



Las empresas de Costa Rica en general cuentan con trabajadores bien capacitados y buenas herramientas tecnológicas. **Foto con fines ilustrativos. Archivo/OCM.**

Investigación "Global Competitiveness Project Costa Rica"

Capital humano, tecnología y marketing son las fortalezas de las empresas costarricenses

23 de Agosto 2019 Por: Geovanni Jiménez Mata [1]

- Recientemente se presentó en Cartago, el informe de la investigación que estimó las fortalezas y debilidades de las empresas costarricenses.

Un **estudio** aplicado a **231 empresas** por los investigadores, **Juan Carlos Leiva** y **Ronald Mora del Tecnológico de Costa Rica (TEC)** y **Esteban Lafuente (UPC Barcelona Tech)**, estimó que en **Costa Rica el nivel de competitividad de las mismas apenas supera la mitad de la mejor nota posible.**

Capital humano, innovación de producto, mercado doméstico, redes de negocio, tecnología, toma de decisiones, estrategia competitiva, marketing, internacionalización y presencia online

fueron los **10 pilares competitivos** que se **calificaron del 0 al 10** en esta investigación llamada **Global Competitiveness Project Costa Rica**.

El estudio determinó que la **competitividad media** de las **empresas costarricenses analizadas es de 5.03 puntos**. No obstante, según comentó el **investigador Juan Carlos Leiva**, la **calificación trasciende a lo demostrado por un número**. “**Más allá de crear un valor numérico**, el número índice propuesto para medir competitividad **permite identificar fortalezas y debilidades competitivas**”.

Además, el docente define a la **competitividad** como el resultado de conjuntar un total de 10 pilares mutuamente dependientes que le permiten a la empresa competir eficazmente con otros agentes en el mercado, a la vez que permite ofrecer a sus clientes bienes y servicios de valor.

Tomando en cuenta el **concepto** y los **resultados del estudio**, la **fortaleza competitiva** de las **empresas costarricenses** radica en los **siguientes pilares**:

- **Capital humano**, debido a la **sólida capacitación** de **empleados**, **sistemas de compensación y gestión de programas de formación**.
- **Tecnología**, lo cual habla del uso intensivo de tecnología de reciente creación y **TICs**, **así como los sistemas de gestión** (calidad, medio-ambiente y seguridad y salud laboral).
- **Marketing**, aspecto enfocado en el **desarrollo de estrategias** de **fijación de precio**, **gestión estratégica** de los **canales de distribución** y **uso de TICs como herramienta de marketing**.

Por otro lado, el análisis permitió detectar **importantes deficiencias competitivas** en aspectos clave como la **presencia on-line** y los **bajos niveles de innovación y/o mejoras de producto/servicio a nivel empresa**, y **bajos niveles de diversificación del portafolio de producto**.

Leiva también destaca como importante lo variado en la **composición y funciones** de los **sujetos de análisis de este estudio**, lo cual según él, **refleja una realidad del país**. “**El perfil de las empresas encuestadas es muy heterogéneo**, lo que es **consistente con la diversidad del tejido industrial del país**”, señaló este investigador de del Centro de Investigación en Administración, Economía y Gestión Tecnológica (CIADEG-TEC) de la Escuela de Administración de Empresas.

Este proyecto se deriva del trabajo del Global Competitiveness Project [2], una **iniciativa académica y de investigación** puesta en marcha por los profesores László Szerb de la Universidad de Pécs en Hungría y Esteban Lafuente de la UPC Barcelona Tech. El **objetivo principal** de esta comunidad científica es **contribuir al entendimiento** de los **factores que determinan la competitividad empresarial** y de esta forma promover el **potencial de las empresas**.

A continuación, se incluyen algunos de los cuadros y tablas con resultados del análisis.

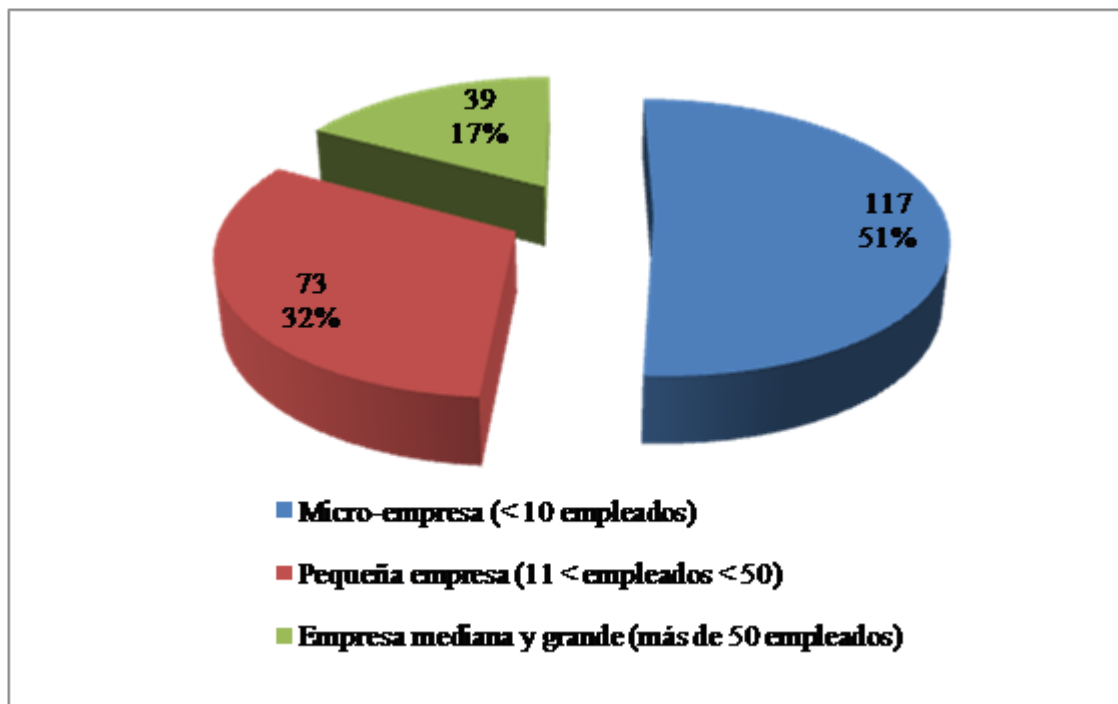


Figura 1. Tamaño (empleados) de las empresas analizadas.

Competitividad empresarial: Principales resultados

Los resultados generales del Índice de Competitividad (que oscila entre 0 y 10) indican que la competitividad media de las empresas costarricenses analizadas es de 5.03 puntos (ver tabla 1).

	Promedio
Índice de Competitividad	5.0287
Pilares competitivos	
Capital humano	0.5161
Marketing	0.5145
Tecnología	0.5135
Mercado doméstico	0.5094
Internacionalización	0.5054
Redes	0.5018
Estrategia	0.5015
Toma de decisiones	0.4995
Producto	0.4913
Presencia Online	0.4756

Tabla 1. Pilares competitivos y competitividad empresarial: Resumen de resultados.

Competitividad empresarial: El papel del tamaño de la empresa y la experiencia de mercado

Los resultados presentados en la figura 2 muestran cómo, para las empresas encuestadas, el nivel de competitividad aumenta con el tamaño de la empresa, medido un número de trabajadores.

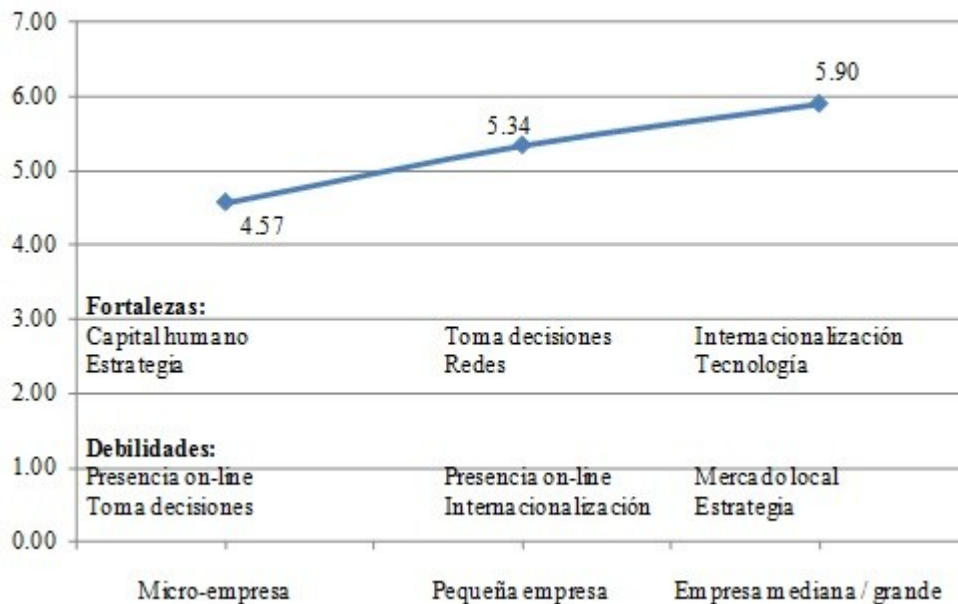


Figura 2. Competitividad empresarial según el tamaño de la empresa.

Por último, la tabla 2 muestra el nivel de competitividad de las empresas analizadas según su experiencia de mercado (años de funcionamiento).

	Competitividad
Nueva empresa (< 3 años)	4.7769
Empresa joven (entre 3-5 años)	5.1588
Empresa consolidada (entre 6-10 años)	4.7711
Empresa experimentada (entre 11-20 años)	4.9455
Empresa muy experimentada (>20 años)	5.2037

Tabla 2. Competitividad empresarial según la experiencia de mercado de las empresas.

Competitividad empresarial por sector de actividad económica

En lo concerniente a los resultados de competitividad de los principales sectores de actividad económica, los resultados se muestran en la tabla 3.

	Competitividad
Manufactura	5.1018
Servicios intensivos en conocimiento	5.3634
Servicios al consumidor	5.2213
Comercio	4.7932
Total	5.0287

Tabla 3. Competitividad empresarial por sector de actividad económica.

Descripción de las 46 variables empleadas dentro del proyecto GCP

Pilar competitivo	Variables incluidas en el pilar
1. Capital humano	Número y ratio de empleados con estudios superiores
	Problemas con empleados
	Proporción de empleados que participaron en programas de formación
	Sofisticación del sistema de compensación
2. Innovación de producto	El nivel de "rareza" del capital humano en la empresa
	Innovación de producto
	Introducción de nuevos productos o productos mejorados
	Ratio de ventas de nuevos productos respecto al total de ventas
3. Mercado doméstico	Innovación continua y nivel de "rareza" del producto de la empresa
	Ámbito geográfico de las ventas de la empresa
	Nivel de competencia en el mercado local
	Crecimiento de mercado esperado en los próximos cinco años
	Intensidad competitiva del sector
4. Redes de negocio	Nivel de respuesta a las demandas del cliente / consumidor
	Número de acuerdos de cooperación y colaboración
	Tiempo operando con la red de contactos respecto a la edad del negocio
	Dependencia de ayuda externa para el desarrollo empresarial
5. Tecnología	Nivel de especificidad (unicidad) de la red de contactos
	Nivel tecnológico de la empresa respecto al mercado local
	Innovación tecnológica y antigüedad de la tecnología de la empresa
	Inversiones ambientales y garantías de calidad
	Nivel de aplicación de herramientas tecnológicas (ICTs)
6. Toma de decisiones	Desarrollo de tecnología (licencias, patentes, know-how, etc.)
	Uso de distintas fuentes de información
	Aplicación de análisis financiero en la empresa
	Compartir información como práctica empresarial
	Uso de consultores internos y externos en procesos de toma de decisión
7. Estrategia competitiva	Rutinas organizacionales relacionadas a la gestión de información
	Dirección de la estrategia empresarial (defensiva, proactiva)
	Estrategia de crecimiento basada en el número de locales de la empresa
	Atributos emprendedores de los fundadores de la empresa
8. Marketing	Nivel de "rareza" de la estrategia proactiva de la empresa
	Producto
	Estrategia de fijación de precio del producto principal de la empresa
	Sofisticación de los canales de distribución usados por la empresa
	Marketing aplicado y herramientas de comunicación
9. Internacionalización	Innovación de marketing
	Nivel de "rareza" de las técnicas de marketing empleadas por la empresa
	Importancia de clientes en el exterior
	Proporción de ventas al exterior (exportaciones, etc.)
10. Presencia online	Manejo de idiomas entre los empleados de la empresa
	Valor de la localización del negocio (en el mercado local y foráneo)
	Características técnicas del sitio Web de la empresa
	Servicios ofrecidos en la página Web de la empresa
	Contenidos de la página Web de la empresa
	Uso de aplicaciones de marketing online

Descripción de variables empleadas para estimar el índice de competitividad empresarial.

Presentación oficial



El evento oficial se realizó en el Hotel el Guarco. (Fotografía: Ruth Garita /

OCM).

La presentación oficial se llevó a cabo en el Hotel del Guarco, **donde participaron representantes del sector empresarial, académico, gobierno local y central.**

Tras el evento se analizaron los temas; principalmente: cómo trabajar en los puntos de mejora. "Ser cinco... es estar a la mitad, y curiosamente, Costa Rica está a la mitad de muchos índices", afirmó la coordinadora de Zona Económica Especial Cartago, Silvia Hidalgo.

De igual manera, recalcó que es necesario elaborar una estrategia más fuerte en conjunto, para mejorar el índice. "Nosotros tenemos la capacidad de sentarnos y decir... vamos para adelante.", puntualizó.

El objetivo es que el índice sea presentado cada dos años.

Source URL (modified on 11/29/2019 - 14:32): <https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/node/3342>

Enlaces

[1] <https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/users/geovanni-jimenez-mata>

[2] <https://www.sme-gcp.org>