventas de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017	93
Tabla 17	Promedio indicador servicio al cliente de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017.	94
Tabla 18	Promedio indicador Distribución de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017	95
Tabla 19	Nivel de competitividad de la variable comercialización en relación con el tamaño de la empresa	98
Tabla 20	Promedio indicador monitoreo de costos y contabilidad de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017	99
Tabla 21	Promedio indicador administración financiera de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017	100

Tabla 22	Promedio indicador normas legales y tributarias de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017	101
Tabla 23	Nivel de competitividad de la variable contabilidad y finanzas en relación con el tamaño de la empresa.	104
Tabla 24	Promedio indicador aspectos generales de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017	105
Tabla 25	Promedio indicador capacitación y promoción del personal de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017.	106
Tabla 26	Promedio indicador cultura organizacional de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017	107
Tabla 27	Promedio indicador salud y seguridad industrial de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017	107
Tabla 28	Nivel de competitividad de la variable recursos humanos en relación con el tamaño de la empresa.	111
Tabla 29	Promedio indicador política ambiental de la empresa de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017	112
Tabla 30	Promedio indicador estrategia para proteger el medio ambiente de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017	113
Tabla 31	Promedio indicador concientización y capacitación del personal en temas ambientales de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017	113
Tabla 32	Promedio indicador Administración del desperdicio de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017.	114
Tabla 33	Nivel de competitividad de la variable gestión ambiental en relación con el tamaño de la empresa	117
Tabla 34	Promedio indicador planeación del sistema de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017	118
Tabla 35	Promedio indicador entradas de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017	119
Tabla 36	Promedio indicador procesos de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017	119
Tabla 37	Promedio indicador salidas de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017	120
Tabla 38	Nivel de competitividad de la variable sistemas de información en relación con el tamaño de la empresa	123
Tabla 39	Nivel de competitividad general de las MIPYMES de hospedaje en el Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos por tamaño de la empresa, 2017	126

Índice de figuras.

Figura 1	Ubicación geográfica del Parque Nacional Manuel Antonio	42
Figura 2	Clasificación de la PYMES según INSEC, SBA Y CEPAL.	74
Figura 3	Competitividad según variable planificación por porcentajes	85
Figura 4	Nivel de competitividad de los indicadores de la variable Planificación Estratégica por nota en las MYPYMES del sector turismo en Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos	86
Figura 5	Nivel de competitividad de las MIPYMES turísticas, en relación con la variable de aseguramiento de la calidad	90
Figura 6	Nivel de competitividad de los indicadores de la variable aseguramiento de la calidad por nota en las MYPYMES del sector turismo en Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos.	91
Figura 7	Nivel de competitividad de las MIPYMES turísticas, en relación con la variable de comercialización	96
Figura 8	Nivel de competitividad de los indicadores de la variable comercialización por nota en las MYPYMES del sector turismo en Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos	97
Figura 9	Nivel de competitividad de las MIPYMES turísticas, en relación con la variable de contabilidad y finanzas	102
Figura 10	Nivel de competitividad de los indicadores de la variable contabilidad y finanzas por nota en las MYPYMES del sector turismo en Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos, 2017	103
Figura 11	Nivel de competitividad de las MIPYMES turísticas, en relación con la variable de recursos humanos	109
Figura 12	Nivel de competitividad de los indicadores de la variable recursos humanos por nota en las MYPYMES del sector turismo en Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos	110
Figura 13	Nivel de competitividad de las MIPYMES turísticas, en relación con la variable de gestión ambiental	115
Figura 14	Nivel de competitividad de los indicadores de la variable gestión ambiental por nota en las MYPYMES del sector turismo en Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos.	116
Figura 15	Nivel de competitividad de las MIPYMES turísticas, en relación con la variable de sistemas de información	121
Figura 16	Nivel de competitividad de los indicadores de la variable sistemas de información por nota en las MYPYMES del sector turismo en Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos.	122
Figura 17	Nivel de competitividad general de las MIPYMES turísticas.	124

Figura 18 Nivel de competitividad general por nota en las MYPYMES del sector turismo en 125
Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos

Abreviaturas

TIC): Tecnologías de Información y Comunicación.

(UNA): Universidad Nacional.

(UNED): Universidad Estatal a Distancia

(INA): Instituto Nacional de Aprendizaje.

(C.C.S.S): Caja Costarricense del Seguro Social.

(FUNDES): Fundación para el Desarrollo Sostenible.

(INEC): Instituto Nacional de Estadística y Censos.

(INS): Instituto Nacional de Seguros.

(MEIC): Ministerio de Economía, Industria y Comercio.

(MIPYME): Micro, pequeña y mediana empresa.

(SDB): Sistema de Banca para el Desarrollo.

(SIEC): Sistema de Información Empresarial Costarricense.

(BID): Banco Interamericano de Desarrollo.

Resumen ejecutivo

La competitividad de las MIPYMES a nivel micro del sector turismo a nivel de hospedaje en los alrededores del Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos, genera las siguientes interrogantes: ¿Cuál es el nivel de competitividad de estas MIPYMES?, ¿Cuáles son los métodos que utilizan estas empresas en cuanto a su planeación, producción, distribución o comercialización, para lograr competir dentro del mercado?

Como problema principal se menciona la capacidad estructural que tienen, ya que suelen encontrarse en desventaja, tanto en recursos como en capacidades en comparación con las grandes empresas.

Como objetivo general se plantea evaluar el nivel de competitividad a nivel micro de las MIPYMES del sector turístico de la zona de Manuel Antonio. Para lograrlo se pretende valorar el nivel de implementación de los procesos de planeación estratégica, cuantificar los procesos de producción y compras, calificar dichos procesos, valorar la efectividad de los sistemas de comercialización y los sistemas contables que utilizan, también identificar la existencia de procesos de gestión ambiental de los recursos humanos que implementan las MIPYMES.

La competitividad empresarial se presenta como un factor importante para que las empresas se sostengan a través del tiempo. Es de común acuerdo la importancia de esta para el crecimiento y sostenibilidad de las empresas, especialmente para las MIPYMES. Por lo tanto, la investigación se plantea en el desarrollo de un modelo metodológico que utiliza las principales variables que se centran en el estudio de la competitividad y que por medio de esas variables, siendo planeadas y ejecutadas de una manera óptima, se logre estar a un nivel de competencia bastante bueno.

En el desarrollo del modelo de análisis de la competitividad, se pretende la identificación específica de las variables según los aspectos internos de la competitividad empresarial, siendo estas las siguientes:

La planeación estratégica, en la cual se establecen indicadores como el proceso de planeación y la implementación de la estrategia, para evaluar el grado en que se encuentran las empresas. El aseguramiento de la calidad es otra variable que se visualiza de gran importancia para ser tomada en cuenta, donde se evalúan indicadores de calidad en servicio y sistemas. En cuanto a contabilidad y finanzas, las MIPYMES deben de tener un buen control de sus finanzas mediante indicadores como el monitoreo de costos y administración financiera, aspectos de deben de tener un adecuado registro empresarial. La variable del recurso humano, se contempla con

indicadores de capacitación y cultura organizacional: el ambiente interno debe darse en un entorno tranquilo donde existan buenas relaciones laborales.

La gestión ambiental es una variable de gran valor, ya que en la actualidad se pretende concientizar sobre los daños que causan las empresas al ambiente que no toman las medidas adecuadas. Para ello se plantean indicadores como estrategias para proteger el medio ambiente, capacitación en temas ambientales y administración del desperdicio. Los sistemas de información, variable que utiliza indicadores de planeación del sistema, entradas, procesos y salidas, para tener un adecuado control en cuanto a cada uno de los movimientos que se realizan dentro de las MIPYMES.

En cada una de estas variables se establecen los indicadores pertinentes que corresponden a cada uno de los aspectos internos necesarios dentro de una empresa, los que, al ser evaluados y puestos en práctica, ayudan en gran manera a que la competitividad de cada una de las MIPYMES que se ejecuten, serán a un nivel óptimo y muy agradable el cual puede ir en constante crecimiento.

Introducción

La competitividad de las MIPYMES a nivel micro del sector turismo, en lo que respecta a hospedaje, en los alrededores del Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos, tiene como alcance dar a conocer la capacidad y nivel de competitividad que poseen, por medio de los resultados obtenidos de las encuestas planteadas. En un entorno económico cada vez más competitivo como el actual, es necesario conocer la competitividad de las empresas para valorar el nivel en el cual se encuentran y cómo enfrentan en la actualidad, el constante cambio y exigencia que se requiere para lograr ser parte de un mercado que demanda innovación diaria. En la actualidad las MIPYMES se han convertido en una de las fuentes más importantes para el desarrollo del país. Muchas de estas empresas se desarrollan en el sector turístico, las cuales tienen como objetivo satisfacer las necesidades de los turistas por medio del servicio que brindan.

En este trabajo se plantea un modelo micro que pueda aplicarse como instrumento para medir e identificar la competitividad en las empresas del sector turístico de la zona de Manuel Antonio. Para implementar este instrumento fue indispensable, en primer lugar, recopilar y estudiar las definiciones de “competitividad”. En la actualidad dicho concepto se aplica a una empresa, un sector económico o en el entorno global. La competitividad a nivel empresa debe ser tomada como el centro del análisis de la misma.

Esta investigación se enfoca en el estudio de la competitividad de las MIPYMES que brindan el servicio de hospedaje en la zona turística de Manuel Antonio y Quepos. Dentro de dicho trabajo se visualiza la clasificación de las MIPYMES en cuanto a la competitividad y su enfoque en la actividad turística; siendo estas evaluadas por medio de indicadores claves de las distintas variables que se mencionan. Se presenta un modelo metodológico para la obtención de los datos para con ello poder valorar el nivel de competitividad en el que se encuentran cada una de las empresas. Se evalúa el servicio que estas brindan a los turistas, del mismo modo su calidad, con el propósito de obtener un análisis preciso de la situación actual de las MIPYMES.

Algunos de los problemas que se presentaron al momento de realizar este trabajo, fue la falta de información de algunas empresas, ya que estas se negaban a brindar datos internos por temor o desconfianza y también que muchas de estas MIPYMES no contaban con los datos debidamente documentados, por lo que se requería más tiempo para lograr una respuesta acertada y correcta.

La estructura del trabajo de investigación se compone de la siguiente manera:

En el capítulo 1 se analizarán aspectos metodológicos como el planteamiento del problema, objetivos de la investigación, modelo de análisis y estrategia de investigación aplicada, mientras que el capítulo 2 abarca el marco de referencia, donde se analizará el marco espacial y el marco legal. El capítulo 3 comprende el marco teórico, en el cual se estudia el modelo económico, la competitividad empresarial, apertura comercial y competitividad, el entorno empresarial, el enfoque de competitividad sistemática, el modelo del BID y la conceptualización de las MIPYMES en Costa Rica.

Además, en el capítulo 4 que comprende el análisis e interpretación de datos donde se estudiarán aspectos generales, planificación de las MIPYMES del sector turismo, aseguramiento de la calidad en las MIPYMES del sector turismo, comercialización de las MIPYMES del sector turismo, contabilidad y finanzas de las MIPYMES del sector turismo, recursos humanos en MIPYMES del sector turismo, gestión ambiental en MIPYMES del sector turismo, sistemas de información en MIPYMES del sector turismo. Y por último se analizará el capítulo 5, el cual corresponde a conclusiones y recomendaciones.

Al realizar esta investigación se pudo observar la gran importancia que tienen las MIPYMES, ya que se demuestra que a pesar de que la competitividad de las empresas, es difícil y se requiere de gran interés y motivación para lograr sobrevivir en el mercado actual. Son de mucha importancia en el país y existen fuentes que ayudan en este proceso de iniciar un negocio, al ser las MIPYMES las principales fuentes económicas del sector turístico en la zona de Manuel Antonio.

Capítulo 1: Aspectos metodológicos

1.1 Planteamiento del problema.

1.1.1 Descripción del problema.

Por su ubicación geográfica, Costa Rica es un país de clima tropical, y por ende posee una gran riqueza natural, la cual le permite explotar sus recursos naturales de manera sostenible en el ámbito turístico, la que a su vez es la fuente de sustento de muchas familias costarricenses e inclusive extranjeras que han visualizado una oportunidad para su desarrollo personal y económico. Chen (2005) describe a Costa Rica de la siguiente manera:

Costa Rica se ha considerado una de las regiones con mayor biodiversidad del planeta. Se afirma que es el país del mundo con la mayor concentración de especies por kilómetro cuadrado: por ejemplo, por cada 10.000 km² se pueden encontrar 295 especies de árboles que conforman así algunos de los bosques tropicales más complejos del mundo (p.26).

Una de las principales ventajas comparativas de Costa Rica, como receptor de turismo internacional, es su sistema de parques nacionales y áreas protegidas. Actualmente hay más de 30 áreas protegidas por el gobierno a lo largo de todo el país, constituidas por parques nacionales y reservas biológicas terrestres y marinas, que albergan una gran variedad de flora y fauna que se estima contiene un 5% de la biodiversidad del mundo. Además, es el país que con respecto a su tamaño posee la mayor superficie protegida del mundo: 1 342 900 hectáreas de superficie, lo que corresponde al 26,3% del territorio nacional. Además, Costa Rica tiene numerosas playas, tanto en el océano Pacífico como en el mar Caribe. También los turistas pueden visitar con seguridad varios volcanes.

La importancia de los recursos naturales de Costa Rica trasciende sus fronteras y protege formas de vida, flora y fauna en vías de extinción. Todo esto hace que el país se convierta en uno de los destinos favoritos para el turismo ecológico. Además de su belleza natural, otro de los elementos que le dan valor agregado al turismo costarricense es su imagen de país democrático y la hospitalidad de sus habitantes.

Debido a que posee un gran potencial turístico, especialmente de tipo ecológico, en los últimos 20 años el gobierno se ha empeñado en solucionar los problemas pertinentes al sector turismo y ambiente, esto con el objetivo de que, tanto sus ciudadanos como los visitantes de otros países, tomen en cuenta a Costa Rica como uno de los destinos turísticos obligatorios en sus vidas.

En la tabla 1 se muestra el incremento de visitas internacionales a territorio costarricense, lo que demuestra que Costa Rica viene en un continuo ascenso turístico, resultado de las grandes inversiones

de capital nacional y extranjero que se han hecho en los últimos 20 años. Para el 2015 registró un ingreso de 2.660.257 vacacionistas, mientras que para el 2016 el ingreso de turistas cerró con 2.925.128 de visitantes, lo cual implica un incremento del 10% con respecto a las cifras del 2015 y para el 2017 las cifras aumentaron en un 1.2% con respecto a la cantidad de personas que ingresaron en el 2016.

Tabla 1

Llegadas de turistas internacionales a Costa Rica durante el período 2014-2017

Año	Número de visitas	Variación Porcentual
2014	2.526.817	0%
2015	2.660.257	5,3%
2016	2.925.128	10%
2017	2.959.869	1.2%

Nota: ICT con datos de la Dirección General de Migración y Extranjería, anuario 2017.

Estas características hacen que el turismo en Costa Rica sea uno de los principales sectores económicos y de más rápido crecimiento, implicando un incremento en las visitas año tras año.

Tabla 2

Divisas generadas por concepto de turismo durante el período 2014-2017 en Costa Rica (Cifras en millones de \$ E.E.U.U.)

Año	Divisas	Variación Porcentual
2014	2 986,7	0%
2015	3 258,9	9,1%
2016	3 708,0	13,8%
2017	3 864,1	4,2%

Nota: BCCR, Departamento de Estadística Macroeconómica, tomado del Anuario 2017 del ICT.

En la tabla 2 se puede observar el aumento de entradas por concepto de divisas provenientes del sector turismo al país, el cual registró un ingreso de divisas de \$3 708 millones para el 2016, mientras que para el 2017 registró un ingreso de \$3 864,1 millones lo que evidencia un incremento de 4,2% para el 2017 con respecto a las cifras del 2016. Lo anterior demuestra que hoy en día, a pesar de la situación económica que atraviesa el país desde la crisis económica del 2008, Costa Rica logra sacar provecho de sus riquezas naturales y aumentar año tras año las

entradas provenientes del sector turismo en la economía nacional. Desde finales de la década de los 90, el turismo genera para el país más ingresos de divisas que la exportación de sus productos tradicionales de banano, piña y café juntos.

No cabe duda de que el turismo es una de las actividades económicas que mayor incidencia positiva ha traído al país, siendo esta una vía para el progreso, impulsado por los organismos pertinentes al sector como lo son el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR); además de otras organizaciones que buscan la conservación del medio ambiente como lo son el MINAET y el SETENA, los cuales trabajan en conjunto para llevar a cabo el plan de desarrollo del turismo sostenible, lo que trae beneficios para todas las partes involucradas.

Para Ramos (2010), el turismo es un “baluarte de los sectores productivos y un soporte de muchas familias de nuestro país en los últimos años”. (parr.8) Y es precisamente por esto que el gobierno debería de prestar más atención a los micro, pequeños y medianos empresarios. Se deben dejar de poner tantas trabas para lograr conseguir un incremento en la competitividad de estas empresas y un mejor desarrollo social y económico del país.

Según el ICT (2014), la sostenibilidad es una manera alternativa de plantear el progreso de cara al futuro y como tal, además, este término es aplicable no solo al turismo, sino a cualquier otra actividad productiva y de servicios. Turismo sostenible es la actividad económica en la cual se respeta el medio ambiente, pues provoca el menor impacto posible, al ser amigables con el entorno social y cultural del país. Al respecto, la OMT (2001) (citado por Barrera y Bahamondes 2012) asegura lo siguiente: “El turismo sostenible está enfocado en la gestión de recursos, de manera que satisfagan tanto las necesidades económicas, sociales y ambientales, sin dejar de lado la integridad cultural, los procesos ecológicos naturales, la biodiversidad y los sistemas de soporte de vida (...)” (p.52).

El turismo debe ser planificado y gestionado de forma sostenible, con debida consideración a la protección y al uso económico adecuado del medio ambiente natural y social de los destinos turísticos. La planificación, el desarrollo y la gestión del turismo; deben incidir en todos los sectores de manera integrada y alcanzar la participación de organismos gubernamentales, entidades privadas y grupos de ciudadanos. Así se ampliará la generalización de los beneficios y se logrará la competitividad del sector.

A finales de la década de los 80 se inició una nueva etapa en la economía costarricense. con la apertura comercial desarrollada poco a poco, donde, además de promover las exportaciones no tradicionales por la crisis del sector agrícola, se ha promovido la atracción de inversión extranjera, así como el mejoramiento y el incremento de la tecnología. A partir de esta evolución en el comercio internacional costarricense, se desarrolla entonces las condiciones para el surgimiento de una nueva actividad económica generadora de divisas. De esta forma surge la actividad turística.

La implementación de este modelo de desarrollo en el turismo nacional, ha sido de suma importancia. Al respecto Lizano (2012) (citado por Contreras 2012) menciona lo siguiente: “El turismo tradicional, aquí no funcionó, por eso hace 20 años tuvimos que cambiar nuestro rumbo y adaptarnos a un desarrollo turístico propio: el turismo sostenible”. (parr.2)

Con el desarrollo del sector turismo, se ha presentado en el país la incursión de capitales extranjeros para la construcción de grandes complejos hoteleros, especialmente en las zonas costeras como lo son Guanacaste y todo lo largo de la provincia de Puntarenas, lo cual implica buenas noticias para las personas, puesto que dichos complejos hoteleros generan gran cantidad de empleo, pero son malas noticias para los micro, pequeños y medianos empresarios, debido a que no pueden competir y hacer frente a las grandes estrategias de mercadeo que poseen las grandes cadenas hoteleras.

Cadenas de hoteles como Barceló, Hilton y Marriot, logran generar miles de millones de dólares por año debido a sus estrategias de mercadotecnia y excelente atención, además de poseer un enorme capital para invertir, con el cual logran darle un giro favorable a los aspectos más relevantes del hotel. Es en este punto donde las MIPYMES del sector turismo se quedan rezagadas y pierden dinero debido a la falta o escasa competitividad en la que se encuentran en este momento, respecto a estas grandes cadenas hoteleras.

Se debe aclarar también que cuando se habla de empresas turísticas, no solo se está hablando de hoteles, sino que también hay un gran número de empresas que se dedican a otras actividades, pero que complementan la actividad de hospedaje, entre las cuales se tiene a empresas de transporte exclusivo para el servicio turístico, agencias de viajes, artesanía, gastronomía, museos, tiendas, alquiler de implementos deportivos y actividades de entretenimiento; entre otros.

Generalmente, las micro, pequeñas y medianas empresas del sector turismo, están compuestas por núcleos familiares, las cuales han optado por emprender su propio negocio. Es

muchas veces es motivado por la falta oportunidad laboral o por un deseo de la misma familia. Actualmente, algunos aspectos primordiales que pueden señalarse para lograr la competitividad de las MIPYMES son: el acceso al financiamiento, desarrollo de acciones o prácticas en armonía con el ambiente, desarrollo tecnológico, desarrollo y acceso a sistemas de información, conocimiento de la legislación, educación, formación y capacitación; así como la gestión empresarial.

Para lograr el desarrollo turístico competitivo de una región o de un país, se requiere desarrollar tareas importantes como: investigar el mercado, conocer las motivaciones de los turistas, disponer de estadísticas, conocer el índice de satisfacción de los visitantes, desarrollar estrategias de marketing, utilizar herramientas de comunicación como publicidad para dar a conocer la oferta, ofrecer información operativa, crear y promover la cultura turística de los residentes, instalar infraestructura turística en armonía con el medio ambiente, contar con oferta de servicios complementarios, pero sobre todo, ofrecer un servicio de calidad a los clientes.

Como ya se mencionó, Costa Rica es reconocida mundialmente por sus maravillas naturales, en especial por sus playas. De hecho, la zona de Manuel Antonio de Quepos, es reconocida por ser un lugar turístico donde existe una gran diversidad de flora y fauna, ya que en esta zona se encuentra el Parque Nacional Manuel Antonio, el cual se caracteriza por tener un bosque tropical muy húmedo, donde se protege bosque primario y secundario, vida silvestre, manglares, vegetación de playa y ambientes marinos. El atractivo principal del parque consiste en una mezcla de varios aspectos como playa, ríos y la biodiversidad de su bosque tropical, donde se pueden encontrar 109 especies de mamíferos y 184 especies de aves.

Las hermosas playas de este parque son del máximo interés para los visitantes, tanto para turistas nacionales como para los extranjeros. Según datos de TRIPADVISOR, la cual es una plataforma de viajes, considerada una de las más grandes del mundo, con más de 200 millones de opiniones y que también es una de las aplicaciones más descargadas en Google Play Store y App Store. En el 2015 Manuel Antonio logró ubicarse en la posición número 15 dentro de las 25 mejores playas de todo el mundo, lo cual hace la mejor de Costa Rica y es considerada una de las más bellas y limpias del mundo. De hecho, Manuel Antonio posee la bandera azul ecológica, que otorga calidad ambiental y sanitaria a la playa y, además, educación ambiental. El parque posee senderos bien diseñados y en buen estado de mantenimiento que recorren sus atractivos

principales, como Punta Catedral, Puerto Escondido, Playa Gemela, Mirador de Puerto Escondido y la Catarata.

Estas características del parque son lo que llama la atención de los turistas extranjeros y vecinos de la zona, lo que genera un impacto positivo en el incremento de las visitas, tanto de nacionales como de extranjeros. Según datos del SINAC y el MINAE, el Parque Nacional Manuel Antonio registró 379.608 visitas en el 2014, mientras que para el 2015 la cifra ascendió a 418.041 visitantes, lo cual representa una variación del 10% con respecto a las cifras del 2014.

Es tan alta la influencia que tiene el Parque Nacional de Manuel Antonio en la economía de la zona, que se han generado en sus alrededores una gran cantidad de empresas turísticas, tanto formales como informales, las cuales al ver una oportunidad de generar ingresos gracias a la gran cantidad de extranjeros que visitan la zona por sus maravillas naturales, ofrecen sus servicios en cuanto a turismo se trata, llámese estos: tours, viajes, transporte o atractivos; entre otros. Sin embargo, a pesar de sus bellezas naturales, existe una problemática que enfrentan las MIPYMES del sector turístico en cuanto a que se evidencia una baja competitividad en la zona, esto se debe a que no existe un buen manejo en lo que a administración, control y planeación se trata.

Lo anterior afecta principalmente a las MIPYMES del sector turismo que no están constituidas legamente como tal, lo que lleva consigo la disminución de la rentabilidad, las cuales buscan un crecimiento constante al brindar sus productos o servicios. Esta competencia les desfavorece, ya que al no estar registradas como empresas formales, ofrecen sus servicios a precios más agradables para los visitantes, lo que no genera un nivel de competitividad igualitario y más bien se evidencia una insatisfacción entre los empresarios de la zona. Es por esta razón que en 1995 se crea la cámara de comercio, industria y turismo de Aguirre, la que representa a las empresas de dicho cantón y ayuda a los empresarios que se desean registrar como empresarios formales y patentados.

En el sector turístico, la competitividad comprende un desempeño más fructífero de la industria, lo cual solo se puede llevar a cabo por medio del uso de los recursos turísticos con eficiencia para generar mayor valor agregado y riqueza. Para lograr realizar esta tarea se hace necesario desarrollar programas que contribuyan a fortalecer este sector, el que es de mucha importancia para Costa Rica.

En el país, el sector turístico posee una buena relación con los entes públicos que tienen incidencia en el sector, por lo que se debe de aprovechar al máximo esta situación para fortalecer

su crecimiento, pero para esto el gobierno e instituciones pertinentes al sector turismo deben conocer la realidad en la que se encuentran las MIPYMES turísticas de Manuel Antonio. Es aquí donde se hace importante conocer los factores con los que compiten estas empresas, ya que la contribución de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) en la generación de empleos, así como la obtención de ingresos y su papel como generadoras de riqueza; es reconocida en todo el mundo.

No obstante, estas empresas tienen serias dificultades para sobrevivir y desarrollarse en un mercado cada vez más competitivo, puesto que por sus características estructurales suelen encontrarse en desventaja, tanto en recursos como en capacidades en comparación con las grandes empresas. Además, cabe recalcar que otro de los problemas que afectan a las MIPYMES del sector turismo en Manuel Antonio, es el posible cierre del parque, esto debido a los incumplimientos sanitarios del mismo, como lo son la falta de baños disponibles, puntos de acceso y de parqueos.

1.1.2 Interrogantes de la investigación

1.1.2.1 *Formulación del problema*

¿Cuál es el nivel de competitividad a nivel micro de las MIPYMES de hospedaje del sector turismo en el Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos?

1.1.2.2 *Sistematización*

- ¿Utilizan los micro, pequeños y medianos empresarios turísticos del sector de Manuel Antonio la planeación estratégica como herramienta de la gestión administrativa?
- ¿Utilizan las MIPYMES del sector turístico de Manuel Antonio sistemas para el aseguramiento de la calidad de sus productos y servicios?
- ¿Cuáles son los sistemas de comercialización que utilizan las MIPYMES del sector turístico de Manuel Antonio?
- ¿Utilizan las MIPYMES del sector turístico de Manuel Antonio sistemas contables para su gestión financiera?
- ¿Cuentan las MIPYMES del sector turístico de Manuel Antonio con una adecuada gestión de su capital humano?
- ¿Cuentan las MIPYMES del sector turístico de Manuel Antonio con políticas de gestión ambiental para la protección del medio ambiente?

- ¿Tienen las MIPYMES del sector turístico de Manuel Antonio sistemas de información para el correcto manejo de las funciones administrativas?

1.1.3 Justificación de la investigación.

La presente investigación se enfocará en el estudio de la competitividad que existe en las MIPYMES aledañas al Parque Nacional Manuel Antonio, esto con el fin de conocer la situación actual de las empresas turísticas de la zona, al tomar como referencia el alto impacto que tiene en los visitantes la zona turística de Manuel Antonio, ya que en este sitio se da una armonía natural entre montaña, paisaje, flora, fauna y a su vez un clima caliente en las playas de la zona. Esto induce a una creciente demanda de servicios turísticos y visualiza el alto número de visitas en los últimos años dentro del país, en especial en este sector, debido a la riqueza natural que posee el parque.

Se hace necesario investigar sobre las técnicas y procedimientos que se utilizan al momento de brindar un servicio, también conocer cómo manejan la planificación y el control en su administración, si su gestión ambiental está constituida por políticas que protejan el medio ambiente, así como la eficiencia del recurso humano dentro de estas MIPYMES turísticas, puesto que aún no existe conocimiento del tema y puede ser de gran utilidad, no solo para los estudiantes, sino también para las respectivas instituciones que regulan la actividad turística en el país, como lo son el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Quepos y el Ministerio de Economía de Costa Rica.

Este estudio podrá dar una perspectiva más amplia sobre la situación que viven los empresarios de la zona y eventualmente se podrá instaurar un plan de acción proveniente de los entes respectivos anteriormente citados, el cual será de gran importancia para las MIPYMES de la zona de Manuel Antonio que compiten contra con las grandes cadenas de hoteles que existen en el país como lo son Barceló y Hilton. Esto con el propósito de que los micro, pequeños y medianos empresarios puedan obtener una ventaja competitiva que puedan implementar rápidamente en sus negocios, lo que es fundamental para establecer una competencia sana y más reforzada que pueda motivar a estos emprendedores a continuar en un constante crecimiento y así con ello lograr incrementar los ingresos por concepto de ventas, para mejorar su rentabilidad y posición en el mercado; lo cual es una tarea que se vuelve cada vez más difícil en la actualidad.

Debido a la importancia de las MIPYMES y su problemática para sobrevivir y competir en un mercado cada vez más exigente, se pone de manifiesto la necesidad de analizar los factores que determinan su competitividad. Actualmente, ya no es suficiente mantener una sola ventaja competitiva, por lo que las MIPYMES deberán incorporar nuevas variables que le permitan mantenerse en el mercado, desarrollarse y crecer.

Este estudio tiene como marco de referencia el mapa de competitividad del BID. Esta metodología consiente en aplicar un diagnóstico a la empresa, el cual permite conocer su estado inicial frente a la competitividad e identificar las áreas en las que presenta fortaleza y aquellas en las que tiene debilidad, con el propósito final de desarrollar planes de acción que conduzcan al mejoramiento de su competitividad. El objeto de la presente investigación, bajo esta metodología, es analizar la relación que existe entre el éxito competitivo y las variables relacionados con el ambiente interno de las MIPYMES (recursos humanos, planeación estratégica, sistemas de información, producción y aprovisionamiento, aseguramiento de la calidad, comercialización, contabilidad y finanzas; así como gestión ambiental

1.1.4 Delimitación temporal, espacial e institucional.

La investigación se realizará en la zona comercial del Parque Nacional Manuel Antonio, en el distrito de Quepos, cantón de Aguirre, provincia de Puntarenas, Costa Rica. Dicha investigación inicia en febrero del 2017 y finalizará en junio del mismo año; esto con la ayuda de instituciones como lo son la Caja Costarricense de Seguro Social, Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Quepos y las empresas relacionadas con la actividad turística, de las cuales se obtendrá la información deseada.

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

Evaluar el nivel de competitividad a nivel micro de las MIPYMES del sector turístico de la zona de Manuel Antonio.

1.2.2 Objetivos específicos

- Valorar el nivel de implementación de los procesos de planeación estratégica que utilizan las MIPYMES del sector turístico de Manuel Antonio.
- Calificar los procesos que utilizan las MIPYMES para el aseguramiento de la calidad de sus productos y servicios.

- Valorar la efectividad de los sistemas de comercialización que utilizan las MIPYMES del sector turístico de Manuel Antonio.
- Evaluar la efectividad de los sistemas contables que utilizan las MIPYMES del sector turístico de Manuel Antonio.
- Identificar la existencia de procesos de gestión de los recursos humanos que implementan las MIPYMES del sector turístico de Manuel Antonio.
- Detectar la existencia políticas de gestión ambiental para la protección del medio ambiente en las MIPYMES del sector turístico de Manuel Antonio.
- Determinar la utilización sistemas de información para el correcto manejo de las funciones administrativas de las MIPYMES del sector turístico de Manuel Antonio.

1.3 Modelo de análisis

1.3.1 Conceptualización, operacionalización e instrumentalización de las variables.

1.3.1.1 *Planeación estratégica*

La empresa competitiva se distingue por planificar en el corto y mediano plazo para contar con políticas adecuadas de dirección, administración, gestión y control. Elaborar un plan de negocios para la MIPYMES es una guía que permite al empresario estructurar la empresa en función a una visión, misión y objetivos claramente establecidos. Según Ortega (2011), tanto la micro como la pequeña empresa, tienen una estructura organizacional limitada donde el dueño es quien se encarga de la dirección y tiene la responsabilidad de realizar los planes estratégicos. Así también Saavedra, et al. (2007), encontraron que escasamente la MIPYMES realiza actividades de planeación, lo que es un aspecto importante que le permite tener una visión a futuro.

Esta variable se operacionalizó mediante la identificación de procesos de planeación estratégica y su implementación dentro de las empresas. Estos indicadores se evaluaron con los ítems 1.1.1 hasta el ítem 1.2.2, donde esos ítems se calificaron en una escala de 1 a 5. El 1 significa “no existe” y 5 significa “muy satisfactorio”. Se sumaron las notas de cada ítem y se agruparon por indicador y a ese indicador, según la nota obtenida, se le clasificó de 1 a 100. Como se detalla a continuación: de 0 a 20 muy baja competitividad, de 21 a 40 baja

competitividad, de 41 a 60 mediana competitividad, de 61 a 80 alta competitividad y de 81 a 100 muy alta competitividad.

Una vez dada la calificación por indicador, estos se agruparon por variables y por último se sumaron las notas de las variables para darle una calificación final a la empresa en cuanto a su nivel de competitividad.

1.3.1.2 *Aseguramiento de la calidad*

El factor de calidad se encuentra presente en las empresas competitivas. En la actualidad los clientes se inclinan por productos o servicios de calidad y la cultura de atención al cliente es importante. Implementar un sistema de calidad tiene un costo alto que la empresa recuperará en el mediano plazo. Según Rubio y Aragón (2002), los elementos fundamentales de la gestión de calidad total se encuentran en la orientación al cliente, la planificación en el compromiso y el liderazgo directivo, la calidad de la información y que es un factor clave para el éxito competitivo. Sin embargo, Saavedra et al. (2007), han comprobado que las MIPYMES enfrentan problemas serios al momento de adoptar sistemas de calidad, el principal es el económico.

Esta variable se operacionalizó mediante la investigación de los aspectos generales y sistemas de calidad utilizados en las MIPYMES encuestadas. Estos indicadores se evaluaron con los ítems 2.1.1 hasta 2.2.5, donde esos ítems se calificaron en una escala de 1 a 5, donde 1 significa “no existe” y 5 significa “muy satisfactorio”. Se sumaron las notas de cada ítem, y se agruparon por indicador. A ese indicador, según la nota obtenida, se le clasificó de 1 a 100 como se detalla a continuación: de 0 a 20 muy baja competitividad, de 21 a 40 baja competitividad, de 41 a 60 mediana competitividad, de 61 a 80 alta competitividad y de 81 a 100 muy alta competitividad.

Una vez dada la calificación por indicador, estos se agruparon por variables y por último se sumaron las notas de las variables para darle una calificación final a la empresa en cuanto a su nivel de competitividad.

1.3.1.3 *Comercialización*

Las MIPYMES para afrontar los retos de la competitividad, deben adaptarse a las exigencias de los clientes en los mercados locales, dado que por el tamaño pequeño de la empresa existe una mayor cercanía con el cliente y puede satisfacer sus necesidades más rápidamente. Los recursos de la comercialización que crean ventajas competitivas son: la marca, las relaciones con los

clientes. la orientación al mercado y la posición competitiva. construidos en el largo plazo; por lo que este factor resulta estratégico para el éxito de las MIPYMES, como lo señala Luk (1996).

Esta variable se operacionalizó mediante la indagación sobre los procesos de mercadeo y ventas, distribución y servicio al cliente. Estos indicadores se evaluaron con los ítems 3.1.1 hasta 3.3.3, donde esos ítems se calificaron en una escala de 1 a 5, donde 1 significa “no existe” y 5 significa “muy satisfactorio”. Se sumaron las notas de cada ítem y se agruparon por indicador y a este, según la nota obtenida, se le clasificó de 1 a 100 como se detalla a continuación: de 0 a 20 muy baja competitividad, de 21 a 40 baja competitividad, de 41 a 60 mediana competitividad, de 61 a 80 alta competitividad y de 81 a 100 muy alta competitividad.

Una vez dada la calificación por indicador, estos se agruparon por variables y por último se sumaron las notas de las variables para darle una calificación final a la empresa en cuanto a su nivel de competitividad.

1.3.1.4 *Contabilidad y finanzas*

Las empresas competitivas llevan a cabo una planeación financiera de corto plazo que le permita prevenir las necesidades de liquidez y que la empresa pueda continuar operando sin ninguna restricción. Acosta (2001), encontró que existe una gestión financiera diferenciada entre las empresas comerciales competitivas y no competitivas. Siendo las más competitivas las que tienen una gestión financiera eficiente.

Esta variable se operacionalizó mediante la identificación de los procesos contables como manejo de costos, administración financiera y aplicación de la normativa legal y tributaria. Estos indicadores se evaluaron con los ítems 4.1.1 hasta 4.3.4, donde esos ítems se calificaron en una escala de 1 a 5, aquí 1 significa “no existe” y 5 significa “muy satisfactorio”. Se sumaron las notas de cada ítem y se agruparon por indicador y a este según la nota obtenida se le clasificó de 1 a 100, como se detalla a continuación: de 21 a 40 baja competitividad, de 41 a 60 mediana competitividad, de 61 a 80 alta competitividad y de 81 a 100 muy alta competitividad.

Una vez dada la calificación por indicador, estos se agruparon por variables y por último se sumaron las notas de las variables para darle una calificación final a la empresa en cuanto a su nivel de competitividad.

1.3.1.5 *Recursos humanos*

Las empresas logran ser competitivas por los conocimientos, el nivel de preparación y habilidades que poseen los trabajadores y su desempeño laboral. Para ello, deben establecer políticas que promuevan la selección adecuada de personal, capacitación permanente en todos los niveles, un ambiente adecuado de trabajo y motivación (crecer y desarrollarse dentro de la empresa), siendo que este elemento es un factor fundamental para la competitividad (Rubio y Aragón, 2002; Luk, 1996). También es necesario señalar que en el marco de la economía del conocimiento, los recursos humanos se han convertido en el principal pilar de la competitividad en las empresas (Cámaras de Comercio, 2005 y Varela, Medina y González, 2009).

Para operacionalizar esta variable se investigó acerca de los procesos de capacitación y promoción de personal utilizados por la MIPYMES, además de su cultura organizacional, salud y seguridad industrial. Estos indicadores se evaluaron con los ítems 5.1.1 hasta 5.4.4, donde esos ítems se calificaron en una escala de 1 a 5, donde 1 significa “no existe” y 5 significa “muy satisfactorio”. Se sumaron las notas de cada ítem y se agruparon por indicador y a este, según la nota obtenida, se le clasificó de 1 a 100 como se detalla a continuación: de 0 a 20 muy baja competitividad, de 21 a 40 baja competitividad, de 41 a 60 mediana competitividad, de 61 a 80 alta competitividad y de 81 a 100 muy alta competitividad.

Una vez dada la calificación por indicador, estos se agruparon por variables y por último se sumaron las notas de las variables para darle una calificación final a la empresa en cuanto a su nivel de competitividad.

1.3.1.6 *Gestión ambiental*

Las Naciones Unidas promueven el uso de los recursos naturales (energía y agua dulce) en forma responsable. Los gobiernos, las autoridades locales y la industria; deben adoptar políticas y estrategias para que: 1) utilicen en forma eficiente los recursos comunes, 2) permitan un manejo racional de los productos químicos, 3) incorporen los costos ambientales y 4) reduzcan la contaminación y los riesgos para los humanos y el medio ambiente. De acuerdo con Bercovich y López (2005), las MIPYMES deben adoptar las prácticas de gestión ambiental, dado que es una exigencia del mercado, de los gobiernos regionales y federal y por la implicación que tiene en la responsabilidad social corporativa.

Esta variable se operacionalizó mediante la identificación de políticas ambientales, estrategias para protección del medio ambiente y el buen manejo de los desechos aplicados por

las MIPYMES encuestadas. Estos indicadores se evaluaron con los ítems 6.1.1 hasta 6.4.2, donde esos ítems se calificaron en una escala de 1 a 5, donde 1 significa “no existe” y 5 significa “muy satisfactorio”, se sumaron las notas de cada ítem y se agrupó por indicador y a este, según la nota obtenida, se le clasificó de 1 a 100 como se detalla a continuación: de 0 a 20 muy baja competitividad, de 21 a 40 baja competitividad, de 41 a 60 mediana competitividad, de 61 a 80 alta competitividad y de 81 a 100 muy alta competitividad.

Una vez dada la calificación por indicador, estos se agruparon por variables y por último se sumaron las notas de las variables para darle una calificación final a la empresa, en cuanto a su nivel de competitividad.

1.3.1.7 *Sistemas de información*

Ante los avances de la tecnología, los sistemas de información permiten a las MIPYMES facilitar la labor del empresario y obtener información adecuada para la toma de decisiones. La Internet ha revolucionado la forma de hacer negocios. En este nuevo entorno las MIPYMES pueden competir en un mercado más abierto con nuevas oportunidades de negocio. En este sentido, Fernández y Plata (2006), señalan que una de las estrategias más importantes que deben de seguir las MIPYMES para lograr competitividad es utilizar las nuevas tecnologías de información y comunicación que faciliten el alcance global y ayuden a reducir las desventajas de economías de escala que enfrentan las mismas en muchas actividades del negocio.

Esta variable se operacionalizó mediante la identificación de sistemas informáticos en las MIPYMES. Estos indicadores se evaluaron con los ítems 7.1.1 hasta 7.3.2, donde esos ítems se calificaron en una escala de 1 a 5, donde 1 significa “no existe” y 5 significa “muy satisfactorio”, se sumaron las notas de cada ítem, y se agruparon por indicador y a ese ese indicador, según la nota obtenida, se le clasificó de 1 a 100 como se detalla a continuación: de 0 a 20 muy baja competitividad, de 21 a 40 baja competitividad, de 41 a 60 mediana competitividad, de 61 a 80 alta competitividad y de 81 a 100 muy alta competitividad.

Una vez dada la calificación por indicador, estos se agruparon por variables y por último se sumaron las notas de las variables para darle una calificación final a la empresa en cuanto a su nivel de competitividad.

1.3.2 Relaciones e interrelaciones (gráfico modelo de análisis).

Tabla 3

Gráfico modelo de análisis.

Objetivo	Variable	Indicador	Instrumentalización
Valorar el nivel de implementación de los procesos de planeación estratégica que utilizan las MIPYMES del sector turístico de Manuel Antonio.	Planificación Estratégica	<ul style="list-style-type: none"> - Proceso de Planeación estratégica - Implementación de la estrategia 	<ul style="list-style-type: none"> - Ítem 1.1.1 a 1.1.8 - Ítem 1.2.1 y 1.2.2
Calificar los procesos que utilizan las MIPYMES para el aseguramiento de la calidad de sus productos y servicios.	Aseguramiento de la calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Aspectos generales de la calidad. - Sistema de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ítem 2.1.1 a 2.1.2 - Ítem 2.2.1 a 2.2.5
Valorar la efectividad de los sistemas de comercialización que utilizan las MIPYMES del sector turístico de Manuel Antonio.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> - Mercadeo y ventas. - Servicio al cliente. - Distribución. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ítem 3.1.1 a 3.1.10 - Ítem 3.2.1 a 3.2.3 - Ítem 3.3.1 a 3.3.3

<p>Evaluar la efectividad de los sistemas contables que utilizan las MIPYMES del sector turístico de Manuel Antonio.</p>	<p>Contabilidad y Finanzas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Monitoreo de costos y contabilidad. - Administración financiera. - Normas legales y tributarias. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ítem 4.1.1 a 4.1.4 - Ítem 4.2.1 a 4.2.4 - Ítem 4.3.1 a 4.3.4
<p>Identificar la existencia de procesos de gestión de los recursos humanos que implementan las MIPYMES del sector turístico de Manuel Antonio.</p>	<p>Recursos Humanos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aspectos generales. - Capacitación y promoción del personal. - Cultura organizacional. - Salud y seguridad industrial. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ítem 5.1.1 a 5.1.4 - Ítem 5.2.1 a 5.2.2 - Ítem 5.3.1 a 5.3.4 - Ítem 5.4.1 a 5.4.4
<p>Detectar la existencia de políticas de gestión ambiental para la protección del medio ambiente e en las MIPYMES del sector turístico de Manuel Antonio.</p>	<p>Gestión ambiental</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Política ambiental de la empresa. - Estrategia para proteger el medio ambiente. - Concientización y capacitación del personal en temas ambientales. - Administración del desperdicio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ítem 6.1.1 a 6.1.14 - Ítem 6.2.1 a 6.2.2 - Ítem 6.3.1 - Ítem 6.4.1 a 6.4.2

<p>Determinar la utilización de sistemas de información para el correcto manejo de las funciones administrativas de las MIPYMES del sector turístico de Manuel Antonio.</p>	<p>Sistemas de información</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Planeación del sistema. - Entradas. - Procesos. - Salidas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ítem 7.1.1 a 7.1.3 - Ítem 7.2.1 a 7.2.2 - Ítem 7.3.1 a 7.3.2 - Ítem 7.4.1 a 7.4.2
---	--------------------------------	---	--

1.4 Estrategia de investigación aplicada.

1.4.1 Tipo de investigación.

Para efectos de este trabajo, se desarrollará la investigación con un enfoque cuantitativo. Para Hernández (2014): “El enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos brincar o eludir pasos” (p.4). Mientras que para Hueso y Cascant (2012) el método cuantitativo “se basa en el uso de técnicas estadísticas para conocer ciertos aspectos de interés sobre la población de estudio.” (p.1) Es por este aspecto que la presente investigación se basará en el método cuantitativo, puesto que se va a partir de información que está cuantificada en bases de datos del ICT, CANATUR, MEIC e INEC y que a su vez la información que se logre recolectar en las diferentes MIPYMES será medible y cuantificable también.

En cuanto a los alcances de la investigación, primeramente será descriptiva, debido a que se busca medir y recoger información acerca de variables como planeación estratégica, comercialización, aseguramiento de la calidad, gestión ambiental, contabilidad y finanzas y

sistemas de información. Al respecto, Hernández, Fernández y Baptista (2010), mencionan lo siguiente:

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (p.80)

También tiene un alcance correlacional, esto debido a que se pretende establecer el nivel de competitividad de las MIPYMES del sector del Parque Nacional Manuel Antonio mediante la medición de las variables anteriormente mencionadas, en donde se pueden medir y relacionar variables como: el género, la escolaridad y el nivel de MIPYME, por lo que las empresas que cumplan con dichas variables serán las más competitivas del sector turístico de la zona de Manuel Antonio y Quepos.

Para Hernández et al. (2010), el fin de los estudios correlacionales está en averiguar la relación existente entre dos a más variables en una situación en específico. En el caso de la presente investigación, el contexto será la competitividad de las MIPYMES. Además, mencionan que la principal utilidad de este tipo de estudio radica en saber el comportamiento de una variable al saber el de otra variable. Por ejemplo, intentar conocer cómo se comporta producción y compras al saber cómo se está estructurada la planeación estratégica de la empresa. Es decir, intentar predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de individuos o casos en una variable, a partir del valor que poseen en la o las variables relacionadas.

1.4.2 Fuentes de información

Según Vega (1995) (citado por Losantos 2011): “Las fuentes de información tienen como objetivos principales buscar, localizar y difundir el origen de la información contenida en cualquier soporte físico, no exclusivamente en formato libro, aunque sus productos más elaborados y representativos sean los repertorios.” (p.4)

Uno de los criterios o requerimientos para que esta investigación sea exitosa, es que las fuentes de información sean confiables, es decir, que no sean de un documento de origen dudoso o que los datos de las encuestas sean alterados por los investigadores o por los mismos encuestados.

Existen tres tipos de fuentes de información: la primaria, en la cual los datos son proporcionados de primera mano. En este caso las fuentes primarias serán los micro, pequeños y medianos empresarios encuestados, dueños, gerentes o encargados de las MIPYMES del Parque Nacional Manuel Antonio, quienes darán los datos necesarios para la investigación a través de la aplicación de los cuestionarios. Las fuentes secundarias, en la cual se tomarán y analizarán libros, revistas, artículos, tesis y el análisis de las leyes y documentos sobre turismo vigentes en el país, tales como la ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico, Ley de Fomento del Turismo Rural Comunitario, Plan Nacional de Desarrollo Turístico, junto con otras bases bibliográficas concernientes a turismo y a la zona del Parque Nacional Manuel Antonio. Esto para poder sustentar de información. Al respecto Losantos (2011), menciona que: “Los documentos secundarios remiten generalmente a documentos primarios.” (p.8)

1.4.3 Población y muestra

1.4.3.1 *Definición y caracterización la población de estudio.*

La muestra es el subconjunto representativo de la población, la que es indispensable dentro de un trabajo investigativo, ya que es imposible para el o los investigadores entrevistar a toda la población. El tipo de muestra utilizado en este trabajo de investigación, es el aleatorio, donde cada una de las empresas tiene la misma posibilidad de selección. La población de estudio son todas aquellas MIPYMES del sector turístico de Quepos y Manuel Antonio. Para efectos de esta investigación, sólo se tomarán en cuenta las MIPYMES que se dediquen a dar servicio de hospedaje y que estén inscritas ante las instituciones correspondientes (Municipalidad de Aguirre, Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Quepos y CCSS), de las cuales se tomará la muestra correspondiente, ya que existe una cantidad en población bastante significativa en este sector. Las empresas dedicadas a brindar el servicio de hospedaje en la zona de Quepos y Parque Nacional Manuel Antonio, a las cuales se les aplicará la entrevista, fueron seleccionadas por medio de un listado obtenido por la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Quepos.

1.4.3.2 *Diseño Muestral.*

Para determinar el tamaño de la muestra, se usarán las MYPIMES dedicadas al sector turismo, específicamente las que brindan servicio de hospedaje; ubicadas dentro y alrededor del Parque Nacional Manuel Antonio, más puntualmente las empresas que pertenecen a la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Quepos. Estas son seleccionadas de manera aleatoria para llevar a cabo el proceso investigativo. Aquí se utiliza una base de datos conformada por las

MYPIMES inscritas legalmente ante el Ministerio de Hacienda y también en el ICT, las cuales resultaron ser 81 empresas del sector hospedaje.

Para el cálculo de la muestra se utilizará un 95% de confiabilidad y un 7% de margen de error, con el fin de obtener el dato final, la cual se calcula a continuación mediante la aplicación de las siguientes fórmulas:

$$N^o = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$N^1 = \frac{N^o}{1 + \frac{N^o - 1}{N}}$$

Donde:

z: desviación estándar = 95%

e: margen de error = 7%

p: estimación de la muestra = 0,5

q: diferencia de 1 y p = 0,5

N= población de estudio = 81

N⁰: muestra sin ajustar

N1: tamaño de la muestra

$$n^o = \frac{(1.96*1.96)(0.5*0.5)}{(0.07*0.07)}$$

$$n^o = 196$$

$$n1 = \frac{196}{1 + \frac{196-1}{81}}$$

$$n1 = 58$$

Es importante rescatar que aunque la muestra según la formula fue de 58 empresas solamente se logró obtener un total de 45 empresas encuestadas, lo que significa un 77,58% del total de la muestra estimada en un principio.

Para llevar a cabo la obtención de la muestra que se utilizará dentro de esta investigación, se realizó la escogencia de las empresas que formaron parte de este proceso; esto por medio de un instrumento, el cual es una tabla de secuencias en la que se seleccionó la obtención de la

secuencia de las empresas según un criterio y secuencia establecida. Este garantiza una selección objetiva de la misma para la recopilación de la información.

1.4.3.3 Métodos, técnicas e instrumentos utilizados, procedimientos aplicados y presentación.

Para la realización de esta investigación se utilizará la herramienta: Mapa de Competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Este método busca conocer el estado de áreas importantes de las empresas para diseñar estrategias necesarias para mejorar o incrementar la competitividad de las mismas en el mercado. Esta herramienta es de gran importancia para que las empresas tengan un fundamento a la hora de sustentar el estado y evolución de sus empresas a través del tiempo, por esta razón y por sus múltiples beneficios el mapa de competitividad del BID es un apoyo para lograr un crecimiento de la competitividad, al conocer los puntos a mejorar y a potencializar. El mapa de competitividad ha sido desarrollado con el auspicio del BID por el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad Icesi (CDEE).

El mapa es una herramienta de diagnóstico que se aplica en la empresa y permite conocer su estado inicial frente a la competitividad e identificar las áreas en las que presenta fortaleza y aquellas en las que tiene debilidad, con el propósito final de desarrollar planes de acción que conduzcan al mejoramiento de su competitividad. Una de las grandes ventajas de este mapa es que representa de forma gráfica los rasgos y características de competitividad de la empresa.

El mapa consta de los siguientes componentes, el primero que es la base de datos, en la cual se identifica el sector al que pertenece la empresa. La calificación, que está constituido por 8 áreas de la empresa (planeamiento estratégico, producción y operaciones, aseguramiento de la calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental, sistemas de información), que se evalúan para determinar su competitividad. Cada área está conformada por subáreas y la calificación de cada una de ellas se hace a partir de una serie de preguntas relacionadas con el área respectiva, donde se asignarán valores de 1 a 5, siendo el 1 la nota más baja y el 5 la nota más alta. Luego de esto se da la etapa de mapa de la empresa. Con base en la calificación obtenida por la empresa en cada área y de acuerdo con el cálculo que internamente hace la herramienta, se determina el nivel de competitividad. Consta también de un mapa por áreas, el cual muestra no sólo la evaluación de cada área, sino de cada uno de los puntos que se van a tratar, pues dentro del cuestionario un grupo de pregunta evalúa un punto fundamental de

cada área. Por último se tiene el componente gráfico, éste muestra los resultados de manera gráfica, tanto en términos globales como por cada una de las ocho áreas.

El instrumento por utilizar es el cuestionario del mapa de competitividad del BID, el cual consta de 83 preguntas que van dirigidas a los micro, pequeños y medianos empresarios del sector turístico de Quepos y Manuel Antonio. Con ellas se evaluará diferentes variables: planeación estratégica, producción y compras, aseguramiento de la calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental y sistemas de información. Estas variables están basadas en el nivel micro del modelo de competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo.

La técnica utilizada para llevar a cabo la obtención de la información fue la encuesta, ya que permite recolectar información específica e idónea sobre la población en estudio. La encuesta consistirá en la aplicación de manera aleatoria del cuestionario a 45 de los micro, pequeños y medianos empresarios del sector turístico de Quepos y Manuel Antonio, con el fin de conocer su situación actual desde el ámbito competitivo.

Para el procesamiento de la información obtenida, se utilizará el software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), el cual es una herramienta sumamente valiosa, puesto que proporciona las herramientas básicas de análisis estadístico para cada paso del proceso estadístico. Es fácil de usar y permite crear una base de datos para obtener la información necesaria para dar respuesta a los objetivos de la investigación.

1.4.4 Alcances y limitaciones

1.4.4.1 Alcances

Los alcances logrados en la presente investigación fueron conocer la capacidad y nivel de competitividad de las MIPYMES del sector de Quepos y Manuel Antonio, esto por medio de resultados obtenidos gracias a las encuestas, conformadas por diferentes variables como lo son la planeación estratégica, la comercialización y calidad en servicio; entre otras variables que se les fueron aplicadas a dichas empresas. Con esto se logró conocer más profundamente cómo trabajan los empresarios turísticos de esta zona y cómo se mantienen en el mercado, el cual se encuentra en un crecimiento constante.

1.4.4.2 Limitaciones

La principal limitación encontrada ha sido la falta de información, ya que carecen de una base de datos confiable sobre las micro, pequeñas y medianas empresas del sector turístico

existentes en Quepos y Manuel Antonio, puesto que ninguna de las entidades competentes (Municipalidad de Quepos, Cámara de Industria y Comercio y Turismo de Quepos, CANATUR y el ICT), no cuentan con datos recientes y confiables al respecto.

Otra limitación encontrada fue la poca información que algunas personas entrevistadas querían brindar, por desconfianza o por falta de tiempo. Algunas empresas en minoría no contaban con documentación al día y no respondían claramente lo que se les solicitaba. Otra limitación que se tuvo fue la del factor tiempo y dinero, esto porque todos los integrantes del grupo de investigación debían trabajar y solo quedaban libres los fines de semana para poder aplicar las entrevistas. No obstante, pese a estos contratiempos la información recolectada fue fiable.

Capítulo 2: Marco de referencia.

2.1 Marco espacial:

2.1.1 Aspectos Geográficos:

El estudio tendrá como ubicación la provincia de Puntarenas, en la región Pacífico Central de Costa Rica, concretamente el cantón número dos de esta provincia, el cual es Quepos. Está dividido en tres distritos, los cuales son: Naranjito, Quepos y Savegre. Para efectos de este estudio se comprenderá solamente el distrito uno, Quepos, territorio del cual se abarcará solamente las áreas de mayor desarrollo turístico, las cuales son las del Parque Nacional Manuel Antonio y el centro de Quepos. Es importante aclarar que en febrero del 2015 mediante la ley No. 19.236, el cantón de Aguirre pasó a llamarse Quepos, es por esto que en artículos, libros, periódicos y cualquier otro documento antes de esta fecha, el cantón era conocido como Aguirre. (La Gaceta, 2015).

Las coordenadas geográficas medias del distrito de Quepos, están dadas por 09°25'38" latitud norte y 84°02'58" longitud oeste. La anchura máxima es de cincuenta kilómetros, en dirección noroeste a sureste, desde la desembocadura del río Damas hasta la desembocadura del río Barú, ambos en el océano Pacífico.



Figura 1. Ubicación geográfica del Parque Nacional Manuel Antonio

2.1.2 Aspectos demográficos:

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), indica que para el 2017 el distrito de Quepos posee un total de 23.631 habitantes. En términos de distribución por género, 12,509 son hombres y 11.122 son mujeres. La estructura poblacional de la región está distribuida de la siguiente manera: 23,65% son las personas menores de 14 años, 70,01% pertenecen a la población entre los 15 y los 64 años y el resto corresponde a las personas mayores de 65 años (6,32% de la población total del distrito).

2.1.3 Aspectos económicos:

Puede decirse que la estructura económica del Quepos actual es una combinación de la herencia del pasado con la inserción económica del presente. Es decir, una combinación de agricultura y pesca, intervención estatal y creciente desarrollo del turismo.

Como herencia del pasado, en el campo agrícola-industrial destaca de forma evidente la producción de la palma africana, que actualmente ocupa buena parte de los terrenos que en el pasado eran las bananeras. Palma Tica es la empresa más grande que hoy funciona allí. Según datos del MAG 2005, esta empresa tenía sembradas unas 15.450 hectáreas de esta planta entre Parrita y Quepos y es dueña de la mayor parte de las plantas procesadoras. En total, genera unos 850 empleos, es decir, una cifra ligeramente inferior al empleo históricamente generado por el banano. Otra actividad importante es la pesca, mucha de la cual se organiza mediante pequeñas empresas o es de carácter informal. Sin embargo, también puede destacarse una empresa grande en este ramo: Industrias Martec, dedicada a la exportación de pescado, la cual genera cerca de 128 empleos. Las instituciones estatales presentes en Quepos no sólo tienen una importancia política o propiamente institucional, sino también económica, si se tiene en cuenta que constituyen algunos de los principales empleadores de la región, en áreas como educación, salud, energía y, en general, la administración.

Finalmente se encuentra el turismo que, de acuerdo con estimaciones realizadas en anteriores estudios, podría generar aproximadamente 1.000 empleos directos, considerando solamente los distritos de Quepos y Manuel Antonio.

Según datos de la encuesta de hogares para el 2011, la Población Económica Activa (PEA) en el distrito de Quepos es de 8.278 personas. Los datos por género indican que del total de personas ocupadas en Quepos, el 67,96% son hombres y el 33,04% son mujeres. El distrito

muestra una tasa de ocupación del 54%, pero se evidencia una permanente brecha en la fuerza de trabajo según el género, ya que la tasa de ocupación masculina es de 72,3%, mientras que la femenina es apenas de un 35,1%. El desempleo abierto es de un 4,3% a nivel distrital.

En cuanto al empleo, existe una clasificación según el rol. La población empleadora en el distrito de Quepos es de un 7, 1%, mientras que la población que trabaja por cuenta propia es de 18,1%, además, el porcentaje más alto está en la población asalariada que es de 73,8%, y sólo un 1% de la población no es remunerada

Asimismo, según el CENSO 2011, para el distrito de Quepos, el mercado de trabajo (porcentaje de población ocupada) se ha dividido de acuerdo con tres sectores laborales: el sector primario, el cual incluye actividades como agricultura, pesca, sector informal, empleo doméstico y otros sectores menores, y genera un 14.5% del total del empleo. El sector secundario que incluye la industria, representa un 13%, y el sector terciario que está constituido por las empresas de servicios, corresponde a un 72,5%. Este último dato se justifica debido a que la principal actividad económica de Quepos es el turismo.

2.1.4 Aspectos sociales:

El distrito de Quepos está ubicado en la región Pacífico Central de Costa Rica, la cual es considerada una de las regiones más pobres del país. Según el informe del Índice de Desarrollo Social de MIDEPLAN, para el año 2013, el índice de desarrollo social del distrito de Quepos fue de un 38,7%, posición 57, lo que lo ubica como uno de los cantones más pobres de la región.

Además, el informe señala que el 37,8% de los distritos concentran una condición de nivel bajo o muy bajo. Sin embargo, es importante destacar que el ubicarse en el último lugar o lugares más alejados al óptimo, no implica que se encuentre en una situación de deterioro total, ya que se podría tener indicadores en donde comparativamente muestra una posición más favorable que en otras dimensiones.

Al referirse a la pobreza, es importante considerar dos tipos de indicadores que ayudan a determinar los niveles de vida que socialmente se consideran inaceptables: el porcentaje de población en pobreza extrema y el porcentaje de hogares pobres. Datos de la Encuesta Nacional de Hogares del 2013, muestran que la Región Pacífico Central posee un 30.6% de hogares pobres en sus cantones y además el porcentaje de personas que viven en pobreza extrema ronda el

10.6%. La pobreza se agudizada al observar el porcentaje de hogares pobres con jefatura femenina que alcanza el 40.72%. Estos datos no son de extrañar, debido a que los cantones presentan altos niveles de drogadicción, alcoholismo, prostitución, inflación, desempleo, bajas remuneraciones y niveles educativos bajos que no permiten la obtención ocupaciones bien remuneradas. Esto influye negativamente para que los habitantes puedan satisfacer sus necesidades básicas mínimas.

2.1.5 Parque empresarial

Los parques empresariales tienen como principal objetivo la concentración de actividad económica en un entorno geográfico limitado de forma que las empresas que se instalen en ellos se vean beneficiadas de servicios comunes y oportunidades de mejora. El parque empresarial de una zona, está dado según la clasificación de sus empresas dependiendo de la participación del recurso humano que esta tenga.

Las empresas más pequeñas son llamadas microempresas, definiéndolas como aquellas que tienen al menos un empleado y menos de diez. También está la pequeña empresa, la cual se establece como tal aquella que cuenta con un recurso humano que va desde los diez a los cuarenta y nueve participantes; mientras que una mediana empresa, es considerada en este rango, si cuenta con la participación de recurso humano que vaya desde los cincuenta colaboradores, a los doscientos cuarenta y nueve.

Según datos del MEIC (2013), el 77% del parque empresarial son MIPYMES del sector de industria, comercio, servicios y Tecnologías de Información (TI), mientras que de este 77%, el 74% lo representan las microempresas, el 12% las pequeñas empresas y el 14% está compuesto por medianas empresas.

En Quepos, la clasificación de su parque empresarial en el sector turismo, cuenta con las distintas categorías anteriormente mencionadas. En esta zona se pueden encontrar micro, pequeñas y medianas empresas. En este distrito existe una gran cantidad de empresas turísticas, por lo que en esta investigación se utiliza una muestra de 81 empresas; dentro de las cuales se realiza la clasificación entre las MIPYMES y se pretende dar una proporción equitativa conforme con el grado de cada empresa, para valorar los aspectos que se requieren dentro del presente trabajo.

Según datos del MEIC y el SIEC, el total de MIPYMES activas en la región del Pacífico Central para el 2016 es de 229 empresas, lo cual corresponde a un 3,41% del total de las

MIPYMES del país. Además, el 72,49% corresponde a microempresas, el 23,58 a pequeñas empresas y el 3,93% a medianas empresas, lo que deja en claro que las microempresas son un pilar fundamental en el desarrollo de la economía nacional.

Tabla 4

Clasificación de las MIPYMES según sector económico en la Región Pacífico Central al 2016.

Sector Económico	Micro	Pequeñas	Medianas
Comercio	39	18	3
Servicios	107	33	5
Industria	20	3	1

Nota: Basado en la clasificación del SIEC sobre MIPYMES activas al 2016.

2.2 Marco legal:

2.2.1 Leyes y decretos

2.2.1.1 *Ley 8262, Ley de fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas.*

Publicada en el Diario Oficial La Gaceta el 17 de mayo del 2002, esta ley fue establecida con el objetivo de crear un marco normativo, el cual permita el desarrollo productivo de las pequeñas y medianas empresas, PYMES, para posicionar a este sector y contribuir al proceso de desarrollo económico y social del país, mediante la generación de empleo y el mejoramiento de las condiciones productivas y de acceso a la riqueza. Además, se establece la organización institucional de apoyo a las PYMES, mediante la definición del ente rector, sus funciones y la relación de este con las instituciones de apoyo a los programas específicos, así como los mecanismos y las herramientas de coordinación.

También se establece el Consejo Asesor Mixto de la Pequeña y Mediana Empresa (Consejo Asesor PYME), el cual es el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC). El MEIC coordinará con el MINAE el desarrollo de proyectos, programas y actividades orientados a facilitar el acceso de las PYMES a los mecanismos de tutela ambiental, así como el uso de tecnologías ambientalmente sanas, el conocimiento y cumplimiento de las normas de protección y conservación del medio ambiente, la formación y capacitación para el uso de elementos correctivos, las auditorías ambientales, las evaluaciones ambientales, las eco etiquetas, el envase, el embalaje, el reciclaje y la producción más limpia.

Así mismo, el MEIC procurará la creación de centros tecnológicos de apoyo para las MIPYMES, mediante el establecimiento de una red de cooperación entre las universidades y los institutos técnicos y tecnológicos. Además, promoverá una vinculación entre academias y empresas, al procurar la colaboración de las universidades y los institutos técnicos y tecnológicos en la formulación de programas educativos, consultorías y asesorías dirigidas a fortalecer la productividad y competitividad de las MIPYMES; y en conjunto con el INA brindará, directamente o por subcontratación, asistencia técnica, programas de formación, consultoría y capacitación para mejorar la competitividad de las MIPYMES.

De igual forma, esta ley establece que los bancos del Estado y el Banco Popular y de Desarrollo Comunal, son los encargados de promover y fomentar programas de crédito diferenciados, que vayan dirigidos al sector de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Igualmente, se crea el Programa de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (PROPYME), el cual tendrá como objetivo financiar las acciones y actividades dirigidas a promover y mejorar la capacidad de gestión y competitividad de las pequeñas y medianas empresas costarricenses, mediante el desarrollo tecnológico como instrumento para contribuir al desarrollo económico y social de las diversas regiones del país. El PROPYME obtendrá los recursos para su operación del Presupuesto Nacional de la República; y el Ministerio de Hacienda los transferirá anualmente a un fideicomiso creado por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (CONICIT), como órgano administrador de los recursos, para el uso exclusivo por parte de las pequeñas y medianas empresas.

2.2.1.2 Decreto ejecutivo N° 37121: Reglamento general de la ley de fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas Ley N° 8262

El presente Reglamento tiene como fin el desarrollo de los mecanismos e instrumentos necesarios para implementar un sistema estratégico integrado que asegure el cumplimiento de los objetivos dispuestos en la Ley N° 8262, de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas. Se creó el 06 de abril de 2006.

En su carácter de ente rector, corresponde al Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) la formulación, coordinación y desarrollo de las políticas públicas en materia de fomento a la iniciativa privada, desarrollo y fomento de la cultura para los sectores de industria, comercio y servicios. En esta ley se establece una Red Institucional de Apoyo a PYME con el objetivo de

fomentar la coordinación intra e interinstitucional de los programas y acciones que se ejecuten en beneficio de las PYME y de los Emprendedores.

Además, establece los parámetros para clasificar a las empresas como micro, pequeñas o medianas, para lo cual se utilizarán las categorías de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas de las Naciones Unidas. También detalla el contenido del formulario de inscripción PYME.

2.2.1.3 Ley 8634, Sistema Banca para el Desarrollo.

En Costa Rica, más del 80% del producto interno bruto (PIB) está compuesto o proviene de micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES). Producto de la importancia tan grande que significan estas para la economía costarricense es que, mediante la resolución del Poder Ejecutivo de la República de Costa Rica, nace el 23 de abril del 2008 y publicada en el diario oficial La Gaceta N° 87 el 7 de mayo de 2008, la ley de Banca para el Desarrollo (SBD), con el objetivo de financiar proyectos económicamente factibles y viables de las MIPYMES. El límite de crédito para cada persona o empresa que solicite la ayuda para poder crear o incrementar su MIPYME, será de ₡65.000.000,00. (MEIC, MAG. 2008)

Es importante recalcar que este sistema posee tres fuentes de recursos, las cuales son las siguientes: el Fideicomiso Nacional para el Desarrollo (FINADE), estos fondos proceden de presupuestos públicos y otros fideicomisos; el Fondo de Crédito para el Desarrollo que se compone del dinero proveniente del 17% de las captaciones a la vista que realizan los bancos privados y el Fondo de Financiamiento para el Desarrollo, compuesto por el 5% de las utilidades netas anuales de los bancos estatales y que son administrados por cada Banco.

El Sistema Banca para el Desarrollo ofrece créditos a las MIPYMES para financiar sus proyectos, avales en donde el beneficiario (el que pide la ayuda al SBD) puede ofrecer garantía hipotecaria, prendaria o fiduciaria. En caso de que este no cuente con la suficiente garantía, el banco donde el beneficiario realiza su trámite de crédito, puede recurrir al Fondo de Garantías y Avales del FINADE. El monto máximo por garantizar será hasta el 75% por cada beneficiario, hasta un monto máximo de ₡65.000.000,00.

Además, el SBD ofrece asesoramiento a nuevos negocios y también a empresas ya establecidos. En cuanto a los nuevos negocios, el SBD les brinda ayuda para elaborar correctamente su plan de negocios y de inversión del proyecto que desean poner a funcionar, mientras que a los que ya están funcionando, el SBD ofrece asesoría para la elaboración del plan

de mejora o diagnóstico integral para el proyecto. La asesoría es realizada por un operador no financiero acreditado ante el SBD, por ejemplo el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) y su costo es cubierto con recursos del SBD.

Algunos Operadores financieros acreditados del SBD son: el Banco de Costa Rica, Bancrédito, Banco Popular y el Banco Nacional. Además, el SBD presenta Operadores no financieros acreditados como: Conarroz, Cenecoop R.L., FUNDEVI – UCR, FUNDAUNA, FUNDATEC, FUNDAPREVI (UNED), ACORDE, FUNDES, Cámara de Industrias de Costa Rica, INA; entre otros.

2.2.1.4 Ley N° 6990, Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico

Esta ley nació el 15 de julio de 1985 y entró a regir a partir del 30 de julio de ese año, mediante su publicación en el periódico oficial La Gaceta N° 143. Esta ley pretende fortalecer la industria turística nacional mediante una serie de exoneraciones e incentivos a las personas o empresas que tengan o quieran establecer un negocio relacionado con la materia turística. En esta ley se declara al turismo de utilidad pública, esto según su artículo N°1, por lo que es una ley de suma importancia para la economía nacional y para los ciudadanos costarricenses y extranjeros que quieran realizar o explotar alguna actividad turística dentro del territorio nacional. Su órgano rector es el Instituto Costarricense de Turismo. (MEIC, Presidencia de la República de Costa Rica, 2002).

Las actividades que están sujetas a esta ley son las de servicio de hotelería, transporte aéreo de turistas, internacionales y nacional, transporte acuático de turistas, turismo receptivo de agencias de viajes que se dediquen exclusivamente a esta actividad y arrendamiento de vehículos a turistas extranjeros y nacionales.

Entre los aspectos más relevantes en cuanto a esta ley, desde el punto de vista de servicios hoteleros, están la exoneración del pago de impuestos por la compra de artículos, muebles y demás objetos necesarios para poder establecer este servicio y una mayor facilidad o agilidad en cuanto a los trámites para conseguir la patente municipal. Con respecto al transporte aéreo internacional y nacional de turistas, lo más significativo es que se le suministra combustible a un precio menor al del mercado, con lo que se logra un gran ahorro por concepto de combustible.

2.2.1.5 Certificado de sostenibilidad turística.

El Certificado para la Sostenibilidad Turística (CST) fue establecido por el Instituto Costarricense de Turismo con la colaboración de empresarios del sector turístico, del sector

académico, de la sociedad civil y del sector público. El programa consiste en otorgar una certificación a las empresas turísticas de acuerdo con el grado en que su operación se aproxime a un modelo de sostenibilidad óptimo, en cuanto al manejo de los recursos naturales, culturales y sociales. Así, se evalúa exhaustivamente la interrelación de la empresa con el medio ambiente y el uso de los recursos naturales, su interacción con las comunidades locales y la existencia de una relación costo/beneficio positiva para el empresario.

Los turistas de mayor poder adquisitivo ponen su mirada en si su destino turístico posee el CST para tomar una decisión sobre qué países visitar. Este certificado es sumamente importante para que Costa Rica siga conquistando al turismo de alto valor y fortalezca un sector especializado en los atributos naturales y culturales del país. La primordial intención del CST es convertir el concepto de sostenibilidad en un hecho real, práctico y necesario en el contexto de la competitividad turística del país, con el fin a optimizar la manera en que se utilizan los recursos naturales y sociales, estimular la participación activa de las comunidades locales y proporcionar un nuevo soporte para la competitividad del sector empresarial. Solamente para el 2014, el ICT tenía registradas a 304 empresas con este certificado. (ICT, 2014).

2.2.1.6 Programa de Bandera Azul Ecológica

El Programa Bandera Azul Ecológica (PBAE) fue establecido en diciembre de 1995. Entró en vigencia en enero de 1996, con el objetivo de establecer un incentivo para organizar a las comunidades costeras (playas), con el propósito de buscar su desarrollo, en concordancia con la protección del mar. (PBAE, 2011). El programa Bandera Azul Ecológica busca establecer un incentivo para promover la organización de comités locales en las zonas costeras, comunidades, centros educativos, espacios naturales protegidos y otros nichos turísticos y ambientales con el propósito de garantizar su conservación y el desarrollo en concordancia con la protección de los recursos naturales, mejorar las condiciones higiénicas y sanitarias; además de mejorar la salud pública costarricense.

2.2.1.7 Marca País: Esencial Costa Rica

Desde septiembre del 2013, Costa Rica implementó su marca país que es utilizada como herramienta de posicionamiento, diferenciación y competitividad del país, ante inversionistas potenciales, turistas y compradores internacionales de productos costarricenses. La marca País busca posicionar a Costa Rica como un sitio que, además de ser reconocido como un indudable destino de belleza natural, concentra una industria de alta tecnología e innovación y cuenta con

amplia capacidad exportadora de productos de alta calidad, todo gracias al talento y espíritu emprendedor de su gente. Como una esencia, Costa Rica es un país concentrado y lleno de un valor único y selecto, generado principalmente por su gente. Esta es la idea central sobre la cual se desarrolló la marca Esencial Costa Rica. (Saborío, 2015)

Capítulo 3: Marco teórico.

3.1 Modelo económico.

Antes de abordar lo que es un modelo económico, primeramente se empezará por dar una definición de lo que es economía desde la perspectiva de algunos de los autores más reconocidos. Es difícil dar una definición en específico de lo que es la economía, actualmente la definición más común es que la economía es una ciencia social que estudia cómo los individuos u organizaciones manejan sus escasos recursos para satisfacer sus necesidades. Uno de los principales autores, quizá el más importante, es Adam Smith, el cual define economía política en su obra: *La riqueza de las naciones*, de la siguiente manera:

La Economía política, considerada como una rama de la ciencia del estadista o del legislador, se propone dos objetivos diferentes: el primero, proporcionar a la gente ingresos abundantes o medios de subsistencia, o mejor dicho, capacitarles para que se provean por sí mismos de tales ingresos o medios de subsistencia; y el segundo, proveer al estado o a la comunidad de ingresos suficientes para los servicios públicos. Se propone enriquecer tanto al pueblo como al soberano (Smith, p.428).

Pigou manifiesta que la economía está relacionada con: “La parte del bienestar que puede relacionarse con una medida monetaria” (Pigou, 1920, p.1). En todas las definiciones anteriores puede encontrarse un rasgo común: delimitan la Economía de modo que su objeto se integra por un determinado tipo de acciones humanas, las que se refieren a la producción de bienes o a su distribución. En determinados casos se sitúa el énfasis en el papel del dinero o el intercambio, pero también se habla explícitamente de bienestar o de medios materiales.

En efecto, así entendida, la economía es la ciencia general del comportamiento humano conforme con el principio económico, una disciplina que puede abarcar el accionar del hombre, siempre y cuando el problema que deba resolverse pueda plantearse como una optimización en un entorno condicionado por la limitación de algún recurso.

Las economías se desarrollan a través de diferentes modelos, a través de los cuales se desenvuelven sus políticas y mecanismos de desarrollo. Actualmente existen tres grandes modelos económicos. El primero, el cual se refiere a la economía basada en un sistema autoritario, en el que “los mandos centrales son los que toman todas las decisiones económicas” (Sloman, 1997, p.18). El modelo de economía de libre mercado, en cual son los hogares y las empresas son los que toman todas las decisiones económicas sin la intervención del Estado. Adam Smith, es su libro: *La riqueza de las naciones*, habla sobre la mano invisible, donde plantea

que esta es la que mueve los mercados para lograr su eficiencia. Para muchos economistas, este podría ser el modelo el modelo económico perfecto, ya que el juego natural ejercido por la oferta y la demanda es suficiente para el alcance del equilibrio de la economía y la fijación de los precios (Smith, 1776). Y por último, el de economía mixta, en el cual las decisiones económicas son tomadas en parte por el Estado y, en parte por el mercado. Según Sloman (1977), debido a los problemas que tienen tanto las economías de mercado y las economías autoritarias, todas las economías del mundo son el resultado de una combinación de ambas. En América Latina, y específicamente en Costa Rica, el modelo económico que se utiliza es el mixto, es decir utilizan un mecanismo de mercado pero con cierta intervención del Estado.

Para entender en qué forma alcanza una economía sus objetivos dentro de los modelos económicos antes mencionados, se debe identificar sus actores económicos, quienes eligen sobre la manera de atender sus necesidades con recursos limitados. Estos actores son los individuos, personas que tienen necesidades ilimitadas y recursos limitados; además de las empresas, la cual es una organización que utiliza recursos para producir bienes y servicios y también el gobierno, el cual es una organización que provee bienes y servicios y redistribuye ingreso y riqueza. Los servicios más importantes provistos por el gobierno son las leyes y un mecanismo para su aplicación, pero los gobiernos también proporcionan servicios como defensa nacional, salud pública, transporte y educación.

Para efectos de esta investigación, estará basada en el actor económico: empresas, principalmente en las MIPYMES. Pero primero se debe comprender el concepto de empresa como la unidad básica para la producción de bienes y servicios que constituye un bloque económico y social con fines de lucro. En esta unidad los factores de producción se coordinan y conjugan para generar bienes de interés social e individual. Dentro de este contexto, los elementos necesarios para formar una empresa son: capital, trabajo, tierra y habilidades empresariales.

En general, se entiende por empresa al organismo social integrado por elementos humanos, técnicos y materiales, cuyo objetivo natural y principal es la obtención de utilidades, o bien, la prestación de servicios, coordinados por un administrador que toma decisiones para que se puedan lograr los objetivos planteados en su constitución.

Desde el punto de vista del derecho mercantil, es una entidad jurídica creada con ánimo de lucro. En Economía, la empresa es la unidad económica básica encargada de satisfacer las necesidades del mercado, mediante la utilización de recursos materiales y humanos.

Todos los beneficios generados por la empresa moderna, se han visto apoyados por el aumento en la productividad, que ha provocado un crecimiento de la eficiencia y aumentado la producción en masa, lo que genera un proceso de disminución de precios. Sin embargo, la empresa moderna no sólo debe cumplir con sus finalidades económicas. La gente, en general, espera que las empresas tomen parte también en otras áreas de la vida social y aporten soluciones. Se puede señalar que la empresa, como célula básica del sistema de generación de bienes y servicios, es la institución clave de la vida económica, lo que permite la manifestación de la creatividad y la libertad jurídica de las personas. Esencialmente, es un grupo humano al que unos hombres le aportan capital, otros, trabajo y otros sus habilidades de dirección para conseguir determinadas finalidades económicas.

Por tanto, la empresa, es una identidad endógena a la sociedad y no puede permanecer ajena a ella. La sociedad, representada por el estado, le proporciona a las empresas el marco jurídico institucional para su funcionamiento, permite la educación de sus obreros, técnicos y directivos y le proporciona infraestructura económica. Desde esta perspectiva, las finalidades económicas de la empresa parecen estar por encima de sus finalidades sociales, sin embargo, ambas están también indisolublemente ligadas entre sí y se debe tratar de alcanzar unas, sin detrimento o aplazamiento de las otras. En lo anterior descansa la responsabilidad social empresarial, el rol que la empresa tiene para con la sociedad, que va más allá de la simple producción y comercialización de bienes y servicios. La empresa, también tiene que asumir compromisos con los grupos de interés existentes en la sociedad para contribuir a solucionar problemas: como los de pobreza, medio ambiente; entre otros.

Las MIPYMES juegan un papel muy importante en la economía mundial, ya que representan alrededor del 90% de las empresas existentes a nivel global, emplean el 50% de la mano de obra y participan en la creación del 50% de PIB mundial.

Su surgimiento destaca por dos razones: la obtención de mayores ingresos, cuando se cuenta con contratos formales de vinculación laboral, y la necesidad de generar algún tipo de ingresos, cuando no se cuenta con ninguna otra opción para salir del desempleo. Los datos sobre esta segunda opción son también concluyentes. En América Latina la creación de empresas por

razones de necesidad supera en 4 veces a las del mundo desarrollado (Hernández, 2008). Dadas las características del “empleo por cuenta propia”, como se suele llamar a este sector, no es difícil intuir que la informalidad es la nota destacada de gran parte del sector de las micro pequeñas y medianas empresas.

3.2 Competitividad empresarial.

Actualmente, las organizaciones se están enfrentando a cambios importantes, originados por las condiciones tanto internas como externas. Entre ellas destacan la competencia, la sofisticación de la tecnología, los cambios económicos y la globalización de la economía, por mencionar algunos. En este sentido la competitividad se ha convertido en una exigencia para sobrevivir y un requisito para obtener buenos resultados.

Existe una diversidad de definiciones en cuanto a qué se entiende por una competitividad exitosa, sin embargo, varios autores han coincidido en que la competitividad es la capacidad para lograr una mejor posición en el mercado en relación con los demás competidores de su sector, obteniendo buenos resultados de un modo sostenible en el tiempo (ORegan et al., 2006; Achanga et al., 2006; AECA, 2002; Aragón y Rubio, 2005). La Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro Pequeña y Mediana Empresa, emitida el 30 de diciembre de 2002, por el gobierno mexicano, define a la competitividad, como la capacidad para mantener y fortalecer la rentabilidad y participación en los mercados. (Secretaría de Economía, 2006)

Los estudios respecto a la competitividad, se han enfocado desde dos perspectivas. Una de ellas considera que las organizaciones son sistemas abiertos que se ven influidos por factores externos sobre los que la empresa tiene poco o ningún control. Desde este punto de vista, el ambiente externo determinará el éxito o fracaso de las empresas. Sin embargo, Porter (1991), opinó que las características estructurales del sector son inestables y que el comportamiento de estas influye de manera decisiva.

Desde otra perspectiva, la competitividad está determinada por los factores internos de la empresa. Una teoría que ha venido a apoyar esta idea es la Teoría de los Recursos y Capacidades de las Empresas, la cual sostiene que el éxito competitivo se debe al conjunto de recursos y capacidades que esta posee y que la hacen diferente de los demás competidores del sector. (Barney, 1991; Penrose 1959)

La competitividad es un concepto dinámico que se va transformando a través del tiempo, pues algunos factores que jugaban un papel importante en el pasado, en la actualidad han dejado

de estar vigentes, mientras que otros surgen como consecuencia de la globalización y la propia dinámica empresarial. Por lo tanto, el análisis de la competitividad se ve influido por el efecto de factores, tanto internos como externos. En este sentido, desde la perspectiva interna, se debe enfocar un estudio en las siguientes variables: recursos humanos, planeación estratégica, innovación, tecnología y certificación de calidad.

Los recursos humanos juegan una función estratégica vital en la competitividad de las empresas. En la PYME, sobre todo en las primeras etapas de desarrollo, el director, gerente o dueño: tienen una amplia participación, tanto en la administración como en las operaciones de la empresa, por lo que su formación y experiencia, así como de su equipo administrativo, influyen de manera determinante en la supervivencia, crecimiento y desempeño de este tipo de empresas.

La literatura relacionada con estrategia empresarial, sostiene que es deseable que cualquier empresa, independientemente de su naturaleza, tamaño o características particulares, diseñe planes estratégicos y los beneficios que se desprenden de ésta. Sin embargo, la realidad práctica de la planeación y su relación con el rendimiento de la empresa, particularmente la PYME, es una línea de investigación que sigue abierta, ya que la planeación estratégica es afirmada por algunos investigadores e inexistente para otros.

La planeación tiene por objeto fijar un curso concreto de acción, al establecer los principios que habrán de orientarlos y la determinación del tiempo y los recursos necesarios para su realización. (Bateman y Snell, 2005) Pero, más allá de la definición convencional, parece capturar el propósito final de la planeación al definirla como una herramienta que permite a una empresa ser lo más eficiente posible y lograr una ventaja sostenible sobre sus competidores.

No obstante, podría ser peligroso para las PYME subestimar esta herramienta y actuar por mero impulso, por lo que el establecimiento de la misión, visión y objetivos y, sobre todo las estrategias para lograrlos, son elementos necesarios para su competitividad.

Las exigencias de la competitividad están íntimamente ligadas al desarrollo de la tecnología y la innovación, por lo que estos elementos se han convertido rápidamente en un factor crucial para la supervivencia y competitividad de la empresa. La innovación representa aquellos cambios que, basados en el conocimiento, generan valor. (Schumpeter, 1996; European Union, 2004)

Debido a la importancia de este factor, varios estudios han analizado la incidencia de la innovación en la competitividad de la empresa y han llegado a la conclusión de que las empresas que invierten en investigación y desarrollo y llevan a cabo prácticas innovadoras, tienen mayor

posibilidad de permanecer en el mercado e incrementar su rendimiento. (Ahuja y Katila, 2004) No obstante, Freel (2000), advirtió que se deben proyectar las consecuencias futuras de ésta en términos de la rentabilidad esperada, ya que las empresas que innovan pueden tener un incremento en las ventas, pero no necesariamente traducirse en ganancias absolutas.

Como ya se ha manifestado, muy unido a la innovación se encuentran los recursos tecnológicos. La innovación tecnológica puede proporcionar a las empresas una ventaja competitiva más duradera, ya que es difícil de imitar. Diversos estudios han coincidido en señalar una relación positiva entre el nivel tecnológico y la competitividad de la empresa. Además, se ha encontrado que las empresas con niveles tecnológicos superiores, aumentan su productividad y tienen mayor posibilidad de competir en entornos más avanzados (Koc y Bozdog, 2007; Baldwin y Sabourin, 2002). El concepto de calidad tiene un amplio despliegue en el siglo XX, pero desde mucho tiempo antes, se ha apreciado la preocupación por el trabajo bien hecho y por la consideración de una serie de normas que aseguren la calidad de un producto o servicio, por ello este aspecto es uno de los más valorados en la competitividad.

Para Terregrosa (2007), la calidad es el nivel de excelencia que se ha escogido alcanzar para satisfacer el mercado al que va dirigido el producto. Diversos estudios han analizado la relación entre la calidad y la competitividad y han encontrado evidencia positiva y significativa al respecto (Artail, 2007; Miñarro y García, 2006; Prajogo y Brown, 2006).

Una herramienta, que tiene relación directa con la calidad y que ha tenido amplia difusión, es la certificación, la cual tiene por objeto garantizar que el proceso de un determinado producto o servicio se desarrolle en apego a una norma determinada. En una investigación al respecto, Ayala, Fernández y González (2004), encontraron una relación significativa entre una certificación de reconocido prestigio y el desarrollo de las capacidades tecnológicas de la empresa, lo que se traducía en mayor rendimiento.

La Competitividad es la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores al menor precio; esto quiere decir que se deben de optimizar al máximo los recursos y tener el menor costo posible en la producción, llevando siempre la calidad a un máximo nivel. La competitividad depende especialmente de la calidad del producto, la cual está relacionada con la productividad y la innovación.

La President's Commission on Industrial Competitiveness, en su estudio de los años 1980, señala que la competitividad debe ser comprendida como "el grado en que una nación puede,

bajo condiciones de mercado libre, producir bienes y servicios que satisfagan los requerimientos de los mercados internacionales y, simultáneamente, mantener o expandir los ingresos reales.

Las empresas sobreviven y son exitosas si son competitivas. Su aporte económico es indiscutible, pues en un mundo competitivo, en donde se mezclan empresas en competencia perfecta, junto con monopolios y oligopolios, todas tienen que lograr la mayor producción con los recursos que tengan a su disposición o, si se quiere enfocar la competitividad desde los óptimos posibles, tienen que saber que no se puede ir más allá de los factores de producción con los que se cuenta; en otras circunstancias, las empresas mueren.

3.2.1 Determinantes de la competitividad empresarial

La determinación de los elementos que inciden en la competitividad de una empresa constituye un aspecto fundamental para su posterior proceso de medición. Sin embargo, al igual que con las definiciones, existen diferentes perspectivas frente a los factores determinantes de la competitividad de la empresa. Para la OECD (1992), los elementos que contribuyen a la competitividad de la empresa son la exitosa administración de los flujos de producción y de inventarios de materia prima y componentes, la integración exitosa de planeación de mercado, actividades de investigación y desarrollo (I+D), diseño, ingeniería y manufactura, la capacidad de combinar I+D interna con I+D realizada en universidades, centros de investigación y otras empresas, la capacidad de incorporar cambios en la demanda y la evolución de los mercados; además de la capacidad de establecer relaciones exitosas con otras empresas dentro de la cadena de valor.

Desde el enfoque de la teoría sistémica de la competitividad Esser, Hillebrand, Messner & Meyer-Stamer (1994), establecen como determinantes la calificación del personal y la capacidad de gestión, las estrategias empresariales, la gestión de la innovación, mejoramiento de prácticas en el ciclo completo de producción, la integración en redes de cooperación tecnológica, la logística empresarial y, por último, la interacción entre proveedores, productores y usuarios.

Laplane (1996) plantea que el desempeño competitivo de una empresa depende de un amplio conjunto de factores, que se subdividen en los internos de la empresa, otros de naturaleza estructural (particulares de cada uno de los sectores del complejo industrial), y los de naturaleza sistémica. Los factores internos de la empresa son todos aquellos que caen dentro de su poder de decisión y a través de los cuales busca distinguirse de sus competidores. Los factores estructurales son aquellos que, si bien no son de control total de la empresa, están parcialmente

dentro de su esfera de influencia y caracterizan el entorno competitivo que enfrenta. Finalmente, se encuentran los factores de naturaleza sistémica, que son aquellos factores externos en sentido estricto, que afectan el entorno competitivo y pueden incidir significativamente en las ventajas de las empresas en dicho entorno (Laplaine, 1996).

El segundo tipo abarca los determinantes relacionados con la calidad de los productos, la incorporación de mejoras tecnológicas en los procesos, las adecuaciones convenientes en la estructura organizacional, la gestión eficiente de los flujos de producción, la capacidad para desarrollar y mantener relaciones con otras empresas, las buenas relaciones con el sector público, las universidades y los centros de investigación, el diseño, la ingeniería y la fabricación industrial. Asimismo, la optimización de la capacidad de los trabajadores mediante la capacitación y la vital capacidad de generar procesos de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i).

A partir de los planteamientos de los autores presentados hasta el momento, se puede establecer que existen factores endógenos y exógenos que determinan la competitividad de una empresa. Es decir, la factibilidad de que una empresa alcance y mantenga sus niveles de competitividad se concentra en las competencias distintivas o ventajas competitivas que desarrolle internamente y en los condicionamientos externos que le brindan, tanto la industria o sector al que pertenece, como la región o país en la que se encuentra ubicada.

Una de las estrategias empresariales más efectivas para operar en el contexto competitivo de negocios es una gestión fuertemente basada en la generación de vínculos de colaboración con otros agentes del entorno cercano. A través de la especialización y la colaboración, las empresas pueden acelerar sus procesos de aprendizaje, alcanzar economías de escala y concentrarse en los ámbitos donde poseen mayores ventajas competitivas. En la economía global no son las empresas individuales las que compiten, sino las redes o cadenas de empresas junto a las instituciones con las que interactúan y que las apoyan en la generación de conocimiento (BID, 2002).

Los empresarios de las Pyme deberían utilizar sus capacidades de trabajo en red para recopilar información y construir alianzas. Una Red Personal se apoya en las relaciones entre empresarios y otros empresarios, proveedores, inversionistas y amigos. En el país esto suele suceder en las famosas ruedas de negocios, en donde distintos empresarios de todo el país se reúnen para lograr entablar relaciones que les puedan ayudar con la mejora de su producción, ventas o mercadeo. Estos contactos personales pueden ayudarle a tomar decisiones más eficaces,

proporcionándole información que reduzca la incertidumbre del negocio. Los empresarios de las Pyme deben elaborar redes personales a través de una búsqueda activa de individuos con los mismos intereses. Una red personal puede crearse a través de la participación en asociaciones profesionales, clubes de negocios, ferias comerciales y redes empresariales. Una empresa puede formar una red de cooperación Pyme con el objeto de sacar partido a los nuevos productos o servicios innovadores que éstos estén desarrollando.

La cooperación interempresarial que logra la eficiencia colectiva, se traduce en reducción de costos que eleva la competitividad, al igual que aumenta las ganancias y los salarios, mejora las condiciones del trabajo y fortalece la flexibilidad y la capacidad de respuesta de la empresa a las condiciones cambiantes de la demanda del mercado (Maya, 2005). La competitividad en el nivel micro está basada en la interacción.

El aprendizaje por interacción (learning-by-interacting) es clave en el proceso de innovación, especialmente cuando se constituyen ventajas competitivas dinámicas. Asimismo, se plantea que un entorno que favorece la competitividad se encuentra arraigado en un sistema nacional de normas, reglas, valores e instituciones que definen los incentivos, lo cual moldea el comportamiento de las empresas y donde el Estado asume el papel decisivo de definir el desarrollo industrial y la reestructuración productiva de un país, especialmente en las nuevas y emergentes modalidades de gestión pública (Cepal, 2001). Se considera entonces que para mejorar la capacidad competitiva y lograr una apropiada sinergia, se necesita una base productiva local organizada y estructurada, externalidades derivadas de las economías de aglomeración y el aumento de eficiencia colectiva de una economía de aprendizaje.

3.3 Apertura comercial y competitividad.

El análisis del papel que las MIPYMES en la época de la globalización, se convierte en un tema cada vez más importante, a pesar de que la mayor parte de las teorías económicas administrativas presten mayor atención al comportamiento de las grandes empresas.

Todo país, dentro del marco del desarrollo económico, debe plantear una visión de largo plazo que promueva las condiciones adecuadas para lograr el desarrollo y crecimiento económico de la región en favor del bienestar social y calidad de vida de su comunidad. Hoy, cuando las economías desarrolladas como Japón, Corea del Sur, Malasia, Singapur, Taiwán, Hong Kong y China demuestran que parte de su crecimiento económico, se debe al alto índice de MIPYMES, los gobiernos de los países emergentes cambian su percepción y empiezan a tomar medidas para

fortalecer este sector productivo e impulsarlo hacia un modelo de negocio más productivo y formal.

Ejemplos de otras latitudes y la misma era postindustrial, traen consigo una nueva percepción del mundo que exige que las empresas modifiquen su estructura organizacional y abandonen aquellas viejas prácticas en donde la clasificación de conocimientos se limitaba solamente a un conjunto de procedimientos y rutinas que operaban como recetas y estaban desprovistas de creatividad e innovación. Este nuevo enfoque empresarial convierte la producción del conocimiento en el camino esencial para avanzar hacia un modelo empresarial más competitivo. En la actualidad no se habla de empresas para producir eficientemente, sino de empresas organizadas para generar conocimiento y aplicarlo en beneficio de la sociedad. Porter vislumbró este nuevo paradigma y pronosticó cómo la gestión empresarial del siglo XXI impulsaría el incremento de la productividad del trabajo del conocimiento y del trabajador del conocimiento, cuyo escenario para el aprendizaje es la misma empresa.

Las economías emergentes exigen que las MIPYMES orienten su modelo de negocio hacia la competitividad y para lograrlo necesariamente deben crear alianzas estratégicas con el gobierno y el sector productivo y educativo, esto con el fin de responder a las exigencias del nuevo entorno económico. Bajo esta perspectiva, se reconoce la importancia de analizar las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), en el entorno de la globalización. En las economías desarrolladas, las MIPIMES conforman una porción muy importante de la actividad económica, lo que significa más del 90% de las empresas, y generan más de la mitad del empleo que ofrece la actividad economía empresarial. (OCDE; 2004)

Para la generalidad de estas economías constituyen un factor de gran dinamismo, al brindar un componente de competencia, de ideas, productos y trabajos nuevos. Este tipo de empresa jugó un papel importante antes de la crisis que estalló en el 2008 en los procesos de cohesión social en estas sociedades. La participación de las MIPYMES en el PIB, varía para estas economías, no obstante se puede decir que la participación en promedio se ubica en los alrededores del 50% (ibídem); participación que está en función del tipo de producción, por lo general es menor en la industria y mayor en el comercio y los servicios.

La función de producción resulta ser diferente para empresas, industrias y sectores, aspecto determinado por la combinación de los factores productivos. Es un aspecto que influye en el tamaño de la planta productiva y por tanto en el tamaño del tipo de empresa. El crecimiento de la

micro y pequeña empresa, en estas economías, es el resultado de una amalgama de hechos, en donde se hace necesario destacar los cambios estructurales generados por las fuerzas productivas universales, particularmente en la industria electrónica, que provocaron cambios en la industria de las comunicaciones y los servicios.

El panorama competitivo de las principales economías comenzó a desarrollar nuevas estrategias para dominar los mercados y ganar nuevos segmentos, lo que genera el sólido crecimiento económico de Japón y Alemania, las nuevas economías industrializadas de Asia, Canadá y el mismo EEUU. Dos aspectos de importancia se ponen de manifiesto durante la década de los ochenta: primero que a pesar de los niveles de crecimiento, la tasa de desempleo en muchos de estos países eran altas, las políticas de subsidios y de seguros contra el desempleo de solución temporal, evidenciado el agotamiento del estado empresario y, segundo, la generación de procesos hiperinflacionario de orden continental y el incremento de la pobreza. Estos aspectos fueron causales económicas del incremento de la migración de la población de países pobres hacia países desarrollados, hecho que generó, en algunos casos, una población migrante no deseada para las grandes economías.

Estos hechos concentraron la atención en el emprendimiento, surgiendo la idea de que cada quien podría construir su fuente de trabajo, la cual fue aceptada e impuso la necesidad al Estado de reformar el marco jurídico institucional para el impulso y desarrollo de las MIPYMES. La concepción de que para ser empresario se necesitaban grandes capitales y espacios físicos de gran envergadura, cambia dentro de los nuevos paradigmas en las escuelas de negocios y con ello cambia el paradigma del prototipo de empresario. Ya no se trataba del hombre cosmopolita con estudios en el extranjero, que vivía en una zona residencial, con buenos automóviles, bien vestido y de tez blanca; el nuevo paradigma de empresario es un prototipo de hombre común que lucha día a día para ganar nuevos clientes.

Una revisión particular en un mundo global permite inferir generalidades importantes. En los Estados Unidos el 99% de las empresas son MIPYMES y proveen aproximadamente el 75% de los empleos nuevos netos, que se generan cada año en la economía del país. Este tipo de empresa emplea al 50,1% de la fuerza laboral privada. De acuerdo con el análisis realizado, la pequeña empresa aporta el 40,9% de las ventas privadas, lo que refleja su importancia. No obstante los datos indican que en EEUU el 40% de las MIPYMES muere antes de los 5 años, las dos terceras partes pasa a la segunda generación y tan solo el 12% sobrevive a la tercera generación (US

Small Business Administration, 2011). Las necesidades de las MIPYMES en Estados Unidos, son las mismas que en cualquier otro país: necesitan preparación para abrir mercados, habilidad empresarial y recursos productivos.

Constituyen la innovación, resistencia y determinación de los propietarios de las MIPYMES. Las MIPYMES, para la SBA, amplían la base de participación en la sociedad, crea empleos, descentralizan el poder económico y le permiten a la gente un interés por el futuro; con estas consideraciones estas empresas permiten la estabilidad social y política, y alientan la innovación para fomentar la productividad, y aumentan, por lo tanto, la prosperidad a nivel nacional.

En América Latina, el surgimiento de las MIPIMES, parece producirse por dos vías, principalmente: como empresas propiamente dichas, con una adecuada estructura, que les permite una adecuada gestión empresarial: este tipo de organización es capital-intensivas y se desarrolla dentro del sector formal de la economía, donde ubican fundamentalmente las pequeñas y medianas empresas, y como empresas familiares: caracterizadas por una gestión, orientada a la supervivencia sin prestar demasiada atención a temas tales como el costo de oportunidad del capital o la inversión que permite el crecimiento.

En este contexto, se ubican las microempresas que surgen asociadas al fenómeno del autoempleo como forma de subsistencia. En su gran mayoría las MIPYMES en Latinoamérica son organizaciones informales, surgidas de los proceso de atomización social producto de la integración de estas economías al proceso de globalización. Esto con el uso de un paradigma de política económica neoliberal monetarista, sin que se hayan operado cambios profundos en las estructuras competitivas de la actividad empresarial, ni en el marco jurídico. Hace referencia al conjunto de actividades económicas desarrolladas por los trabajadores y las unidades económicas que, tanto en la legislación como en la práctica, están insuficientemente contempladas por sistemas formales o no lo están en absoluto. Las actividades de estas personas y empresas no están reconocidas por la ley, si bien operan dentro del ámbito de la ley, ésta no se aplica o no se cumple; o no fomenta su cumplimiento por ser inadecuada, engorrosa o imponer costos excesivos (Tockman, 2002). Estos aspectos permanecen en la realidad latinoamericana y tienden a incrementarse, por el proceso de funcionamiento de los sistemas económicos imperantes en la región (Rosales, 2007).

Durante el 2011, persistió fuertemente la informalidad, estimándose que al menos 50% de la población urbana ocupada se registró en la categoría de empleo informal, lo que implica la

existencia de falta de protección social y de acceso a los derechos laborales, con ingresos bajos. Según las estimaciones con datos de 16 países, de un total de 93 millones de personas en la informalidad, 60 millones trabajan en el sector de unidades productivas no registradas oficialmente, 23 millones tienen un empleo sin protección social aunque trabajen en el sector formal, y 10 millones se desempeñan en el servicio doméstico. Por tanto, la proliferación de la microempresa, tal como lo muestra el censo del 2009 en México, representa el 95.2% del total de empresas, es decir alrededor de 4 millones 897 mil empresas que emplean 45.6% de la población económicamente activa (PEA), provocan en la región y en particular en México, una confusión entre lo que constituye autoempleo como necesidad para la subsistencia y el emprendimiento económico (Gómez, Sabaini y Morán, 2012).

A diferencia de la informalidad, el emprendimiento es un proceso que permite la elaboración de un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y hace frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto. Este concepto que permite definir al emprendedor como aquella persona que identifica una oportunidad de negocio o necesidad de un producto o servicio y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha, en un mecanismo que supone convertir una idea en un proyecto concreto, ya sea una empresa o una organización social, con lo cual se generan algún tipo de innovación y empleos.

Sin embargo, las MIPYMES en Costa Rica, a pesar de ser organizaciones que operan en la informalidad en su mayoría, constituyen una parte determinante de la estructura económica del país, por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional. Por tanto, aunque pueda considerarse contraproducente su informalidad, ellas constituyen un factor generador de ingresos, que tiene incidencia, muy importante, en la demanda de consumo, jugando su papel como autoempleo de subsistencia, una característica que es un denominador común en el resto de América Latina.

Esta amplia región ha desarrollado una economía informal significativa, ante la aparición de pequeños negocios de subsistencia, en busca de su sustento para afrontar las responsabilidades del diario vivir, hecho que ha frenado el emprendimiento como proceso necesario de autoempleo al limitar el avance tecnológico, además de afectar seriamente a muchos negocios que operan dentro de la formalidad. El crecimiento de la denominada economía informal, no se agota en la alusión a los vendedores informales en las calles. Este tipo de economía pone de manifiesto una tendencia a la “informalización” de la estructura productiva empresarial nacional, producto de la

dinámica global y los cambios ocasionados (reingeniería, downsizing, reducción de personal, automatización de procesos, reducción de costos, fusiones, en el caso de las que aún sobreviven) así como de la imposibilidad de asumir los costos de la “formalidad” (impuestos, permisología, registro, contribuciones, costos laborales, decretos de establecimiento de salario mínimo, gastos de funcionamiento, servicios básicos, en el caso de las que al no poder asumir estos costos o cierran, o los evaden abiertamente).

Para la región de Centro América y del Caribe, la información del Banco Mundial describe comportamientos análogos, a los del resto de las economías mayores del continente. Los datos, brindados por Buitelarr (2010), indican que la presencia de las MIPYMES en la estructura económica de América Latina es relevante. Las pequeñas empresas son responsables de entre el 25% y el 40% de la generación de empleo, y de entre el 15% y el 25% del total de la producción de bienes y servicios. No obstante, la asimilación del proceso de globalización por estas empresas, es limitada. A nivel exportador, las MIPYMES tienen un papel pequeño, representado entre el 1% y el 3% del total de las exportaciones latinoamericanas (Buitelarr, 2010). Las MIPYMES en el continente, continúan mostrando un vínculo inseparable con el sector informal. Esto sin lugar a dudas es el factor que las limita tecnológicamente y las convierte en empresas con una gran vulnerabilidad. En estas condiciones es imposible para este tipo de empresa la búsqueda de economías de escalas crecientes.

3.4 Entorno empresarial

El entorno empresarial de una región es el conjunto de factores que se visualiza en la zona, también las circunstancias en las que se encuentra una comunidad que pueden afectar su desarrollo y funcionamiento de forma compleja, ya que puede suponer ventajas como también representar amenazas para la misma. Un entorno apropiado para la competitividad se caracteriza por proveer infraestructuras básicas; buena formación de recursos humanos, instituciones fuertes, procesos innovadores efectivos, trabajo, capital y materiales, los cuales proporcionan beneficios para el desarrollo de la zona. Las empresas emplean factores productivos para producir los bienes y servicios que son consumidos por la sociedad; definen estrategias, innovan, aprenden y desarrollan nuevas capacidades. Pero hay que tener en cuenta que crecen y se desarrollan en un determinado entorno que, a su vez, las condiciona. Estos factores facilitan el trabajo de los actores que intervienen en el entorno empresarial: los proveedores, los competidores y los clientes.

El entorno facilita o entorpece el desarrollo de las empresas y su capacidad de ser competitivas nacional e internacionalmente. Se ha demostrado ampliamente que existe una estrecha relación entre las condiciones del entorno nacional y las posibilidades competitivas de las empresas. Dentro de los elementos que caracterizan un entorno empresarial, se puede hacer referencia a la globalización, como parte de un mundo cambiante. Esto es un fenómeno que actualmente están viviendo los países y está impactando a nivel mundial en casi todos los aspectos del ser humano. Ante este fenómeno, es difícil ser competitivos. En general, los países a nivel mundial quieren ser globalizados y que las empresas nacionales puedan competir a nivel global con aquellas de otros países. La globalización definida en términos económicos consiste en la creación de un mercado mundial en el que se suprimen todas las barreras arancelarias para permitir la libre circulación de los capitales: financiero, comercial y productivo.

El capital financiero es el dinero, los préstamos y créditos internacionales y la inversión extranjera. Su característica es que no ocupa un lugar determinado y que gracias a la tecnología puede trasladarse de un lugar a otro con rapidez. El capital productivo, lo constituyen el dinero invertido en materias primas, bienes de capital y la mano de obra. El capital comercial, son los bienes y servicios que finalmente se compran y se venden en el mercado internacional.

En el mercado internacional, los principales vendedores son las empresas multinacionales; y los compradores son las poblaciones de cada país. También hay muchísimos vendedores de su fuerza de trabajo, estos son los que constituyen la mano de obra, ya que ellos venden su fuerza de trabajo a cambio de un salario. Entonces, la globalización vendría a ser como la etapa de culminación del proceso histórico de expansión del capitalismo, con dos objetivos: la libre movilidad del capital y la creación de un solo mercado mundial.

La globalización en la economía tiene un gran impacto. Hoy, la economía es un aspecto que está influyendo mucho en el desarrollo de un país, ya que si este quiere que sus productos logren competir en el mercado, se tiene que relacionar con otros países para así hacer más fácil el proceso de la comercialización. La globalización conlleva nuevas oportunidades y retos. Costa Rica es un país con un desarrollo económico y social de constante cambio, con una gran capacidad de negociación a nivel internacional. El Turismo es una de las principales opciones de desarrollo globalizado dentro del territorio nacional, reconociendo que se trata de una actividad que proporciona muchos beneficios para la economía y la sociedad.

Costa Rica posee un gran potencial turístico, especialmente de tipo ecológico, dada la riqueza natural que se encuentra concentrada en el país (5% de la diversidad biológica mundial), lo que explica el enorme auge del ecoturismo. La belleza del paisaje costarricense es otro de los elementos que le dan valor agregado al Turismo, junto con la imagen de ser un país democrático y muy humano respecto a sus habitantes. Por último, la capacidad hotelera instalada es bastante buena, resultado de las grandes inversiones de capital nacional y extranjero que se han hecho en los últimos años.

Surge, entonces, la pregunta sobre cuáles son las condiciones más relevantes del entorno que en definitiva están condicionando, ya sea positiva o negativamente las posibilidades de desarrollo y competitividad de las empresas. Al dar respuesta a este interrogante, aparecen dos conjuntos importantes y significativos de factores: aquellos que se relacionan con la estructura productiva y dotación de factores que existen en la economía, por una parte, y aquellos factores que tienen que ver con el conjunto de instituciones y políticas que se aplican. Las autoridades locales desempeñan un papel esencial en los procesos de desarrollo local. El progreso del turismo de una zona es una labor que corresponde al Estado y a los gobiernos locales, mediante acuerdos de colaboración que abarquen especialmente el tema de la inversión pública y el desarrollo de la comunidad. Los gobiernos locales como agentes en procesos de desarrollo, deben necesariamente ordenarse internamente bajo ciertos criterios de autonomía, y lo que ello involucra en términos de competencias, decisiones, capacidad de gestión y participación de una sociedad local informada y dinámica.

El turismo es uno de los incentivos más importantes para el desarrollo local. Este sector en auge, permite dinamizar las actividades económicas, al lograr desarrollar atracciones donde se resalten las maravillas de un lugar y las riquezas que en él se encuentran, de tal manera que vaya creciendo dentro de un nivel propicio y logren maximizar el potencial, tanto del recurso humano de la zona como el de la naturaleza, ya que al hablar de la zona de Manuel Antonio, se evidencian los grandes beneficios que en naturaleza se refiere, por lo tanto la responsabilidad que tienen estas autoridades como ente público, es contribuir al desarrollo de la comunidad.

Dentro de la zona de Manuel Antonio se evidencia una gran diversidad turística gracias a sus atractivos, los cuales son los que provocan un impacto en el turismo de este lugar, ya que los visitantes se maravillan al conocer las playas y los ecosistemas de la zona, estos son el tesoro de la comunidad, las hermosas playas y un parque nacional de impacto positivo ante los

visitantes. En esta zona se cuenta con un buen desarrollo turístico, se puede participar de visitas a lugares de gran interés turístico como el Parque Nacional Manuel Antonio y a las playas de sus alrededores. A pesar de ser uno de los parques nacionales más pequeños, es uno de los más famosos y visitados de Costa Rica, gracias a su fácil acceso y a la diversidad de ecosistemas que posee. En este entorno, las empresas han de definir su estrategia, es decir, el plan de actuación para adaptarse y poder competir en dicho mercado conforme con las condiciones de la zona de Quepos.

3.5 Enfoque de competitividad sistémica.

Este enfoque permite ver que la competitividad debe ser comprendida necesariamente en un todo relacionado, en el que las empresas se encuentran y al mismo tiempo son un soporte del mercado y la sociedad. El modelo de competitividad sistémica presentado aquí fue desarrollado por investigadores del Instituto Alemán de Desarrollo (IAD) (Esser, Hillebrand, Messner y Meyer-Stamer, 1994), quienes plantearon que la competitividad es un sistema formado por cuatro niveles que interactúan entre sí y que condicionan y modelan el desempeño competitivo: nivel meta, nivel macro, nivel meso y nivel micro.

El nivel meta tiene como premisa la integración social, es decir, la formación de estructuras en la sociedad para elevar la capacidad de los diferentes grupos de actores con el fin de articular sus intereses y satisfacer, entre todos, los requerimientos tecnológico, organizativos, sociales, ambientales y aquellos que plantea el mercado. En este sentido, se requiere el diseño de estructuras que promuevan la competitividad, en las cuales se ubican las estructuras básicas de organización jurídica, política y económica; como los factores socioculturales, la escala de valores, la capacidad estratégica y política.

El nivel macro se refiere a la estabilización del contexto macroeconómico, es decir, a las condiciones que deben prevalecer en los países, entre las que se encuentran las políticas: monetaria, cambiaria, presupuestaria, fiscal, comercial y de competencia; las cuales hacen posible una asignación eficaz de los recursos y, al mismo tiempo, exigen una mayor eficacia de las empresas.

El nivel meso se refiere a la formación e integración de estructuras en función de políticas selectivas, es decir, todas aquellas políticas de apoyo específico, también denominadas políticas horizontales, por ejemplo, de importación y exportación, infraestructura física, o las políticas: educacional, tecnológica, ambiental o regional.

Por último, se encuentra el nivel micro, que se relaciona directamente con los procesos que se deben dar en la empresa, con su capacidad de gestión, sus estrategias empresariales y la gestión de innovación; entre otros elementos que diferencian a una empresa de otra.

3.5.1 Nivel macro.

Dentro del marco de un concepto pluridimensional, resulta decisiva la existencia de mercados eficaces de factores y productos que permitan asegurar una asignación eficaz de recursos. En este sentido, las experiencias de los años setenta y ochenta, según la CEPAL (2001) han demostrado que un marco macroeconómico inestable perjudica en forma sustancial la capacidad de funcionamiento de los mercados de factores y productos. De ahí que para estabilizar el marco macroeconómico es preciso recurrir en primer lugar y sobre todo a una reforma de la política fiscal y presupuestaria, así como de la política monetaria y cambiaria, especialmente del régimen de tipos de cambios. Sin embargo, como lo plantean Eisaa y Ferro (2001), la transición de un marco macroeconómico inestable a otro estable, resulta difícil por las siguientes razones: la lucha contra la inflación a través de una política presupuestaria, fiscal y monetaria restrictiva suele restringir no solo el consumo, sino también las inversiones, limitando con ello todavía más los márgenes de crecimiento de la economía.

En muchos casos, las medidas de estabilización macroeconómica no pueden surtir efectos si no van acompañados de difíciles y muchas veces largas reformas estructurales, paralelas, como por ejemplo la reforma del sector económico estatal, el desarrollo de un sector financiero eficaz y una reforma de la política de comercio exterior. Entre diferentes medidas reformadoras son frecuentes los conflictos de objetivo, hecho que alarga el período previo al momento en que las reformas empiezan a surtir efecto. Los costos del ajuste económico, se dejan sentir de inmediato, mientras que sus beneficios demoran en llegar, de manera que la producción, la inversión y la ocupación; experimentan en una primera fase una evolución negativa.

Los distintos sectores sociales no son afectados por igual por las consecuencias de las medidas de estabilización macroeconómica y las reformas estructurales. Ese proceso da lugar más bien a ganadores y perdedores con los graves conflictos consiguientes en el plano de la política interior. Entonces, la estabilización del marco macroeconómico requiere, por lo tanto, una voluntad política realmente férrea. Será exitosa solamente si el gobierno demuestra su determinación de implementar las difíciles y conflictivas reformas y si consigue organizar una

articulación nacional de fuerzas dispuestas a la reforma y movilizar el apoyo internacional (Esser, et al., 1994).

La macroeconomía es encontrar el modo de simplificar, con el fin de poder explicar la conducta de las variables agregadas, por ejemplo, en lugar de estudiar cada mercado de cada uno de los bienes existentes, recurren al supuesto de que sólo hay un bien, con una única curva de demanda y una única curva de oferta, que se comercializa en un mercado.

3.5.2 Nivel micro.

En los países industrializados y en desarrollo más avanzados, la década de los ochenta fue una fase de cambios radicales en el nivel micro. Dicha fase se cristalizó en una nueva de producción, investigación y desarrollo empresarial e interacción entre empresas. Esa nueva práctica rompe con el tradicional paradigma taylorista-fordista. Todo lo anterior, según Eissa y Ferro (2001), constituye un gran desafío, no solo a las empresas de países en vías de desarrollo, sino muy en particular, a las de los países industrializados de occidente, ya que vuelve obsoletos enfoques y procedimientos muy arraigados. Las transformaciones pendientes no se limitan al nivel empresarial. Estas incluyen también las relaciones interempresariales, así como el espacio meso.

La microeconomía, estudia el comportamiento de unidades económicas individuales, como pueden ser individuos, familias, empresas y los mercados en los cuales ellos operan. Por esto es que también se le suele definir como la ciencia que estudia la asignación de los recursos escasos entre finalidades alternativas. La teoría microeconómica utiliza modelos formales que intentan explicar y predecir, utilizando supuestos simplificadores, el comportamiento de los consumidores y productores. En general, el análisis microeconómico se asocia con la teoría de precios y sus derivaciones.

3.6 Modelo del Banco Interamericano de Desarrollo.

El mapa de competitividad ha sido desarrollado con el auspicio del BID por el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad Icesi (CDEE). El mapa es una herramienta de diagnóstico que se aplica en la empresa y permite conocer su estado inicial frente a la competitividad e identificar las áreas en las que presenta fortaleza y aquéllas en las que tiene debilidad, con el propósito final de desarrollar planes de acción que conduzcan al mejoramiento

de su competitividad. Una de las grandes ventajas de este mapa es que representa de forma gráfica los rasgos y características de competitividad de la empresa.

El mapa consta de los siguientes componentes:

- Base datos. En esta parte se identifica el sector al que pertenece la empresa.
- Calificación. Este componente está constituido por ocho áreas de la empresa (planeamiento estratégico, producción y operaciones, aseguramiento de la calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental, sistemas de información), que se evalúan para determinar su competitividad. Cada área está conformada por subáreas y la calificación de cada una de ellas se hace a partir de una serie de preguntas relacionadas con el área respectiva. Si una pregunta se deja en blanco, es porque no se aplica para la empresa; las que se califican deben valorarse en un rango de 1 a 5, teniendo en cuenta que la mínima calificación es 1 y la máxima es 5.
- Mapa de la empresa. Con base en la calificación obtenida por la empresa en cada área y de acuerdo con el cálculo que internamente hace la herramienta, se determina el nivel de competitividad de la empresa.
- Mapa por áreas. Éste no sólo muestra la evaluación de cada área, sino de cada uno de los puntos que se van a tratar, pues dentro del cuestionario un grupo de preguntas, evalúa un punto fundamental de cada área.
- Componente gráfico. Muestra los resultados de manera gráfica, tanto en términos globales como por cada una de las ocho áreas.

3.6.1 Concepto de MIPYMES.

El artículo no. 3 de la Ley no. 8262, indica que la PYME debe ser una unidad productiva de carácter permanente y que cotice al menos a dos de las cargas fiscales, sociales y laborales que existen en el país. (Ley N° 8262, Fortalecimiento de las Pymes, 2002)

Por otro lado, el Reglamento a la Ley 8262, en el artículo no. 3 define a la PYME como una unidad productiva de carácter permanente que dispone de recursos físicos estables y de recursos humanos; los maneja y opera, bajo la figura de persona física o persona jurídica, en actividades industriales, comerciales o de servicios. (Decreto Ejecutivo no. 37721, 2006) También, establece los criterios cuantitativos para definir a las MIPYMES con base en sus ventas, activos y empleo.

La Organización Mundial de Turismo aprobó en la conferencia de Ottawa, celebrada en junio de 1991, la siguiente definición: El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos”.

3.7 Conceptualización de las MIPYMES en Costa Rica.

Como se ha mencionado, una parte muy importante en la economía mundial son las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), ya que representan el mayor porcentaje de los negocios en los países. En México, por ejemplo, el 99,8% de las empresas pertenecen a esta categoría (ING, 2009). El Banco Mundial define a las MIPYMES como la columna vertebral de la economía.

Según el Directorio de Unidades Institucionales y Establecimientos (DUIE) empresa es:

Aquella unidad de la cual dependen administrativamente otros negocios para la compra de materias primas, para directrices y políticas de ventas de producción o respecto al personal, también se les denomina casa matriz u oficinas centrales; sus operaciones las realiza ya sea en el mismo lugar o en otras ubicaciones, o bien ambas (Quesada, 2013, p.5).

Existe una diversidad de criterios para definir y de este modo clasificar a las empresas como micro, pequeñas, medianas y grandes. Estos criterios son diferentes, dependiendo del país o entidad que las define y clasifica. Por lo anterior, resulta interesante precisar si las empresas, insertas en el actual contexto económico, presentan características que puedan ser tomadas como elementos que permitan establecer una diferenciación entre grande, pequeña, micro o mediana empresa. En este sentido se cree que hay características comunes a todo tipo de empresa, cualquiera sea su tamaño, su proceso de producción o la naturaleza mercadológica de sus productos o servicios que en determinado momento pudieran permitir establecer una definición.

Así pues, la búsqueda de una unidad de medida y de comparación de tamaño, con el objetivo de la racionalización tecnológica y de una estrategia de crecimiento individual y sectorial, se convierte en una necesidad, y que, al no haber sido resuelta, se acepta una distinción intuitiva, entre gran empresa y MIPYME, clasificación que por otra parte, es dinámica, pues el avance de la técnica y el crecimiento de la demanda, tiende a aumentar ese tamaño.

Asimismo, otros organismos internacionales ostentan clasificaciones de empresas. A continuación se presentan algunas de ellas:

Institución	Tamaño de a empresa	Número de trabajadores
INSEC	Pequeña	50 a 250
	Mediana	251 a 1000
SBA	Pequeña	Hasta 250
	Mediana	251 a 500
CEPAL	Pequeña	5 y 49
	Mediana	50 a 250

Figura 2. Clasificación de la PYMES según INSEC, SBA Y CEPAL.

Las clasificaciones, como se puede ver, son determinadas por entes organizados en bloques económicos como es el caso de la OCDE, la CE o la CEPAL; así también se encuentran clasificaciones que realizan los institutos de estadísticas de cada país como es el caso del INSEE de Francia. Por otro lado, están las clasificaciones que utilizan los diversos organismos que agrupan a empresarios, como es el caso de las SBA de Estados Unidos de Norteamérica.

3.7.1 Clasificación de las MIPYMES en Latinoamérica

En América Latina no existe homogeneidad al definir a las MIPYMES, lo cual dificulta su estudio y análisis. Es necesario señalar que muchos de los países presentan más de un criterio para definir a las MIPYMES, que varían dependiendo del sector en que se encuentran. En el cuadro siguiente se puede observar los criterios que aplica cada país bajo estudio. En Argentina donde el criterio de clasificación son las ventas anuales, la definición difiere (bajo el mismo criterio) dependiendo de si la empresa es manufacturera, comercial o de servicios. Bolivia maneja tres criterios: empleo, ventas y activos (los dos primeros calculados con base en salarios mínimos; el salario mínimo al cierre del año 2007, es de US \$75.00, sin embargo, la definición oficial es por empleo. En Brasil existen diversas definiciones de micro, pequeña y mediana empresa. Así, el Estatuto de la Microempresa y la Pequeña Empresa (Ley No. 9.841/99) o SIMPLES (Ley No. 9.317/96) utiliza el criterio de ventas brutas anuales para la clasificación de las empresas. Por el contrario, las definiciones utilizadas por el RAIS/MTE o de SEBRAE definen a las empresas en función del número de empleados. Chile maneja dos criterios, uno por empleo y otro por facturación (establecida en unidades de fomento UF, siendo este último el más utilizado. Colombia maneja los parámetros de empleo y activos y, según la Ley para el Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Ley 590, las MIPYMES se clasifican así: Microempresa: Personal no superior a 10 trabajadores. Activos totales inferiores a 501 salarios

mínimos mensuales legales vigentes (un salario mínimo mensual legal vigente equivalía a US \$215.00 en el año 2007). Pequeña Empresa: Personal entre 11 y 50 trabajadores. Activos totales mayores a 501 y menores a 5.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes. Mediana: Personal entre 51 y 200 trabajadores. Activos totales entre 5.001 y 30.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Para la clasificación de aquellas MIPYMES que presentan combinaciones de parámetros, el factor determinante es el de activos totales. Costa Rica, maneja criterios de empleo, ventas, activos, inversión en maquinaria, equipo y herramientas. En el Salvador, las autoridades gubernamentales de apoyo (La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa CONAMYPE y el Banco Multisectorial de Intervenciones BMI), combinan el número de empleos con el valor de los activos en sus definiciones de MIPYMES. Algunas entidades privadas de apoyo (como Swisscontac, GTZ y Fundapyme) centran su atención exclusivamente en el número de empleados. Guatemala tiene tres definiciones por empleo: una del Instituto Nacional de Estadística, otra de la Cámara de Comercio y una tercera de Promicro (OIT). La definición oficial se encuentra en el acuerdo gubernamental 178-2001, donde se clasifica a las micro, pequeñas y medianas empresas según el número de empleados con la participación del propietario. México cuenta con un solo criterio de definición (empleo). Sin embargo, la definición cambia dependiendo de si la unidad económica es manufacturera, comercial o de servicios. Panamá tiene una definición basada en ingresos brutos o la facturación anual. En Perú no existe una manera unívoca de medir el fenómeno de la MIPYME. En cualquier caso y siguiendo la clasificación propuesta por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), se utiliza el criterio de personas ocupadas. En Uruguay, el criterio de clasificación de empresas, establece las categorías de acuerdo con la cantidad de personal empleado, ventas anuales y la cifra de activos. En Venezuela, no existe una definición (ni conteo) oficial para las empresas comerciales y de servicios; sólo de las manufactureras. A partir de la promulgación del Decreto Ley para la Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria - PYMI (12/11/2001), se introduce una nueva definición que establece como parámetros para la PYMI, el número de empleados y el nivel de ventas en unidades tributarias. Como se puede observar en la mayoría de los casos, la categorización de las empresas, se hace principalmente sobre la base de la cantidad de personal empleado, vinculado con otros factores cuantitativos como volumen anual de facturación, valor de activos productivos y otros, ya sea tomados como límites absolutos, o mediante la

combinación de uno o más de ellos. Cada país utiliza un criterio de clasificación de acuerdo con las necesidades sociales, políticas y económicas que le rodean.

3.7.2 Importancia económica de las MIPYMES

Las MIPYMES en Latinoamérica juegan un importante papel de carácter social, tanto por su papel como creadoras de empleo y amortiguadores del problema de desempleo al ser intensivas en este factor, como por ser un instrumento de cohesión y estabilidad social al brindar oportunidades de empleo a colectivos semi o escasamente cualificados. No existe un acuerdo en los países latinoamericanos al definir a las MIPYMES, sin embargo, el criterio aplicado por el 85% de los países que conforman este estudio es el del número de personas ocupadas. Lo anterior se debe a la facilidad de conocer este dato y de este modo tener un parámetro accesible de clasificación. El segundo lugar, como criterio se aplica el de las ventas realizadas por las empresas; el 62% de los países en forma única o combinada aplican este criterio, el cual se considera como el más razonable, dado que es un parámetro válido para dimensionar a una empresa. En tercer lugar, está el criterio de los activos; el 38% de los países en forma única o combinada lo aplican. Con respecto a la forma de definir a las MIPYMES, se considera que no se podría definir con los mismos criterios para todos los sectores, ya que mientras que el sector manufacturero es intensivo en capital, tecnología y mano de obra calificada; los sectores comercio y servicios no requieren de grandes capitales para operar. Quizás la definición más adecuada para el sector manufacturero sería por el monto de activos fijos, mientras que para los sectores comercio y servicios, la definición podría basarse en el monto de ventas.

La importancia de las MIPYMES se ve reflejada en la composición empresarial que presentan los países bajo estudio, es decir la estructura de empresas por tamaño, de esta manera las microempresas representan en promedio el 89,85% del total de las empresas, mientras que las MIPYMES representan en promedio el 99,12% del total de las empresas. La mayor parte de las MIPYMES se encuentran ubicadas en las ciudades más importantes de los países bajo estudio, dadas la facilidad de obtención de materias primas y la cercanía a su mercado. La distribución sectorial de las MIPYMES muestra un predominio del sector comercial con un promedio de 49% mientras que el sector servicios alcanza un 38% en promedio, y el sector manufacturero apenas un 13% en promedio para los países bajo estudio. Esto es debido a la alta exigencia de mano de obra calificada e intensidad en capital que exige el sector industrial. La importancia económica de la MIPYME en Latinoamérica resalta en el hecho que cumple un papel fundamental en la

generación de empleo. al alcanzar un promedio de 64,26% del total de empleos para los países bajo estudio. Por todo lo anterior, se hace cada vez más necesario generar políticas que permitan fomentar y proteger a este tipo de entidades económicas ya que, como se ha demostrado, son un sector predominante en las economías latinoamericanas y tienen una gran importancia económica y social.

3.7.3 Turista y tipos de turismo.

Un turista es una persona que se desplaza hacia otras regiones o países con la finalidad de obtener nuevas experiencias, vivir momentos de tranquilidad o diversión, conocer otras culturas o visitar lugares específicos que están ausentes en la región de residencia habitual; entre muchas otras cosas. Desde esta perspectiva, puede entenderse que el rol del turista es el del consumidor de servicios relativos al transporte y a la estadía en otras regiones. El turista es el destinatario de la actividad económica que mueve enormes cifras de dinero por año. Los distintos gobiernos, en su afán de atraer turistas que consuman en el país y promover la industria, suelen desarrollar políticas acordes.

Según Quesada (2005), la clasificación de tipos de turismo se basa en los motivos que tienen las personas para hacer un viaje turístico. Por lo que cada categoría o agrupación estará integrada por aquellos que tengan en común la motivación que les caracteriza y los distingue como pertenecientes a ese grupo.

El fenómeno de la industria turística se clasifica generalmente en los siguientes tipos: Turismo de Aventura: comprende el turismo practicado por un amplio grupo de personas que se desplazan para realizar actividades deportivas terrestres, aéreas, marítimas y acuáticas. El turismo ecológico: en el cual se aprovechan los recursos de la naturaleza que promueve la conservación y los esfuerzos para un desarrollo sostenible. Turismo de salud: en donde se involucra a todas aquellas personas que se desplazan con el propósito de recibir tratamientos de naturaleza física y mental, que mejoren la salud. Turismo religioso: el cual comprende a todas aquellas personas que viajan con el propósito de participar en eventos religiosos de importancia internacional.

Turismo cultural: este tipo de turismo es practicado por personas con motivación de instruirse, estudiar las costumbres, las instituciones y la vida de los pueblos; conocer monumentos históricos, artísticos y arqueológicos o admirar las grandes realizaciones humanas. Turismo de sol y playa (Costa): modalidad de turismo que mayores flujos de pasajeros propicia a escala internacional, por atractivos turísticos como el mar y primordialmente las condiciones

climáticas subtropicales constituyen una motivación de viajes vacacionales de primer orden. Turismo de montaña: modalidad de turismo practicado por lo general en elevadas cumbres y espléndidos panoramas en busca de ecosistemas únicos. Muchos turistas acuden anualmente a las zonas montañosas, en busca de la majestuosa belleza, la variedad de posibilidades deportivas y el estilo de vida tradicional y a menudo pintoresca de sus pobladores.

Turismo de congresos y convenciones: realizar viajes para asistir a reuniones de diversa índole y se combinan las sesiones de trabajo con los recorridos turísticos que se programan o con las actividades y tours que se ofrecen como opcionales. Turismo de Negocios: son los viajes emprendidos para realizar en otro lugar diferente al de residencia, gestiones o labores propias de la empresa. Ecoturismo: se sustenta en los atractivos naturales y aporta recursos para su soporte, contribuyendo así a su conservación y al sostenimiento de las comunidades aledañas, que desarrollan esta actividad turística. El ecoturismo: se desarrolla básicamente en áreas protegidas. Turismo Rural Comunitario: experiencias turísticas planificadas e integradas sosteniblemente al medio rural y desarrolladas por los pobladores locales organizados para beneficio de la comunidad.

Capítulo 4: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

4.1 Aspectos generales (caracterización de las MIPYMES)

Para el análisis de resultados se encuestaron a las MIPYMES que estaban inscritas legalmente ante el Ministerio de Hacienda y también en el ICT, las cuales resultaron ser 86 empresas del sector hospedaje, de éstas, se alcanzó entrevistar a 45 empresas.

4.1.1 Años de operación.

Según el estudio realizado, la mayoría de la MIPYMES hoteleras del sector turismo de la zona del Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos cuentan con una gran experiencia en este servicio, en donde un 86.7% de las empresas encuestadas tienen más de 5 años desde que iniciaron operaciones hasta el día de hoy, lo cual es de apreciar, ya que con la creciente competitividad y el incremento de nuevos capitales extranjeros en la inversión de complejos hoteleros; se hace sumamente complicado poder mantenerse en este mercado.

Tabla 5

Años de operación de la MIPYMES hospedaje del sector turismo en el Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Rango en años	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 año	1	2,2
Entre 1 y 2 años	1	2,2
Entre 2 y 3 años	1	2,2
Entre 3 y 5 años	3	6,7
Más de 5 años	39	86,7
Total	45	100

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.1.2 Genero del propietario.

En este apartado los resultados muestran que mayoritariamente los hombres llevan la delantera, ya que son dueños de las empresas turísticas en el sector del Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos en un 77,8%, mientras que el restante 22,2% los representan las mujeres dueñas y gerentes de las MIPYMES.

Tabla 6

MIPYMES de hospedaje del sector turismo según género de los propietarios en el Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Genero	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	35	77,8
Femenino	10	22,2
Total	45	100,0

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.1.3 Nivel académico del propietario.

En la mayoría de las empresas, el grado académico de los empresarios puede marcar la diferencia con respecto a las otras, puesto que poseen más herramientas que otros empresarios con nivel académico bajo. En la tabla 6 se logra apreciar que el 62.2% de los empresarios posee un nivel universitario completo, lo cual es un porcentaje muy aceptable, mientras que el 11,1% tienen la universitaria incompleta, es decir, continúan sus estudios o abandonaron los estudios universitarios, sin embargo logran alcanzar ciertos conocimientos en el tema del turismo. Un 24.4% tiene la secundaria completa, por consiguiente, apenas lograron terminar el colegio y solo un 2.2% tiene un grado de escolaridad bajo, el cual comprende la primaria incompleta.

Tabla 7

Nivel académico de los propietarios de las MIPYMES hospedaje del sector turismo en el Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Grado académico	Frecuencia	Porcentaje
Primaria Incompleta	1	2,2
Primaria Completa	0	0
Secundaria completa	11	24,4
Universitaria incompleta	5	11,1
Universitaria completa	28	62,2
Total	45	100

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.1.4 Inscripción legal de la empresa.

Este punto es sumamente importante para la investigación, debido a que solo se podían entrevistar a empresas que estuviesen inscritas legalmente ante el Ministerio de Hacienda y el ICT. En la tabla 7 se logra apreciar como una notable mayoría de las empresas están inscritas mediante una sociedad anónima u otro tipo de sociedad, las cuales comprenden el 86,7% de las empresas encuestadas, mientras que el 13,3% de las MIPYMES están inscritas como personas físicas con actividades lucrativas.

Tabla 8

MIPYMES hospedaje del sector turismo por inscripción legal en el Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Inscripción legal	Frecuencia	Porcentaje
Persona Física con actividades lucrativas	6	13,3
Sociedad Anónima u otra	39	86,7
Régimen de tributación simplificada	0	0,0
No está inscrita	0	0,0
Total	45	100

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.1.5 Tamaño de la empresa.

Otro aspecto importante de esta investigación era conocer el tamaño de las empresas según su número de empleados para lograr ubicarlas en micro, pequeñas y medianas empresas. Los resultados arrojaron que el 17,8% de las empresas encuestadas son micro empresas, debido a que cuentan entre 1 y 5 empleados, el 46,7% corresponde a pequeñas empresas, las cuales abarcan de 6 a 15 colaboradores. Estas son las que más porcentaje de participación tienen en el mercado, mientras que el restante 35,6% de las empresas encuestadas se ubica como medianas, es decir, cuentan con un número de empleados entre 16 y 100.

Tabla 9

Tamaño de las MIPYMES turísticas del sector hospedaje, según número de colaboradores en el Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Tamaño	Frecuencia	Porcentaje
Microempresa	7	15,56
Pequeña	21	46,67
Mediana	17	37,78
Total	45	100

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.2 La planificación estratégica en MIPYMES del sector turismo.

En el siguiente apartado se hará una descripción de las principales características de las MIPYMES encuestadas desde la perspectiva de la planificación estratégica, las cuales permitirán conocer más a fondo la situación que enfrentan las empresas de este sector.

4.2.1 Planeamiento estratégico.

Hoy, el planeamiento estratégico es uno de los aspectos más relevantes dentro de las organizaciones, debido a que les ayuda a seguir una ruta para lograr alcanzar sus objetivos en un tiempo determinado, generalmente a cinco años. A continuación se analizarán los siguientes indicadores con el objetivo de profundizar y lograr de determinar el nivel de competitividad de las MIPYMES estudiadas.

4.2.1.1 *Indicador proceso.*

Uno de los indicadores que comprenden la planificación estratégica es el indicador proceso, el cual obtuvo un promedio general de 3.83 en la escala de 1 a 5, donde 1 representa una calificación muy baja y 5 muy alta, es decir, se podría situar en el nivel de competitividad 4 si se le redondea, donde 4 representa un nivel de competitividad alta. Los demás elementos que se evaluaron en la tabla son similares, de los cuales sobresale la característica de que las empresas formulan las estrategias competitivas al utilizar la técnica de comparar la empresa con mejores prácticas, en el que obtuvieron una evaluación de 3.91. Esto quiere decir que los empresarios se preocupan por mejorar cada vez más sus estrategias competitivas y con esto posicionarse cada vez más en el mercado turístico.

Tabla 10

Promedio de indicador proceso.

Ítem	Calificación
La empresa ha realizado un proceso de planeamiento estratégico en los últimos dos años.	3,82
La empresa tiene una estrategia básica de negocios escrita y conocida por todos los que deben ejecutarla.	3,87
Se está dando espacios para que todos se involucren con la planeación estratégica.	3,87
El planeamiento estratégico es el resultado de un trabajo en equipo y participan en su elaboración quienes son responsables por su ejecución y cumplimiento.	3,73
Se definen objetivos específicos, cuantificables y medibles, junto con un plazo de tiempo definido para su ejecución, por parte de las personas responsables del área involucrada.	3,78
Al planear se desarrolla un análisis FODA para la empresa y el sector donde esta opera con la adecuada participación de las áreas.	3,84
Se analiza con frecuencia el sector donde opera la empresa, considerando entre otros factores: nuevos proveedores, nuevos clientes, nuevos competidores, nuevos productos competidores, nuevas tecnologías y nuevas regulaciones.	3,84
Al formular las estrategias competitivas, se utiliza la técnica de comparar la empresa con mejores prácticas.	3,91
Promedio total	3,83

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.2.1.2 *Indicador implementación.*

Este indicador alcanzó una calificación de 3,90, lo que significa que las empresas están bien posicionadas en cuanto a la implementación de la planificación estratégica que formula la gerencia. Los aspectos evaluados en este indicador tuvieron una calificación muy similar, pero el aspecto más relevante fue donde el personal está activamente involucrado en el logro de los objetivos de la empresa, así como en los cambios que demanda la implementación de la estrategia. Esta característica obtuvo un puntaje de 3.89, no fue la más alta, pero representa el compromiso del equipo de trabajo de las empresas para lograr alcanzar todos los objetivos planteados.

Tabla 11

Promedio indicador implementación

Ítem	Calificación
------	--------------

El personal está activamente involucrado en el logro de los objetivos de la empresa, así como en los cambios que demanda la implementación de la estrategia. 3,89

El planeamiento estratégico da las pautas para la asignación general de recursos en cada área del negocio de la empresa con un seguimiento efectivo. 3,91

Promedio total 3,90

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.2.2 Resumen de la variable: planificación estratégica.

La planeación estratégica "es una transición ordenada entre la posición que una organización tiene ahora y la que desea para el futuro" (Martínez, 1994, p.98). Es necesario aclarar que la planeación estratégica no es la solución para todos los problemas por los que atraviesa una empresa, sin embargo, es una herramienta sumamente útil que puede ofrecer muchos beneficios si es utilizada en su momento y en la forma requerida.

La planificación estratégica nos brinda resultados importantes en el estudio de las MIPYMES del sector turismo en el Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos, donde el 40% de las empresas tuvieron una calificación alta, el 35,6% muy alta, el 22,2% una calificación media y apenas un 2,2% de las empresas una calificación baja. Esto quiere decir que actualmente las empresas estudiadas se preocupan por planificar estrategias y lograr desarrollarse competitivamente.

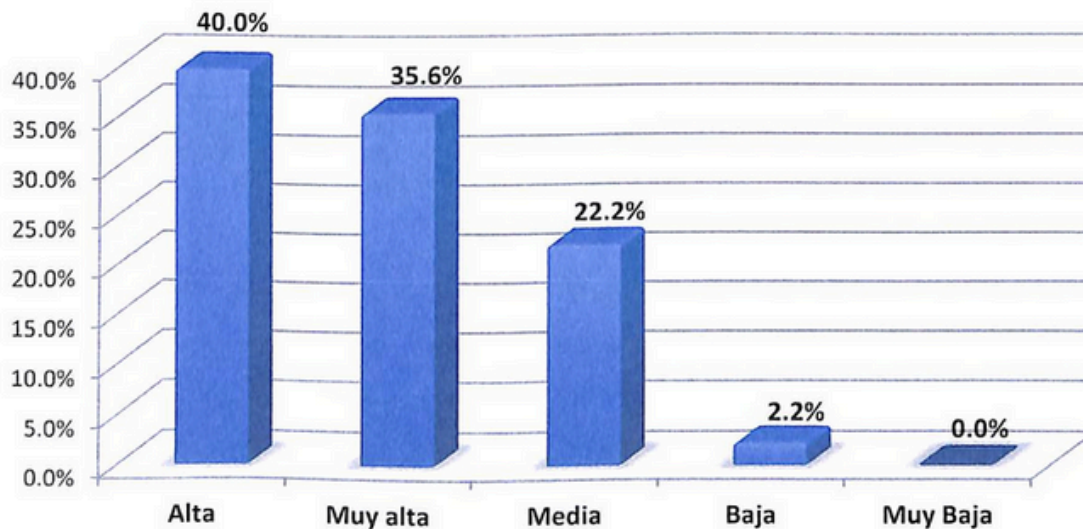


Figura 3. Competitividad según variable planificación por porcentajes. Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

Para complementar la información anterior, se detalla la nota de cada indicador de la variable: planificación estratégica, en donde el indicador: implementación, obtuvo una nota de 78, ubicándose en un nivel de competitividad alto, esto debido a que los empresarios hoteleros logran implementar dentro de sus empresas los planes de planificación estratégica planteados, mientras que el indicador: proceso, obtuvo una nota de 76,67 en el rango de competitividad alta, lo cual significa que los empresarios y colaboradores de las MIPYMES encuestadas no solo ponen en práctica los planes estratégicos de la empresa, sino que también llevan a cabo la mayoría de los procesos pertinentes a la planificación estratégica de la empresa.

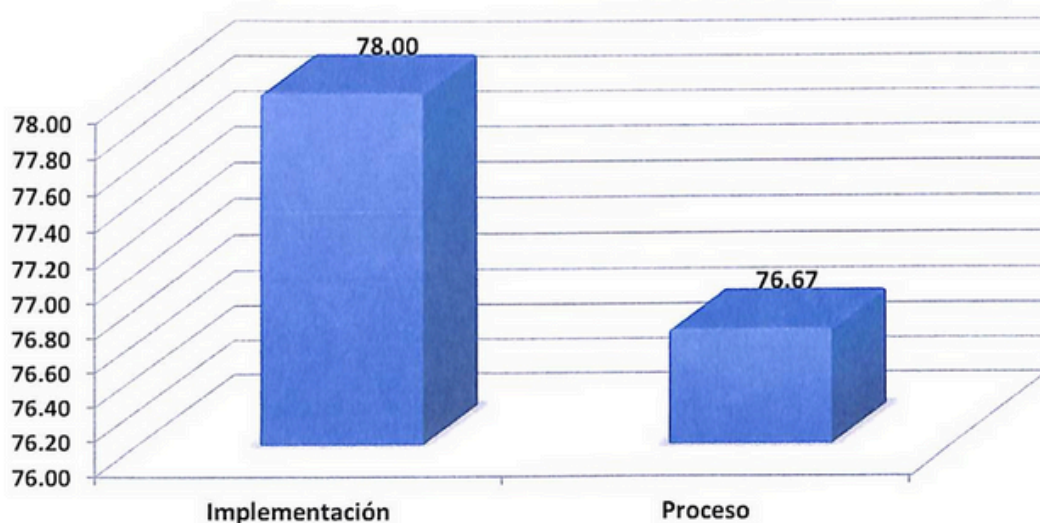


Figura 4. Nivel de competitividad de los indicadores de la variable: Planificación Estratégica por nota en las MYPYMES del sector turismo en Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos. Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

Comparando la planificación estratégica y su correlación con el tamaño de la empresa, micro, pequeña o mediana; se obtienen datos más específicos que permiten ver el comportamiento de la misma. Según los resultados obtenidos, las empresas del nivel micro muestran un nivel de competitividad de medio a muy bajo de un 43%, mientras que un 57% de alta a muy alta, lo que da a conocer que existe un nivel de competitividad aceptable en las microempresas del sector turismo. Las pequeñas empresas tienen un nivel de competitividad de medio a muy bajo del 28,6%, mientras que de alto a muy alto del 71,4%, muy superior al nivel de competitividad de las microempresas. En relación con las empresas medianas encuestadas, cabe

destacar que son las que se encuentran con el mejor nivel de competitividad, tienen un nivel de competitividad de medio a muy bajo del 11,8%, mientras que de alto a muy alto del 88,2%, Por lo anterior es evidente que las empresas medianas cuentan con un nivel muy superior con respecto a las micro y pequeñas, lo que da a entender que se encuentran mejor posicionadas en el en el aspecto de la planificación estratégica.

Tabla 12

Nivel de competitividad de la variable: planificación estratégica en relación con el tamaño de la empresa.

Nivel de competitividad	Tamaño de la empresa			Total
	Micro	Pequeña	Mediana	
Muy Baja	0%	0%	0%	0%
Baja	14,3%	0%	0%	2,2%
Media	28,6%	28,6%	11,8%	22,2%
Alta	42,9%	52,4%	23,5%	40,0%
Muy Alta	14,3%	19,0%	64,7%	35,6%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.3 El aseguramiento de la calidad en MIPYMES del sector turismo.

La calidad es otro de los aspectos importantes dentro de las empresas a la hora de competir con las demás, desde cosas pequeñas como lo son el acomodo de las toallas en el baño, hasta el orden y presentación de los colaboradores y la preparación de las comidas.

4.3.1 Aseguramiento de la calidad.

Actualmente se le presta mucha atención a este aspecto dentro de las empresas. La preocupación de los gerentes por brindar un servicio y producto de calidad, son cada día más relevantes dentro de las tareas de los colaboradores. Ser atentos, amables y velar porque los productos cumplan con altos estándares de calidad, es indispensable para que los clientes salgan satisfechos y por supuesto que vuelvan nuevamente. A continuación se analizarán los siguientes indicadores con el objetivo de profundizar y lograr de determinar el nivel de competitividad de las MIPYMES estudiadas.

4.3.1.1 Aspectos generales de la calidad.

Uno de los indicadores que comprende el aseguramiento de la calidad es el indicador: aspectos generales de la calidad, el cual tuvo un promedio general de 4,2 en la escala de 1 a 5, donde 1 representa una calificación muy baja y 5 muy alta, es decir, este indicador tiene un nivel de competitividad alta. Los elementos que se evaluaron en la tabla tuvieron una calificación similar, donde sobresale la característica de las normas de calidad para que todos los productos de la empresa estén debidamente documentados y sean conocidos por las personas responsables de su cumplimiento. Aquí las empresas obtuvieron una calificación de 4,2 en competitividad, lo cual quiere decir estas se preocupan por tener bien definidas sus estándares de calidad y de tener a una persona que vele por el cumplimiento de dichas medidas; esto con el objetivo de prestar el mejor servicio posible a los turistas.

Tabla 13

Promedio indicador aspectos generales de la calidad.

tem	Calificación
La gerencia general tiene como filosofía impulsar programas de calidad en la empresa y para ello capacita adecuadamente a sus empleados en aspectos de calidad y mejoramiento continuo.	4,02
Las normas de calidad para todos los productos de la empresa están debidamente documentadas y son conocidas por las personas responsables de su cumplimiento.	4,02
Promedio total	4,02

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.3.1.2 Sistema.

El otro indicador que comprende el aseguramiento de la calidad es el indicador: sistema, el cual obtuvo un promedio general de 3,98 en la escala de 1 a 5, donde 1 representa una calificación muy baja y 5 muy alta, es decir, este indicador tiene un nivel de competitividad alta. Los elementos que se evaluaron en la tabla, tuvieron una calificación similar, de los cuales resalta la característica en la cual los productos de la empresa cumplen con las normas técnicas establecidas para el sector, con un puntaje de 4, lo que indica que es una calificación alta. En este respecto a esto, es notorio que las empresas se preocupan por tener productos de calidad. En este caso el producto sería el servicio brindado por los colaboradores y gerentes de las MIPYMES de hospedaje del sector del Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos.

Tabla 14

Promedio indicador sistema.

Ítem	Calificación
Los productos de la empresa cumplen con las normas técnicas establecidas para el sector.	4
El sistema de calidad identifica las necesidades del cliente y lo compara con el producto ofrecido por la empresa para proponer mejoras o rediseños.	3,98
El sistema de calidad involucra los controles necesarios para identificar y medir defectos y sus causas en los procesos de producción. los retroalimenta para implementar acciones correctivas y les hace seguimiento.	3,98
En el proceso de selección de materias primas, existen especificaciones técnicas y se aplican los controles necesarios para verificar la calidad y retroalimentar el proceso de selección y compra.	3,98
Los resultados de las pruebas e inspecciones son claramente documentadas a través del proceso, desde la recepción de la materia prima hasta que los productos estén listos para su entrega.	3,98
Promedio total	3,98

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.3.2 Resumen de la variable: aseguramiento de la calidad.

La variable: aseguramiento de la calidad, ofrece resultados importantes en el estudio de las MIPYMES del sector turismo en el Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos, donde el 40% de las empresas tuvo una calificación muy alta, el 40% una calificación alta, el 15,6% una calificación media y apenas un 4,4% de las empresas una calificación baja. Esto quiere decir que actualmente las empresas estudiadas se preocupan por tener altos estándares de calidad respecto a los productos y servicios que brindan, al procurar que los clientes queden satisfechos con el tipo de servicio que se ofrece, lo que los incita a volver.

La calidad de los servicios y productos transmiten satisfacción, tanto a los clientes como a colaboradores y gerentes, por lo que se debe utilizar como una herramienta para lograr alcanzar el liderato dentro de las empresas del sector turismo. Actualmente se pueden encontrar empresas con altos estándares de calidad, inclusive a muchas les solicitan certificaciones internacionales para poder funcionar, tal es el caso de las normas ISO 9000, que miden todos los aspectos relevantes a la calidad.

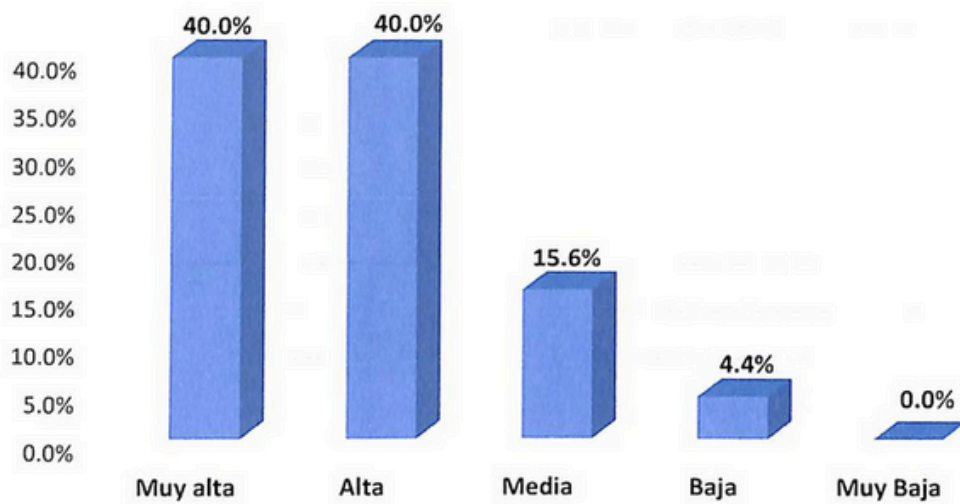


Figura 5. Nivel de competitividad de las MIPYMES turísticas, en relación con la variable de aseguramiento de la calidad. Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

Para complementar la información anterior se detalla la nota de cada indicador de la variable: aseguramiento de la calidad, en donde el indicador: aspectos generales de la calidad, obtuvo una nota de 80,4. Esto la ubica en un rango de competitividad muy alta, debido a que los empresarios hoteleros tienden a definir lineamientos para mantener un buen control de la calidad de sus productos y servicios dentro de sus empresas, mientras que el indicador: sistema de calidad, obtuvo una nota de 79,6 en el rango de competitividad alta, lo cual significa que los empresarios y colaboradores de las MIPYMES encuestadas, se preocupan por mantener un buen control de calidad sobre sus productos y servicios, para lograr satisfacer las necesidades de sus clientes.

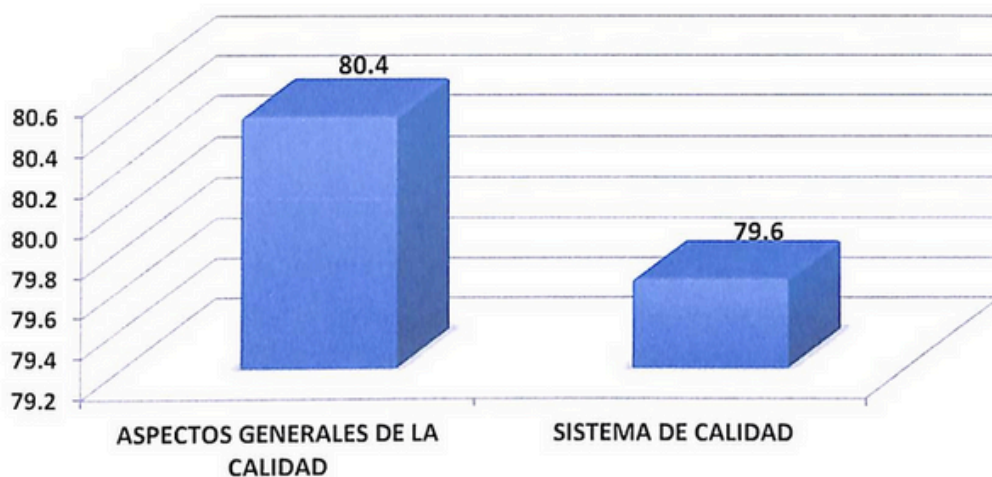


Figura 6. Nivel de competitividad de los indicadores de la variable: aseguramiento de la calidad, por nota en las MYPYMES del sector turismo en Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos. Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

Comparando la variable: aseguramiento de la calidad y su correlación con el tamaño de la empresa, micro, pequeña o mediana; se obtienen datos más específicos que permiten ver el comportamiento de la misma. Según los resultados obtenidos, las empresas del nivel micro muestran un nivel de competitividad de medio a muy bajo de un 57%, mientras que un 43% de alta a muy alta, lo que da a conocer que existe un nivel de competitividad aceptable en las microempresas del sector turismo. Las pequeñas empresas tienen un nivel de competitividad de medio a muy bajo del 19%, mientras que de alto a muy alto del 81%, muy superior al nivel de competitividad de las microempresas. En relación con las empresas medianas encuestadas, cabe rescatar que son las que se encuentran con el mejor nivel de competitividad, tienen un nivel de competitividad de medio a muy bajo del 5,9%, mientras que de alto a muy alto del 94,1%, Por lo anterior es indiscutible que las empresas medianas cuentan con un nivel muy superior con respecto a las micro y pequeñas, lo que da a entender que se encuentran mejor posicionadas en el en el aspecto de la aseguramiento de la calidad.

Tabla 15

Nivel de competitividad de la variable: aseguramiento de la calidad en relación con el tamaño de la empresa.

Nivel de competitividad	Tamaño de la empresa			Total
	Micro	Pequeña	Mediana	
Muy Baja	0%	0%	0%	0%
Baja	14,3%	4,8%	0,0%	4,4%
Media	42,9%	14,3%	5,9%	15,6%
Alta	28,6%	52,4%	29,4%	40,0%
Muy Alta	14,3%	28,6%	64,7%	40,0%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.4 La comercialización en MIPYMES del sector turismo.

La comercialización es otro de los aspectos relevantes dentro de las empresas a la hora de competir con las demás empresas. Para muestra está el caso de Coca Cola y MacDonaldis, los cuales siempre van un paso delante de la competencia. Con este análisis se logrará determinar el nivel de competitividad de las MIPYMES del sector turismo, visto desde la variable de comercialización.

4.4.1 Comercialización.

Actualmente la comercialización es un aspecto muy importante dentro de las empresas. Los constantes cambios han impulsado a los gerentes y equipos de trabajo a ser cada día más innovadores. Una buena colocación de un producto o servicio en el mercado es crucial para que una empresa logre permanecer en el mercado, es este caso el de las MIPYMES de hospedaje del sector turismo del Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos. A continuación se analizará los siguientes indicadores con el objetivo de profundizar y lograr de determinar el nivel de competitividad de las MIPYMES estudiadas

4.4.1.1 *Mercadeo y ventas.*

Uno de los indicadores que comprenden la variable: comercialización es el indicador de mercadeo y ventas, el cual tuvo un promedio general de 3,83 en la escala de 1 a 5, donde 1 representa una calificación muy baja y 5 muy alta, es decir, este indicador tiene un nivel de competitividad alta. Los elementos que se evaluaron en la tabla tuvieron una calificación similar, de los cuales sobresale la característica donde se evalúa que la empresa conoce los segmentos del mercado en que compete, su participación, crecimiento y rentabilidad para desarrollar estrategias comerciales para cada uno de ellos, en la cual las empresas obtuvieron una calificación de 3,87 en competitividad. Esto quiere decir que las empresas están al tanto de su situación con respecto al sector turístico y que constantemente desarrollan estrategias para mejorar los diversos puntos de participación, rentabilidad y crecimiento, para lograr ofrecer a los clientes el mejor servicio posible.

Tabla 16

Promedio indicador: mercadeo y ventas de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Ítem	Calificación
El proceso de planeamiento genera un plan de mercado anual, estricto y detallado, con responsables e índices de gestión claramente definidos.	3,73
La empresa tiene claramente definido su mercado objetivo, sus estrategias de penetración, posicionamiento y comercialización.	3,84
La empresa conoce los segmentos del mercado en que compete, su participación, crecimiento y rentabilidad y desarrolla estrategias comerciales para cada uno de ellos.	3,87
La empresa establece objetivos o cuotas de venta, de recaudo y de consecución de clientes nuevos a cada uno de sus vendedores y controla su cumplimiento.	3,87
La empresa dispone de información de sus competidores (en cuanto a reputación, calidad de sus productos y servicios, fuerza de ventas y precios).	3,76
Las estrategias, objetivos y precios de la empresa están determinados con base en el conocimiento de sus costos, la oferta, la demanda y la situación competitiva.	3,82
Los productos nuevos (menores de tres años) han generado un porcentaje importante de las ventas y de las utilidades totales de la empresa	3,84
Los recursos asignados al mercadeo (material publicitario, comisiones ...) son adecuados y se usan de manera eficiente.	3,87

La empresa dispone de un sistema de información y análisis que le permite obtener información actualizada sobre sus clientes, las necesidades y los factores que guían sus decisiones de compra. 3,82

Ítem	Calificación
La empresa evalúa periódicamente sus mecanismos de promoción, sistemas de información de mercados y seguimiento de tendencias	3,84
Promedio total	3.83

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.4.1.2 *Servicio al cliente.*

Otro de los indicadores que comprenden la variable: comercialización, es el indicador de servicio al cliente, el cual tuvo un promedio general de 3,87 en la escala de 1 a 5, donde 1 representa una calificación muy baja y 5 muy alta, es decir, este indicador tiene un nivel de competitividad alta. Los aspectos que se evaluaron en la tabla tuvieron una calificación similar, de los cuales sobresale la característica en la que la empresa tiene sistema de investigación que le permite conocer el nivel de satisfacción del cliente, lo documenta y toma acciones con base en su análisis. Aquí las empresas obtuvieron una calificación de 3,91 en competitividad, esto quiere decir que se preocupan por medir su rendimiento en satisfacción al cliente y que además utilizan bases de datos que les permiten mejorar continuamente con base en estas investigaciones.

Tabla 17

Promedio indicador servicio al cliente de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Ítem	Calificación
El personal que tiene contacto con el cliente es consciente de sus responsabilidades y tienen suficiente autonomía para atender adecuadamente sus necesidades.	3,87
La empresa tiene sistema de investigación que le permite conocer el nivel de satisfacción del cliente, lo documenta y toma acciones con base en su análisis.	3,91
La empresa dispone de catálogos y especificaciones técnicas de sus productos.	3,84
Promedio total	3,87

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.4.1.3 *Distribución.*

El último indicador que comprende la variable: comercialización es el indicador de distribución, el cual tuvo un promedio general de 3,87 en la escala de 1 a 5, donde 1 representa una calificación muy baja y 5 muy alta, es decir, este indicador tiene un nivel de competitividad alta. Los aspectos que se evaluaron en la tabla tuvieron la misma calificación, de los cuales sobresale la característica en la que la empresa posee una fuerza de ventas capacitada, motivada y competente que apoya el cumplimiento de los objetivos de la empresa, en la cual las empresas obtuvieron una calificación de 3,87 en competitividad. Esto quiere decir que las empresas poseen colaboradores que están compenetrados al 100% con la empresa y que además tener este tipo de colaboradores les permite conseguir más clientes y por ende mejorar los rendimientos, tanto financieros como de reconocimiento social.

Tabla 18

Promedio indicador Distribución de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Ítem	Calificación
La empresa posee una fuerza de ventas capacitada, motivada y competente que apoya el cumplimiento de los objetivos de la empresa.	3,87
La empresa ha desarrollado un sistema eficiente de distribución que permite llevar sus productos a sus clientes cuando y donde ellos lo necesiten.	3,87
La empresa prefiere contratar vendedores con vínculo laboral en lugar de independientes sin vínculo laboral.	3,87
Promedio total	3,87

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.4.2 **Resumen de la variable: comercialización.**

La variable comercialización brinda resultados importantes en el estudio de las MIPYMES del sector turismo en el Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos, donde el 55,6% de las empresas tuvo una calificación muy alta, el 31,1% un calificación alta, el 11,1% una calificación media y apenas un 2,2% de las empresas una calificación baja. Esto quiere decir que actualmente las empresas estudiadas se preocupan por tener buenos sistemas de comercialización que les brinden datos importantes sobre su sector y que además les permitan llegar de forma estratégica

hasta sus clientes por medio de un mercadeo eficiente. Generalmente el éxito de las empresas se basa en su reputación y esto se logra con un buen sistema de comercialización. En este caso las MIPYMES estudiadas, cuentan un alta competitividad respecto a este tema, claro está el hecho de que siempre se debe buscar la mejora continua.

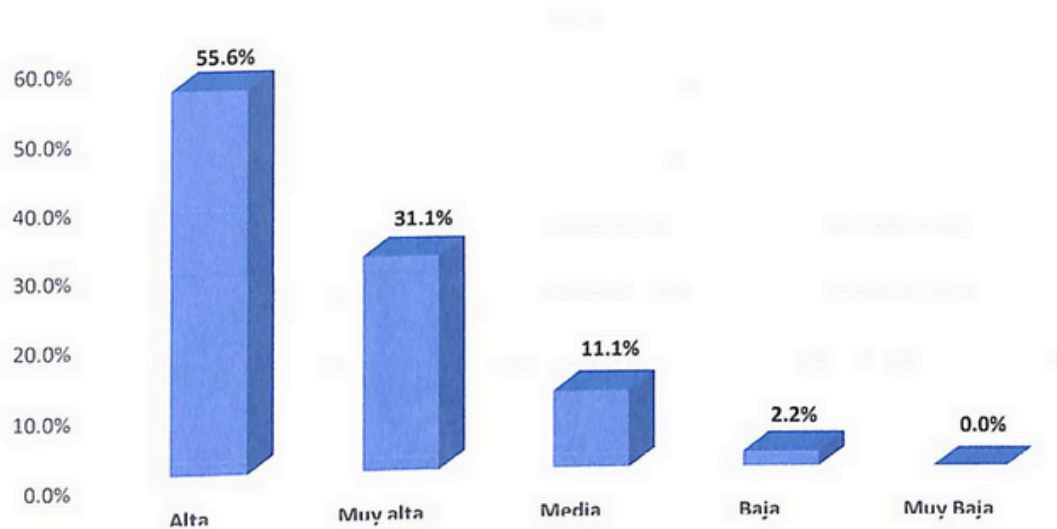


Figura 7. Nivel de competitividad de las MIPYMES turísticas, en relación con la variable de comercialización. Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

Para complementar la información anterior, se detalla la nota de cada indicador de la variable: comercialización, en donde el indicador: servicio al cliente obtuvo una nota de 77,48 ubicándose en un rango de competitividad alta. Esto tiene relación con la medida que toman los empresarios y colaboradores de las MIPYMES por brindar un servicio a los clientes con excelencia. Por otra parte, el indicador: distribución, obtuvo una nota de 77,33 en el rango de competitividad alta, lo cual significa que los empresarios y colaboradores de las MIPYMES encuestadas poseen un buen control sobre la distribución de sus productos y servicios para lograr satisfacer las necesidades de sus clientes y, por último, se encuentra el indicador mercadeo y ventas, el cual obtuvo una calificación de 76,53, la que se considera alta, donde las empresas utilizan de manera razonable las redes sociales para poder llegar al cliente meta, además de la

buena preparación en ventas de sus colaboradores; no obstante, siempre hay aspectos en que las empresas pueden mejorar.

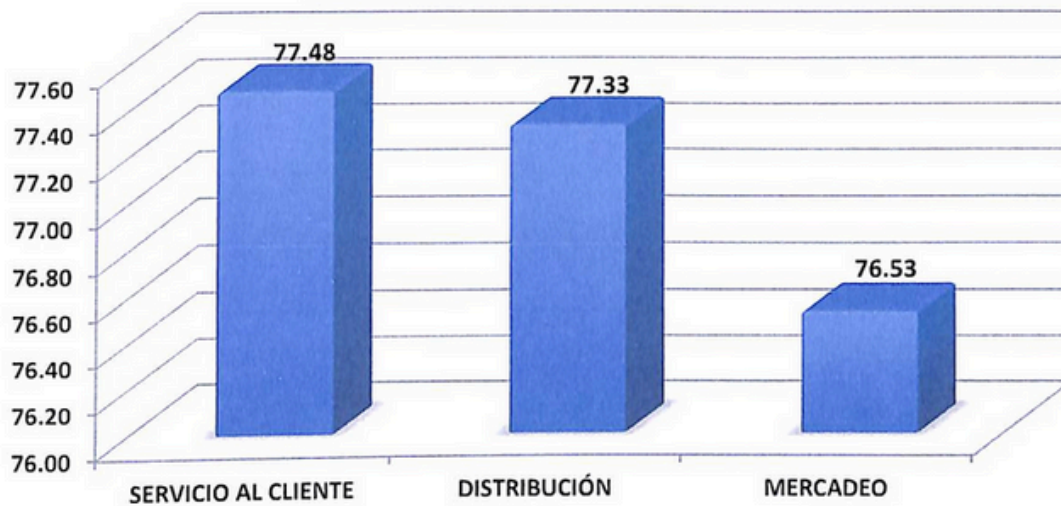


Figura 8. Nivel de competitividad de los indicadores de la variable: comercialización por nota en las MYPYMES del sector turismo en Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos. Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

Al comparar la variable: comercialización y su relación con el tamaño de la empresa, micro, pequeña o mediana, se obtienen datos más concretos que permiten ver el comportamiento de la misma. Según los resultados obtenidos, las empresas del nivel micro muestran un nivel de competitividad de medio a muy bajo de un 28,6%, mientras que un 71,4% de alta a muy alta, lo que da a conocer que existe un nivel de competitividad aceptable en las microempresas del sector turismo. Las pequeñas empresas tienen un nivel de competitividad de medio a muy bajo del 19%, mientras que de alto a muy alto del 81%, muy superior al nivel de competitividad de las microempresas. En relación con las empresas medianas encuestadas, cabe rescatar que son las que se encuentran con el mejor nivel de competitividad, puesto que no tienen empresas por debajo de los niveles muy alto y alto, del cual el 100% de las empresas encuestadas tienen altos niveles de competitividad, donde el 58,8% de la medianas empresas tienen una calificación alta y el restante 41,2% de las medianas empresas una calificación muy alta. Por lo anterior, es evidente que las empresas medianas cuentan con un nivel muy superior con respecto a las micro y

pequeñas, lo que da a entender que se encuentran mejor posicionadas en el en el aspecto de la comercialización.

Tabla 19

Nivel de competitividad de la variable: comercialización en relación con el tamaño de la empresa.

Nivel de competitividad	Tamaño de la empresa			
	Micro	Pequeña	Mediana	Total
Muy Baja	0%	0%	0%	0%
Baja	14,3%	0,0%	0,0%	2,2%
Media	14,3%	19,0%	0,0%	11,1%
Alta	57,1%	52,4%	58,8%	55,6%
Muy Alta	14,3%	28,6%	41,2%	31,1%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.5 Contabilidad y finanzas en MIPYMES del sector turismo.

La contabilidad y finanzas es uno de los puntos más fuertes de las empresas a la hora de competir con otras. Una empresa que no tenga buenas bases de administración de las finanzas, estará destinada tarde o temprano a fracasar, puesto que no mantienen el control de sus números en cuanto a gastos e ingresos. Esta variable permitirá conocer el nivel de competitividad que tienen las MIPYMES de hospedaje del sector turismo de Manuel Antonio y Quepos.

4.5.1 Contabilidad y finanzas.

En la actualidad, la contabilidad y finanzas son un punto muy importante dentro de las empresas. La contabilidad le permite a las empresa no solo mantener un buen control sobre su situación financiera, sino que les permite observar que pueden mejorar y que deben implementar para lograr obtener mejores resultados económicos, ya sea el retiro de un departamento o la inversión en la ampliación de las instalaciones e implementación de nuevas atracciones. A continuación se analizarán los siguientes indicadores con el objetivo de profundizar y lograr de determinar el nivel de competitividad de las MIPYMES estudiadas.

4.5.1.1 *Monitoreo de costos y contabilidad.*

Un indicador importante que compone la variable: contabilidad y finanzas, es el indicador de monitoreo de costos y contabilidad, el cual tuvo un promedio general de 3,97 en la escala de 1 a 5, donde 1 representa una calificación muy baja y 5 muy alta, es decir, este indicador tiene un nivel de competitividad alta. Los aspectos que se evaluaron en la tabla tuvieron calificaciones similares, de los cuales sobresale la característica en la que si en la empresa existen sistemas claros para definir los costos de la empresa, dependiendo de las características de los productos y de los procesos, en la cual las empresas obtuvieron una calificación de 4 en competitividad, esto quiere decir que las empresas invierten en la atención de los costos de los servicios que brindan y de los procesos que realizan para dar sus servicios, al procurar siempre tener un buen control de sus costos.

Tabla 20

Promedio indicador: monitoreo de costos y contabilidad de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Ítem	Calificación
El sistema de contabilidad y costos prevé información confiable, suficiente, oportuna y precisa para la toma de decisiones.	3,91
La gerencia general recibe los informes de los resultados contables en los diez primeros días del mes siguiente periódicamente (quincenal o mensualmente) se preparan reportes de cuentas por cobrar organizados por períodos de ambigüedad.	3,98
La empresa tiene un sistema establecido para contabilizar y rotar sus inventarios.	3,98
Existe un sistema claro para definir los costos de la empresa, dependiendo de las características de los productos y de los procesos.	4,00
Promedio total	3,97

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.5.1.2 *Administración financiera.*

Otro indicador relevante que compone la variable: contabilidad y finanzas, es el indicador de administración financiera, el cual tuvo un promedio general de 4,03 en la escala de 1 a 5, donde 1 representa una calificación muy baja y 5 muy alta, es decir, este indicador tiene un nivel de competitividad alta. Los aspectos que se evaluaron en la tabla tuvieron calificaciones similares,

de los cuales sobresale la característica en la que las empresas comparan mensualmente los resultados financieros con los presupuestos, se analizan las variaciones y se toman acciones correctivas. Aquí las empresas obtuvieron una calificación de 4,04 en competitividad, esto quiere decir que los empresarios se preocupan por el cumplimiento de sus presupuestos y además revisan en qué pueden mejorar sus finanzas.

Tabla 21

Promedio indicador: administración financiera de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Ítem	Calificación
La empresa tiene una planeación financiera formal (presupuesto de ingresos y egresos, flujo de caja, razones financieras, punto de equilibrio, etc.).	4,02
La empresa conoce la rentabilidad de cada producto o línea de productos.	4,02
Se comparan mensualmente los resultados financieros con los presupuestos, se analizan las variaciones y se toman acciones correctivas.	4,04
La empresa evalúa la utilidad de sus inversiones, en equipo y otros activos fijos, y en general de inversiones.	4,02
Promedio total	4,03

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.5.1.3 Normas legales y tributarias.

Por último, se encuentra el indicador de: normas legales y tributarias que compone la variable contabilidad, el cual tuvo un promedio general de 4,03 en la escala de 1 a 5, donde 1 representa una calificación muy baja y 5 muy alta, es decir, este indicador tiene un nivel de competitividad alta. Los aspectos que se evaluaron en la tabla, proyectaron calificaciones similares, de los cuales sobresale la característica en donde las empresas tienen claramente definido el calendario tributario de la empresa, con fechas definidas de entrega de declaraciones y otros documentos, en la cual las empresas obtuvieron una calificación de 4,04 en competitividad, lo que significa que los empresarios están al tanto del calendario planteado por el Ministerio de Hacienda, esto con ayuda de los contadores que están al servicio de las MIPYMES turísticas.

Tabla 22

Promedio indicador: normas legales y tributarias de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Ítem	Calificación
Se ha evaluado la inscripción de la empresa ante la superintendencia de industria y comercio, cámara de comercio y la DIAN a la luz de su objetivo social.	4,04
Se tiene claramente definido el calendario tributario de la empresa, con fechas definidas de entrega de declaraciones y otros documentos.	4,04
La empresa aplica los respectivos indicadores a sus declaraciones tributarias y se monitorean los resultados.	4,02
La empresa tiene una planificación tributaria definida, conoce los montos aproximados por pagar en el período gravable de los diferentes impuestos, tasas y contribuciones.	4,02
Promedio total	4,03

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.5.2 Resumen de la variable contabilidad y finanzas.

La variable contabilidad y finanzas, brinda resultados importantes en el estudio de las MIPYMES del sector turismo en el Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos, donde el 44,4% de las empresas tuvo una calificación muy alta, el 44,4% una calificación alta, el 6,7% una calificación media y apenas un 4,4% de las empresas, una calificación baja. En este caso las MIPYMES estudiadas obtuvieron una buena calificación, debido a que en el estudio solo entraron empresas que estuvieran debidamente inscritas ante el Ministerio de Hacienda, por lo cual todas utilizan los servicios de contadores para llevar un control de sus finanzas.

La contabilidad permite preparar y determinar de forma efectiva y evidente todos los estados contables, lo que permite tomar decisiones acertadas para lograr maximizar los recursos económicos de la empresa y por ende obtener un buen rendimiento por las operaciones realizadas diariamente.

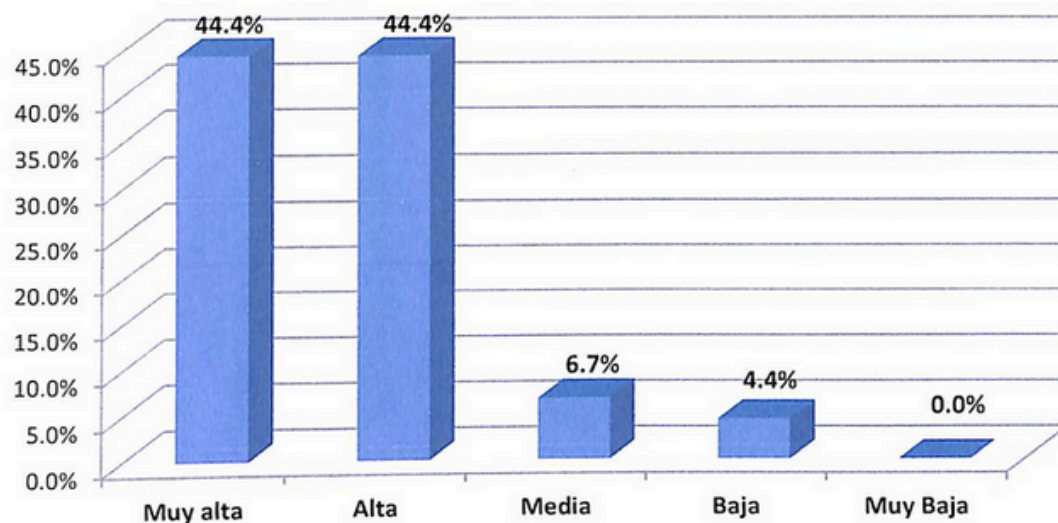


Figura 9. Nivel de competitividad de las MIPYMEs turísticas, en relación con la variable de contabilidad y finanzas. Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

Para complementar la información anterior, se detalla la nota de cada indicador de la variable contabilidad y finanzas, en donde el indicador: administración financiera, obtuvo una nota de 80,56 ubicándose en un rango de competitividad muy alta. Esto se relaciona con la buena gestión que tienen los gerentes de las MIPYMEs encuestados en los aspectos financieros. Por otra parte, el indicador: normas legales y tributarias, obtuvo una nota de 80,44, también ubicándose en un rango de competitividad muy alta. Esto quiere decir que los empresarios turísticos acatan todas las normas legales que rigen al sector turismo y las tributarias que rigen a las empresas en Costa Rica. Por último, se encuentra el indicador: monitoreo de contabilidad y costos, el cual obtuvo una calificación de 79,33, la que se considera alta, donde las empresas utilizan de manera eficiente los sistemas contables para tomar decisiones pertinentes a lo que se observe en los estados financieros.

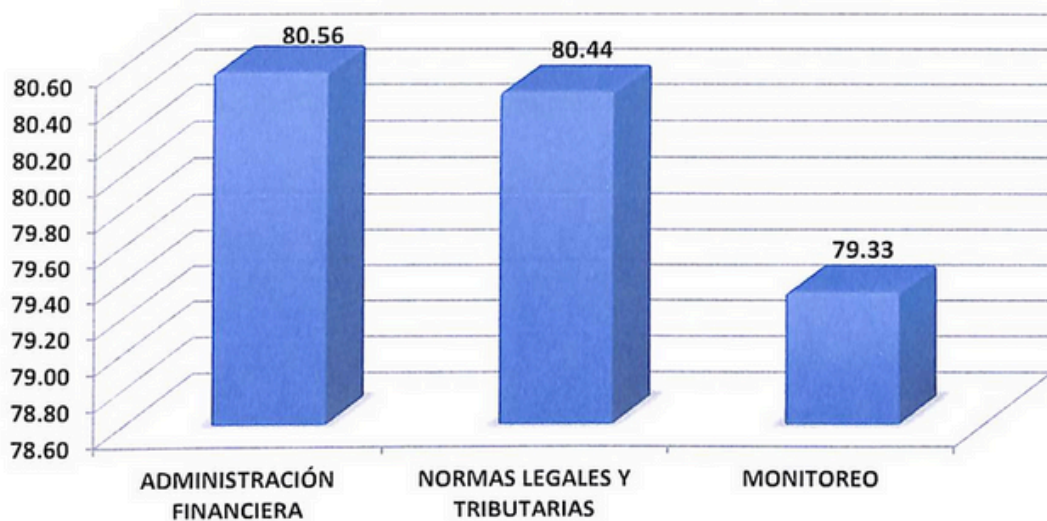


Figura 10. Nivel de competitividad de los indicadores de la variable: contabilidad y finanzas por nota en las MYPYMES del sector turismo en Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos, 2017. Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

Comparando la variable contabilidad y finanzas en su correlación con el tamaño de la empresa, micro, pequeña o mediana; se obtienen datos más específicos que permiten ver el comportamiento de la misma. Según los resultados obtenidos, las empresas del nivel micro muestran un nivel de competitividad de medio a muy bajo de un 14,3%, mientras que un 85,7% de alta a muy alta, lo que da a conocer que existe un nivel de competitividad aceptable en las microempresas del sector turismo. Las pequeñas empresas tienen un nivel de competitividad de medio a muy bajo del 14,3%, mientras que de alto a muy alto un 85,7%, el mismo nivel de competitividad de las microempresas. En correspondencia con las empresas medianas encuestadas, se debe resaltar que son las que se encuentran con el mejor nivel de competitividad, tienen un nivel de competitividad de medio a muy bajo del 5,9%, por otro lado las de alto a muy alto un 94,1%, Por lo anterior, es indiscutible que las empresas medianas cuentan con un nivel muy superior con respecto a las micro y pequeñas, lo que da a entender que se encuentran mejor posicionadas en el aspecto de la contabilidad y finanzas.

Tabla 23

Nivel de competitividad de la variable: contabilidad y finanzas, en relación con el tamaño de la empresa.

Nivel de competitividad	Tamaño de la empresa			
	Micro	Pequeña	Mediana	Total
Muy Baja	0%	0%	0%	0%
Baja	14,3%	4,8%	0,0%	4,4%
Media	0,0%	9,5%	5,9%	6,7%
Alta	57,1%	57,1%	23,5%	44,4%
Muy Alta	28,6%	28,6%	70,6%	44,4%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.6 Recursos Humanos en MIPYMES del sector turismo.

Uno de los objetivos de la investigación es medir el nivel de competitividad de las MYPYMES en el sector turismo con relación a la variable: recursos humanos, lo que va a determinar el grado de importancia que las micro, pequeñas y medianas empresas asumen a la hora de llevar a cabo sus procesos en el área de recursos humanos de la organización. Recursos humanos es factor muy importante para las empresas a la hora de competir con las demás. No solamente busca contratar al personal más capacitado, sino que también busca velar por el bienestar de los colaboradores con que cuenta la empresa.

4.6.1 Recursos Humanos.

La variable: recursos humanos, desempeña un papel muy importante dentro de las empresas, la cual permite tener un buen control del personal que ingresa a la empresa, mantiene y remunera mediante incentivos a los buenos colaboradores, logra promover las buenas relaciones laborales y consigue que los colaboradores contribuyan en el alcance de los objetivos de la organización. Con el fin de determinar su nivel de competitividad, se analizará los siguientes indicadores de acuerdo con la encuesta realizada a las MYPYMES de hospedaje del sector turismo en el Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos.

4.6.1.1 Aspectos Generales.

El primer indicador que conforma la variable: recursos humanos es el de aspectos generales, el cual obtuvo un promedio general de 3,92 en la escala de 1 a 5, donde 1 representa una calificación muy baja y 5 muy alta, es decir, este indicador tiene un nivel de competitividad alta. Los aspectos que se evaluó en la tabla, tuvieron una calificación similar, de los cuales sobresale la característica en la que la empresa tiene un organigrama escrito e implantado donde las líneas de autoridad y responsabilidad están claramente definidas. Aquí las empresas obtuvieron una calificación de 3,98 en competitividad, lo cual quiere decir que el departamento de recursos humanos tiene los organigramas bien definidos, es decir, existe un gerente, asistente, colaboradores...

Tabla 24

Promedio indicador aspectos generales de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Ítem	Calificación
La empresa tiene un organigrama escrito e implantado donde las líneas de autoridad y responsabilidad están claramente definidas.	3,98
La empresa tiene políticas y manuales de procedimientos escrito, conocidos y acatados por todo el personal.	3,93
Existe una junta directiva que lidera la empresa.	3,89
La empresa cumple con todos los requisitos legales vigentes (ISS u otra EPS, SENA, caja de compensación, reglamento de trabajo, reglamento de seguridad industrial...)	3,89
Promedio total	3,92

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.6.1.2 Capacitación y promoción del personal.

El segundo indicador que conforma la variable: recursos humanos, es el indicador de capacitación y promoción del personal, el cual obtuvo un promedio general de 3,88 en la escala de 1 a 5, donde 1 representa una calificación muy baja y 5 muy alta, es decir, este indicador tiene un nivel de competitividad alta. Los aspectos que se evaluaron en la tabla tuvieron una calificación pareja, de los cuales sobresale la característica en la que la empresa tiene un programa definido para la capacitación de todo su personal y a todo el personal nuevo se le da

una inducción a la empresa, en la cual las empresas obtuvieron una calificación de 3,89 en competitividad. Esto significa que los empresarios turísticos se han preparado para dar capacitaciones e inducciones al personal nuevo en las empresas, lo cual ayuda a mejorar el desempeño de los nuevos colaboradores.

Tabla 25

Promedio indicador capacitación y promoción del personal de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Ítem	Calificación
La empresa tiene un programa definido para la capacitación de todo su personal y a todo el personal nuevo se le da una inducción a la empresa.	3,89
Las habilidades personales, las calificaciones, el deseo de superación, la creatividad y la productividad; son criterios claves para la remuneración y promoción del personal, así como para la definición de la escala salarial.	3,87
Promedio total	3,88

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.6.1.3 *Cultura organizacional.*

El tercer indicador que forma la variable: recursos humanos, es el indicador de cultura organizacional, el cual obtuvo un promedio general de 3,87 en la escala de 1 a 5, donde 1 representa una calificación muy baja y 5 muy alta, es decir, este indicador tiene un nivel de competitividad alta. Los aspectos que se evaluó en la tabla obtuvieron una calificación similar, de los cuales sobresale la característica en la que la empresa ha establecido programas e incentivos para mejorar el clima laboral. Aquí las empresas obtuvieron una calificación de 3,89 en competitividad, esto quiere decir que el departamento de recursos humanos ha invertido el tiempo en realizar actividades que permitan mejorar la comunicación y el clima laboral de los colaboradores, generalmente lo realizan mediante actividades extra oficina, como los son partidos de futbol o reuniones en casa de los compañeros.

Tabla 26

Promedio indicador: cultura organizacional de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Ítem	Calificación
Existe una buena comunicación oral o escrita a través de los diferentes niveles de la compañía.	3,87
La empresa logra que el personal desarrolle un sentido de pertenencia.	3,87
El trabajo en equipo es estimulado a través de todos los niveles de la empresa.	3,84
La empresa ha establecido programas e incentivos para mejorar el clima laboral.	3,89
Promedio total	3,87

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.6.1.4 *Salud y seguridad industrial.*

El último indicador que forma la variable: recursos humanos, es el indicador de salud y seguridad industrial, el cual obtuvo un promedio general de 3,94 en la escala de 1 a 5, donde 1 representa una calificación muy baja y 5 muy alta, es decir, este indicador tiene un nivel de competitividad alta. Los aspectos que se evaluaron en la tabla, obtuvieron una calificación similar, de los cuales sobresale la característica en la que la empresa lleva un registro de ausentismo ocasionado por enfermedades, accidentes de trabajo y otras causas, en la cual las empresas obtuvieron una calificación de 3,98 en competitividad. Esto quiere decir que el departamento de Recursos Humanos tiene un control claro sobre estos aspectos y que se preocupa por la salud de sus colaboradores. Además, tratan de corregir cualquier falta en el área de trabaja para evitar que sucedan accidentes.

Tabla 27

Promedio indicador: salud y seguridad industrial de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Ítem	Calificación
La empresa tiene un programa de salud ocupacional implementado (plan de prevención de enfermedades, ocupacionales, seguridad laboral, planes de emergencia...).	3,91

La planta, los procesos y los equipos están diseñados para procurar un ambiente seguro para el trabajador.	3,93
La empresa tiene un programa de seguridad industrial para prevenir accidentes de trabajo, los documenta cuando ocurren y toma acciones preventivas y/o correctivas.	3,93
La empresa lleva un registro de ausentismo ocasionado por enfermedades, accidentes de trabajo y otras causas.	3,98
Promedio total	3,94

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.6.2 Resumen de la variable: recursos humanos.

De la variable: recursos humanos, se obtuvo resultados significativos en el estudio de las MIPYMES del sector turismo en el Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos, donde el 44,4% de las empresas tuvo una calificación muy alta, el 42,2% una calificación alta, el 11,1% una calificación media y apenas un 2,2% de las empresas, una calificación baja. El departamento de Recursos Humanos permite tener en las empresas al personal mejor calificado para el desempeño de los puestos de trabajo, pero también se encarga de velar por el bienestar de todos los colaboradores, siendo esta una parte fundamental de las MIPYMES encuestadas. Esto porque los colaboradores son la cara de la empresa, que generalmente está en la atención de turistas extranjeros, lo que desencadena que entren divisas al país y provoque que parte de la economía del país crezca.

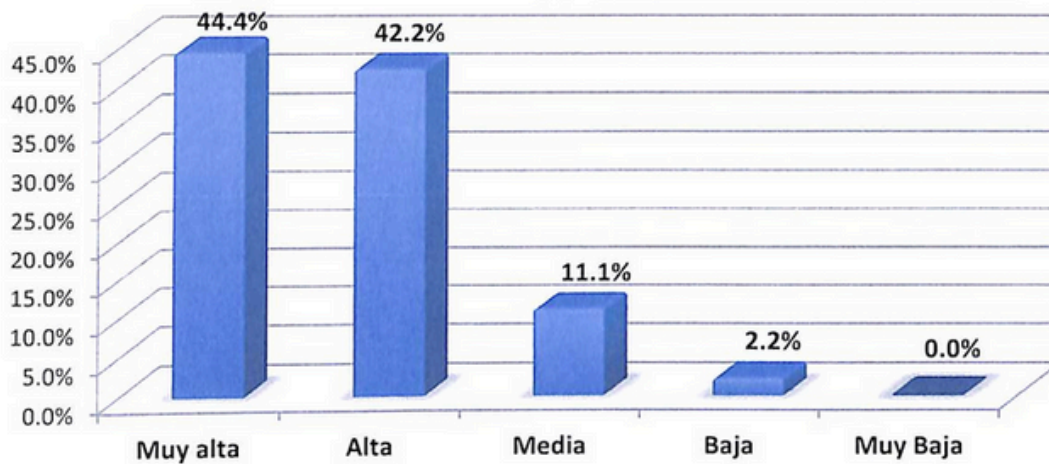


Figura 11. Nivel de competitividad de las MIPYMES turísticas, en relación con la variable de recursos humanos. Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

Para complementar la información anterior, se detalla la nota de cada indicador de la variable: recursos humanos, en donde el indicador salud y seguridad ocupacional obtuvo una nota de 78,89 ubicándose en un rango de competitividad alta, esto se relaciona con la buena gestión por parte del departamento de recursos humanos de las MIPYMES encuestadas en cuanto a la salud y seguridad que deben tener sus colaboradores dentro y fuera de la empresa. Por otra parte, el indicador: aspectos generales, obtuvo una nota de 78,44 también ubicándose en un rango de competitividad alta. Además, el indicador: capacitación, tuvo una nota de 77,56 ubicándose en un rango de competitividad alto, lo que significa que los empresarios se encargan la mayoría de la veces de brindar una buena capacitación a sus nuevos colaboradores y de dotar de nuevas herramientas a los colaboradores que tienen algún tiempo de estar en la empresa. Por último, se encuentra el indicador: cultura organizacional, el cual obtuvo una calificación de 77,4 la cual se considera alta. Esto quiere decir que generalmente existe en las empresas un clima organizacional adecuado, es decir, hay buena comunicación entre los colaboradores y gerentes, lo cual conlleva a la unión del equipo de trabajo.

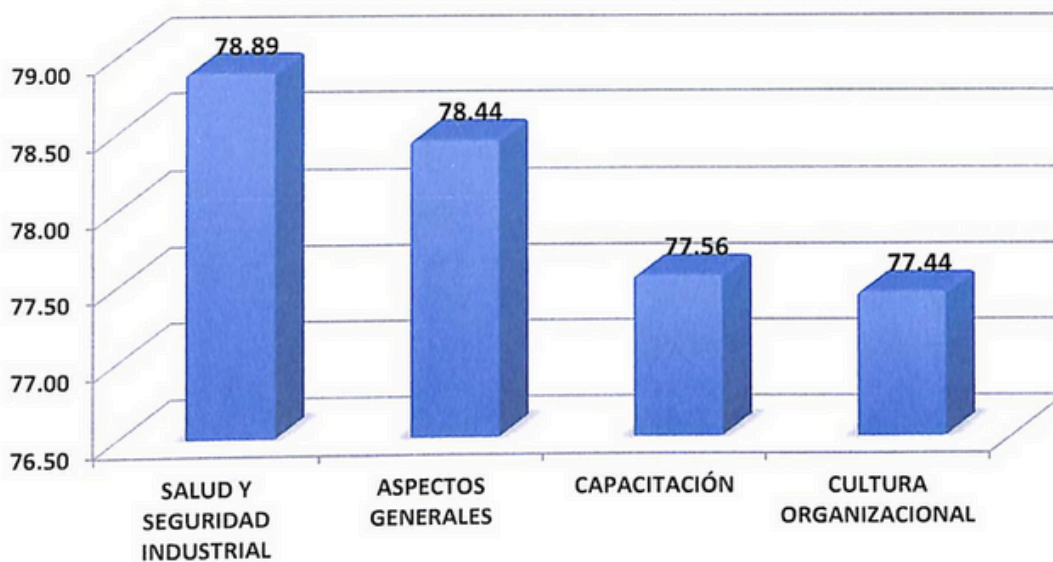


Figura 12. Nivel de competitividad de los indicadores de la variable: recursos humanos por nota en las MYPYMES del sector turismo en Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos. Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

Si se compara la variable: recursos humanos en su correlación con el tamaño de la empresa, micro, pequeña o mediana; se obtienen datos más específicos que permiten ver el comportamiento de la misma. Según los resultados obtenidos, las empresas del nivel micro muestran un nivel de competitividad de medio a muy bajo de un 14,3%, mientras que un 85,7% de alta a muy alta, lo que da a conocer que existe un nivel de competitividad admisible en las microempresas del sector turismo. Las pequeñas empresas tienen un nivel de competitividad de medio a muy bajo del 19%, mientras que de alto a muy alto del 81%, el mismo nivel de competitividad de las microempresas. En correspondencia con las empresas medianas encuestadas, se debe resaltar que son las que se encuentran con el mejor nivel de competitividad, tienen un nivel de medio a muy bajo del 5,9%, mientras que de alto a muy alto del 94,1%. Por lo anterior es indiscutible que las empresas medianas cuentan con un nivel muy superior con respecto a las micro y pequeñas, lo que da a entender que se encuentran mejor posicionadas en el aspecto de la recursos humanos.

Tabla 28

Nivel de competitividad de la variable: recursos humanos, en relación con el tamaño de la empresa.

Nivel de competitividad	Tamaño de la empresa			Total
	Micro	Pequeña	Mediana	
Muy Baja	0%	0%	0%	0%
Baja	14,3%	0,0%	0,0%	2,2%
Media	0,0%	19,0%	5,9%	11,1%
Alta	71,4%	42,9%	29,4%	42,2%
Muy Alta	14,3%	38,1%	64,7%	44,4%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.7 Gestión ambiental en MIPYMES del sector turismo.

Este aspecto es de suma importancia en esta investigación, puesto que la gestión ambiental abarca la mayor parte del tema turismo en el país. El análisis de esta variable va a determinar el grado de importancia que las MIPYMES turísticas asumen a la hora de llevar a cabo sus procesos en el de la gestión ambiental de la organización.

4.7.1 Gestión ambiental.

La variable: gestión ambiental, desempeña un papel trascendental dentro de las empresas, la cual permite no solo crear una buena imagen ante los clientes, sino también contribuir al desarrollo del medio ambiente y dar un paso adelante en la consecución del máximo objetivo en estos momentos para el país, como lo es conseguir ser una nación carbono neutral. Para determinar el nivel de competitividad de las MIPYMES, se analizará los siguientes indicadores de acuerdo con la encuesta realizada a las MYPYMES de hospedaje del sector turismo en el Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos.

4.7.1.1 Política ambiental de la empresa.

El primer indicador que forma la variable: gestión ambiental, es el indicador de política ambiental de la empresa, el cual obtuvo un promedio general de 3,88 en la escala de 1 a 5, donde 1 representa una calificación muy baja y 5 muy alta, es decir, este indicador tiene un nivel de

competitividad alta. Los aspectos que se evaluaron en la tabla obtuvieron una calificación similar, de los cuales sobresale la característica que en la cultura y la estrategia de la compañía involucra aspectos, impactos y riesgos ambientales, en la que las empresas obtuvieron una calificación de 3,93 en competitividad. Esto quiere decir que las empresas dan a conocer a sus colaboradores y clientes lo que realizan para proteger el medio ambiente y que sus prácticas no afectan a los ecosistemas que los rodean.

Tabla 29

Promedio indicador: política ambiental de la empresa de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Ítem	Calificación
En el diseño de la planta, la empresa tuvo en cuenta las regulaciones ambientales y el bienestar de sus trabajadores.	3,91
La empresa conoce las normas ambientales que la controlan y establece los procedimientos y procesos para cumplirlas.	3,87
La cultura y la estrategia de la compañía involucra aspectos, impactos y riesgos ambientales.	3,93
La empresa mide el desempeño ambiental frente a metas y estándares pres acordados.	3,80
Promedio total	3,88

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.7.1.2 *Estrategia para proteger el medio ambiente.*

El segundo indicador que forma la variable: gestión ambiental, es el indicador de estrategia para proteger el medio ambiente, el cual obtuvo un promedio general de 3,91 en la escala de 1 a 5, donde 1 representa una calificación muy baja y 5 muy alta, es decir, este indicador tiene un nivel de competitividad alta. Los aspectos que se evaluó en la tabla, obtuvieron una calificación similar, de los cuales sobresale la característica donde la empresa considera las regulaciones ambientales cuando desarrolla nuevos productos o realiza cambios en su infraestructura física. Aquí las empresas obtuvieron una calificación de 3,91 en competitividad. Esto quiere decir que estas investigan cómo pueden realizar sus proyectos para proteger el medio ambiente y el hábitat que los rodea, con el objetivo de no afectar la flora y fauna que atrae a sus clientes.

Tabla 30

Promedio indicador estrategia para proteger el medio ambiente de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Ítem	Calificación
La empresa considera las regulaciones ambientales cuando desarrolla nuevos productos o realiza cambios en su infraestructura física.	3,91
Para la selección, instalación, operaciones y mantenimiento de los equipos, se realizaron consideraciones.	3,91
Promedio total	3,91

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.7.1.3 *Concientización y capacitación del personal en temas ambientales.*

El tercer indicador que conforma la variable: gestión ambiental, es el indicador de concientización y capacitación del personal en temas ambientales, el cual obtuvo un promedio general de 3,91 en la escala de 1 a 5, donde 1 representa una calificación muy baja y 5 muy alta, es decir, este indicador tiene un nivel de competitividad alta. Solo consta de una característica, donde las empresas definen y documentan las tareas, responsabilidades, competencias y procedimientos específicos que aseguren el cumplimiento de las normas ambientales, tanto internas como externas, en la cual las empresas obtuvieron una calificación de 3,91 en competitividad, lo que significa que todas las labores realizadas por los colaboradores dentro de la empresa, llevan un control acerca del impacto que estas tienen en el medio ambiente.

Tabla 31

Promedio indicador: concientización y capacitación del personal en temas ambientales de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Ítem	Calificación
Se definen y documentan las tareas, responsabilidades, competencias y procedimientos específicos que aseguren el cumplimiento de las normas ambientales, tanto internas como externas.	3,91
Promedio total	3,91

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.7.1.4 *Administración del desperdicio.*

El último indicador que forma la variable gestión ambiental, es el de administración del desperdicio, el cual obtuvo un promedio general de 3,89 en la escala de 1 a 5, donde 1 representa una calificación muy baja y 5 muy alta, es decir, este indicador tiene un nivel de competitividad alta. Los aspectos que se evaluó en la tabla obtuvieron igual calificación, de los cuales la característica más relevante es donde la empresa trata de minimizar el consumo de energía, agua y materias primas contaminadas mediante la mejora de sus procesos productivos, el reciclaje, la sustitución de insumos, el mantenimiento preventivo y uso de otras tecnologías, en la cual las empresas obtuvieron una calificación de 3,89 en competitividad. Esto quiere decir que las empresas hacen un esfuerzo por mejorar sus procesos internos en pro de la buena gestión ambiental. Hasta en la empresa más pequeña se observa que al menos tienen un sistema de reciclaje que les permite separar todos sus desechos y sacar provecho de los que se puedan reutilizar.

Tabla 32

Promedio indicador: Administración del desperdicio de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Ítem	Calificación
La empresa trata de minimizar el consumo de energía, agua y materias primas contaminadas mediante la mejora de sus procesos productivos, el reciclaje, la sustitución de insumos, el mantenimiento preventivo y uso de otras tecnologías.	3,89
La empresa ha medido la cuantía de desperdicio, sabe en qué etapa del proceso es generado y ha formulado planes para reducirlo.	3,89
Promedio total	3,89

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.7.2 **Resumen de la variable gestión ambiental.**

De la variable: gestión ambiental, se obtuvo resultados significativos en el estudio de las MIPYMES del sector turismo en el Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos, donde el 40% de las empresas tuvo una calificación muy alta, el 33,3% de las empresas una calificación alta, el

24,4% una calificación media y apenas un 2,2% de las empresas una calificación: baja. Estos resultados son muy importantes para la investigación, puesto que se pone en manifiesto que la mayoría de las empresas del sector turismo se ven involucradas en la conservación del medio ambiente, no solamente mediante un pequeño programa de reciclaje, sino que también con acciones concretas como lo son la utilización de energías limpias (paneles solares, biodigestores ...) que promueven e impulsan a toda la comunidad para alcanzar las metas propuestas en materia ambiental, como por ejemplo ser certificados con el Certificado de Sostenibilidad Ambiental y el programa de la Bandera Azul Ecológica; entre otros.

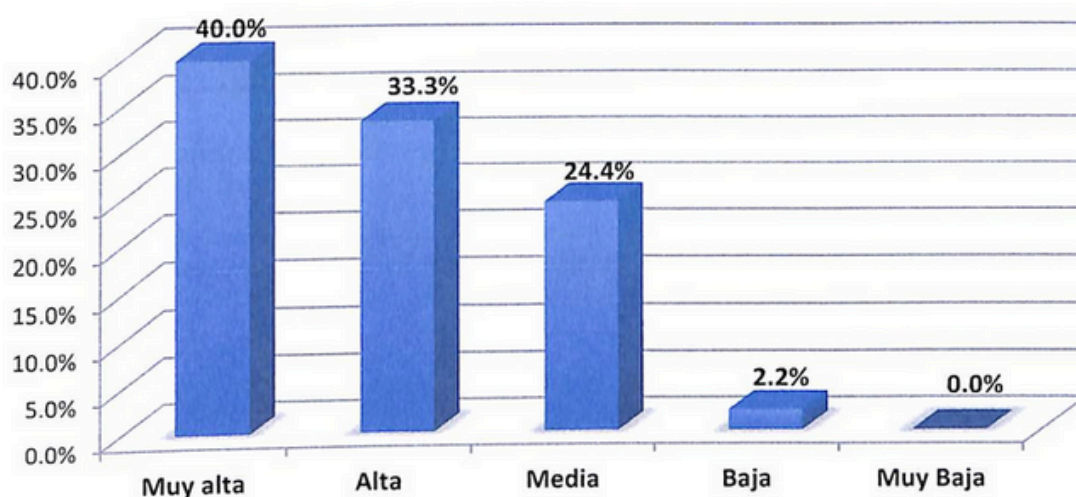


Figura 13. Nivel de competitividad de las MIPYMES turísticas, en relación con la variable de gestión ambiental. Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

Para complementar la información anterior se detalla la nota de cada indicador de la variable: gestión ambiental, en donde el indicador concientización y capacitación del personal en temas ambientales obtuvo una nota de 78,22 ubicándose en un rango de competitividad alta. Esto se relaciona con la buena gestión en materia ambiental por parte de los colaboradores y los gerentes de las MIPYMES encuestadas. Por otra parte, el indicador: estrategia para proteger el medio ambiente, obtuvo una nota de 78,22 también ubicándose en un rango de competitividad alta. Además, el indicador administración del desperdicio tuvo una nota de 77,78 ubicándose en un rango de competitividad alto. Esto se relaciona con las buenas prácticas que poseen en estas empresas para lograr separar los desperdicios y llevar a cabo un buen plan de reciclaje. Por último, se encuentra el indicador: política ambiental, el cual obtuvo una calificación de 77,56, la

que se considera alta, esto quiere decir que generalmente existe en las empresas un seguimiento a las políticas ambientales nacionales e internacionales.

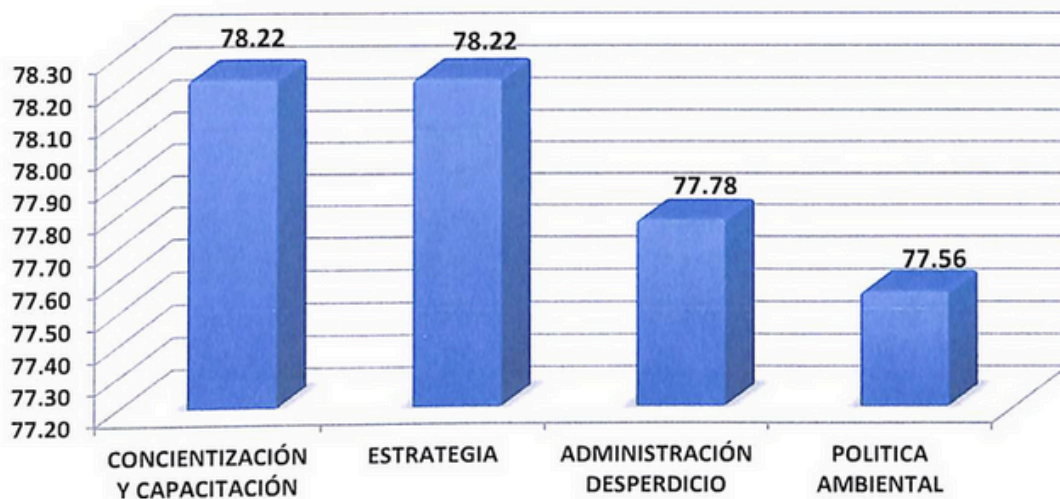


Figura 14. Nivel de competitividad de los indicadores de la variable: gestión ambiental por nota en las MYPYMES del sector turismo en Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos. Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

Si se compara la variable: gestión ambiental en su relación con el tamaño de la empresa, micro, pequeña o mediana; se obtiene datos más específicos que permiten ver el comportamiento de la misma. Según los resultados obtenidos, las empresas del nivel micro muestran un nivel de competitividad de medio a muy bajo de un 57,1%, mientras que un 42,9% de alta a muy alta, lo que da a conocer que existe un nivel de competitividad aceptable en las microempresas del sector turismo. Las pequeñas empresas tienen un nivel de competitividad de medio a muy bajo del 28,6%, mientras que de alto a muy alto del 71,4%, donde claramente se observa que son más superiores a las microempresas. En correspondencia con las empresas medianas encuestadas, se debe resaltar que son las que se encuentran con el mejor nivel de competitividad, tienen un nivel de competitividad de medio a muy bajo del 11,8%, mientras que de alto a muy alto del 88,2%. Por lo anterior, es indiscutible que las empresas medianas cuentan con un nivel muy superior con respecto a las micro y pequeñas, lo que da a entender que se encuentran mejor posicionadas en el aspecto de gestión ambiental.

Tabla 33

Nivel de competitividad de la variable: gestión ambiental en relación con el tamaño de la empresa.

Nivel de competitividad	Tamaño de la empresa			
	Micro	Pequeña	Mediana	Total
Muy Baja	0%	0%	0%	0%
Baja	14,3%	0,0%	0,0%	2,2%
Media	42,9%	28,6%	11,8%	24,4%
Alta	28,6%	42,9%	23,5%	33,3%
Muy Alta	14,3%	28,6%	64,7%	40,0%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.8 Sistemas de información en MIPYMES del sector turismo.

Los sistemas de información son un aspecto importante dentro de las empresas a la hora de competir con las demás, esto porque en la actualidad la empresa que posea la información correcta y sepa utilizarla, podrá ser la que vaya a la cabeza en este mundo tan competitivo y globalizado. Además, los sistemas de información proporcionan grandes comodidades en oficinas y simplifican el trabajo de todos los empresarios y colaboradores.

4.8.2 Sistemas de información.

La variable: sistemas de información, cumple un desempeño muy importante dentro de las empresas, la cual permite logran importantes mejoras, debido a que automatizan los procesos operativos y suministran información necesaria para la toma de decisiones. Además, su implementación logra ventajas competitivas ante otras empresas. Con el fin de determinar su nivel de competitividad, se analizará los siguientes indicadores, de acuerdo con la encuesta realizada a las MYPYMES del sector servicios del cantón de Pérez Zeledón.

4.8.2.1 Planeación del sistema.

El primer indicador que comprende la variable: sistemas de información, es el indicador planeación del sistema, el cual obtuvo un promedio general de 3.88 en la escala de 1 a 5, donde 1 representa una calificación muy baja y 5 muy alta, es decir, se podría situar en el nivel de

competitividad 4 si se redondea, donde 4 representa un nivel de competitividad alta. Los demás elementos que se evaluó en la tabla son similares, de los cuales sobresale la característica donde evalúa que el diseño técnico y funcional del sistema responda a las necesidades de información de la empresa y es óptimo con relación al tiempo de proceso y seguridad, en el que obtuvo una calificación de 3.91. lo cual manifiesta que las empresas están bien preparadas con un software que les permite ir un paso delante de otras.

Tabla 34

Promedio indicador planeación del sistema de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Ítem	Calificación
El sistema de información de la empresa está diseñado para satisfacer los requerimientos funcionales de información de la gerencia y de todas las áreas en forma oportuna y confiable.	3,87
La empresa está actualizada en materia de nuevos desarrollos en programas y equipos de cómputo y tiene el personal capacitado para manejarlo.	3,87
El diseño técnico y funcional del sistema responde a las necesidades de información de la empresa y es óptimo con relación al tiempo de proceso y seguridad.	3,91
Promedio total	3,88

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.8.2.2 Entradas.

El segundo indicador que comprende la variable: sistemas de información, es el indicador entradas, el cual obtuvo un promedio general de 3.83 en la escala de 1 a 5, donde 1 representa una calificación muy baja y 5 muy alta, es decir, se podría situar en el nivel de competitividad 4 si se redondea, donde 4 representa un nivel de competitividad alta. Los demás elementos que se evaluaron en la tabla son similares, de los cuales sobresale la característica donde evalúa que la captura de información genera operaciones simultáneas en las diferentes áreas de la empresa, lo que evita la doble digitación de las transacciones en los diferentes sistemas, en el cual obtuvieron una calificación de 3.87. Esto manifiesta que las empresas están bien preparadas con un software que suministra y acomoda la información en orden, sin afectar las operaciones que se dan al mismo tiempo dentro de la empresa.

Tabla 35

Promedio indicador entradas de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Ítem	Calificación
Se generan y archivan adecuadamente los documentos soportes en las diferentes áreas de la empresa.	3,80
La captura de información genera operaciones simultáneas en las diferentes áreas de la empresa, lo que evita la doble digitación de las transacciones en los diferentes sistemas.	3,87
Promedio total	3,83

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.8.2.3 *Procesos*

El tercer indicador que compone la variable: sistemas de información, es el indicador de procesos, el cual obtuvo un promedio general de 3.84 en la escala de 1 a 5, donde 1 representa una calificación muy baja y 5 muy alta, es decir, se podría situar en el nivel de competitividad 4 si se redondea, donde 4 representa un nivel de competitividad alta. Los dos elementos que se evaluaron en la tabla obtuvieron la misma calificación, en donde se midieron las características de que las empresas realicen copias de respaldo de sus archivos, lo cual es muy importante, ya que se debe tener presente que en estos sistemas se encuentra la información de los clientes, aspectos contables de la empresa y un sinnúmero de datos que la empresa aprovecha cada día para mejorar sus rendimiento y rentabilidad. La otra característica va ligada a la antes mencionada, esta trata de que la empresa disponga de procedimientos manuales en caso de la pérdida de fluido eléctrico o fallas en el equipo, donde afortunadamente las empresas se encuentran bien preparadas. Ambas características tuvieron una calificación de 3,84, lo que significa que poseen una alta competitividad.

Tabla 36

Promedio indicador procesos de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Ítem	Calificación
Como política, la empresa realiza sistemáticamente copias de respaldo de sus archivos más importantes y los almacena en sitios seguros.	3,84

Existen procedimientos de contingencia, manualmente o automáticamente, en caso de pérdidas de fluidos eléctricos o fallas en el equipo de proceso.	3,84
--	------

Promedio total	3,84
-----------------------	-------------

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.8.2.4 Salidas.

El último indicador que comprende la variable: sistemas de información, es el indicador salidas, el cual obtuvo un promedio general de 3.88 en la escala de 1 a 5, donde 1 representa una calificación muy baja y 5 muy alta, es decir, se podría situar en el nivel de competitividad 4 si se redondea, donde 4 representa un nivel de competitividad alta. Los demás elementos que se evaluaron en la tabla son similares, de los cuales sobresale la característica donde evalúa si la gerencia ha definido reportes que indiquen el tipo de datos requeridos para el proceso de toma de decisiones, en el cual obtuvo una calificación de 3.87, lo que quiere decir que los empresarios turísticos están pendientes y solicitan la información necesaria para la buena toma de decisiones que a la postre puede significar el triunfo o el fracaso de la empresa.

Tabla 37

Promedio: indicador salidas de las MIPYMES turísticas en Manuel Antonio y Quepos, 2017.

Ítem	Calificación
La información generada por el sistema es confiable, oportuna, clara y útil y es usada para la toma de decisiones.	3,87
La gerencia ha definido reportes que indiquen el tipo de datos requeridos para el proceso de toma de decisiones.	3,89
Promedio total	3,88

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.8.2 Resumen de la variable: sistemas de información.

De la variable: sistemas de información, se obtuvo resultados importantes en el estudio de las MIPYMES del sector turismo en el Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos, donde el

42,2% de las empresas tuvo una calificación alta, el 33,3% una calificación muy alta, el 17,8% una calificación media y apenas un 6,7% de las empresas una calificación baja. Este estudio deja un buen sabor de boca, puesto que a pesar de ser empresas calificadas como MIPYMES, se encuentran muy bien posicionadas en el aspecto de sistemas de información. Esto se debe especialmente a la accesibilidad con que cuentan hoy los empresarios a través de los diversos productos que se ofrecen en el mercado para gestionar una empresa. Un ejemplo de esto son los puntos de ventas o las bases de datos en línea, la facilidad para aplicar encuestas online y la versatilidad para darse a conocer a través de las redes sociales.

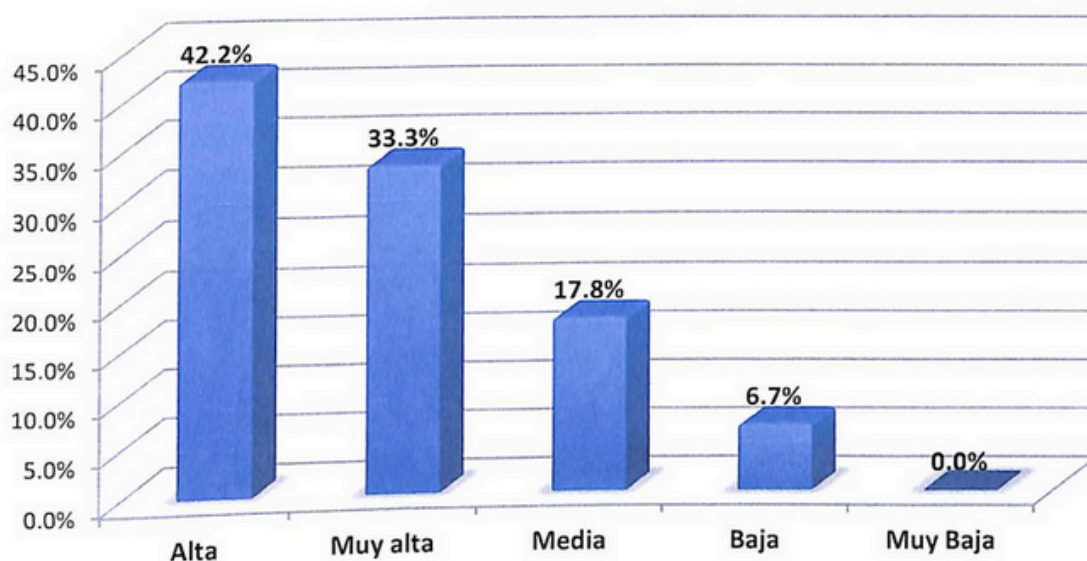


Figura 15. Nivel de competitividad de las MIPYMES turísticas, en relación con la variable de sistemas de información. Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

Para complementar la información anterior se detalla la nota de cada indicador de la variable sistemas de información, en donde el indicador planeación del sistema obtuvo una nota de 77,63 ubicándose en un rango de competitividad alta. Esto se relaciona con las necesidades que tienen las empresas encuestadas en cuanto a los sistemas de información que utilizan día a día. Por otra parte, el indicador: salida, obtuvo una calificación de 77,56 también ubicándose en un rango de competitividad alta. Además, el indicador: procesos tuvo una nota de 76,89 ubicándose en un rango de competitividad alto. Esto se relaciona con las políticas y procesos de respaldo que tienen las empresas con los datos recogidos por sus sistemas informáticos. Por último, se encuentra el

indicador: entradas, el cual obtuvo una calificación de 76,67 la que se considera alta. Esto quiere decir que generalmente existe en las empresas un buen análisis de los datos que entran en los sistemas informáticos de las mismas.

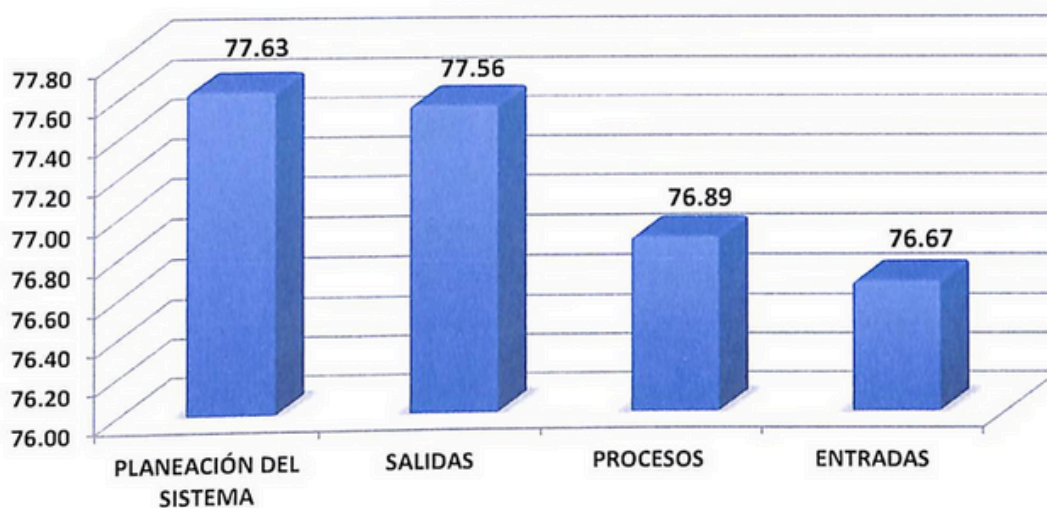


Figura 16. Nivel de competitividad de los indicadores de la variable: sistemas de información por nota en las MYPYMES del sector turismo en el Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos. Elaboración propia con base a encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

Comparando la variable: sistemas de información en su relación con el tamaño de la empresa, micro, pequeña o mediana; se obtiene datos más específicos que permiten ver el comportamiento de la misma. Según los resultados obtenidos, las empresas del nivel micro muestran un nivel de competitividad de medio a muy bajo de un 85,7%, mientras que un 14,3% de alta a muy alta, lo que da a conocer que existe un nivel de competitividad bajo en las microempresas del sector turismo. Las pequeñas empresas tienen un nivel de competitividad de medio a muy bajo del 19%, mientras que de alto a muy alto del 81%. En correspondencia con las empresas medianas encuestadas, se debe resaltar que son las que se encuentran con el mejor nivel de competitividad, tienen un nivel de competitividad de medio a muy bajo del 5,9%, mientras que de alto a muy alto del 94,1%. Por lo anterior es indiscutible que las empresas medianas cuentan con un nivel muy superior con respecto a las micro y pequeñas, lo que da a entender que se encuentran mejor posicionadas en el en el aspecto de sistemas de información.

Tabla 38

Nivel de competitividad de la variable: sistemas de información en relación con el tamaño de la empresa.

Nivel de competitividad	Tamaño de la empresa			
	Micro	Pequeña	Mediana	Total
Muy Baja	0%	0%	0%	0%
Baja	28,6%	0,0%	5,9%	6,7%
Media	57,1%	19,0%	0,0%	17,8%
Alta	0,0%	47,6%	52,9%	42,2%
Muy Alta	14,3%	33,3%	41,2%	33,3%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

4.9 Competitividad general de las MIPYMES de hospedaje del sector turismo en el Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos.

En este apartado se analiza la competitividad general de las MIPYMES de hospedaje del sector turismo en el Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos, la cual brinda resultados importantes para esta investigación, en donde el 60% de las empresas tuvo una calificación muy alta, el 35,5% de las empresas una calificación alta y el 4,4% una calificación media. Estas cifras son muy alentadoras para el sector, debido a que la gran mayoría de las MIPYMES están a la vanguardia de todos los aspectos evaluados en esta investigación.

Conocer un poco todos los aspectos evaluados en la investigación, ha sido la clave de los microempresarios turísticos, quienes tienen muy bien definidos sus expectativas y hacia dónde quieren llevar a la empresa. Además, el apoyo por parte del gobierno ha sido una pieza fundamental para que estas empresas logren el éxito que han obtenido hasta el día de hoy.

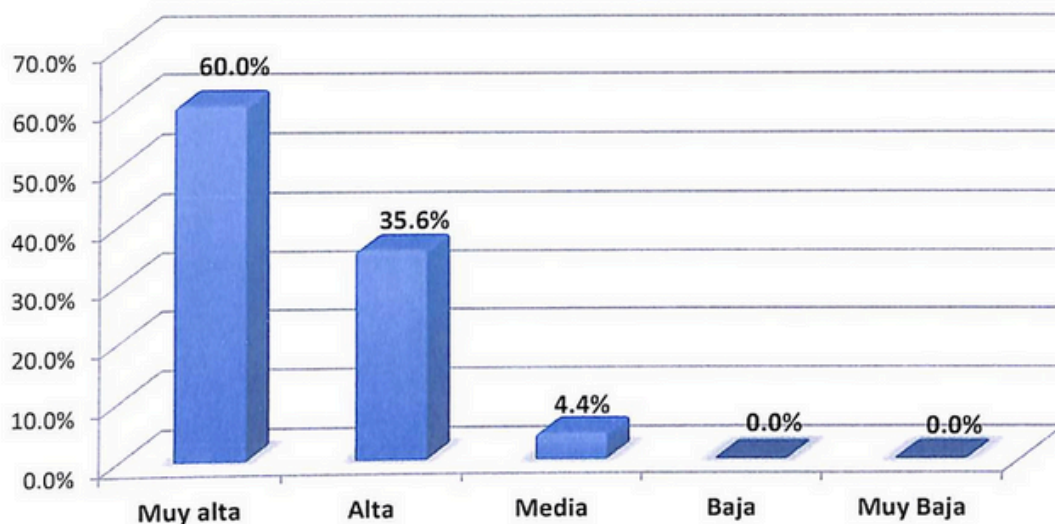


Figura 17. Nivel de competitividad general de las MIPYMES turísticas. Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

Para complementar la información anterior se detalla la nota de cada variable dentro de la investigación. Así, la variable: contabilidad, obtuvo una nota de 82,37, fue la que obtuvo un rango de competitividad más alto de todas las variables, mientras que la variable: sistemas de información fue la de menor calificación de todas dentro de la investigación, con una nota de 78,33. En general, las empresas del sector turismo de Manuel Antonio y Quepos, poseen un nivel de competitividad aceptable, pero no lo suficiente para seguir siendo competitivos en un sector tan complicado como lo es el turismo.

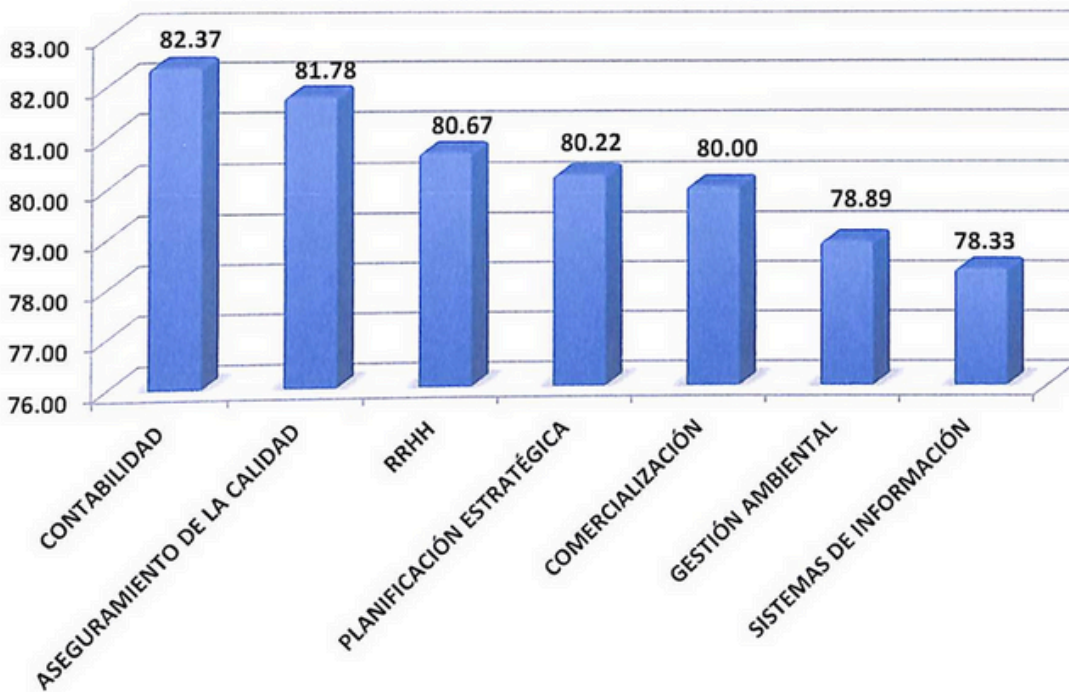


Figura 18. Nivel de competitividad general por nota en las MYPYMES del sector turismo en Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos. Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

Al comparar la competitividad general de las MIPYMES de hospedaje del sector turismo del Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos con el tamaño de la empresa, micro, pequeña o mediana; se consiguen datos más concretos que permiten ver el comportamiento de la misma. Según los resultados obtenidos, las empresas del nivel micro muestran un nivel de competitividad de medio a muy bajo de un 14,3%, mientras que un 85,7% de alta a muy alta, lo que da a conocer que existe un nivel de competitividad alto en las microempresas del sector turismo. Las pequeñas empresas tienen un nivel de competitividad de medio a muy bajo del 4,8%, mientras que de alto a muy alto del 95,2%. En correspondencia con las empresas medianas encuestadas, se debe resaltar que son las que se encuentran con el mejor nivel de competitividad, tienen un nivel de competitividad alto a muy alto del 100%, es decir, todas las medianas empresas estudiadas en esta investigación son altamente competentes entre sí. Por lo anterior, es indiscutible que las empresas medianas cuentan con un nivel muy superior con respecto a las micro y pequeñas, lo que da a entender que se encuentran mejor posicionadas en todos los aspectos evaluados por el modelo de competitividad del BID.

Tabla 39

Nivel de competitividad general de las MIPYMES de hospedaje en el Parque Nacional Manuel Antonio y Quepos, por tamaño de la empresa, 2017.

Nivel de competitividad	Tamaño de la empresa			Total
	Micro	Pequeña	Mediana	
Muy Baja	0%	0%	0%	0%
Baja	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Media	14,3%	4,8%	0,0%	4,4%
Alta	71,4%	38,1%	17,6%	35,6%
Muy Alta	14,3%	57,1%	82,4%	60,0%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota: Elaboración propia con base en encuestas aplicadas a microempresarios turísticos, 2017.

Capítulo 5: Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones.

- Las MIPYMES en la actualidad se ven enfrentadas a nuevos y complejos desafíos, los cuales caracterizan las distintas fases para el desarrollo de cada una de ellas. La planeación estratégica de las MIPYMES es fundamental para fortalecer sus capacidades y lograr hacer frente a todos los retos y situaciones que se presentan diariamente.
- Con base en los datos obtenidos por medio de las encuestas aplicadas, se puede observar que en la variable planificación estratégica de las MIPYMES del sector de Quepos y Manuel Antonio, el 35,6% de las empresas tuvo una calificación muy alta, el 40% alta, el 22,2% una calificación media y solo un 2,2% arrojó como resultado calificación baja. Datos que demuestran la capacidad de planificación con la que cuentan estas MIPYMES y se visualiza su enfoque a futuro como empresas de desarrollo progresivo.
- En referencia a la variable de aseguramiento de la calidad, en relación con los datos obtenidos por medio de la investigación, da un resultado bastante aceptable dentro de la escala del 1 al 5, la cual va de muy baja a muy alta, dando como resultado un 4,2 en competitividad; donde el 80% de las empresas encuestadas tuvo una calificación de alta a muy alta, lo que quiere decir que las empresas se preocupan por brindar servicios de alta calidad a sus huéspedes, logrando los estándares de calidad exigidos.
- Por otro lado, los resultados que se obtuvo en cuanto a la comercialización, son importantes dentro de este estudio; se observa que las calificaciones a las empresas en referencia a esta variable son positivas, ya que un 55,6% de las empresas tuvo calificación muy alta, un 31,1% calificación alta, un 11,1% y 2,2% media y baja respectivamente.
- Un aspecto importante que se analizó en esta investigación es la existencia de procesos de gestión del personal, en el cual se puede decir que a nivel general las MIPYMES en estudio se encuentra en una posición satisfactoria, ubicándose el 86,6% de las empresas encuestadas en un rango de nota de alta a muy alta. Esto quiere decir que los micro, pequeños y medianos empresarios tienen bien definidos los niveles jerárquicos dentro de la organización. Las funciones de cada empleado

están establecidas, buscan personal capacitado, tratan de tener una buena comunicación con el empleado y un clima laboral agradable.

- La conservación del medio ambiente es un tema que ha sido de gran trascendencia mundial en los últimos años, la gran cantidad de contaminación de los recursos naturales, la escasez del recurso del agua, la creciente deforestación y el calentamiento global; han alarmado al mundo entero. Esto ha traído consigo innumerables campañas mundiales enfocadas en crear conciencia sobre la importancia que tiene el medio ambiente para así tratar de revertir el daño ya causado. Con todo esto, a nivel empresarial el tema de prácticas y políticas ambientales se ha puesto de moda y más en un sector como el turismo, que nace a raíz de las bellezas naturales, y por ello se ha convertido en una ventaja competitiva para el empresario que lo pone en práctica, ya que a la vista del cliente y en este caso del turista, tiene un gran valor agregado y es por ello que en esta investigación una de las variables en estudio es la gestión ambiental. Analizando la situación en estudio de las MIPYMES del sector turismo, se puede ver que los micro, pequeños y medianos empresarios se han involucrado con este tema, ya que cuentan con políticas de gestión ambiental y prácticas amigables con el medio ambiente. Estos van desde la concientización para la protección de los recursos naturales, hasta prácticas implementadas dentro de la empresa, como son capacitaciones sobre el tema, manejo de desechos, reciclaje; entre otros. A nivel general, el 73.3% de las MIPYMES estudiadas se ubican en un rango de nota alto a muy alto, lo que evidencia como los micro, pequeños y medianos empresarios han ido realizando acciones para proteger el medio ambiente y conocen la importancia que hoy esto representa, no solo para dar una buena imagen de la empresa, sino del valor que estas prácticas tienen para el cliente.
- Otro punto importante que se evaluó con esta investigación, fue la efectividad de los sistemas contables que utilizan las MIPYMES en estudio, con lo que se concluyó que estas empresas están conscientes de la importancia de contar con información financiera confiable y oportuna que les permita tomar decisiones precisas. Ello al considerar que en un mercado tan competitivo como lo es el turismo se compete con

grandes empresas extranjeras, por lo que se debe tener un control de la situación financiera y esto se vuelve una necesidad para poder permanecer en el tiempo. Se pudo evidenciar cómo estas MIPYMES están dando énfasis a este aspecto dentro de sus operaciones diarias, lo que da un adecuado manejo a los costos de sus servicios, al conocer la rentabilidad de su negocio, manejando su efectivo a través de presupuestos y flujos de caja. Además, en la parte legal los microempresarios han entendido la gran importancia de formalizar y legalizar sus negocios para poder ser más competitivos. Al analizar los resultados de esta investigación, el 88,8% de las empresas encuestadas está en el rango de nota muy alto y alto, lo cual se respalda en que más del 62% de los propietarios o gerentes de estas MIPYMES poseen estudios universitarios. Por ello se puede decir que estas empresas han dejado de manejarse de manera empírica y están implementado sistemas contables y teorías administrativas en su gestión diaria. Esto, en mercados tan competitivos como los actuales, viene a ser un paso gigante para estas pequeñas empresas que son el gran motor de la economía costarricense. Además, el micro, pequeño y mediano empresario; ha entendido el valor de la información financiera y ve la necesidad de simplificar sus labores mediante la utilización e implementación de sistemas de información precisos y que respondan a los requerimientos funcionales de todas las áreas de la empresa en forma oportuna y confiable. Ello desde que se hace el ingreso de la información al sistema, durante su procesamiento y en la salida de la misma. Pero se sabe que estar al día con la tecnología tiene un costo económico alto, por lo cual ha sido difícil para las micro y pequeñas empresas actualizarse en cuanto a lo que sistemas de información y equipo tecnológico se refiere. Los resultados de este estudio muestran cómo los medianos empresarios son los que han logrado ir adentrándose en este campo, al ubicarse en el rango de nota de alto a muy alto, mientras que los micro y pequeños empresarios han ido quedando rezagados al encontrarse en su mayoría en un rango de medio a muy bajo. Se puede ver que la brecha a nivel competitivo se continúa dando y en este caso por razones de costo. Actualmente, la información tiene un valor imprescindible, y si comparamos a estas micro y pequeñas empresas con las grandes cadenas de hoteles y compañías extranjeras, se pone en evidencia la gran desigualdad con la que compiten nuestros

empresarios. Además, cabe destacar que en Costa Rica la mayoría de las micro, pequeñas y medianas empresas son empresas familiares, por lo que también se puede concluir que la falta de conocimiento y capacitación en temas de uso de la tecnología puede ser una de las razones por las cuales estas empresas no implementen sistemas de información, también cabe destacar que los gerentes de estas micro y pequeñas empresas en muchas ocasiones son personas adultas ya adentrándose a la vejez y que en su mayoría no saben utilizar equipo tecnológico, lo cual los vuelve aún menos competitivos.

5.2 Recomendaciones.

- A nivel general las MIPYMES del sector turismo en estudio poseen un nivel de competitividad satisfactorio, pero de igual forma existen ciertas áreas en donde requieren mejorar para ser más competitivos. Uno de ellos es la utilización de sistemas de información, pues se sabe que estos sistemas representan un costo adicional para el microempresario, pero que de igual forma les generaría muchos beneficios, por lo cual se recomienda a los micro y pequeños empresarios del sector turismo implementar estos sistemas de información que les facilite la toma de decisiones y el flujo de información dentro de la empresa. Esto agilizará sus operaciones y mejorar sus servicios. Hoy existen sistemas que se pueden adquirir a precios accesibles y que son de fácil manejo.
- Las MIPYMES requieren de la generación de procesos de planeación estratégica que permitan el involucramiento de todos los colaboradores con el fin de generar nuevas ideas que incentiven la innovación en cuanto al servicio que se brinda. Es conveniente que las instituciones de apoyo al sector de MIPYMES, desarrollen formas de cooperación efectivas, lo cual permita que se generen nuevas ideas y prácticas para un crecimiento constante.
- Se recomienda profundizar en estudios relacionados con la planeación estratégica, lo que se lograría esto por medio de capacitaciones para las MIPYMES por medio de instituciones de reconocimiento público, tal es el caso del INA y la cámara de turismo, entre otras instituciones de bien social que busquen un desarrollo a nivel regional para que se logre el crecimiento progresivo del turismo dentro de la zona de Manuel Antonio; esto gracias a las capacidades, ayuda brindada a nivel institucional y el desenvolvimiento del recurso humano.
- También en cuanto al aseguramiento de la calidad, se recomienda un constante enriquecimiento en materia de servicio de calidad, al ser de vital importancia el apoyo de instituciones de brinden cursos para el fortalecimiento de ese elemento fundamental, el cual es el trato a los turistas. La calidad del servicio que se brinda es buena, pero es necesario un constante conocimiento de cómo mejorar el nivel de servicio que se da a las personas que visitan la zona.

- En cuanto a la variable de comercialización, podemos decir que las MIPYMES se encuentran en una calificación bastante aceptable, al lograr una eficiencia en cuanto al sistema que poseen y no dejar de lado que deben de buscar una mejora continua para seguir proyectando lo que hasta el momento están realizando efectivamente.
- Así mismo, en la parte de gestión de personal, se recomienda a los micro, pequeños y medianos empresarios efectuar programas de capacitación, en áreas como servicio al cliente o idiomas, para que generen un valor agregado al servicio que se ofrece. Estas capacitaciones pueden realizarse a través de cursos de entidades gubernamentales como lo son el INA, o mediante universidades estatales para que no genere un gasto para la empresa.
- Además, se considera necesario un mayor control de la información financiera de la empresa, y por ende que el micro, pequeño y mediano empresario se capacite en esta área para que pueda no solo generar la información, sino también procesarla y analizarla para tomar decisiones financieras y dirigir el rumbo de su negocio.
- Por último, y como sugerencia, se le recomienda a las MIPYMES en estudio, continuar con sus prácticas y políticas de gestión ambiental.

Referencias bibliográficas.

- Achanga, Pius; Shehab, Esam; Roy, Rajkumar; y Nelder, Geoff (2006). Critical success factors for lean implementation within SMEs. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 17 (4): 460-471.
- AECA (2002). Factores determinantes de la eficacia y rentabilidad de la PYME en España. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. Madrid.
- Ahuja, Gautam y Katila, Riitta (2004). Where do resources come from?: the role of idiosyncratic situations. *Strategic Management Journal*, 25 (8-9): 887-907.
- Aragón Sánchez, Antonio y Rubio Bañón, Alicia (2005). Factores explicativos del éxito competitivo. *Contaduría y Administración*, 216: 35-69.
- Artail, Hassan (2007). Application of KM measures to the impact of a specialized groupware system on corporate productivity and operations. *Information & Management*, 43: 551-564.
- Ayala Calvo, Juan Carlos, Fernández Ortiz, Rubén y González Menorca, María Leonor (2004). Capacidades tecnológicas y certificaciones de calidad: aplicación empírica a las PYME familiares de La Rioja, *Cuadernos de Gestión*, 4 (1): 69-82.
- Baldwin, John y Sabourin, David (2002). Advanced technology use and firm performance in Canadian manufacturing in the 1990's. *Industrial and Corporate Change*, 11 (4): 761-789.
- Barney, Jay (1991). Firm recourses and sustined competitive adventage. *Journal of management*, 17 (1): 99-120.
- Barrera, C. Y Bahamondes, R. (2012). Turismo Sostenible: Importancia en el cuidado del medio ambiente. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*. (8), p. 50-56.
- Bateman, Thomas y Snell, Scott (2005). Administración, una ventaja competitiva. McGraw Hill. Sexta edición. México.

- BID - Banco Interamericano de Desarrollo, 2002. Guía operativa para programas de competitividad para la pequeña y mediana empresa. Serie de buenas prácticas del Departamento de Desarrollo Sostenible, 1-31.
- Buitelaar, R (2010), La situación de las PYMES en América Latina. El enfoque y el aporte de CEPAL., Santiago de Chile en www.eclac.org.cl
- Cabrera, A., López, P. & Ramírez, C. (2011). *La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio* (Tesis de pregrado, maestría o doctoral). Universidad Central, Bogotá, Colombia.
- Cepal (2001). Comisión Económica para América Latina y el Caribe 2001. Elementos de competitividad sistémica de las pequeñas y medianas empresas (PYME) del istmo centroamericano. CEPAL. Disponible en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/Mexico/9/LCMEXL499/1499.pdf>.
- Chen, S. (2005). Turismo y ambiente: Un potencial para el desarrollo económico para Costa Rica. *Revista Reflexiones*. (84), p.26.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). 2001. México. Noviembre LC/Mex/L.499.
- Contreras, L. (9 de mayo del 2012). Turismo sostenible, el modelo exitoso de Costa Rica. *crhoy.com*. Recuperado de <http://www.crhoy.com/archivo/turismo-sostenible-el-modelo-exitoso-de-costa-rica/nacionales/>
- Del Cid, L. (2008). Racionalidad Económica de las MIPYMES y el comercio informal. Infomipyme: Guatemala.
- Diario Oficial de la Comunidad Europea (2003). Recomendación de la Comisión sobre definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas, de 6 de mayo. Diario Oficial No. L 124 de 20/05/2003, p.p. 0036- 0041.
- Eissa y Ferro. (2001). Competitividad Sistémica y Universidad.

- Enright, M.; Francés, A. y Scott, E. (1994). Venezuela, el reto de la competitividad. Ediciones IESA. Caracas, Venezuela.
- Esser, K., Hillebrand W., Messner, D. & Meyer-Stamer, J. (1994). *Competitividad sistémica: competitividad internacional de las empresas y políticas requeridas*. Berlín: Instituto Alemán de Desarrollo.
- European Union (2004). Estudio Armonizado sobre Innovación Reglamento 1450/2004, implementando la decisión nº 1608/2003/EC del Parlamento Europeo y del Consejo respecto de la producción y desarrollo de estadísticas comunitarias sobre innovación. Unión Europea.
- Farah, M. (2004). Pequeña empresa y Competitividad, Curitiba, Juruá.
- Fondo Monetario Internacional (FMI) (2011), Perspectivas de la economía mundial: las tensiones de una recuperación a dos velocidades. Desempleo, materias primas, y flujo de capital en www.imf.org <http://www.redalyc.org/pdf/2110/211026873005.pdf>
- Freel, Mark (2000). Do small innovating firms outperform non-innovators? *Small Business Economics*, 14: 195-210.
- Garza, C. R. (2000). Creación de PYMES: Objetivo Emprendedor. En: *Ingenierías*, Vol. 3, No. 9, pp. 54-58.
- Gómez Sabaini, J. y Morán, D. (2012), “Informalidad, tributación en América Latina: explorando los nexos para mejorar equidad” en *CEPAL*, División de Desarrollo económico. Santiago de Chile, pp.31-32 en <http://www.eclac.org/publicaciones>
- González López, S. (2008), “Políticas e instituciones para el desarrollo territorial. El caso de México” en *CEPAL*, Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social, Santiago de Chile, pp.50-53 en <http://www.eclac.org/publicaciones>
- Guapatín, C. (2003). Observatorio MIPYME: Compilación de estadística para 12 países de la Región. Banco Interamericano de Desarrollo: Washington, D.C.
- Gutfraind, J. (2007). Tributación del PYMES en Uruguay. En: *Memorias del XIV Seminario CILEA: Uruguay*

- Hernández, R. (Ed). (2014). *Metodología de la investigación*. Distrito Federal, México. MacGraw-Hill Interamericana.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M^a. (Ed). (2010). *Metodología de la investigación*. Distrito Federal, México. MacGraw-Hill Interamericana.
- Hueso, A. Y Cascant, M.J. (Ed). (2012). *Metodologías y técnicas cuantitativas de investigación*. Valencia, España. Editorial Universitat Politècnica de València.
- INEGI. (2009). Censos Económicos. Organización de la economía por empresas y establecimientos del sector privado y paraestatal según sector de actividad, tipo de empresa y estrato de personal ocupado. *Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática*.
- Instituto Costarricense de Turismo. (2014). *Portafolio Institucional para prensa* (Número de la publicación). Recuperado de http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/press_kit/kit_esp/PortafolioPrensa-ICT2014.pdf
- Koc, Tufan y Bozdog, Erhan (2007). An empirical research for CNC technology implementation in manufacturing SMEs. *Int J Adv Manuf Technol*, 34: 1144- 1152.
- La Gaceta (18 de febrero de 2015). La Gaceta N° 2169. *La Gaceta*. Recuperado de www.pgr.go.cr/index.php/.../item/.../710_1b9b120dc31c5587924ad19f0874fe16
- Laplane, M. (1996). Estudio sobre competitividad de la industria brasileña. En: *Productividad, competitividad e internacionalización de la economía*. Bogotá: DANE.
- López, M. (15 de enero de 2015). Costa Rica recibió 2.665.000 turistas en el 2015. *La Nación*. Recuperado de: http://www.nacion.com/economia/indicadores/turismo-ICT-ingresos-turistas-Mauricio_Ventura_0_1536646385.html
- Losantos, M. (2011). *Módulo 1. Fuentes de información: tipos y características*. Recuperado de http://www.pregunte.es/manuales/M_dul01_Fuentes_Informaci_n_ML_PR_GM.pdf
- Martínez, F (1994) *Planeación estratégica creativa*, 3^a. Reimpresión, Edit. PAC, México, 311 pp.

- Maya, G. (2005). Alternativas de Desarrollo Empresarial para la pequeña y mediana empresa en Colombia. Universidad de California.
- Ministerio de Economía, Industria y Comercio, Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2008). *Reglamento a la Ley del Sistema de Banca para el Desarrollo* (34901). Recuperado de <http://www.mag.go.cr/legislacion/2008/de-34901.pdf>
- Ministerio de Economía, Industria y Comercio, Presidencia de la República de Costa Rica. (2002). *Reglamento a la Ley de fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas* (33111). Recuperado de <http://www.mag.go.cr/legislacion/2006/de-33111.pdf>
- Ministerio de Planificación Social y Política Económica. (2013). *Costa Rica, Índice de Desarrollo Social 2013* (Número de la publicación). Recuperado de <https://documentos.mideplan.go.cr/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/018ebc23-c6e6-4f82-ba05-4844f489c27f/IDS%202013%20interactivo.swf?guest=true>
- Miñarro Quiñonero, Diego y García Pérez de Lema, Domingo (2006). Gestión de los costes de calidad y rendimiento de las pequeñas y medianas empresas. Observatorio Económico de la Pequeña y Mediana Empresa, 1-17.
- Monterrey, M., Priore, P. & Fernández, I. (2013, mayo-junio). Definición de un modelo de desarrollo y gestión de un parque empresarial de logística inversa en España. *Dyna*. Recuperado de <http://clacso.redalyc.org/articulo.oa?id=49627363003>
- OECD (1992). *Competitiveness. First report to the president and the Congress*. Washington DC.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2004), Promoting entrepreneurship and innovative SMEs in a global economy. Towards a more responsible and inclusive globalization, Second OCDE Ministerial Conference on SMEs, 2-5 junio, Estambul.
- ORegan, Nicholas y Ghobadian, Abby (2002). Effective strategic planning in small and medium sized firms. *Management Decision*, 40/7: 663-671.

- ORegan, Nicholas; Ghobadian, Abby; y Gallear, David (2006). In search of the drivers of high growth in manufacturing SMEs. *Technovation*, 26: 30-41
- Penrose, Edith (1959). *The theory of the growth of the firm*. John Wiley. New York.
- Pigou, A. (1920) *Economics of Welfare*. (Tercera Edición). MacMillan, Londres.
- Porter, M. (1985). *Ventaja Competitiva (Creación y sostenimiento de un desempeño superior)*. Editorial CECSA.
- Porter, M. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*. Vergara. Buenos Aires. Argentina.
- Porter, Michael (1991). *The competitive advantage of nations*. Press. New York.
- Prajogo, Daniel y Brown, Alan (2006). Approaches to adopting quality in SMEs and the impact on quality management practices and performance, *Total Quality Management*, 17(5): 555-566.
- Programa Bandera Azul Ecológica. (2011). *Manual de Procedimientos para la VI Categoría: Acciones para Enfrentar el Cambio Climático*. (Número de la publicación). Recuperado de <http://www.mag.go.cr/circulares/dsorea-prob-bander-azul-manual-accpbaf-2012.pdf>
- Quesada, E. (2013). *Estado de situación de las pymes en Costa Rica*. Ministerio de Economía Industria y Comercio.
- Ramos, J. (11 de agosto de 2010). El desarrollo turístico, motor del progreso nacional. *La Nación*. Recuperado de http://www.nacion.com/archivo/desarrollo-turistico-motor-progreso-nacional_0_1140085988.html
- Rosales, L (2007), "Reseña sobre la Informalidad y su organización en América Latina" en Global Labour Institute, http://www.global-labour.org/la_economía_informal.htm
- Saborío, M. (2015). *Marca país esencial Costa Rica: herramienta para la competitividad*. *Éxito empresarial* (284), 01-03. Recuperado de http://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion_284_200415_es.pdf

- Smith, A. (1988). Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones. Barcelona: Oikos-Tau.
- Schumpeter, Joseph (1996). Capitalismo, socialismo y democracia. T.I, Ediciones Folio, Barcelona.
- Secretaría de Economía (2006). Ley para el Desarrollo de la Competitividad MIPYME. Diario Oficial de la Federación, México.
- Sloman, J. (1997) Introducción a la Macroeconomía. Prentice Hall, Madrid (Tercera edición, primera edición en castellano)
- Smith, A. (1776) An Inquiry Into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. Edición de 1976, Campbell, R.H. y Skinner, Clarendon Press, Oxford.
- Terregrosa Sánchez, Rafael (2007). Conceptos generales de calidad. Consorcio Hospital General Universitario, 1-48.
- The U.S. Small Business Administration” (2011), En Crecimiento, las Compañías Manufactureras Pequeñas en www.businesswire.com
- Tunal, G. (2003). El problema de clasificación de las microempresas. En: Actualidad Contable FACES, Año 6, No. 7, pp. 78-91.
- Tokman, V. (2002), De la informalidad a la modernidad, Director de la Oficina Regional de la OIT para América Latina y el Caribe, Santiago, Oficina Internacional del Trabajo
- Zarur, O. (s/f). Apertura y modernización empresarial en México. En: Revista Gestión y Estrategia. UAM Azcapotzalco, versión electrónica, disponible en: <http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num5/doc12.htm>. (Consulta: julio 2008)
- Zevallos E. (2003). Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en América Latina. En: Revista CEPAL, No. 73, abril

Anexos.

Instrumento de evaluación de competitividad de las MIPYMES según mapa de competitividad del BID.

Cuestionario N° _____

PRESENTACION

El siguiente cuestionario, tiene como propósito, recoger información sobre una serie de variables relacionadas con el nivel de competitividad que tienen los micros y pequeños empresarios de la Región Brunca. Se han omitido datos sobre números de registro y números de cédula, para efecto de mantener la confidencialidad de la información. Agradecemos la oportunidad que nos brinda de realizar esta encuesta, cuyo fin último es poder conocer la situación de las micro y pequeñas empresas y con esto proponer alternativas para su desarrollo.

A. Razón social de la empresa. _____

A.1 Dirección. _____

A.2 Teléfono _____

B. Sector empresarial al que pertenece:

B.1. Servicio /___/

B.2. Comercio /___/

B.3. Industria /___/

B.4. Turismo. /___/

C. ¿Cuántos años tiene de estar operando su empresa?

C.1. Menos de un año /___/

C.2. Entre 1 y 2 años /___/

C.3. Entre 2 y 3 años /___/

C.4. Entre 3 y 5 años /___/

C.5. Más de 5 años. /___/.

D. ¿Cuál es el género del propietario o administrador (a)?

D.1. Masculino /___/

D.2. Femenino /___/

E. ¿Cuáles son los estudios realizados por el propietario (a)?

E.1 Primaria Incompleta /___/

E.2 Primaria Completa /___/

E.3 Secundaria incompleta /___/

E.4 Secundaria completa /___/

E.5 Universitaria incompleta /___/

E.6 Universitaria Completa /___/

F. ¿Cómo está inscrita la empresa o el microempresario (a) en Tributación Directa?:

6.1. Persona Física con actividades lucrativas /___/

- 6.2. Sociedad Anónima u otra
- 6.3. Régimen de tributación simplificada
- 6.4. No está inscrita

/ /
/ /
/ /

G: ¿Cuántas personas trabajan en la empresa? _____

- 1. Micro (1 a 5 empleados)...()**
- 2. De 6 a 15 pequeña empresa ()**
- 3. De 16 a 100 Mediana ()**

MAPA DE COMPETITIVIDAD

Clasifique de 1 a 5 según corresponda:

- 1. No existe.
- 2. En proceso de documentación. (Muy deficiente),
- 3. Documentado. (Deficiente),
- 4. Documentado y Difundido. (Satisfactorio),
- 5. Documentado, Difundido y Actualizado (Muy satisfactorio),
- 9 .No aplica

1. PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

1.1 Proceso

Item	5	4	3	2	1
La empresa ha realizado un proceso de planeamiento estratégico en los dos últimos años.					
La empresa tiene una estrategia básica de negocios escrita y conocida por todos los que deben ejecutarla.					
Se está dando espacios para que todos se involucren con la planeación estratégica.					
El planeamiento estratégico es el resultado de un trabajo en equipo y participan en su elaboración quienes son responsables por su ejecución y cumplimiento.					
Se definen objetivos específicos, cuantificables y medibles, junto con un plazo de tiempo definido para su ejecución, por parte de las personas responsables de área involucrada.					
Al planear se desarrolla un análisis FODA para la empresa y el sector donde esta opera con la adecuada participación de las áreas.					
Se analiza con frecuencia el sector donde opera la empresa considerando entre otros factores: nuevos proveedores, nuevos clientes, nuevos competidores, nuevos productos competidores, nuevas tecnologías y nuevas regulaciones.					

Al formular las estrategias competitivas, se utiliza la técnica de comparar la empresa con mejores prácticas.					
---	--	--	--	--	--

1.2 Implementación

Ítem	5	4	3	2	1
El personal esta activamente involucrado en el logro de los objetivos de la empresa, así como en los cambios que demanda la implementación de la estrategia.					
El planeamiento estratégico da las pautas para la asignación general de recursos en cada área del negocio de la empresa, con un seguimiento efectivo.					

2. ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD

2.1 Aspectos Generales

Ítem	5	4	3	2	1
La gerencia general tiene como filosofía impulsar programas de calidad en la empresa y para ello capacita adecuadamente a sus empleados en aspectos de calidad y mejoramiento continuo.					
Las normas de calidad para todos los productos de la empresa están debidamente documentadas y son conocidas por las personas responsables de su cumplimiento.					

2.2 Sistema

Ítem	5	4	3	2	1
Los productos de la empresa cumplen con las normas técnicas establecidas para el sector.					

El sistema de calidad identifica las necesidades de cliente y lo compara con el producto ofrecido por la empresa para proponer mejoras o rediseños.					
El sistema de calidad involucra los controles necesarios para identificar y medir defectos y sus causas en los procesos de producción, los retroalimenta para implementar acciones correctivas y les hace seguimiento.					
En el proceso de selección de materias primas existen especificaciones técnicas y se aplican los controles necesarios para verificar la calidad y retroalimentar el proceso de selección y compra.					
Los resultados de las pruebas e inspecciones son claramente documentados a través del proceso, desde la recepción de la materia prima hasta que los productos estén listos para su entrega.					

3. MERCHANDISING Mercado Nacional

3.1 Mercadeo y Ventas

Ítem	5	4	3	2	1
El proceso de planeamiento genera un plan de trabajo anual, estricto y detallado, con responsables y procesos de gestión claramente definidos.					
La empresa tiene claramente definido su propósito, su objetivo, sus estrategias de penetración, posicionamiento y comercialización.					
La empresa conoce los segmentos del mercado que le compete, su participación, crecimiento y rentabilidad y desarrolla estrategias comerciales para uno de ellos.					
La empresa establece objetivos o cuotas de venta, de recaudo y de consecución de clientes nuevos a cada uno de sus vendedores y controla su cumplimiento.					
La empresa dispone de información de sus competidores (en cuanto a reputación, calidad de sus productos y servicios, fuerza de ventas y precios).					

Las estrategias, objetivos y precios de la empresa están determinados con base en el conocimiento de sus costos, la oferta, la demanda y la situación competitiva.					
Los productos nuevos (menores de tres años) han generado un porcentaje importante de las ventas y de las utilidades totales de la empresa.					
Los recursos asignados al mercadeo (material publicitario, comisiones, etc.) son adecuados y se usan de manera eficiente.					
La empresa dispone de un sistema de información y análisis que le permite obtener información actualizada sobre sus clientes, sobre sus necesidades, y los factores que guían sus decisiones de compra.					
La empresa evalúa periódicamente sus mecanismos de promoción, sistemas de información de mercados y seguimiento de tendencias.					

3.2 Servicios

Ítem	5	4	3	2	1
El personal que tiene contacto con el cliente es consciente de sus responsabilidades y tienen suficiente autonomía para atender adecuadamente sus necesidades.					
La empresa tiene sistema de investigación que le permite conocer el nivel de satisfacción del cliente, lo documenta y toma acciones con base en su análisis.					
La empresa dispone de catálogos y especificaciones técnicas de sus productos.					

3.3 Distribución

Ítem	5	4	3	2	1
La empresa posee una fuerza de ventas capacitada, motivada y competente que apoya el cumplimiento de los objetivos de la empresa.					
La empresa ha desarrollado un sistema eficiente de distribución que permite llevar sus productos a sus clientes cuando y donde ellos lo necesiten.					
La empresa prefiere contratar vendedores con vínculo laboral en lugar de independientes sin vínculo laboral.					

4 CONTABILIDAD Y FINANZAS

4.1 Monitoreo de costos y contabilidad

Ítem	5	4	3	2	1
El Sistema de contabilidad y costos prevé información confiable, suficiente, oportuna y precisa para la toma de decisiones.					
La gerencia general recibe los informes de los resultados contables en los diez primeros días del mes siguiente periódicamente (quincenal o mensualmente) se preparan reportes de cuentas por cobrar organizados periodos de <u>ambigüedad</u> .					
La empresa tiene un sistema establecido para contabilizar y rotar sus inventarios.					
Existe un sistema claro para definir los contos de la empresa, dependiendo de las características de los productos y de los procesos.					

4.2 Administración Financiera

Ítem	5	4	3	2	1
La empresa tiene una planeación financiera formal (presupuesto de ingresos y egresos, flujo de caja, razones financieras, punto de equilibrio, etc.)					

La empresa conoce la rentabilidad de cada producto o línea de productos.					
Se comparan mensualmente los resultados financieros con los presupuestos, se analizan las variaciones y se toman acciones correctivas.					
La empresa evalúa la utilidad de sus inversiones, en equipo y otros activos fijos, y en general de inversiones.					

4.3 Normas legales y tributarias

Ítem	5	4	3	2	1
Se ha evaluado la inscripción de la empresa ante la superintendencia de industria y comercio, cámara de comercio y la DIAN a la luz de su objetivo social.					
Se tiene claramente definido el calendario tributario de la empresa, con fechas definidas de entrega de declaraciones y otros documentos.					
La empresa aplica los respectivos indicadores a sus declaraciones tributarias y se monitorean los resultados.					
La empresa tiene una planificación tributaria definida, conoce los montos aproximados por pagar en el periodo gravable de los diferentes impuestos, tasas y contribuciones.					

5 TALENTO HUMANO

5.1 Aspectos Generales

Ítem	5	4	3	2	1
La empresa tiene un organigrama escrito e implantado donde las líneas de autoridad y responsabilidad están claramente definidas.					

2	La empresa tiene políticas y manuales de procedimiento escrito, conocidos y acatados por todo el personal.					
3	Existe una junta directiva que lidera la empresa.					
4	La empresa cumple con todos los requisitos legales vigentes (ISS u otra EPS, SENA, caja de compensación, reglamento de trabajo, reglamento de seguridad industrial, etc.)					

5.2 Capacitación y promoción de personal

Ítem		5	4	3	2	1
1	La empresa tiene un programa definido para la capacitación de todo su personal y a todo el personal nuevo se le da una inducción a la empresa.					
2	Las habilidades personales, las calificaciones, el deseo de superación, la creatividad y la productividad son criterios claves para la remuneración y promoción del personal así como para la definición de la escala salarial.					

5.3 Cultura Organizacional

Ítem		5	4	3	2	1
1	Existe una buena comunicación oral o escrita a través de los diferentes niveles de la compañía.					
2	La empresa logra que el personal desarrolle un sentido de pertenencia.					
3	El trabajo en equipo es estimulado a través de todos los niveles de la empresa.					
4	La empresa ha establecido programas e incentivos para mejorar el clima laboral.					

5.4 Salud y Seguridad industrial

Ítem	5	4	3	2	1
1 La empresa tiene un programa de salud ocupacional implementado (plan de prevención de enfermedades, ocupacionales, seguridad laboral, planes de emergencia, etc.)					
2 La planta, los procesos y los equipos están diseñados para procurar un ambiente seguro para el trabajador.					
3 La empresa tiene un programa de seguridad industrial para prevenir accidentes de trabajo, los documenta cuando ocurre y toma las acciones preventivas y/o correctivas.					
4 La empresa lleva un registro de ausentismo ocasionado por enfermedades, accidentes de trabajo y otras causas.					

6 GESTION AMBIENTAL

6.1 Políticas

Ítem	5	4	3	2	1
1 En el diseño de la planta, la empresa tuvo en cuenta las regulaciones ambientales y el bienestar de sus trabajadores.					
2 La empresa conoce las normas ambientales que la controlan y establece los procedimientos y procesos para cumplirlas.					
3 La cultura y la estrategia de la compañía involucra aspectos, impactos y riesgos ambientales.					
4 La empresa mide el desempeño ambiental frente a metas y estándares pres acordados.					

6.2 Estrategias para proteger al medio ambiente

Ítem	5	4	3	2	1
1 La empresa considera las regulaciones ambientales cuando desarrolla nuevos productos o realiza cambios en su infraestructura física.					

2	Para la selección, instalación, operaciones y mantenimiento de los equipos se realizaron consideraciones.					
---	---	--	--	--	--	--

6.3 Concientización y capacitación

Ítem	5	4	3	2	1
1	Se definen y documentan las tareas, responsabilidades, competencias y procedimientos específicos que aseguren el cumplimiento de las normas ambientales, tanto internas como externas.				

6.4 Administración del desperdicio

Ítem	5	4	3	2	1
1	La empresa trata de minimizar el consumo de energía, agua y materias primas contaminadas mediante la mejora de sus procesos productivos, el reciclaje, la sustitución de insumos, el mantenimiento preventivo y uso de otras tecnologías.				
2	La empresa ha medido la cuantía de desperdicio, sabe en qué etapa del proceso es generado y ha formulado planes para reducirlo.				

7 SISTEMAS DE INFORMACIÓN

7.1 Planeación

Ítem	5	4	3	2	1
1	El sistema de información de la empresa está diseñado para satisfacer los requerimientos funcionales de información de la gerencia y de todas las áreas en forma oportuna y confiable.				
2	La empresa está actualizada en materia de nuevos desarrollos en programas y equipos de cómputo y tiene el personal capacitado para manejarlo.				
3	El diseño técnico y funcional del sistema responde a las necesidades de información de la empresa y es óptimo con relación al tiempo				

de proceso y seguridad.					
-------------------------	--	--	--	--	--

7.2 Entradas

Ítem	5	4	3	2	1
1 Se generan, archivan adecuadamente los documentos soportes en las diferentes áreas de la empresa.					
2 La captura de información genera operaciones simultáneas en las diferentes áreas de la empresa evitando la doble digitación de las transacciones en los diferentes sistemas.					

7.3 Procesos

Ítem	5	4	3	2	1
1 Como política, la empresa realiza sistemáticamente copias de respaldo de sus archivos más importantes y los almacena en sitios seguros.					
2 Existen procedimientos de contingencia, manualmente o automáticamente, en caso de pérdidas de fluidos eléctricos fallas en el equipo de proceso.					

7.4 Salidas

Ítem	5	4	3	2	1
1 La información generada por el sistema es confiable, oportuna, clara y útil y es usada para la toma de decisiones.					
2 La gerencia ha definido reportes que indiquen el tipo de datos requeridos para el proceso de toma de decisiones.					