

Caracterización del sector de tecnologías de información y comunicación (TICs) en Costa Rica

Resumen Ejecutivo

El sector TICs en Costa Rica, a nivel de ventas representó un volumen de al menos **\$1.300 millones en 2018**, generador de aproximadamente **42.256 empleos directos**, altamente calificado (86% posee un grado universitario, al menos 41% propiamente en TI), y de aproximadamente **450 empresas**. De éstas se estima que un **26% son grandes** (asociadas a capital mayoritariamente no nacional, con ventas por más de \$10 millones anuales, **con filiales en el extranjero y ofreciendo especialmente servicios de call centers, tecnologías 4.0, y otros en ing de Software no tanto desarrollo de software**) quienes pueden representar el **90% de las ventas totales; 7 de cada 10 son de capital mayoritariamente nacional y 9 de cada 10 ya han recibido ingresos por venta de sus servicios al exterior** (del total de servicios exportados en 2018, \$9.092 millones, el sector TICs representó el 14%).

No hay una actividad en la que se concentren los clientes, solo las que tienen por **principal servicio, el Desarrollo de software** (45%), **la venta de un producto base TI** (9%), de **Telecomunicaciones** (11%): **servicios de Internet y Multimedia, redes sociales, compras en línea y/o seguridad**, concentran al menos el 50% de sus clientes, y por tanto su **posible especialización**. Los clientes de las empresas TIC (**verticales**) se dedican en su mayoría a ofrecer **otros servicios (89%) y algunos a la venta de bienes (11%) - oportunidad de mayores encadenamientos-**

A mayor antigüedad y tamaño de la empresa, mayor la experiencia exportadora y cantidad de clientes. A menor tamaño de la empresa, más vulnerabilidad dada la dependencia en pocos clientes. Al menos **61% declara, a nivel de ventas, como principal país, el mercado local y 13% USA**; razón por la cual posiblemente, no todas cuentan con un sitio web en inglés (54%), e incluso, de los colaboradores con contacto con clientes internacionales, solo el 62% tiene conocimientos en inglés.

El sector, **sea para mejor desempeño local o internacional**, reconoce la **necesidad de capacitarse en las nuevas tecnologías; en procesos y gestión de ventas**; en habilidades blandas como **trabajo en equipo, servicio al cliente, comunicación e innovación** (la que hacen en su mayoría para mejoras de productos vs en I+D, nuevos productos o mejores procesos u otros). **La protección de la propiedad intelectual (PI) debe fortalecerse**, en CR y más fuera de CR, así como la **adopción de modelos de gestión de calidad; la confección de contratos (con clausula Service Level Agreement) en todos sus proyectos; la investigación de mercados internacionales y temas tributarios**, entre otras buenas prácticas empresariales.



1 | OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Conocer en detalle las características del sector de Tecnología de Información en Costa Rica, con el fin de, entre otros varios, planificar mejor como apoyarlos en su internacionalización.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Conocer las *características de las empresas* en términos del perfil de sus empleados, clientes, antigüedad, “core business”, otros servicios comercializables, “verticales” principalmente trabajadas, necesidades de capacitación entre otros.
2. Medir el tipo de *experiencia exportadora*: principales países, retos o necesidades para poder exportar y otros.
3. Detallar algunas *prácticas operativas*, con el fin de medir áreas fuertes o de oportunidad.
4. Conocer la *salud financiera* del sector y temas relacionados.





CONTENIDO

Capítulo	Pág.
1. Objetivos	3
2. Metodología y descripción de la muestra	6
3. Características de las empresas	10
3.1 Sobre sus empleados	18
3.2 Giro de negocio, verticales y competencia	28
4. Experiencia Exportadora	46
5. Prácticas operativas	59
6. Aspectos financieros de la empresa	81
7. Conclusiones y Recomendaciones	93

A top-down view of a person's hands working at a wooden desk. The person is holding a black calculator with a green display showing '12345'. They are also holding a black pen over a document. There are several other papers and a laptop keyboard visible on the desk.

2 | METODOLOGÍA Y DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

METODOLOGÍA

GRUPO OBJETIVO: *Empresas, físicas o jurídicas, que ofrecen servicios de telecomunicaciones; servicios de información, programación y consultoría informática; servicios en experiencia digital; automatización de procesos, integración de tecnologías, creación de productos (app, sistema u otros) con base en estas tecnologías y otros relacionados con tecnologías 4.0.*

METODOLOGÍA DE RECOLECCIÓN DE LOS DATOS:

*Se envió cuestionario electrónico para ser **auto administrado** por los representantes de las empresas. La muestra se completó con entrevistas **Cara a Cara**.*

MUESTRA: *113 encuestas, 58 online y 55 cara a cara. Representativa de la población según criterio experto.*

Fecha de campo:

Del 26 de noviembre 2018 al 8 de marzo 2019

Con la colaboración de:



Distribución de la muestra

Tamaño de las empresas



113
Total

TAMAÑO DE EMPRESA (SEGÚN EMPLEADOS)

30 MICRO (*hasta 5 empleados*)

47 PEQUEÑA (*entre 6 y 30 empleados*)

18 MEDIANA (*entre 31 y 100 empleados*)

18 GRANDE (*más de 100 empleados*)

TAMAÑO DE EMPRESA (SEGÚN EMPLEADOS E INGRESOS)

20 MICRO (*hasta 30 empleados PERO menos \$100 mil*)

52 PEQUEÑA (*31 a 100 empleados / \$100 mil a \$1 millón*)

12 MEDIANA (*menos de 100 empleados / \$1 a \$10 millones*)

14 GRANDE (*31 o más empleados / más de \$5 millones*)

15 NO DECLARARON INGRESOS ("Grandes")

Aclaración Metodológica

Diferencias Significativas: se trabajó con el test de Chi cuadrado de Pearson, el que indica si en las distribuciones observadas en las categorías de una variable se comportan de acuerdo a lo esperado o se observan diferencias (significativas) en función del comportamiento de otra variable.

De este modo, se mostrarán las diferencias utilizando los siguientes íconos:



ANTIGÜEDAD de la empresa



PROCEDENCIA DE CAPITAL



TAMAÑO de la empresa (por cantidad de empleados)



ACTIVIDAD PRINCIPAL de la empresa



EMPRESA EXPORTADORA



DIMENSIÓN de la empresa (por cantidad de empleados e ingresos)

3

CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

LAS EMPRESAS TIC'S



1. Generadores de aprox. **42,256 empleos**, de los cuales 42% están fuera de ZF y 58% en ZF.
2. Un poco más del 50% de las empresas TICs operan desde **al menos 11 años**.
3. **Las micro (26%)** en particular tienen menos de 11 años de antigüedad.
4. 7 de cada 10 son de **capitales mayoritariamente nacionales**. Las de **capital no nacional** son mayoría **Grandes**.
5. **Desarrollo de software** es la actividad dominante.
6. **9 de cada 10 exportan**. Las **menos** las de Desarrollo de software y con un producto con PI:
7. 9 de cada 10 cuentan con **sitio web**, aunque sólo **la mitad está en inglés**.
8. Las gran mayoría empresas formalizadas: tributan o pagan la CCSS.



ANTIGÜEDAD OPERANDO EN COSTA RICA
20% 18 años o más
36% Entre 11 y menos de 18 años
27% entre 5 y menos de 11 años
17% 4 años o menos



TAMAÑO
26% Micro
42% Pequeña
16% Mediana
16% Grande



EXPORTA SERVICIOS
88%





PROCEDENCIA CAPITAL
75% Mayormente Nacionales
22% Mayormente Extranjeros



ACTIVIDAD PRINCIPAL
45% DESARROLLO SOFTWARE
16% Otros Ingeniería Software
11% Telecomunicaciones
9% Producto de base TI



CUENTA CON SITIO WEB
91% 89% Español 
54% Inglés 



AFILIADA A ALGUNA CÁMARA EMPRESARIAL O ASOCIACIÓN
70% CAMTIC 80%
CICR 11%
CAMSCAT 4%
Procomer 4%
GS1 Costa Rica 4%

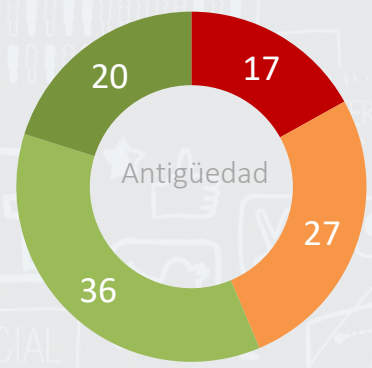


INSCRIPCIÓN EN INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES
Hacienda 96%
CCSS 95%
INS 86% (SEGURO RIESGOS DE TRABAJO)
MEIC 52%

Caracterización de Empresas (I)

Un poco más del 50% de las empresas TIC's operan desde al menos 11 años (56%). La mayoría de capital nacional; pequeñas o micro empresas. 9 de cada 10 exportan sus servicios.

Antigüedad

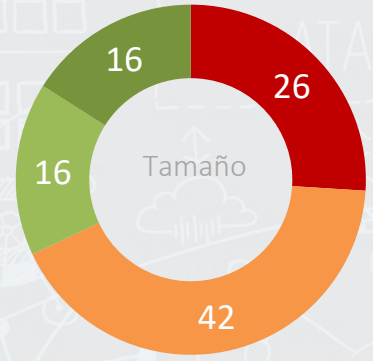


- 4 O MENOS AÑOS
- 5 A MENOS DE 11 AÑOS
- 11 A MENOS DE 18 AÑOS
- 18 AÑOS O MÁS

Tamaño de empresa

Tamaño de empresas (2)

Tamaño (según empleados)



- MICRO
- PEQUEÑA
- MEDIANA
- GRANDE

Antigüedad empresas

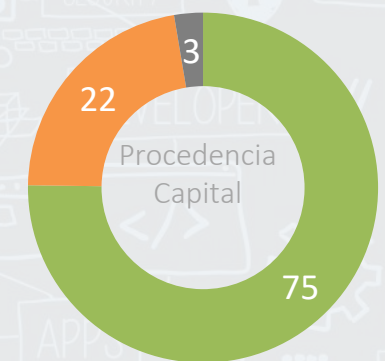
Exporta Servicios



- Exporta Servicios

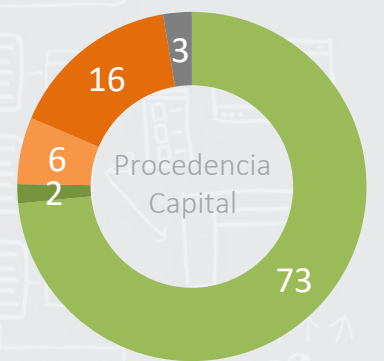
Oportunidad para impulsar la exportación entre quienes aún no hacen

Procedencia Capital



- MAYORITARIAMENTE NACIONAL
- MAYORITARIAMENTE EXTRANJERO
- POR IGUAL

Tamaño de empresas

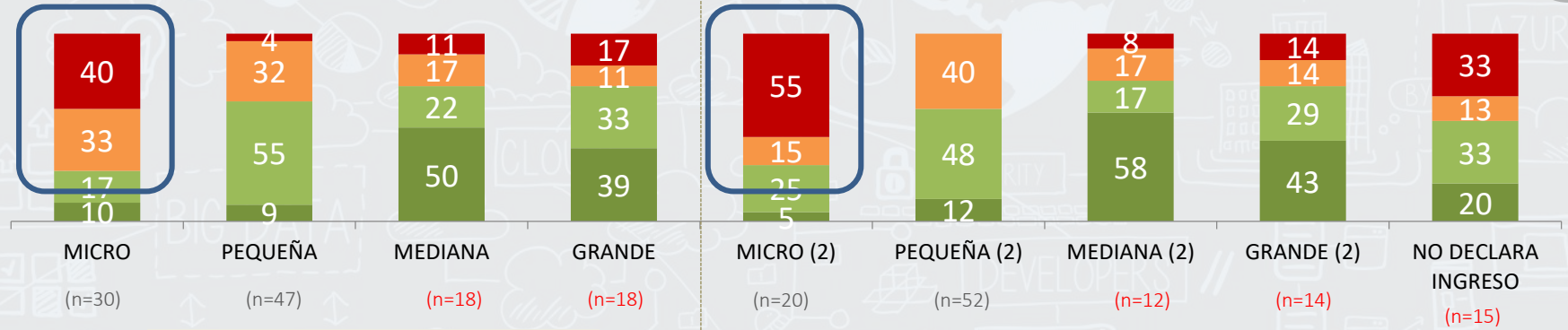
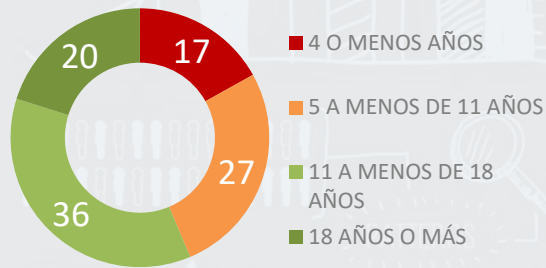


- NACIONALES RESIDENTES
- NACIONALES NO RESIDENTES
- EXTRANJEROS RESIDENTES
- EXTRANJEROS NO RESIDENTES
- MIXTO

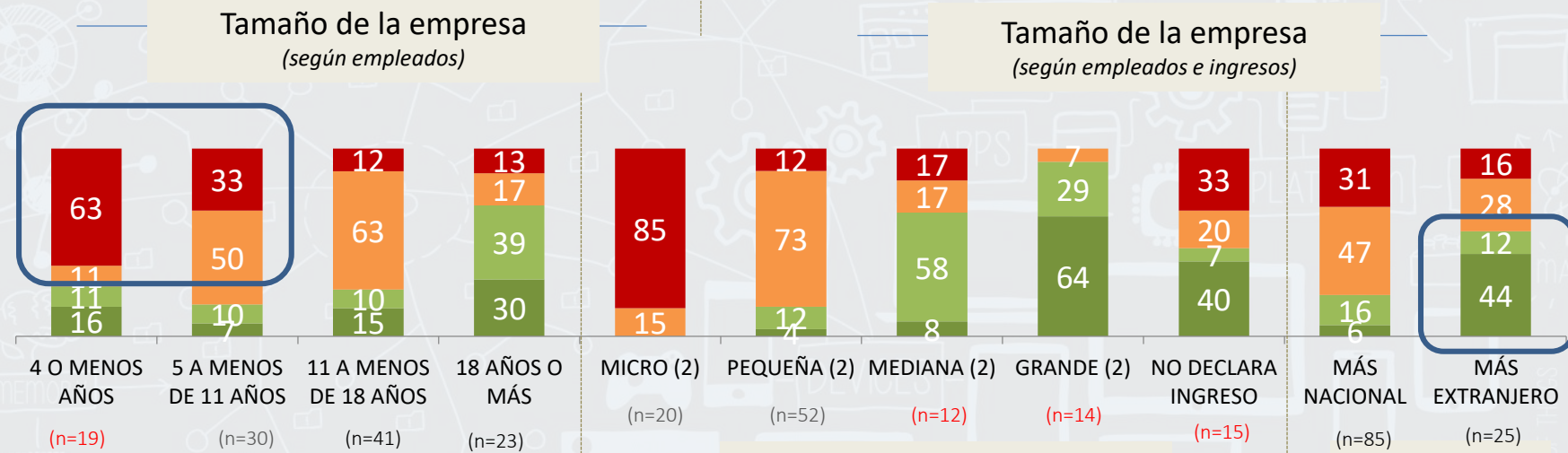
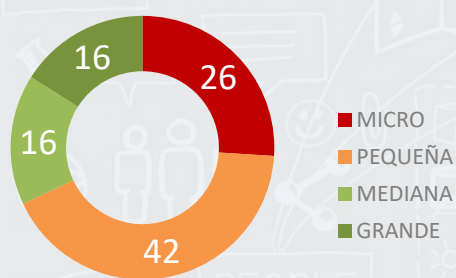
Antigüedad y Tamaño según variables

Las empresas más jóvenes tienden a ser más pequeñas. Las de capital no nacional tienen a ser grandes.

Antigüedad



Tamaño (según empleados)



Antigüedad de la empresa

Tamaño de la empresa (según empleados e ingresos)

Procedencia de Capital*

P1. ¿En qué año inició operaciones la empresa aquí en Costa Rica

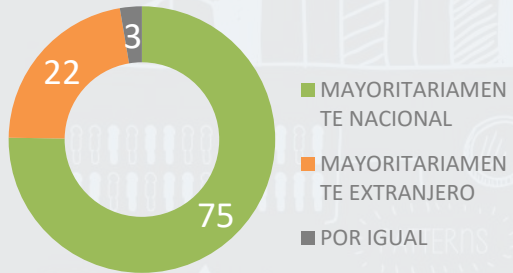
P11. ¿Según el tipo de empleados a continuación, me indica por favor la cantidad de empleados que tenía su empresa al cierre de octubre 2018?

*No se grafica "por igual" por base insuficiente (n=3)

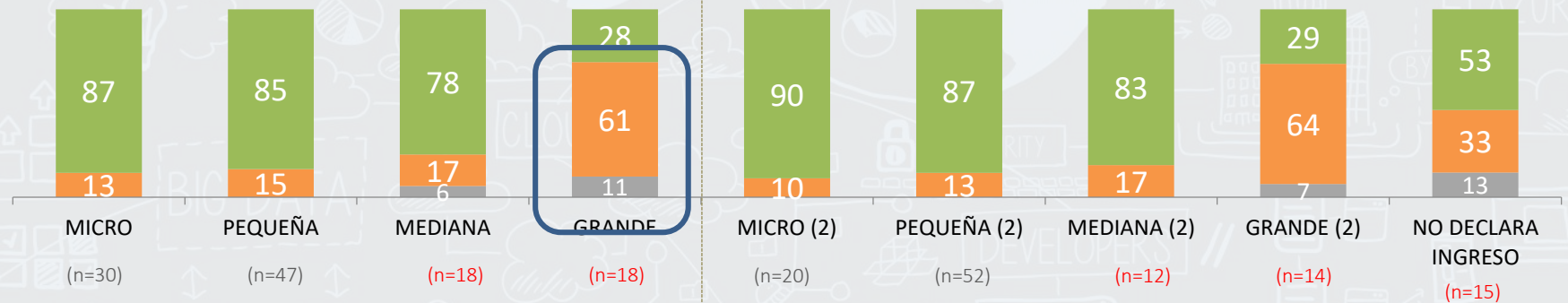
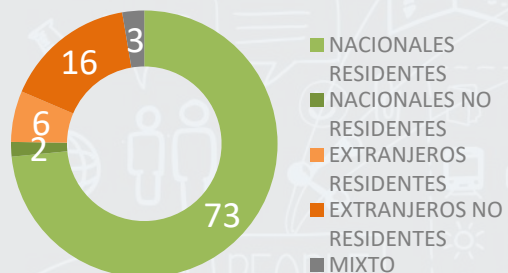
Procedencia de Capital según variables

A más grande la empresa más tiende a ser de capital mayoritariamente extranjero.

Procedencia Capital (Resumen)

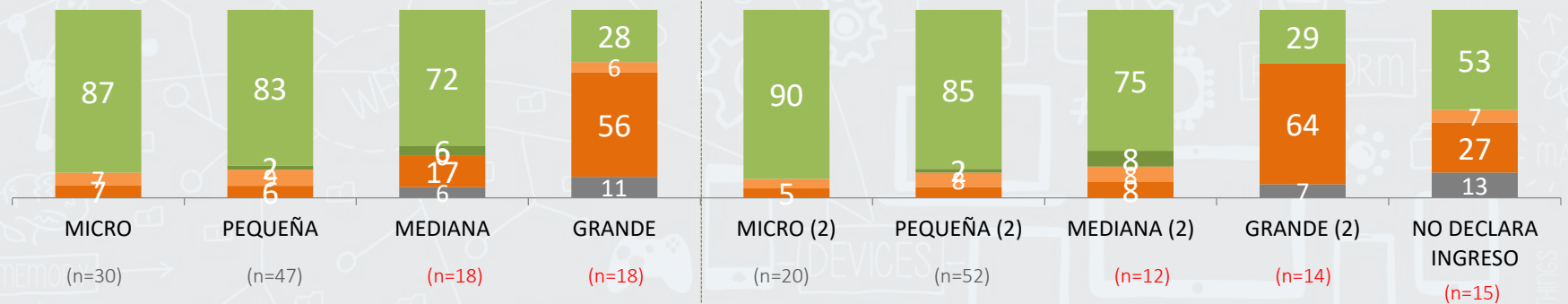


Procedencia Capital



Tamaño de la empresa (según empleados)

Tamaño de la empresa (según empleados e ingresos)

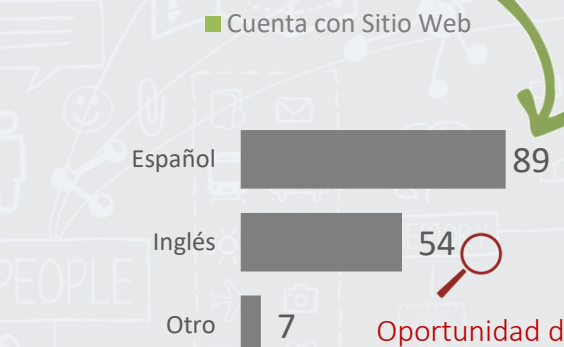


Tamaño de la empresa (según empleados)

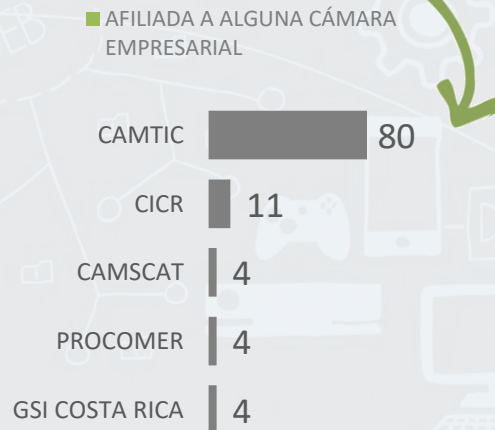
Tamaño de la empresa (según empleados e ingresos)

Caracterización de Empresas (II)

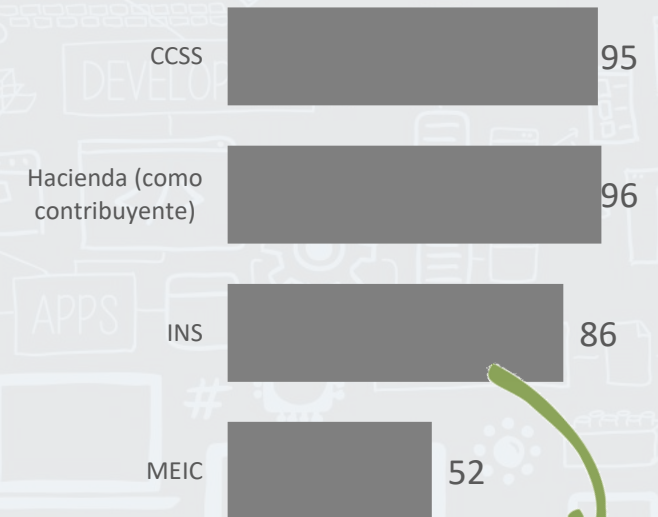
Casi todas cuentan con sitio web aunque solo la mitad lo posee en inglés. 7 de cada 10 están afiliadas a alguna cámara, siendo CAMTIC la principal. Mayoría son empresas “formales” al estar inscritas en CCSS y Hacienda.



Oportunidad de desarrollo para comercio exterior en mercados no hispanos



Inscripción en Instituciones Gubernamentales



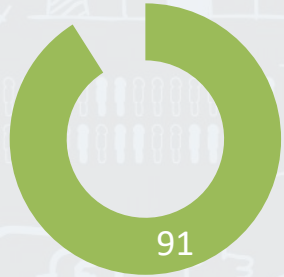
98% Seguro Riesgos de Trabajo

Base: Total Entrevistados (n=113)
Datos en %

Sitio web y Afiliación según variables

Las empresas de 4 o menos años son las que en menor proporción cuentan con sitio web. La afiliación a una cámara o asociación depende de la antigüedad: están más afiliadas las de 11 años o más. También depende del tamaño, siendo más afiliadas las pequeñas o grandes.

Sitio Web

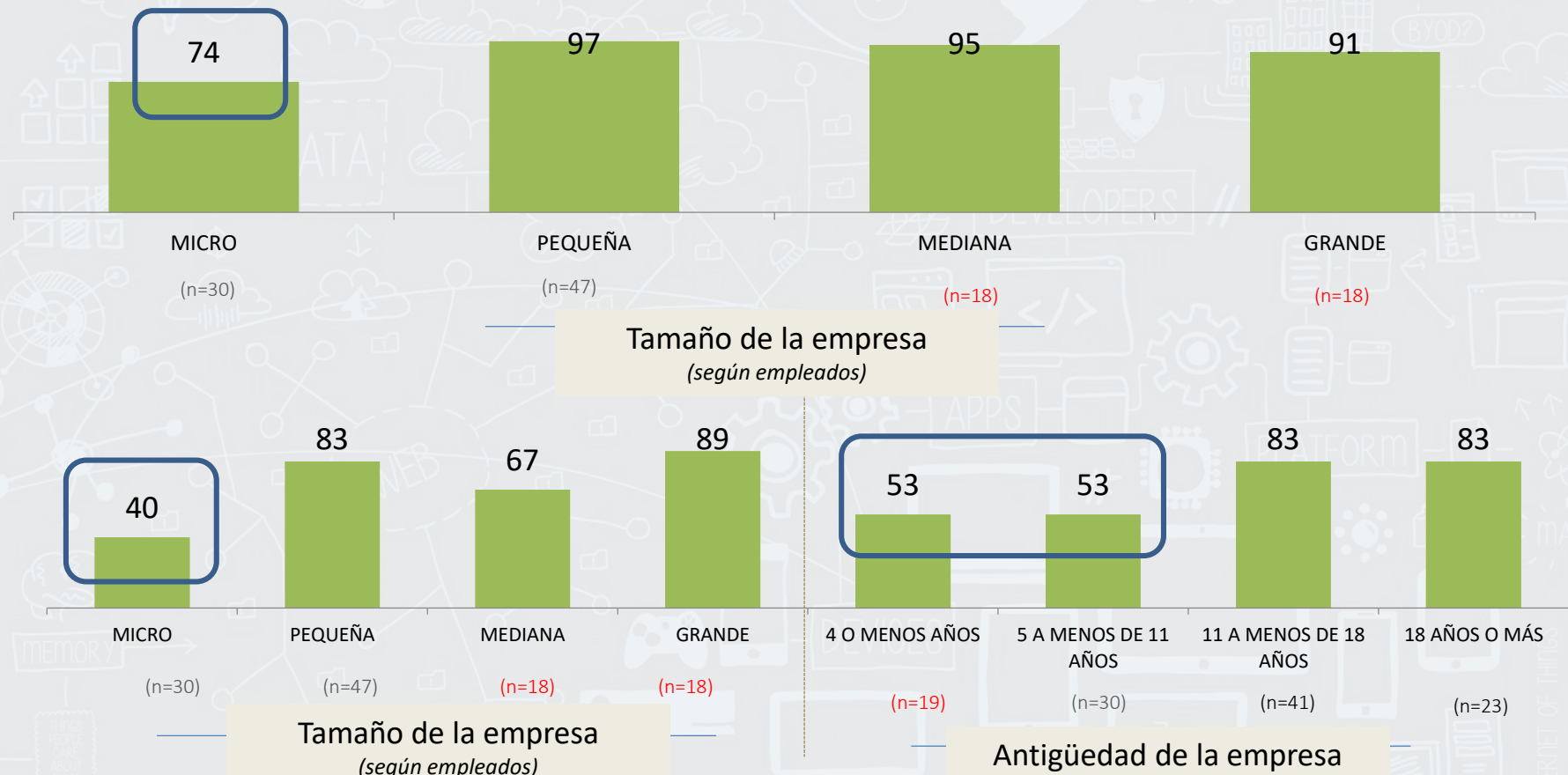


Cuenta con Sitio Web

Afiliada a alguna Cámara Empresarial



Afiliada a alguna Cámara Empresarial



Relación comercial con Empresas TICs

Mediano alcance de relaciones comerciales con empresas TICs, siendo Microsoft la empresa con mayor llegada. Mayoría de estas empresas son proveedoras. Oportunidad para generar relaciones con empresas evaluadas.



Base: Total Entrevistados (n=113)
Datos en %

Relación	CISCO	ORACLE	Microsoft	IBM	Compuware	SAP
Proveedor	10 casos	30	41	1 caso	1 caso	5 casos
Rep. comercial	1 caso	22	16	1 caso		1 caso
Socios	1 caso	22	18	1 caso		2 casos
Contratos	1 caso		2	1 caso		1 caso
Distribución exclusiva		7	4			
Fabricación conjunta		15	16			2 casos
Consultores						1 caso
NS/NR		4	2	1 caso		
	(n=13)	(n=27)	(n=49)	(n=5)	(n=1)	(n=12)

Base: Tiene relación comercial con cada empresa
Datos en % y en absolutos



3.1 | SOBRE SUS EMPLEADOS

LOS EMPLEADOS



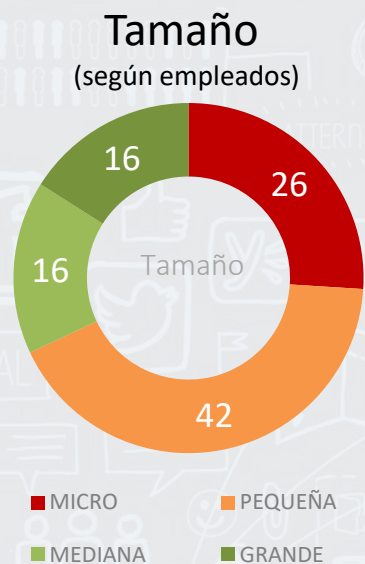
1. Casi todos son **empleados directos (94%)**, con expectativa de crecimiento para el 2019 (61%), sobre todo entre las desarrolladoras de software (73%).
2. **54% de mujeres en áreas administrativas** mientras que la **proporción de hombres en áreas técnicas (69%) y de ventas (66%) es mayor**.
3. Sector con mayoría de colaboradores con **grado universitario (86%)**, de éstos 41% tienen algún grado en TI, sobre todo si son de Ingeniería de software (54%). Solo un **32% de las empresas tienen menos del 50% de sus colaboradores sin un título relacionado con TI**, sobre todo si tienen un producto base TI (70%) o son de Telecomunicaciones (58%).
4. Habilidades blandas más requeridas: **Trabajo en equipo (49%), Servicio al cliente (44%), Comunicación (34%) e Innovación (31%)**.
5. Entre los fijos con contactos internacionales, el **62% tiene conocimientos de inglés**, en particular si tienen un producto base TI (71%) o son de Telecomunicaciones (70%). Después de inglés, casi ningún otro idioma.
6. Alta dispersión en cuanto a las necesidades de capacitación. **Las nuevas tecnologías (24%)** lideran la demanda a nivel técnico y los **procesos y gestión de ventas (14%)** son más demandadas a nivel de gestión empresarial.

Cantidad de empleados

Generadores de aprox. 42,256 empleos directos. La expectativa de crecimiento para el 2019 fue favorable.

Aprox. 42,256 empleos directos
42% fuera de ZF – 58% en ZF

Expectativa cantidad de empleados para 2019

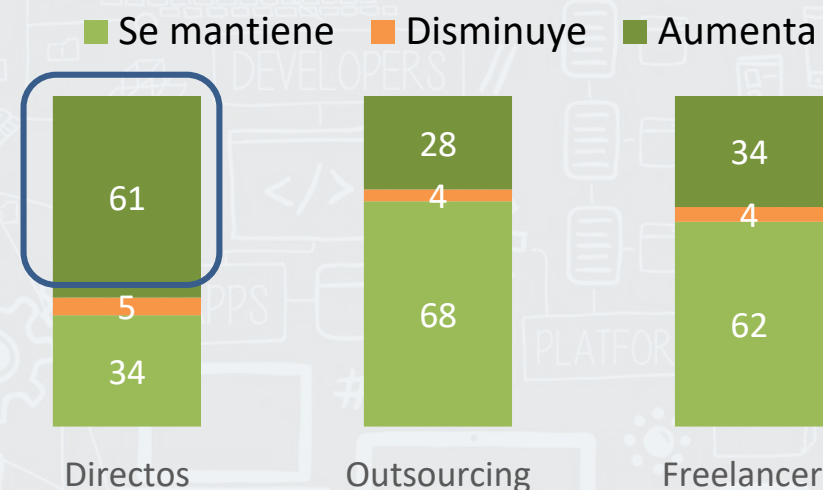


Total Empleados
Promedio:
99 empleados

Micro: 5 empleados
Pequeña: 17 empleados
Mediana: 65 empleados
Grande: 498 empleados



- Directos o fijos tiempo completo N= 94
- Directos o fijos tiempo parcial N= 1
- Outsourcing N= 2
- Freelancers N=2



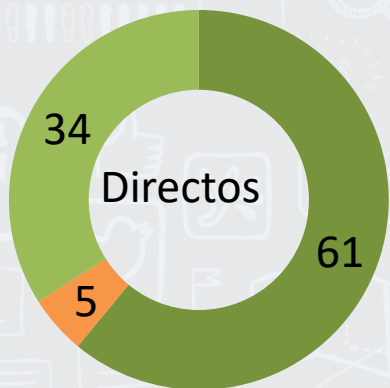
Giro del negocio

Antigüedad

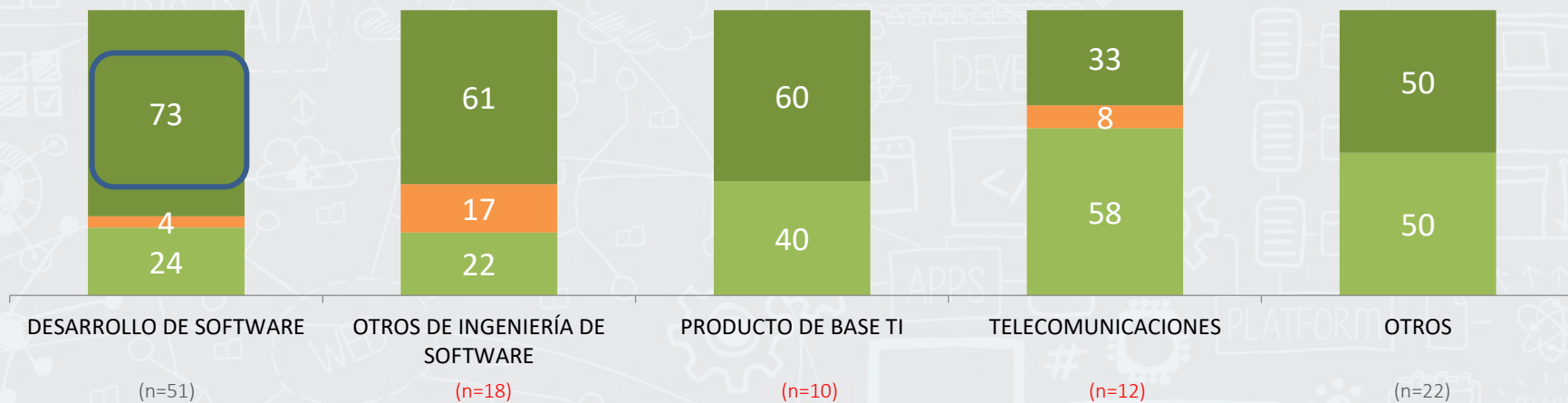
Capital

Expectativa Cantidad de empleados

Empresas dedicadas a ingeniería de software con mayor expectativa de aumento en cantidad de empleados directos.



■ Aumenta ■ Disminuye ■ Se mantiene

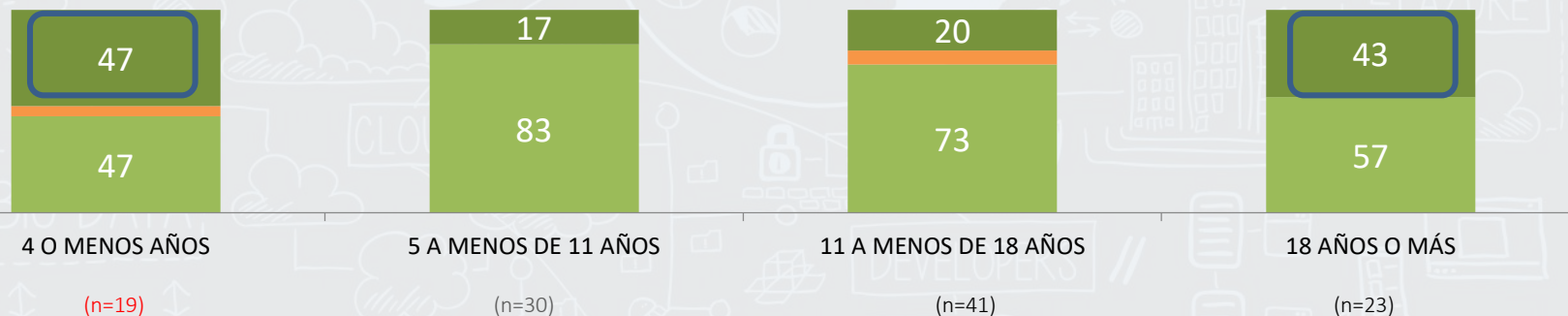
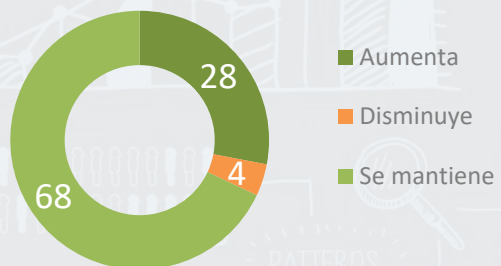


Giro del negocio

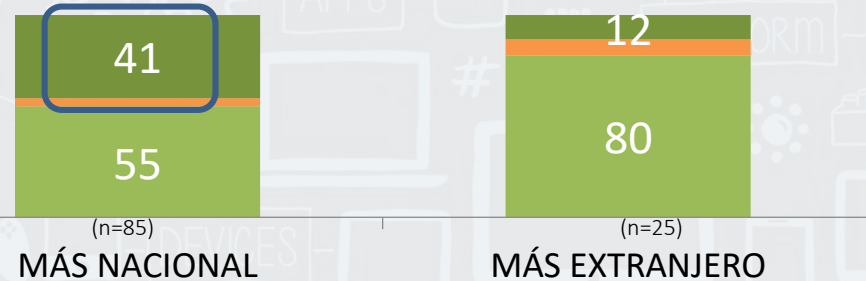
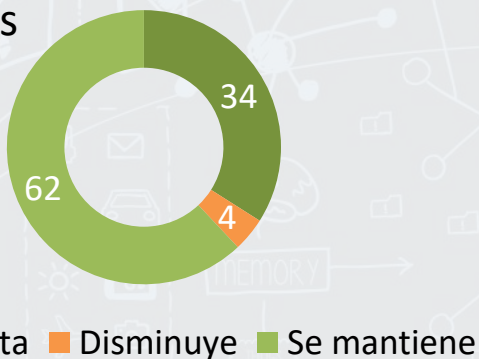
Expectativa Cantidad de empleados

Son más las empresas de capital mayoritariamente nacional, las que estiman aumentarán su planilla

Outsourcing



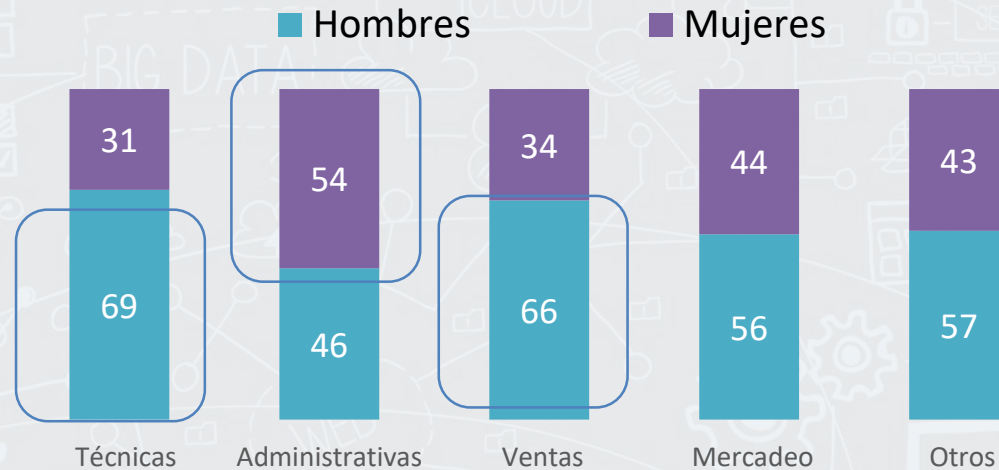
Freelancers



Caracterización de Empleados

Mayor proporción de mujeres (54%) en áreas administrativas mientras que los hombres en áreas técnicas y de ventas.

Proporción de Hombres y Mujeres en cada área



P12. Considerando exclusivamente los empleados o colaboradores directos o en planilla de tiempo completo o parcial, cuál es la proporción entre hombres y mujeres de los que ocupan funciones...

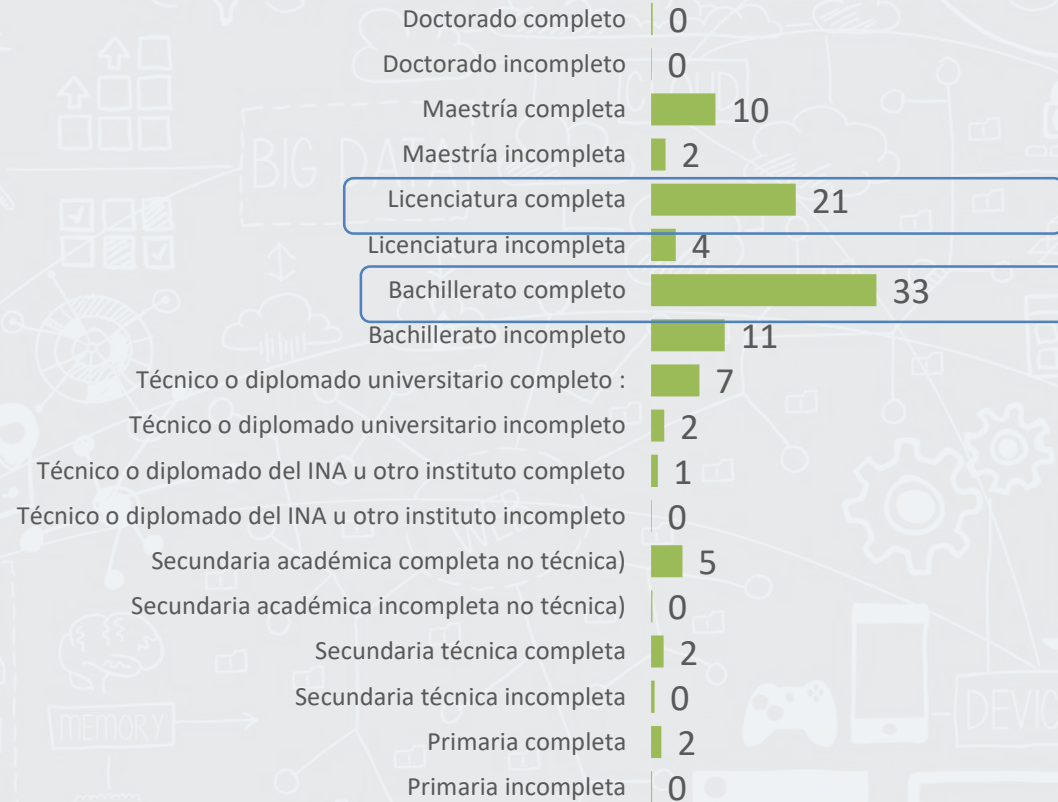
P14. ¿Considerando el último nivel de educación alcanzado por cada uno de los colaboradores fijos de la empresa a la fecha, qué proporción de ellos alcanzaron o tienen por último nivel de educación ...?

Caracterización de Empleados

Sector con mayoría de colaboradores con grado universitario (86%).

Nivel educativo Alcanzado

Porcentaje Promedio



P12. Considerando exclusivamente los empleados o colaboradores directos o en planilla de tiempo completo o parcial, cuál es la proporción entre hombres y mujeres de los que ocupan funciones...

P14. ¿Considerando el último nivel de educación alcanzado por cada uno de los colaboradores fijos de la empresa a la fecha, qué proporción de ellos alcanzaron o tienen por último nivel de educación ...?

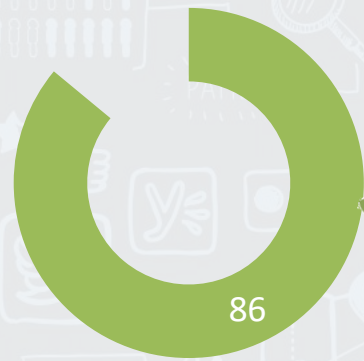
Base: Total Entrevistados (n=113)

Datos en %

Especialización en TICs

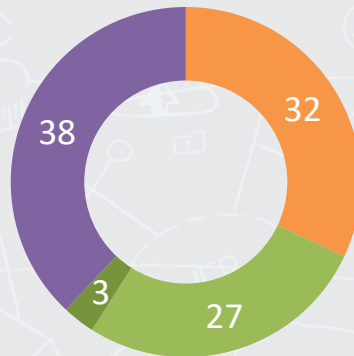
Amplio porcentaje de empresas con colaboradores con grado universitario, entre los cuales más de la mitad está relacionado con TICs, principalmente entre empresas dedicadas al Software. 8 de cada 10 empleados cuenta con alguna certificación de empresas internacionales. Certificados Microsoft, los de mayor alcance.

Empresas con colaboradores con algún grado universitario



Algun grado universitario

Colaboradores con algún grado universitario en TICs

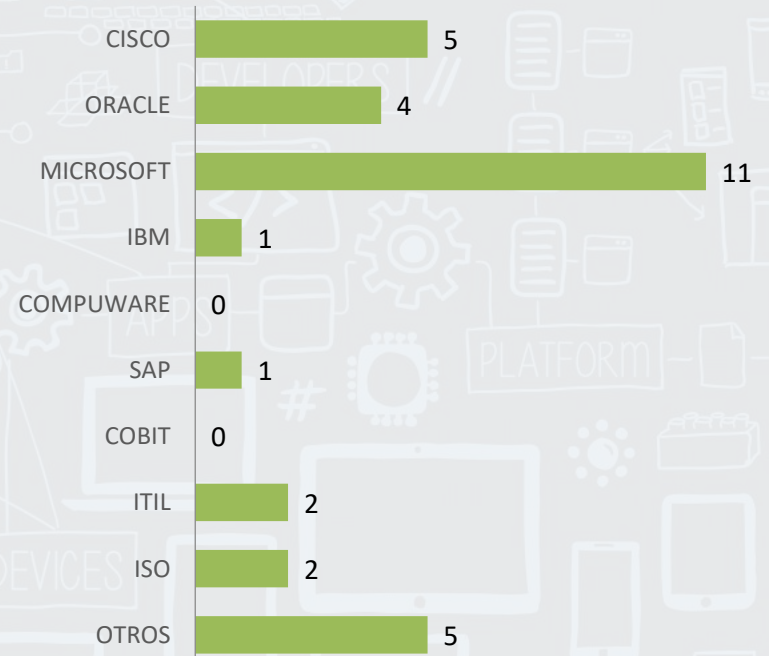


MENOS DE 50%
ENTRE 50% Y 80%
MÁS DE 80% Y MENOS DE 90%
90% O MÁS



Giro Negocio

% promedio Empleados Fijos con certificación de cada empresa



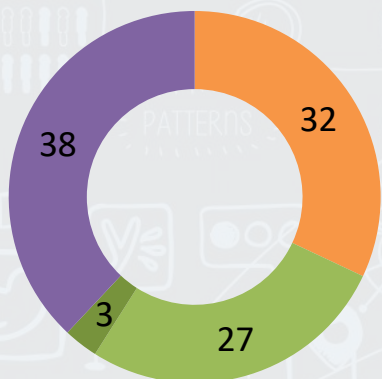
P15. ¿Entre los [insertar suma de colaboradores en P14 de la 1 a la 8]colaboradores cuyo último nivel educativo es algún grado universitario, ¿qué porcentaje tienen un grado universitario relacionado con Tecnologías de la Información?

P17. ¿Qué porcentaje de sus empleados fijos tienen un certificado de proveedor internacional como:...

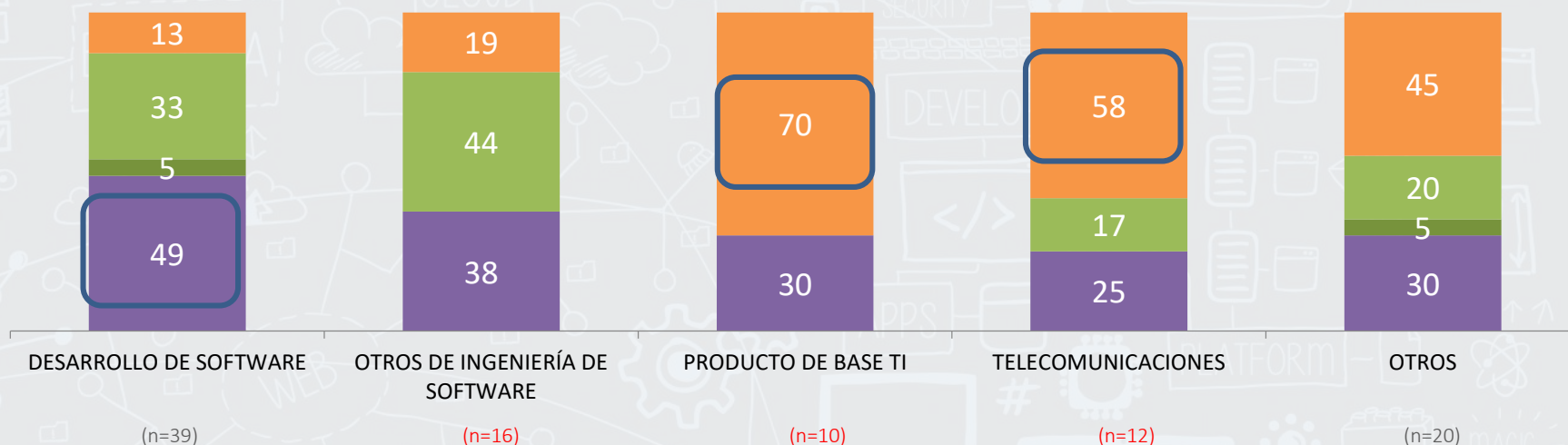
Colaboradores con algún grado universitario en TICs

Solo 32% de las empresas tienen menos del 50% de sus colaboradores sin un grado relacionado con TI sobre todo si tienen un producto base TI (70%) o son de telecomunicaciones (58%).

Colaboradores con algún grado universitario en TICs



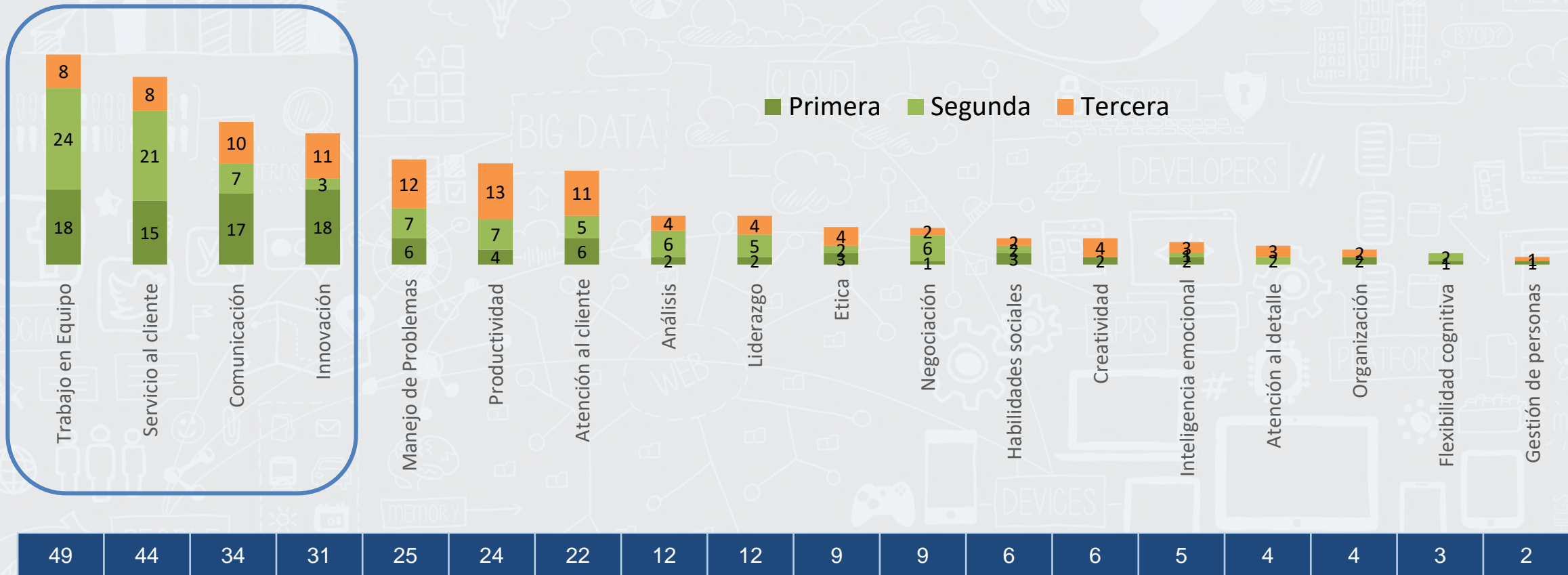
- MENOS DE 50%
- ENTRE 50% Y 80%
- MÁS DE 80% Y MENOS DE 90%
- 90% O MÁS



Giro del negocio

Habilidades blandas más demandadas

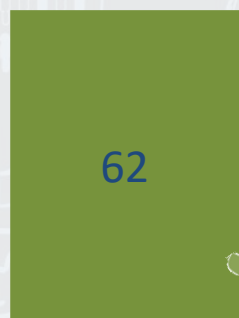
Se demandan habilidades *core* de un servicio. Trabajo en equipo es la habilidad más demandada, seguida de Servicio al cliente, Comunicación e Innovación.



Empleados Fijos con manejo de idiomas

Entre los fijos con contactos internacionales, el 62% tienen conocimientos de inglés, en particular si tiene un producto base TI (71%) o son de Telecomunicaciones (70%). Después de inglés, casi ningún otro idioma.

■ % Promedio de empleados



Inglés



Portugués



Alemán



Francés

EXPORTA	NO EXPORTA	'DESARROLLO DE SOFTWARE'	'OTROS DE INGENIERÍA DE SOFTWARE'	'PRODUCTO DE BASE TI'	'TELECOMUNICACIONES'	'OTROS'
63	50	58	66	77	70	53

Necesidades de Capacitación

Alta dispersión en cuanto a las necesidades de capacitación. Las nuevas tecnologías lideran la demanda a nivel técnico y los procesos y gestión de ventas son más demandadas a nivel de gestión empresarial

Técnica



Oportunidad para impulsar capacitación en TICs

Otras con 1% de mención

- Liderazgo
- Revisión de calidad de software
- Manejo de personal/ Recursos Humanos
- Finanzas/Contabilidad
- Administración
- Inteligencia emocional
- Manejo de habilidades blandas
- Certificación de Carbono neutral
- Metodologías Agile

NS/NR 24

Gestión Empresarial



Otras con 1% de mención

- Sicop
- Internacionalización
- Manejo Tributario
- Redacción y ortografía
- Manejo de habilidades blandas
- Sicop
- Internacionalización
- Redacción y ortografía

NS/NR 19



3.2 | Giro de negocio, verticales y competencia

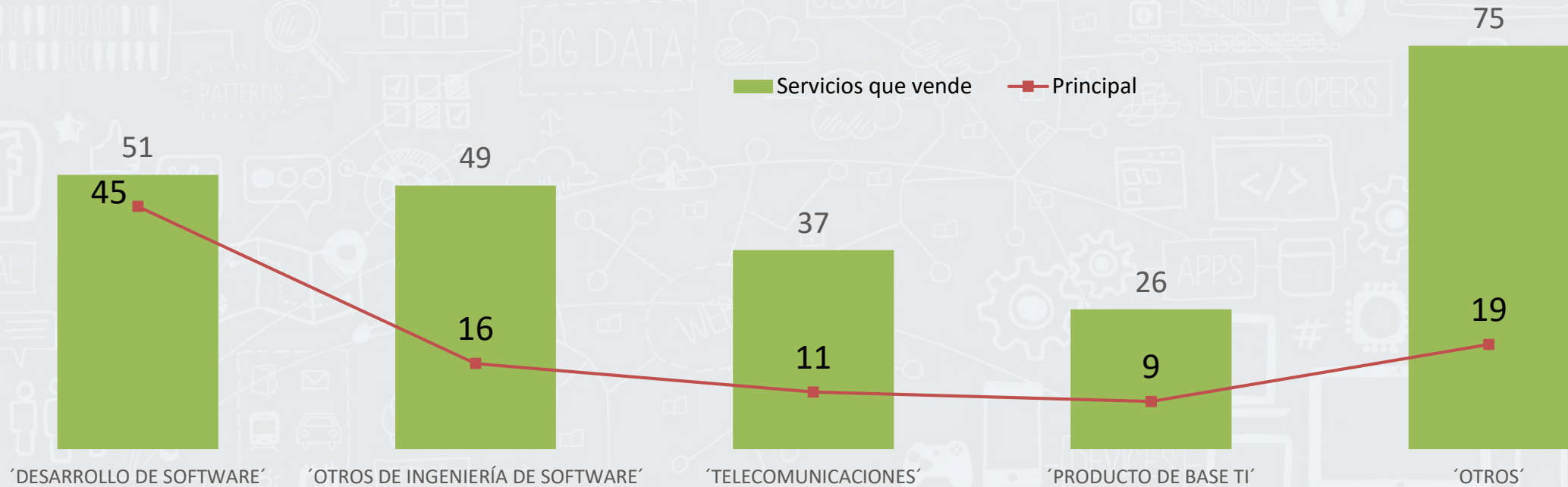
GIRO DE NEGOCIO, VERTICALES Y COMPETENCIA



1. Desarrollo de Software es **la especialización dominante (45% princ servicio)**, seguida de Otras actividades de ingeniería de software (16%) como implementación de un software de terceros. Hay empresas ofreciendo principalmente servicios asociados a las **Telecomunicaciones 11%** (equipos de Red, operadores de Red, etc.) y **productos a base TI 9%** específicos como desarrollo de APP, entre otros tipos de servicios.
2. Los clientes de las empresas TICs se dedican **casi en su totalidad a ofrecer otros Servicios (89%)**, como los relacionados a su vez con TICs 12%, Financieros 17%, del Gobierno 12%, Comercios 9%, Salud y/ o Educación 7%. Quienes se dedican a Bienes 11%, se concentran en la rama Alimenticia, Farmacéutica y de Construcción.
3. En general, NO hay una actividad en la que se concentren los clientes, solo el **Desarrollo de software, la venta de un producto base TI, de Telecomunicaciones: servicios de Internet y Multimedia, redes sociales, compras en línea y/o seguridad** concentran aproximadamente el 50% de sus clientes, y por tanto su **posible especialización**.
4. El mercado **local 61% y USA 23%**, son los **principales países por venta**, aunque venden en varios otros. La competencia es considerada muy alta o alta, en particular en Centroamérica y Colombia.

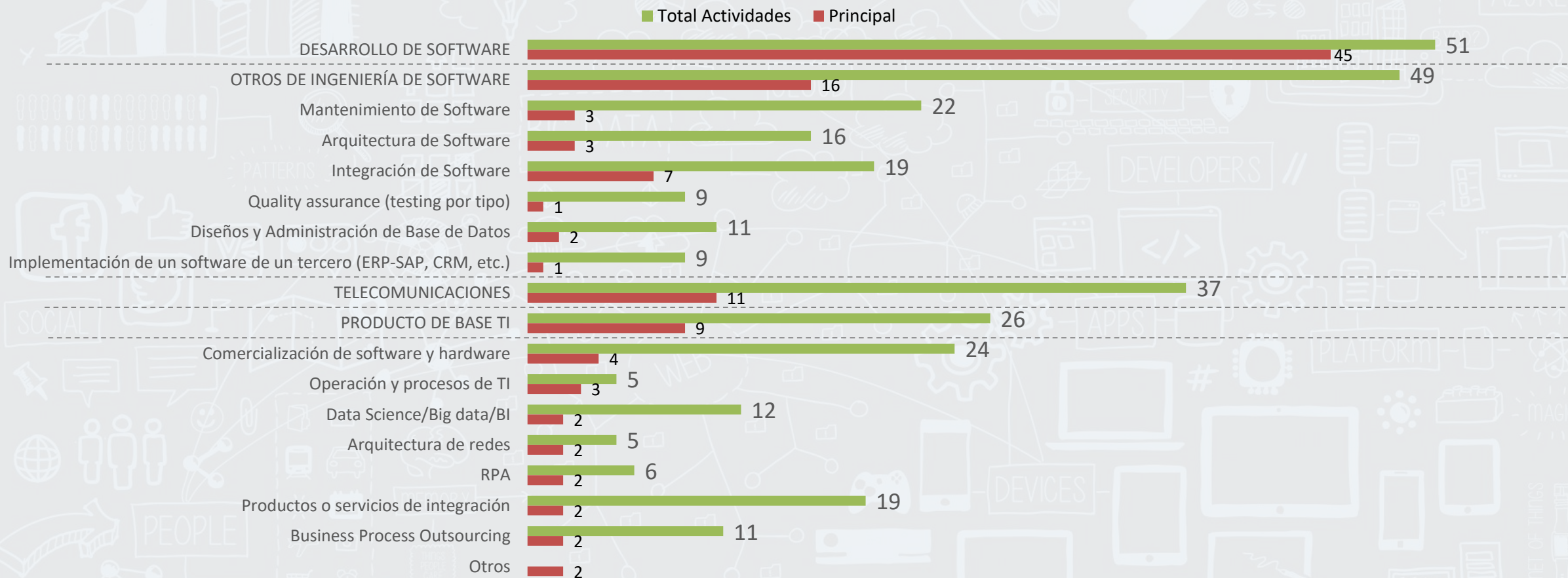
Actividad principal y otras actividades

Desarrollo de Software es la especialización dominante, seguida de Otras actividades de ingeniería de software como implementación de un software de terceros. En menor medida, hay empresas ofreciendo servicios asociados a las Telecomunicaciones (equipos de Red, operadores de Red, etc.) y productos específicos como desarrollo de APP, entre otros tipos de servicios.



Actividad principal y otras actividades

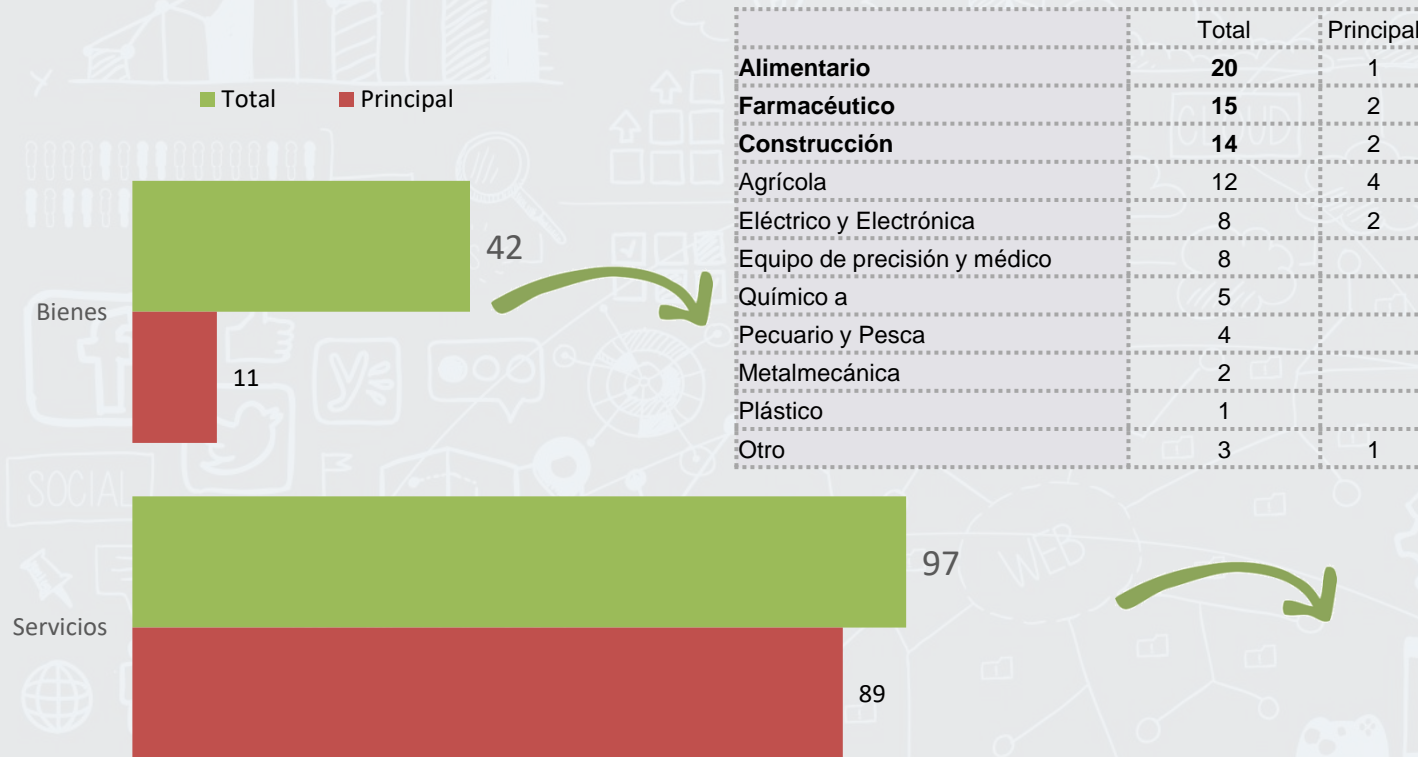
Además del Desarrollo de Software y otras, es relevante la capacidad de vender servicios por Comercialización de software y hardware, así como para la integración de tecnologías, la ingeniería de datos en cuanto a Data Science y otros y la Habilitación de servicios como el “business process outsourcing”.



P24. Por favor, ubique la actividad principal de su empresa, en la que se especializa y por lo que recibe ingresos o vende. Después de esa, señale ¿qué otras actividades relacionadas, con tecnologías de la información, realiza su empresa por las que recibe ingresos o vende?

Actividad de sus clientes (verticales)

Los clientes de las empresas TICs se dedican casi en su totalidad a **ofrecer otros Servicios**: relacionados con TICs, Financieros, del Gobierno, Comercios, Salud y/ o Educación. Quienes se dedican a Bienes, se concentran en la rama Alimenticia, Farmacéutica y de Construcción.



	Total	Principal
Alimentario	20	1
Farmacéutico	15	2
Construcción	14	2
Agrícola	12	4
Eléctrico y Electrónica	8	2
Equipo de precisión y médico	8	
Químico a	5	
Pecuario y Pesca	4	
Metalmecánica	2	
Plástico	1	
Otro	3	1

	Total	Principal
Tecnologías de Información	44	12
Financiero (banco u otros relacionados)	40	17
Gobierno	38	12
Comercio	31	9
Salud o Médico	30	7
Educación / Academia	24	4
Servicios empresariales	19	4
Telecomunicaciones	17	1
Ingeniería y arquitectura	14	
Turismo	14	1
Publicidad o Mercadeo o Investigación de Mercados	13	4
Investigación y Desarrollo / Centro de investigación	10	3
Entretenimiento, arte o cultura	8	
Transporte	8	2
Servicios profesionales	4	1
Retail/Ventas	3	
Seguridad	2	
Bienes Raíces	2	
Call center	1	1
ONG	1	
Servicio al cliente	1	
Logística y distribución	1	1
Servicios domésticos	1	1
Otros		2
No responde		11

P8. Considerando sus clientes en 2017 y lo que llevamos del 2018, ¿a qué sector productivo pertenecen sus principales clientes (verticales)? o sea, ¿cuál es la actividad económica principal que desempeñan sus principales clientes, sean nacionales o en el extranjero?

P8.1 ¿En cuál de todos los tipos de clientes se especializa su empresa, o a los que más productos o servicios ha vendido?

Base: Total Entrevistados (n=113)

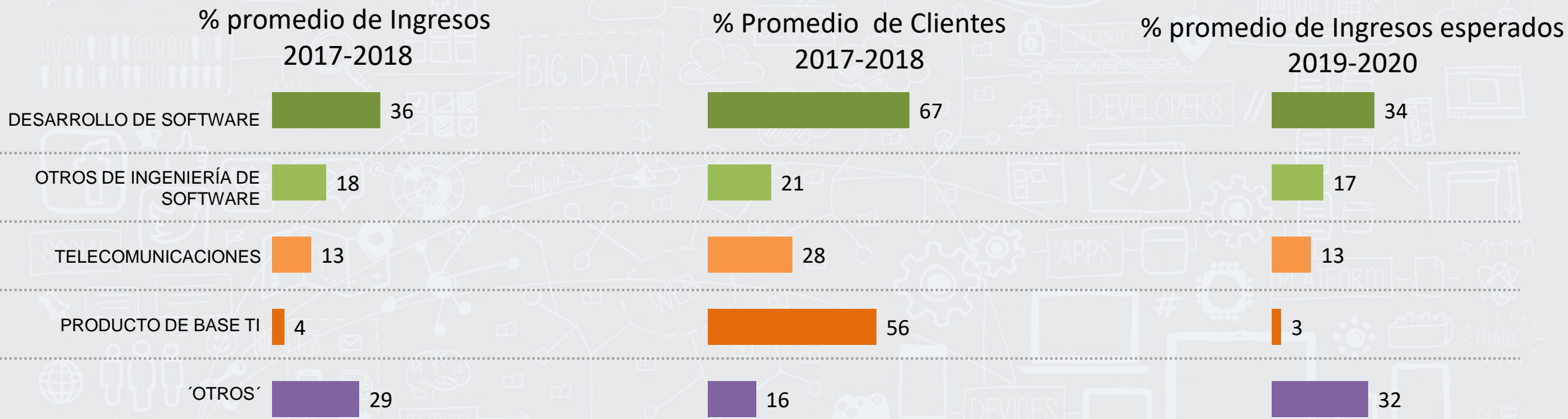
Datos en %

Actividad de los clientes según Giro del Negocio

	Total	'DESARROLLO DE SOFTWARE'	'OTROS DE INGENIERÍA DE SOFTWARE'	'PRODUCTO DE BASE TI'	'TELECOMUNICACIONES'	'OTROS'
<i>Base</i>	113	51	18	10	12	22
Bienes	11	18		20		5
Agrícola	4	8		0		0
Construcción	2	4		0		0
Eléctrico y Electrónica	2	2		10		0
Farmacéutico	2	0		10		5
Alimentario	1	2		0		0
Otro de bienes	1	2		0		0
Servicios	89	82	100	80	100	95
Financiero (banco u otros relacionados)	17	14	17	30		27
Gobierno	12	18	6	0	8	9
Tecnologías de Información	12	10	17	20	8	9
Comercio	9	8	6	0	17	14
Salud o Médico	7	8	0	0	25	5
Educación / Academia	4	4	11	0	0	0
Publicidad o Mercadeo o Investigación de Mercados	4	2	0	0	25	0
Servicios empresariales	4	6	6	0	0	0
Investigación y Desarrollo / Centro de investigación	3	2	6	0	8	0
Transporte	2	0	6	0	0	5
Telecomunicaciones	1	0	0	0	0	5
Turismo	1	0	0	10	0	0
Servicio Doméstico	1	0	0	10	0	0
Distribución y Logística	1	0	6	0	0	0
Call Center	1	0	6	0	0	0
Servicios profesionales	1	2	0	0	0	0
Otro de servicios	2	0	11	0	8	0
NS/NR	11	10	6	10	0	23

Servicios que vende : ingresos y clientes (I)

En general, NO hay una actividad en la que se concentren los ingresos, solo el Desarrollo de software, la venta de un producto base TI, de Telecomunicaciones: servicios de Internet y Multimedia, redes sociales, compras en línea y/o seguridad concentran aproximadamente el 50% de sus clientes, y por tanto su posible especialización.



P25. ¿Por favor, al cierre 2017 y considerando lo que llevamos del 2018, que porcentaje del total de sus ingresos es por la venta de cada tipo de servicio o actividad ofrecida por su empresa? P26. Ahora, ¿del total de clientes en 2017 y 2018, a cuántos porcentualmente le vendió o suministro servicios relacionados con cada uno de los que ofrece su empresa? P27. Pensando en el período 2019-2020 y según sus proyecciones u objetivos, ¿cómo estima que será el porcentaje de ventas, por cada tipo de servicios o actividades ofrecidas por su empresa, si contempla alguna nueva de las que ya, puede agregarla

Base: Total Entrevistados (n=113)
Datos en %

Servicios que vende : detalle de Ingeniería y Telecomunicaciones

	% promedio de Ingresos 2017-2018	% Promedio de Clientes 2017-2018	% promedio de Ingresos estimados 2019-2020
OTROS DE INGENIERÍA DE SOFTWARE	18	21	17
Mantenimiento de software	5	29	5
Arquitectura de software	3	20	3
Integración de software	3	15	4
Quality assurance (testing por tipo)	1	11	1
Diseños y Administración de Base de Datos	2	22	2
Implementación de un software de un tercero (ERP-SAP, CRM, etc.)	3	27	1
TELECOMUNICACIONES	13	28	13
Torres, Postes, Ductos para fibra, Casetas, Armarios, Canaletas, etc.	--	3	--
Acceso (Fijo/Móvil), Núcleo, Transporte, Calidad, Control (Seguridad), Nube, Big Data, Usuario final	--	2	--
Internet (BA, Fijo, Móvil, Satelital) Cable, Radiodifusión, Telefonía.	1	80	1
Móviles, Inteligentes, Tabletas, PCs, IoT, Medición	1	28	1
Multimedia, Redes Sociales, Compras en línea, Seguridad	5	42	5
Call Centers, Sitios Web, Facturación	3	28	3
Política Pública, Regulación, Gestión de Espectro, Agenda Digital	--	2	--
Generación de Capacidades TIC/Telecom, Academia, Institutos Técnicos	3	36	3
Producto con base en tecnología de la información App u otro	4	3	--

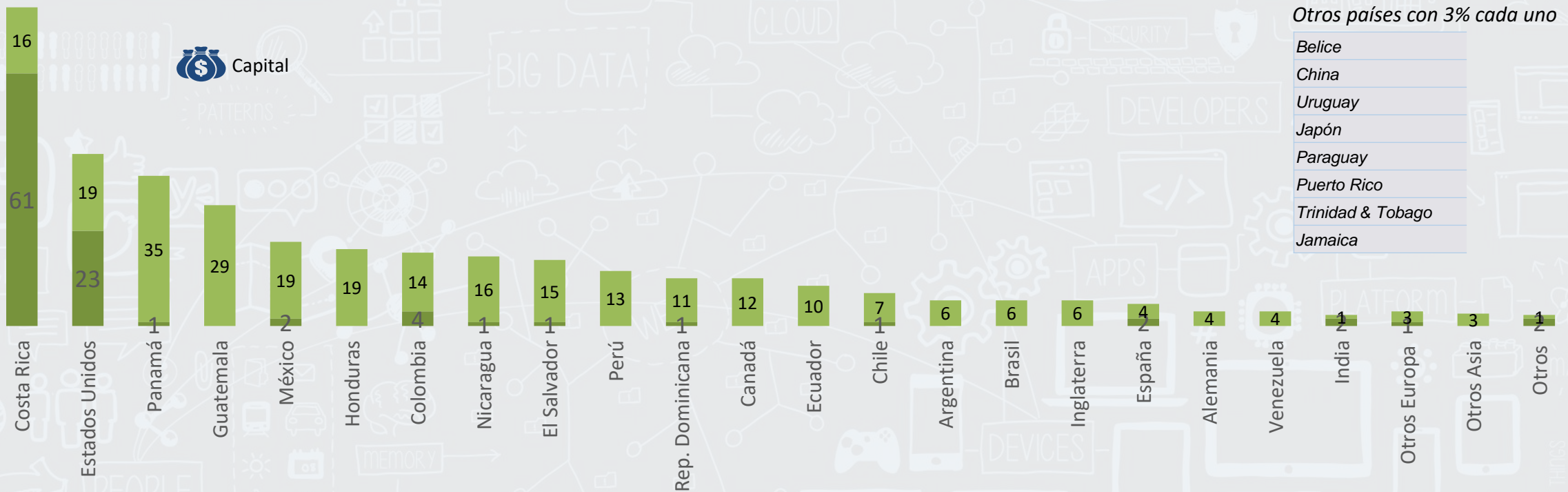
Servicios que vende : detalle de Otros Servicios

	% promedio de ingresos 2017-2018	% Promedio de Clientes 2017-2018	% promedio de Ingresos estimados 2019-2020
OTROS	29	16	32
Data Science / Big data / BI business intelligence	1	8	1
Data clean up and mining	--	--	--
Machine learning	--	10	1
Arquitectura de redes	1	16	1
Clouds services (alojamiento de datos u otros)	3	22	3
Network engineering services	--	--	--
RPA	3	32	2
Gobierno y Control de tecnologías de información / Aseguramiento de normativas, procedimientos de control externo gubernamentales / herramientas y servicios asociados	2	28	3
Productos o servicios de integración	5	23	4
Business Process Outsourcing	3	18	3
User experience UX	1	8	1
User experience UI	--	4	--
Otros (blockchain, cryptocurrencies, cybersecurity, AI u otros novedosos)	2	14	2
Comercialización de software y hardware	1	22	1
OTROS	7	--	11

Países más importantes a nivel de ventas

La operación de las empresas se concentra en Costa Rica. Estados Unidos se ubica en el principal país por fuera de Costa Rica, seguido de países de América Central. Gran atomización en la operatoria, con baja presencia de Países de Europa y Asia presentando una oportunidad de expansión del comercio exterior de las empresas.

■ Principal País ■ Otros Países



Otros países con 3% cada uno

Belice
China
Uruguay
Japón
Paraguay
Puerto Rico
Trinidad & Tobago
Jamaica

Principal país según Tipo de Capital

Operatoria en el extranjero condicionada por la procedencia de capital de la empresa

	Total	TIPO DE CAPITAL		
		MAS NACIONAL	MAS EXTRANJERO	POR IGUAL
Total	113	85	25	3*
Costa Rica	61	71	28	
Estados Unidos	23	19	40	
Colombia	4	2	8	
España	2	1	4	
India	2	0	8	
México	2	2	0	
Chile	1	0	4	
El Salvador	1	1	0	
Nicaragua	1	1	0	
Panamá	1	0	4	
República Dominicana	1	1	0	
Otros Europa especifique	1	0	4	
Otros especifique	2	1	0	

Países a los que vende según Giro del Negocio

Independiente del giro de negocio, al menos el 70% opera en CR mismo, pero las empresas de Desarrollo de software operan además en Panamá; las de Producto base TI están en US, Brasil y China; Telecomunicaciones también México y Colombia.

	Total	'DESARROLLO DE SOFTWARE'	'OTROS DE INGENIERÍA DE SOFTWARE'	'PRODUCTO DE BASE TI'	'TELECOMUNICACIONES'	'OTROS'
Base	113	51	18	10	12	22
Costa Rica	77	88	72	70	58	68
Estados Unidos	42	41	44	50	33	41
Panamá	36	43	28	20	25	41
Guatemala	29	31	33	0	25	36
México	20	20	6	20	33	27
Honduras	19	16	33	0	17	23
Colombia	18	18	0	20	25	27
Nicaragua	17	20	11	0	8	27
El Salvador	16	12	22	10	8	27
Perú	13	12	11	10	8	23
Canadá	12	8	22	10	8	14
República Dominicana	12	14	17	0	8	9
Ecuador	10	8	6	0	8	23
Chile	8	10	0	10	0	14
Argentina	6	8	0	0	8	9
Brasil	6	0	0	20	8	18
Inglaterra	6	6	6	0	8	9
España	5	6	6	0	0	9
Alemania	4	2	6	10	0	5
Venezuela	4	4	0	0	0	9
Belice	3	2	0	0	0	9
China	3	0	0	20	0	5
India	3	0	0	0	0	14
Uruguay	3	0	6	0	0	9
Japón	2	0	0	0	8	5
Paraguay	2	0	6	0	0	5
Puerto Rico	2	0	6	0	0	5
Trinidad & Tobago	2	0	0	0	0	9
Jamaica	1	0	0	0	0	5
Otros Europa	4	2	0	10	17	0
Otros Asia	3	0	6	0	17	0
Otros	3	0	0	0	0	14

Estados de Estados Unidos, México y Colombia

		Total	'DESARROLLO DE SOFTWARE'	'OTROS DE INGENIERÍA DE SOFTWARE'	'PRODUCTO DE BASE TI'	'TELECOMUNICACIONES'	'OTROS'
Base		113	51	18	10	12	22
COLOMBIA	Bogotá	7	4	0	20	17	9
	Cartago	1	2	0	0	0	0
	Medellin	3	4	0	0	0	5
	Antioquia	1	0	0	0	0	5
	Cumdinamarca	0	0	0	0	0	0
	Cartagena	1	2	0	0	0	0
ESTADOS UNIDOS	New York	9	8	11	10	8	9
	Texas	4	10	0	0	0	0
	Atlanta	2	2	6	0	0	0
	Colorado	3	6	0	0	0	0
	Michigan	1	2	0	0	0	0
	Pensilvania	1	0	6	0	0	0
	California	7	10	6	0	17	0
	Arizona	1	2	0	0	0	0
	Georgia	1	2	0	0	0	0
	Carolina del norte	1	2	0	0	0	0
	Washintong	2	4	0	0	0	0
	Nashville	0	0	0	0	0	0
	Minessota	1	0	0	0	0	5
	Miami	1	2	0	0	0	0
	Florida	4	8	0	0	0	5
	Tennessee	1	2	0	0	0	0
MEXICO	Mexico DF	13	12	0	0	33	23
	Monterrey	2	2	0	0	0	5
	Tamaulipas	1	2	0	0	0	0
	Guadalajara	2	2	0	10	0	0
No responde	No aporta	45	41	56	50	50	41

Países a los que proyecta vender 2019

Costa Rica se proyecta como el país más importante, seguido de Estados Unidos. Similar distribución que en la actualidad, se presenta una gran dispersión de países, con mayor mención de países de América Central y poca presencia de Asia y Europa. Se espera menor operación con Costa Rica, Guatemala, Honduras y Nicaragua.

■ Principal País ■ Otros Países ▲ Opera Actualmente



Otros países con 3% cada uno

- Argentina
- China
- España
- Uruguay
- Belice
- Paraguay
- Puerto Rico
- Jamaica
- Japón
- Trinidad & Tobago
- Venezuela

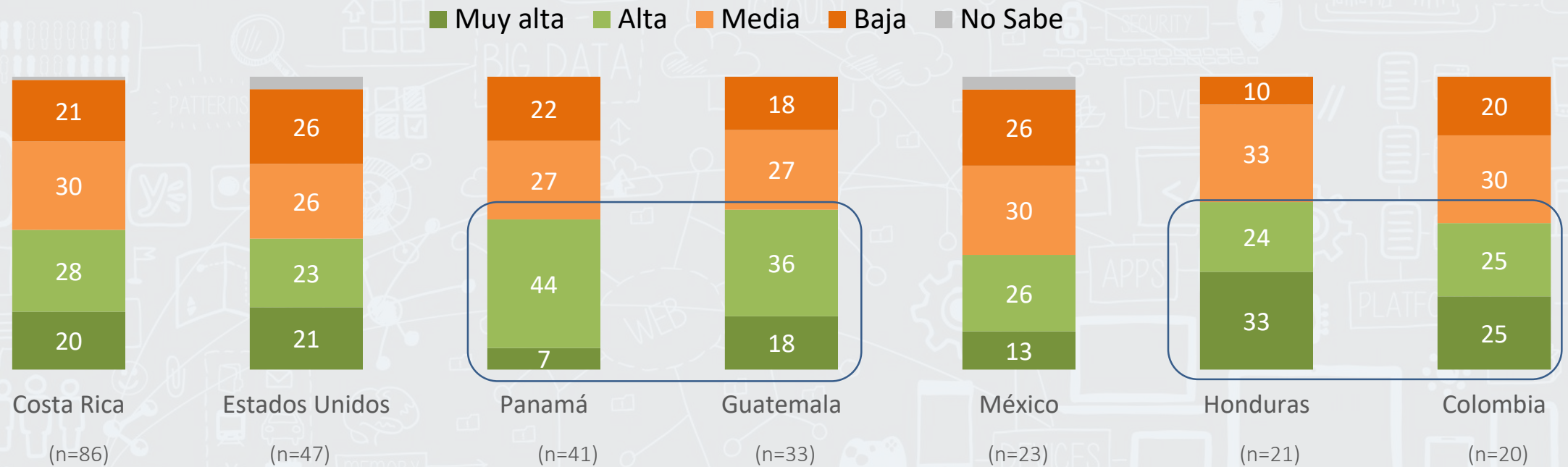
Principal País al que proyecta vender

Operatoria en el extranjero condicionada por la procedencia de capital de la empresa

	Total	TIPO DE CAPITAL		
		MAS NACIONAL	MAS EXTRANJERO	POR IGUAL
Total	113	85	25	3
Costa Rica	54	65	16	
Estados Unidos	26	16	60	
Colombia	6	6	8	
Panamá	4	5	0	
Canadá	3	4	0	
México	3	2	4	
Brasil	1	1	0	
Chile	1	0	4	
Honduras	1	0	4	
Perú	1	0	4	
Otros Europa especifique	1	1	0	
Otros especifique	1	0	0	

Nivel de competencia en cada País

La competencia es considerada muy alta o alta, en particular en Centroamérica y Colombia.



P31. En cada uno de esos países donde ha vendido y considerando los competidores locales e internacionales ahí, ¿cómo ha percibido el nivel de la competencia(cantidad y calidad): diría que la competencia es muy alta, alta, media o baja?

Base: Opera en cada país

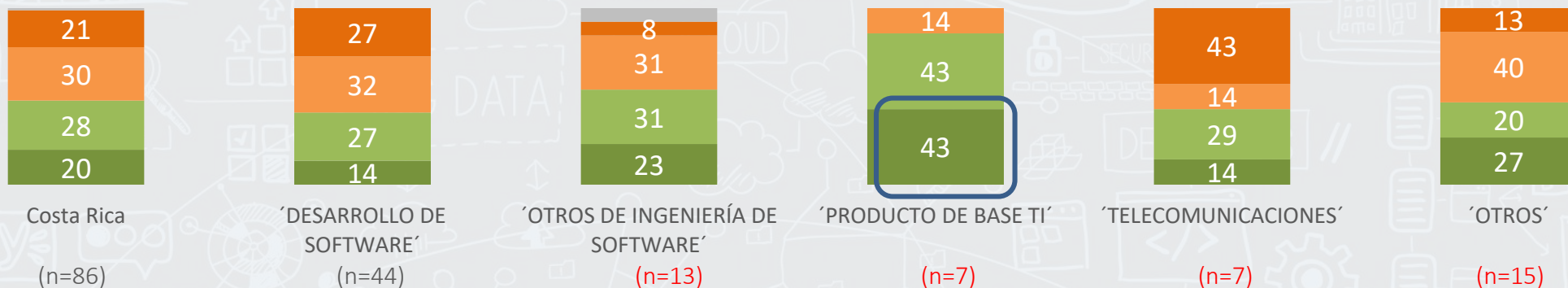
Datos en %. Se grafican países con base mayor a 20 casos

Nivel de competencia en cada País según Giro del negocio (I)

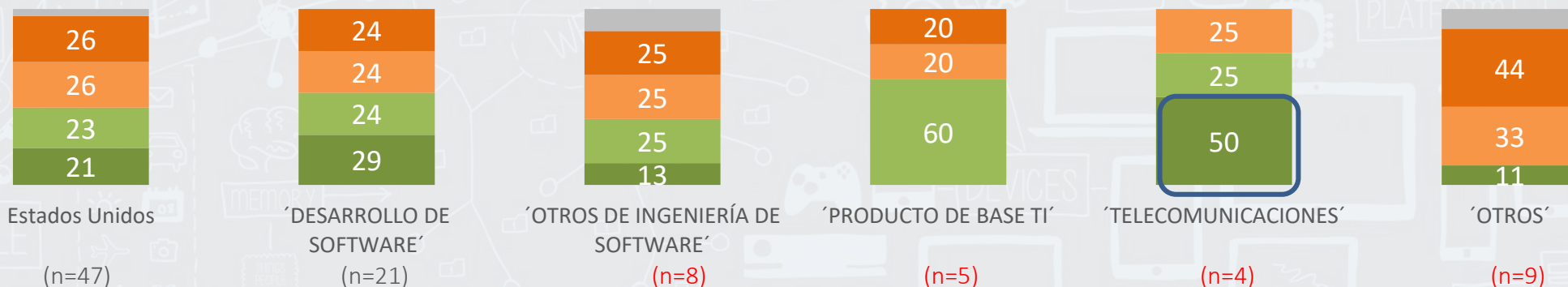
En CR la competencia se percibe más alta entre los que tienen un producto base TI; en USA si están en el mercado de Telecomunicaciones.



- No Sabe
- Baja
- Media
- Alta
- Muy alta



- No Sabe
- Baja
- Media
- Alta
- Muy alta

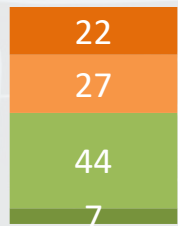


Nivel de competencia en cada País según Giro del negocio (II)

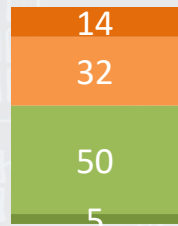
Sin diferencias significativas según Giro del Negocio



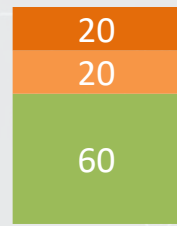
- Baja
- Media
- Alta
- Muy alta



Panamá
(n=41)



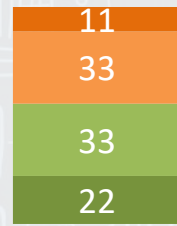
'DESARROLLO DE SOFTWARE'
(n=22)



'OTROS DE INGENIERÍA DE SOFTWARE'
(n=5)

Base insuficiente

Base insuficiente



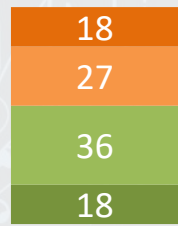
'OTROS'
(n=9)

'PRODUCTO DE BASE TI'
(n=2)

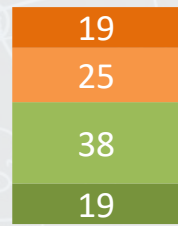
'TELECOMUNICACIONES'
(n=3)



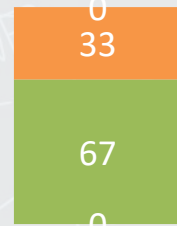
- Baja
- Media
- Alta
- Muy alta



Guatemala
(n=33)



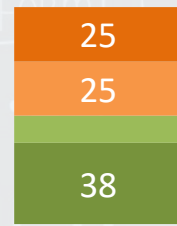
'DESARROLLO DE SOFTWARE'
(n=16)



'OTROS DE INGENIERÍA DE SOFTWARE'
(n=6)

Base insuficiente

Base insuficiente



'OTROS'
(n=8)

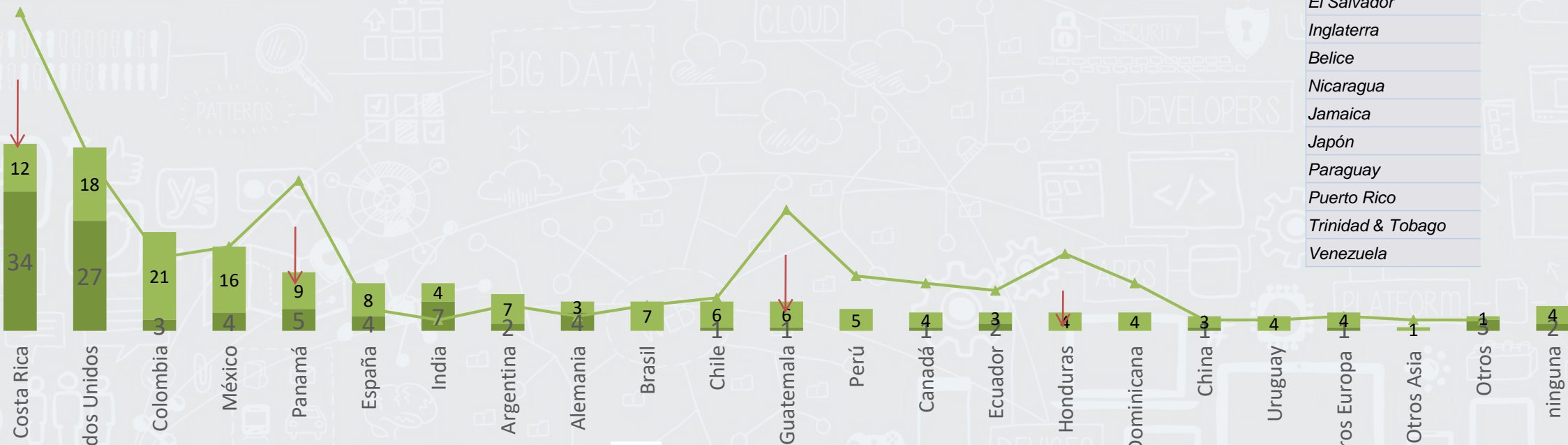
'PRODUCTO DE BASE TI'
(n=0)

'TELECOMUNICACIONES'
(n=3)

Países percibidos como competidores

Costa Rica y Estados Unidos son los países percibidos como competidores. Gran dispersión de menciones, siendo Colombia, México y Panamá otros países considerados competencia.

■ Principal Competidor
 ■ Otros Comeptidores
 ▲ Opera Actualmente



Otros países con 3% o menos cada uno

El Salvador
Inglaterra
Belice
Nicaragua
Jamaica
Japón
Paraguay
Puerto Rico
Trinidad & Tobago
Venezuela

Giro Negocio

Giro Negocio

Giro Negocio

País del principal competidor

Independiente del giro de negocio, al menos el 30% considera la competencia esta en Costa Rica mismo, pero para los de Producto base TI está en US y Panamá, para desarrollo de software además en India, Telecomunicaciones también en Panamá y Colombia.

	Total	GIRO DE NEGOCIO				
		DESARROLLO DE SOFTWARE	OTROS DE INGENIERÍA DE SOFTWARE	PRODUCTO DE BASE TI	TELECOMUNICACIONES	OTROS
Total	113	51	18	10	12	22
Costa Rica	34	37	39	30	33	23
Estados Unidos	27	16	17	50	33	45
India	7	12	6	0	0	5
Panamá	5	4	0	10	8	9
Alemania	4	10	0	0	0	0
México	4	6	6	0	8	0
España	4	6	6	0	0	0
Colombia	3	2	0	0	17	0
Argentina	2	2	6	0	0	0
Ecuador	2	4	0	0	0	0
Canadá	1	0	6	0	0	0
Chile	1	0	6	0	0	0
China	1	0	6	0	0	0
Guatemala	1	0	6	0	0	0
Otros Europa especifique	1	2	0	0	0	0
Otros especifique	3	0	0	0	0	14
Ninguna	2	0	0	10	0	5

A blurred background image of a computer keyboard. A single yellow key is prominent in the upper center. The rest of the keyboard keys are out of focus, appearing as soft, light-colored shapes.

5

EXPERIENCIA EXPORTADORA

EXPERIENCIA EXPORTADORA

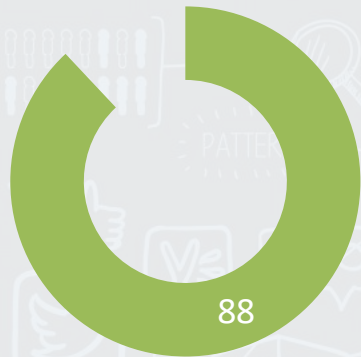


1. Entre todas para 2018 se estiman exportaciones por \$1,167 millones (13% del total servicios exportados, bastante similar al 15% oficial).
2. A mayor antigüedad y tamaño de la empresa, mayor la experiencia exportando y cantidad de clientes. A menor tamaño de la empresa, más vulnerabilidad dada la dependencia en pocos clientes.
3. Los ingresos por exportación para 1 de cada 3 empresas llegan a representar más del 50% de sus ingresos totales. Hasta más de 60% para las de capital extranjero y las empresas grandes.
4. El margen de utilidad para un 40% es menor del 10%, mientras que para al menos **un 18% puede ser hasta más de un 25%, de nuevo en particular para las empresas de capital mayoritariamente extranjero y las grandes.**
5. Los mayores ingresos (hasta más de \$30 millones al año) están asociadas a empresas cuyo principal giro son **Telecomunicaciones o un Producto base TI, y empresas grandes.**
6. Se exporta bajo la **modalidad I** principalmente (**60%**), seguido de la modalidad II –en CR a no nacionales- (14%) y III –filiales-(16%). Estos últimos en Panamá principalmente, también en USA, GU u HO.
7. Barreras para exportar son temas de conocimiento del o los mercados 38% y de temas tributarios 38%.
8. El requerimiento de capacitaciones es alto, ejemplos 6 de cada 10 interesados en: Adm de proyectos internacionales, Técnicas de negociación, como obtener información de mercados internacionales, como hacer mercadeo internacional, etc.

Actividad Exportadora

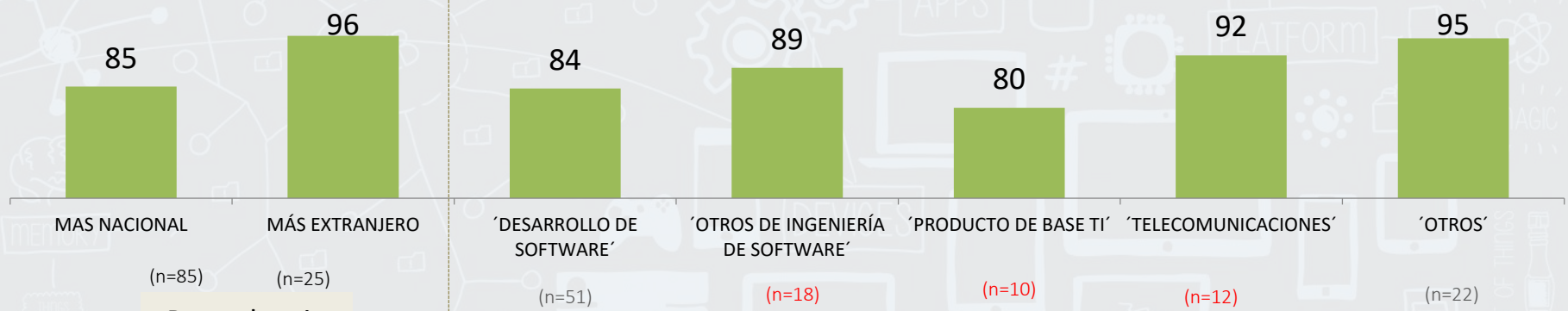
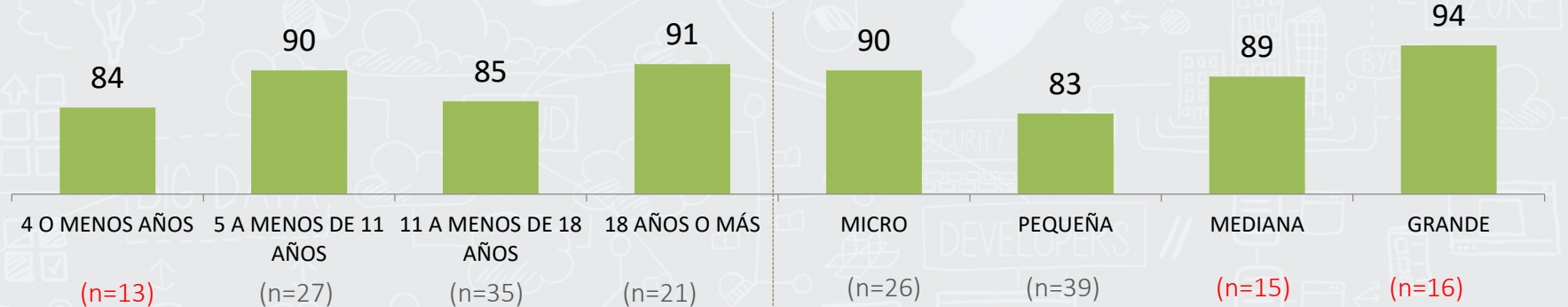
Casi 9 de cada 10 empresa exporta algún servicio afuera, sin diferencias significativas por antigüedad o tamaño de la empresa, ni por procedencia de capital y giro del negocio

Exporta Servicios



■ Exporta Servicios

Oportunidad para impulsar la exportación entre quienes aún no lo hacen

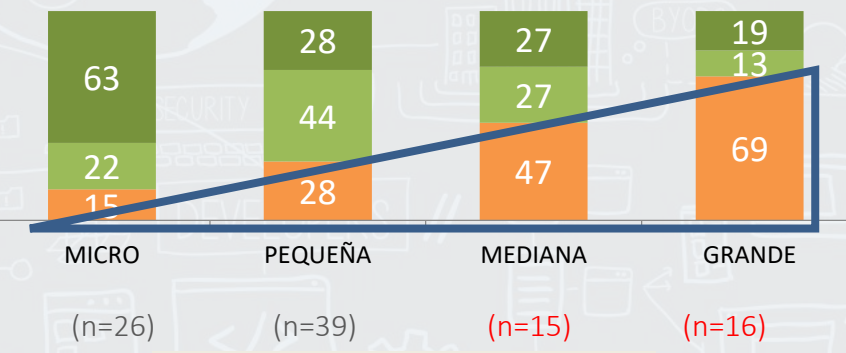
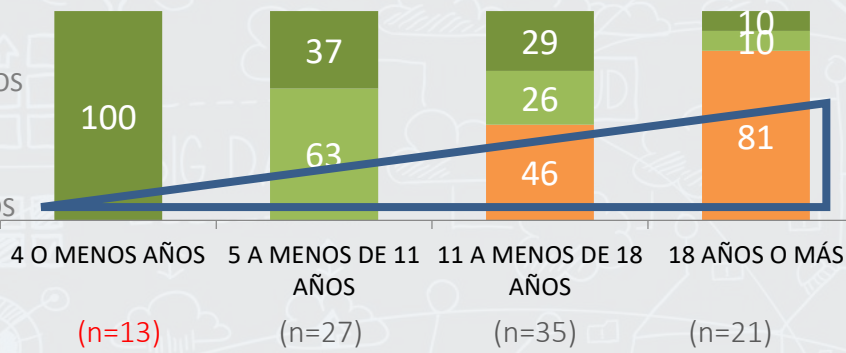
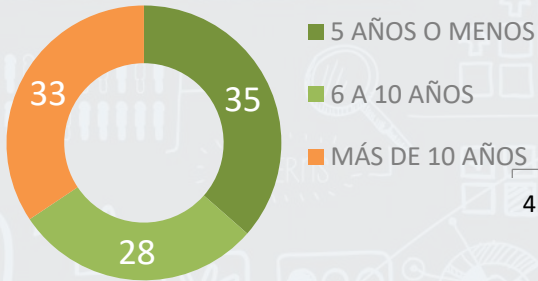


*No se grafica "por igual" por base insuficiente (n=3)

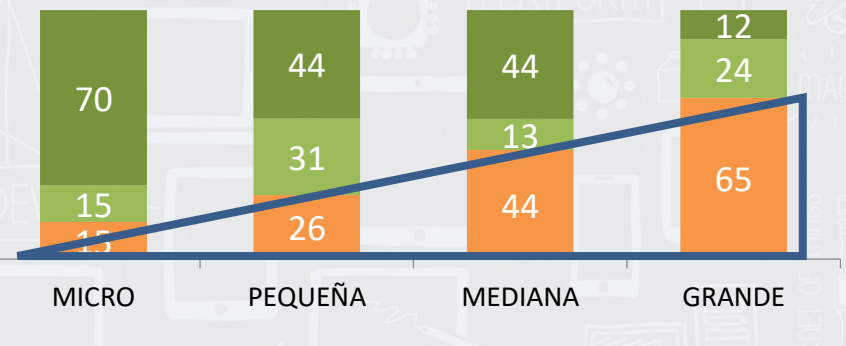
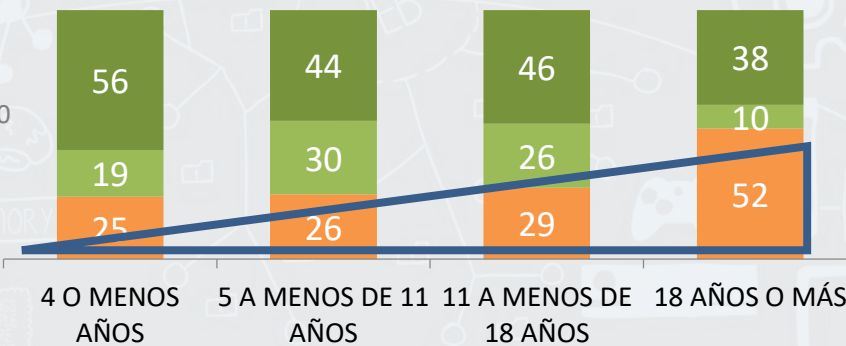
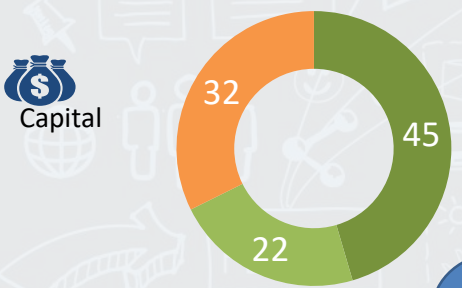
Actividad Exportadora

A mayor antigüedad y tamaño de la empresa, mayor la experiencia exportadora y cantidad de clientes, o a menor tamaño de la empresa, más vulnerabilidad dada la dependencia en pocos clientes.

Antigüedad en la exportación



Cantidad de clientes en exterior



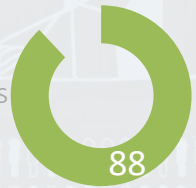
Cantidad promedio de clientes

41

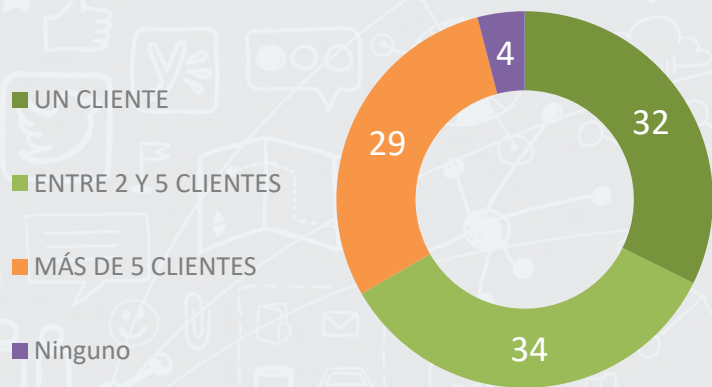
Cartera de clientes y Captación

Un tercio de las empresas cubre el 80% de sus ingresos por ventas en el extranjero con 1 cliente y otro tercio lo cubre con 2 a 5 clientes. El 30% restante presenta mayor diversificación. La mayoría de los clientes fue captado a través de un aliado o directamente (vía web o presencial).

Exporta Servicios



Cientes que representan 80% de ventas en extranjero



Tamaño 2

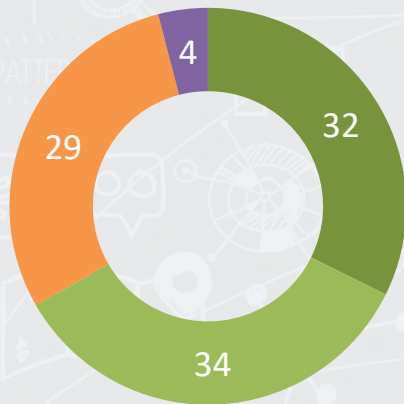
Forma de captación de clientes



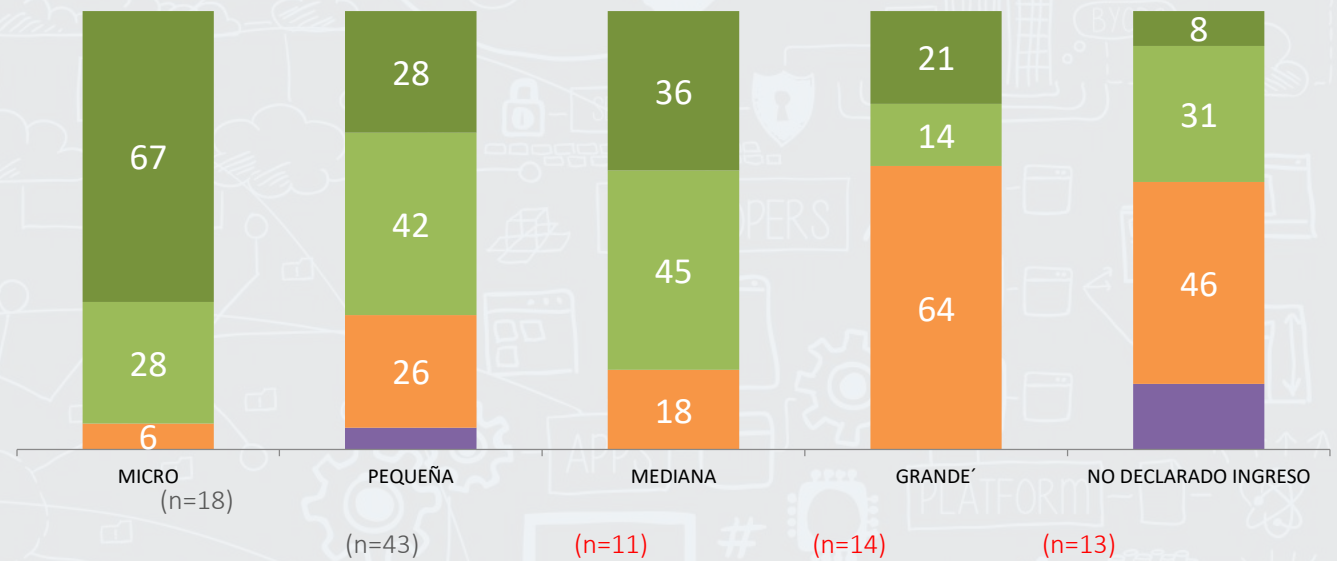
Cartera de clientes y Captación según Tamaño

A menor tamaño de la empresa, más vulnerabilidad dada la dependencia en pocos clientes.

Clientes que representan 80% de ventas en extranjero



UN CLIENTE ENTRE 2 Y 5 CLIENTES MÁS DE 5 CLIENTES Ninguno

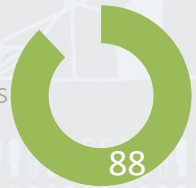


Tamaño de la empresa
(según empleados e ingresos)

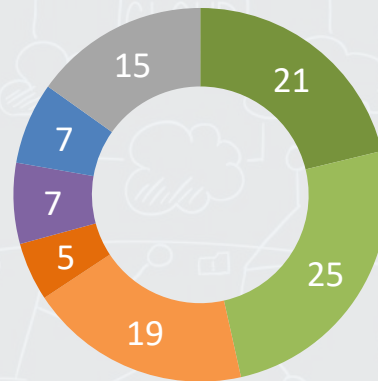
Rendimiento de Actividad Exportadora

Entre todas para 2018 se estima exportaciones por \$1,167 millones, 13% del total servicios exportados, bastante similar al 15% oficial para 2018).

Exporta Servicios



Ingresos por ventas en exterior 2018



- \$10,000 o menos
- Más de \$10,000 a \$100,000
- Más de \$100,000 a \$500,000
- Más de \$500,000 a \$1 millón
- Más de \$1 millón a \$30 millones
- Más de \$30 millones
- NS/NR



Giro Negocio



Capital



Tamaño 2

Aprox. \$1,167 millones en total

P38. ¿Qué % de los ingresos de éste 2018proviene de la venta a países fuera de CR?

P41. ¿En cuál de los siguientes rangos, se ubica el total de ingresos recibidos **por ventas en el exterior** al cierre de Octubre 2018?

P42. ¿En cuál de los siguientes rangos se ubica el % de ganancia por exportaciones en 2018?

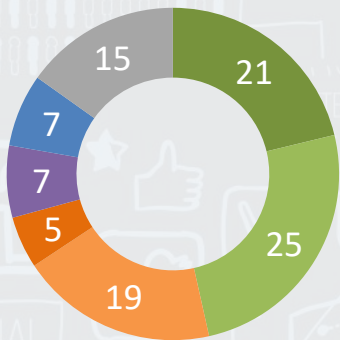
Base: Exporta servicios (n=99)

Datos en %

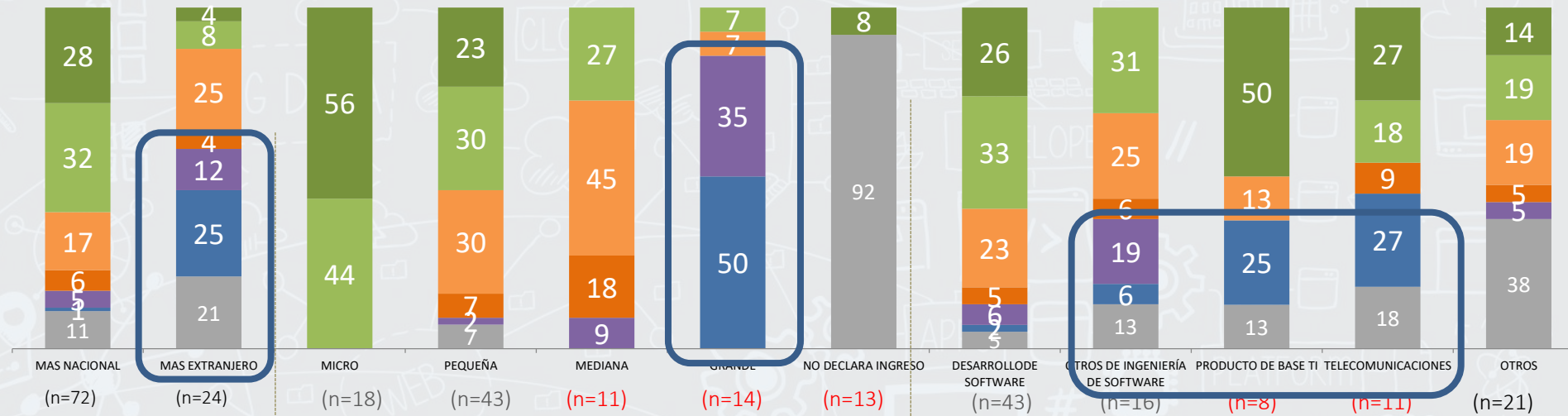
Rendimiento de Actividad Exportadora según variables

Ingresos son mayores en empresas de capital extranjero y empresas grandes. Asimismo, a empresas cuyo principal giro de negocio son Telecomunicaciones, tienen algún producto base TI, seguido de 1 de cada 4 empresas de Producto base TI y Telecomunicaciones tiene ingresos por exportación mayores a \$30M.

Ingresos por ventas en exterior 2018



- \$10,000 o menos
- Más de \$10,000 a \$100,000
- Más de \$100,000 a \$500,000
- Más de \$500,000 a \$1 millón
- Más de \$1 millón a \$30 millones
- Más de \$30 millones
- NS/NR



Procedencia de Capital*

Tamaño de la empresa (según empleados e ingresos)

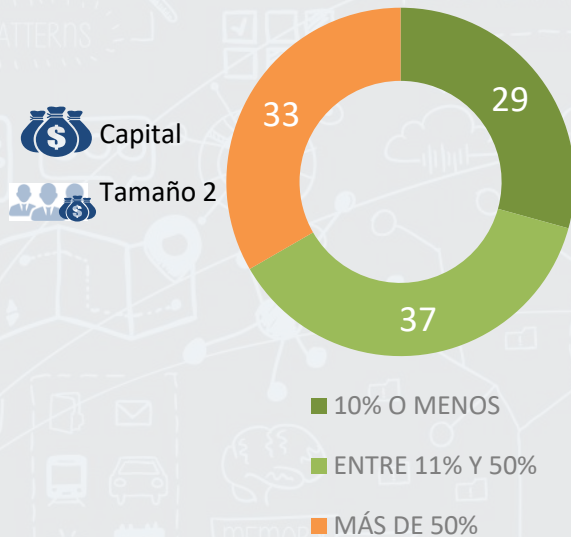
Giro del Negocio

Rendimiento de Actividad Exportadora

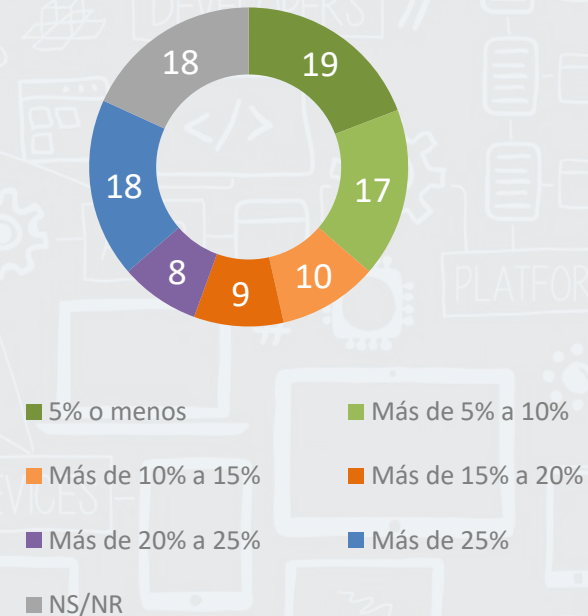
Los ingresos por exportación para 1 de cada 3 empresas llegan a representar más del 50% de sus ingresos totales. Hasta más del 60% para las de capital extranjero y las empresas grandes.

El margen par aun 40% es menos del 10% mientras que para al menos un 18% puede ser hasta más de un 25% (capital extranjero y grandes)

% de ingresos por exportación 2018



% ganancia por exportación 2018



Exporta Servicios



P38. ¿Qué % de los ingresos de éste 2018proviene de la venta a países fuera de CR?

P41. ¿En cuál de los siguientes rangos, se ubica el total de ingresos recibidos **por ventas en el exterior** al cierre de Octubre 2018?

P42. ¿En cuál de los siguientes rangos se ubica el % de ganancia por exportaciones en 2018?

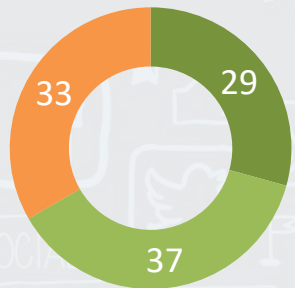
Base: Exporta servicios (n=99)

Datos en %

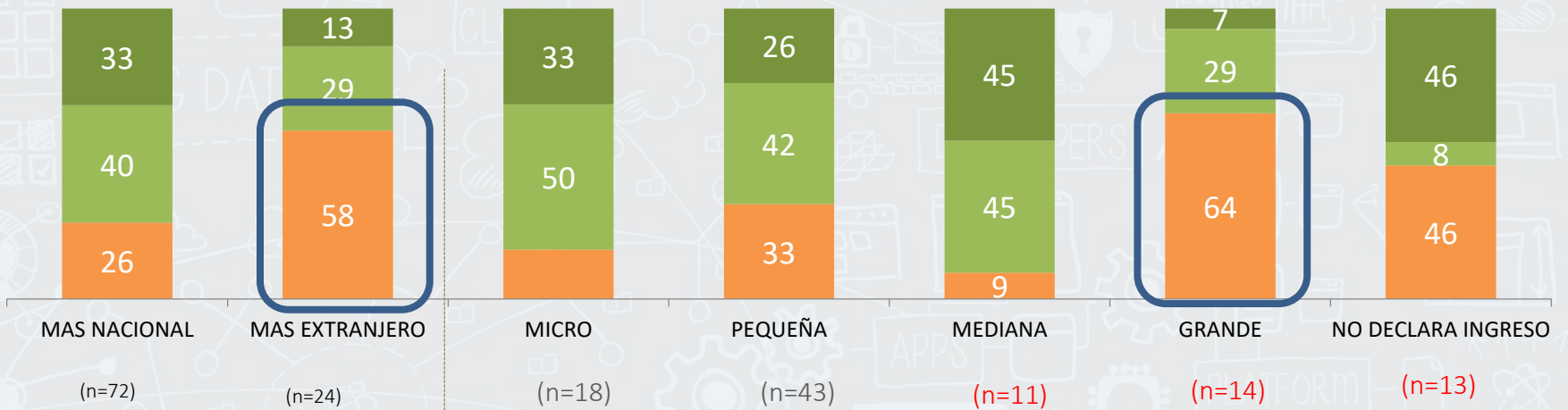
Rendimiento de Actividad Exportadora según variables

... Hasta más del 60% para las de capital extranjero y las empresas grandes.

% de ingresos por exportación 2018



- 10% O MENOS
- ENTRE 11% Y 50%
- MÁS DE 50%



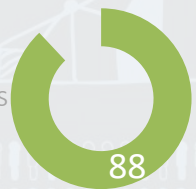
Procedencia de Capital*

Tamaño de la empresa (según empleados e ingresos)

Países a los que exporta

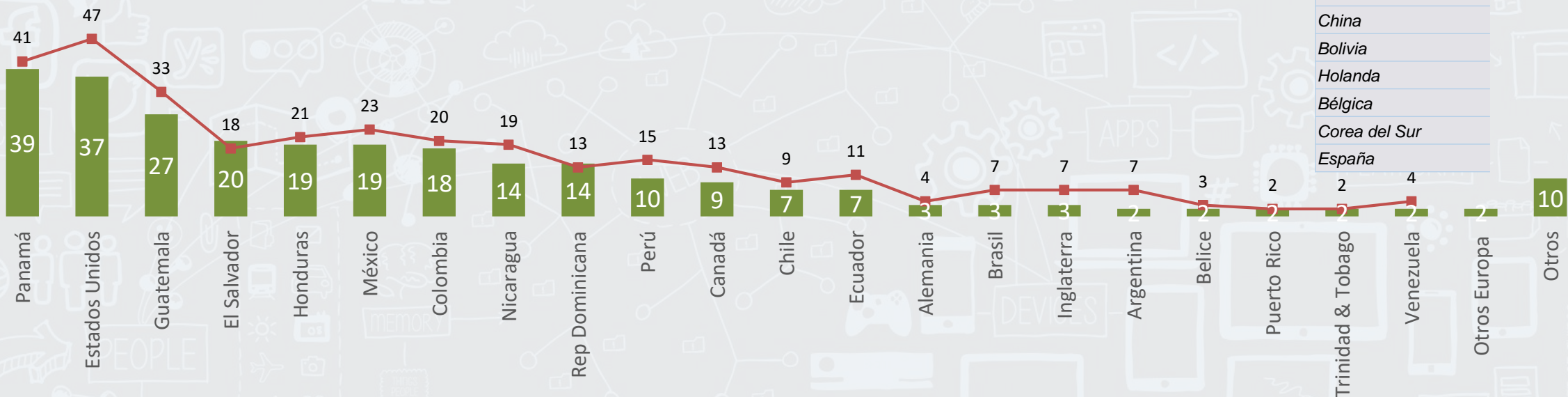
Panamá y Estados Unidos son los principales destinos de exportación. Servicio de exportación más desarrollado con países de América Central, con oportunidad de expansión hacia Europa, Asia y América del Sur.

Exporta Servicios



■ Países a los que exportaron 2017

■ Opera actualmente



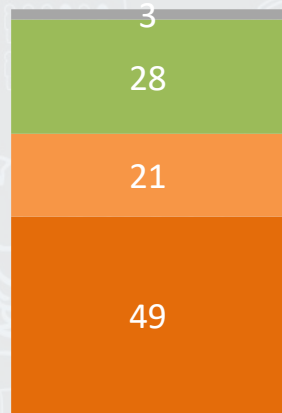
Otros países con 1% cada uno

- Corea del Sur
- España
- Otros Asia
- Medio oriente
- China
- Bolivia
- Holanda
- Bélgica
- Corea del Sur
- España

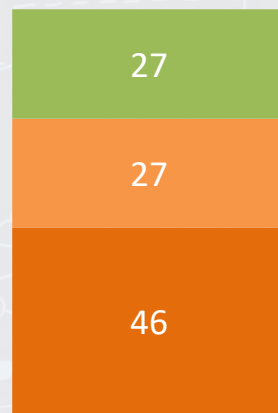
Expectativa de exportación 2019

Mejores expectativas de exportación para Guatemala y El Salvador que para Panamá y Estados Unidos.

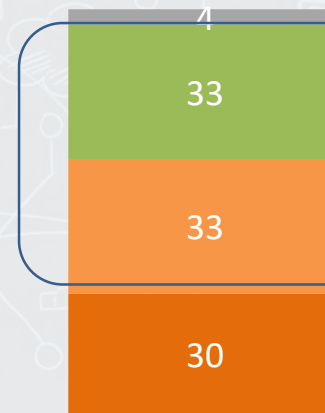
■ Disminuyen
 ■ Mantienen
 ■ Aumentan
 ■ Ns/Nr



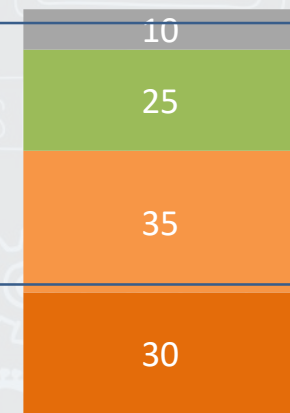
Panamá
(n=39)



Estados Unidos
(n=37)

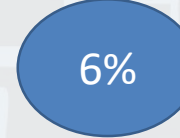
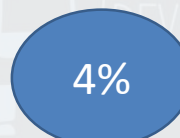
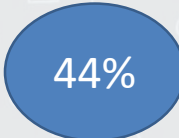
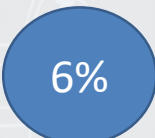


Guatemala
(n=27)



El Salvador
(n=20)

% Ingreso Promedio

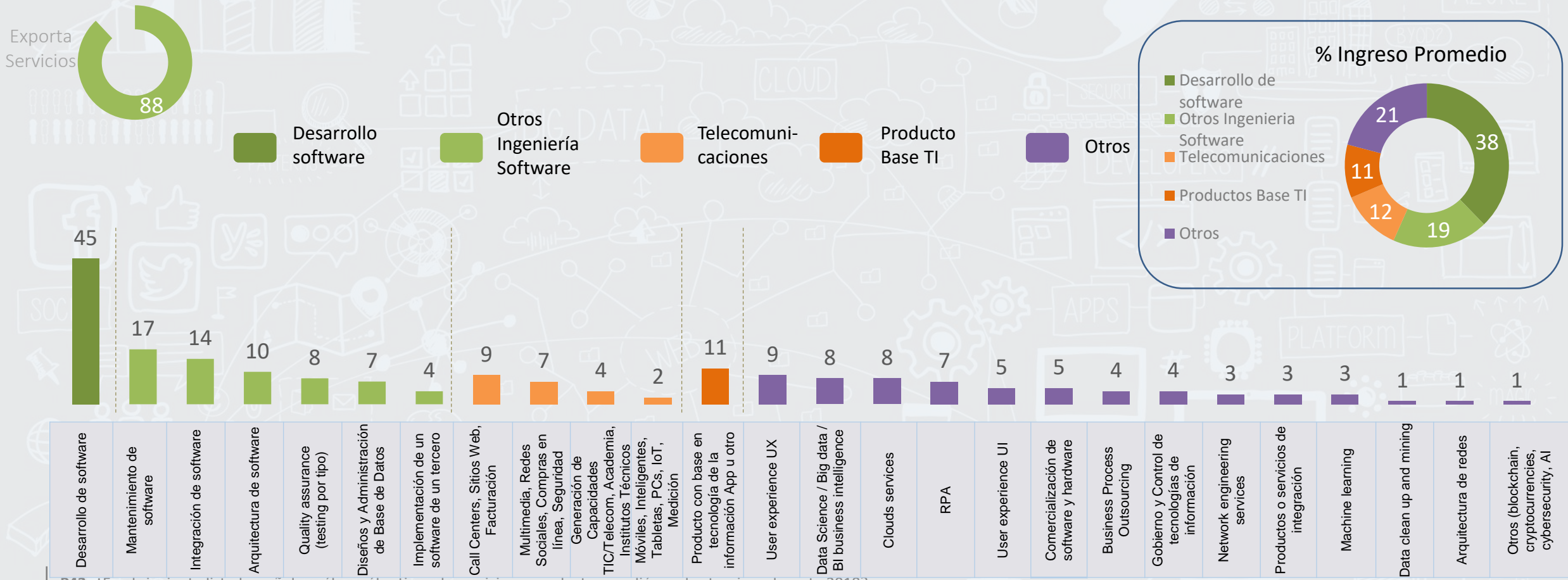


P39. ¿Del [INSERTAR RESPUESTA DE P38] de los ingresos que provienen de fuera de CR, que % son de cada uno de los países a los que exportó ese año?

P40. Para el periodo 2019-2020, considera que las ventas a esos países: ¿disminuirán, se mantendrán o aumentarán?

Servicios que exporta

En línea con principal actividad de las empresas de Costa Rica, Desarrollo de software es el servicio más exportado y el que capta el mayor % de ingresos, seguido de otros servicios de ingeniería de software. El resto de los servicios, atomizados.

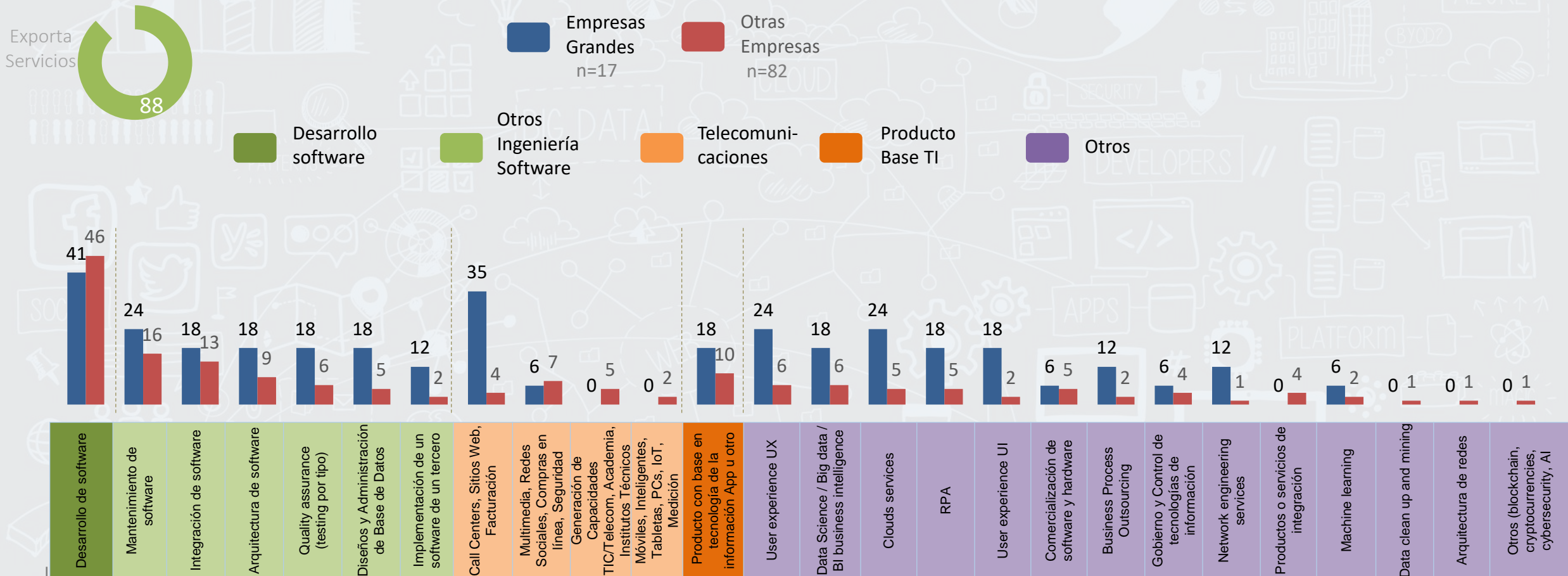


P43. ¿En el siguiente listado, señale cuál o cuáles tipos de servicios o productos vendió en el extranjero durante 2018?

P44. ¿Al cierre octubre 2018, que porcentaje del total de sus ingresos en el extranjero, fue por la venta de cada tipo de servicio o actividad ofrecido por su empresa?

Servicios que exporta

Destaca la exportación de las empresas Grandes particularmente en servicios de Telecomunicaciones (35%), varios asociados a tecnologías 4.0, digitalización, otros en Ing. De software.



P43. ¿En el siguiente listado, señale cuál o cuáles tipos de servicios o productos vendió en el extranjero durante 2018?

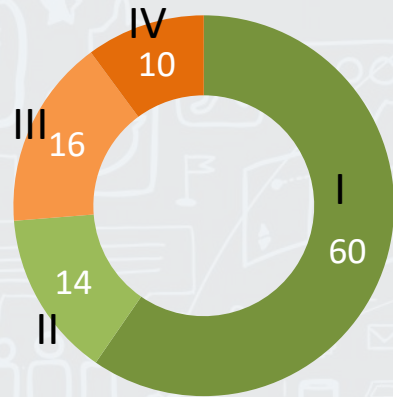
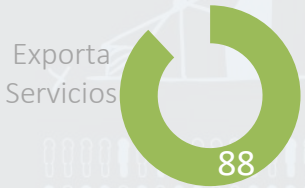
P44. ¿Al cierre octubre 2018, que porcentaje del total de sus ingresos en el extranjero, fue por la venta de cada tipo de servicio o actividad ofrecido por su empresa?

Base: Exporta servicios (n=99)

Datos en %

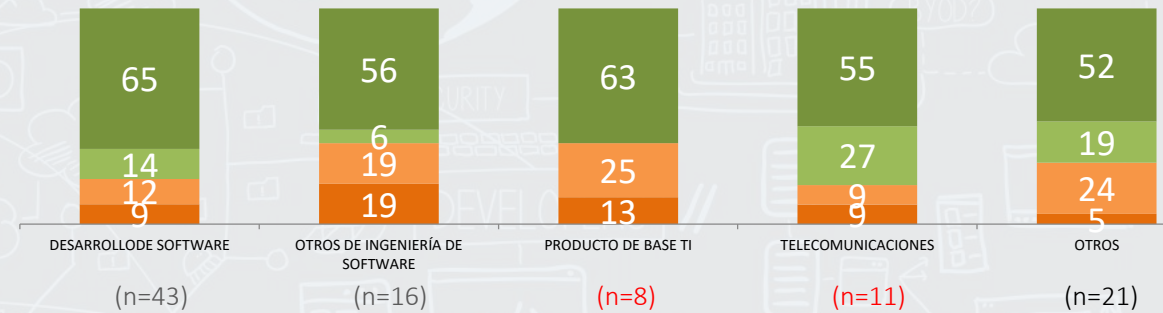
Forma principal de entrega del Servicio

Predomina el medio electrónico como forma de entrega del servicio o producto exportado. Baja penetración de transacciones en persona. Sin diferencias significativas por Giro de negocio y tamaño de la empresa.

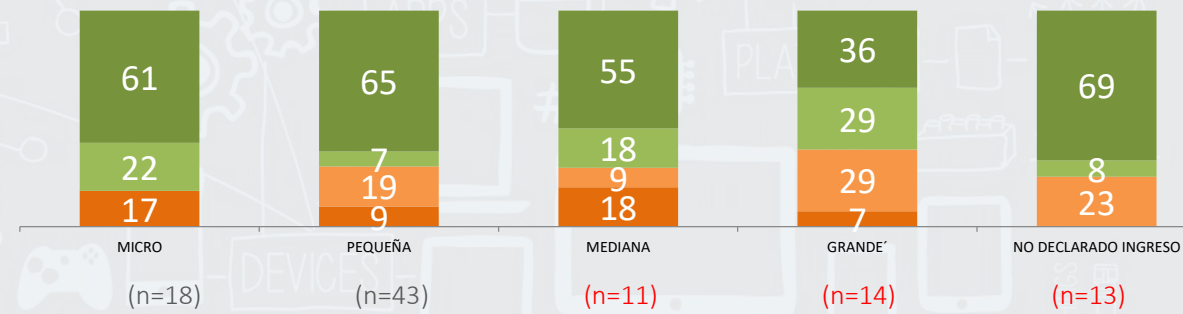


- Desde CR, enviando x internet, teléfono, otro medio electrónico
- Desde CR, entrega presencial o por algún medio electrónico a empresa multinacional en CR, en zona franca o no, o a personas no residentes en el país, pero en CR.
- En el país destino por filial, subsidiaria o sucursal propia
- En el país destino por servicios profesionales a nivel personal o por medio de empresa aliada o contratante de sus serv

Oportunidad para continuar impulsando la exportación electrónica



Giro del Negocio

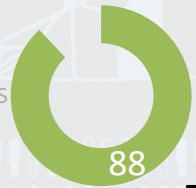


Tamaño de la empresa (según empleados e ingresos)

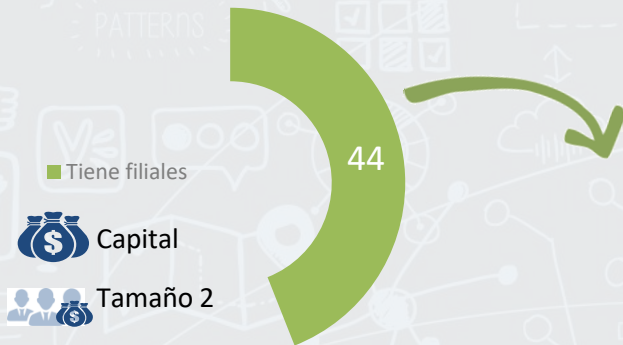
Presencia de Filiales

Mediana presencia de filiales en el exterior, principalmente en Panamá, Estados Unidos y Guatemala; en línea con los países donde se exporta.

Exporta Servicios



Tiene filiales en extranjero



Oportunidad para acompañar a las empresas en la apertura de filiales

Países donde están las filiales



Otros países con 2% cada uno

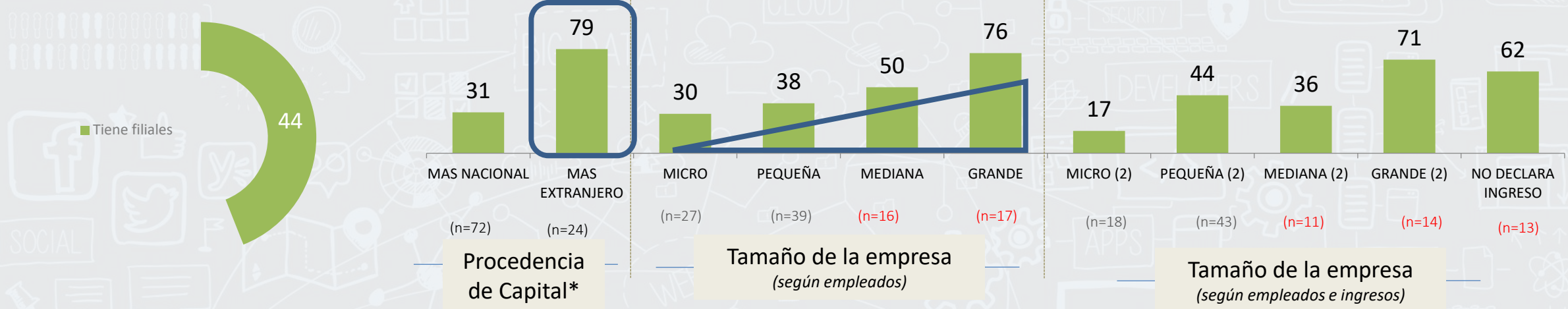
Belice
 Canadá
 China
 Corea del Sur
 Jamaica
 Puerto Rico
 Trinidad & Tobago
 Uruguay
 Otros Europa

27 empleados promedio en total filiales

Presencia de Filiales según Variables

Mayor presencia de filiales en empresas con capital extranjero y empresas de mayor envergadura.

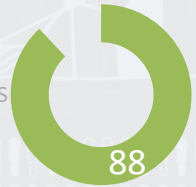
Tiene filiales en extranjero



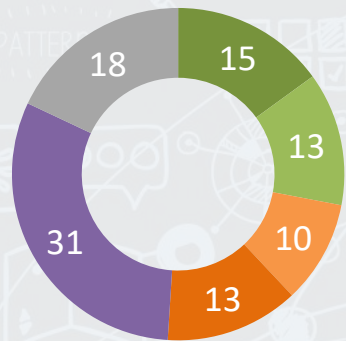
Financiamiento de Filiales

3 de cada 10 empresas invierte más de \$30.000 por año en las filiales. Se financian principalmente con capital propio de la empresa.

Exporta Servicios



Inversión por Año en filiales



- \$5,000 o menos
- Más de \$5,000 a \$10,000
- Más de \$10,000 a \$15,000
- Más de \$15,000 a \$25,000
- Más de \$30,000
- NS/NR

Fuente de financiamiento más utilizada para apertura de filiales

Capital propio de la empresa

48

Préstamo con ente financiero

23

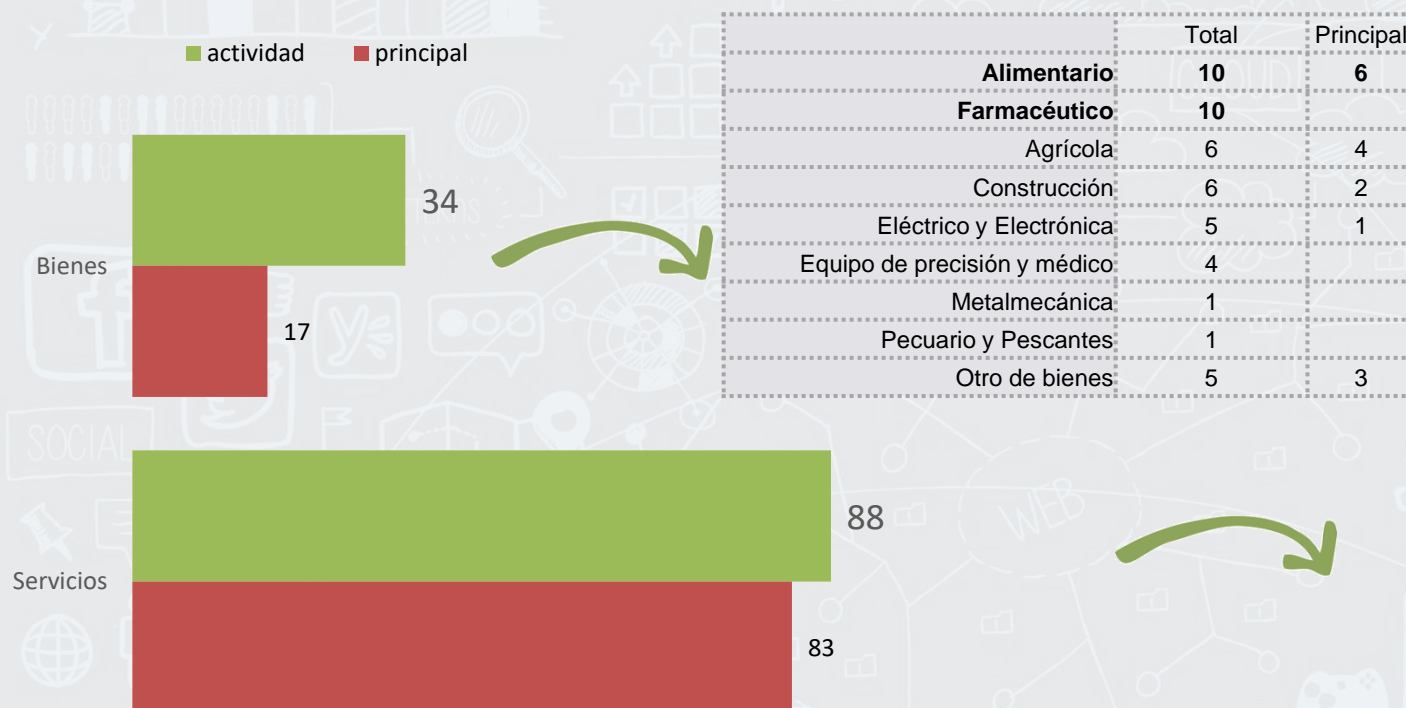
Endeudamiento familiares/ amigos

7

Banco de Costa Rica - BCR	7
Scotiabank	2
BAC Credomatic	2
Banco Promerica	2
Banco General	2
Banco Nacional de Costa Rica	2
Por medio del trabajo	2
Ns/Nr	5

Actividad de clientes a los que exporta

En línea con la actividad propia de cada empresa, los clientes a los que se exporta se dedican casi en su totalidad a **ofrecer Servicios**: relacionados con TICs, Financieros, Comercios, Salud y/ o Educación. Quienes se dedican a Bienes, se concentran en rama Alimenticia y Farmacéutica.



Sector	Total	Principal
Alimentario:	10	6
Farmacéutico:	10	6
Agrícola:	6	4
Construcción:	6	2
Eléctrico y Electrónica:	5	1
Equipo de precisión y médico:	4	0
Metalmecánica:	1	0
Pecuario y Pescantes:	1	0
Otro de bienes:	5	3

Sector	Total	Principal
Financiero:	31	17
TICs:	29	16
Salud/Médico:	20	9
Comercio:	17	8
Educación / Academia:	13	3
Telecomunicaciones:	13	4
Publicidad o Mercadeo:	11	4
Gobierno:	10	5
Entretenimiento, arte o cultura:	8	3
Servicios empresariales:	8	1
Turismo:	5	1
Transporte:	5	2
Investigación y Desarrollo:	3	1
Ingeniería y arquitectura:	2	0
Otro de servicios:	15	8
No responde:	1	1

P53. Considerando sus clientes en el extranjero, por ejemplo, entre 2017 y 2018, ¿a qué sector productivo pertenecen sus clientes (verticales)? o sea, ¿cuál es la actividad económica principal que desempeñan sus clientes?

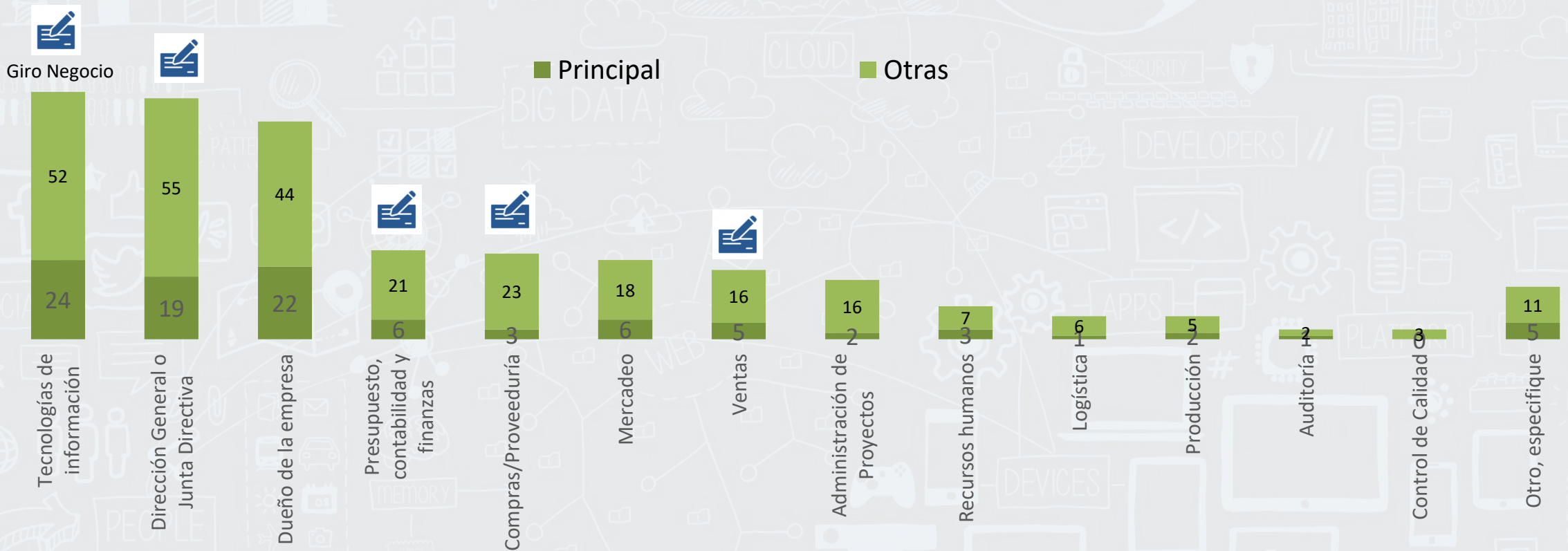
P53.1 ¿En cuál de todos los tipos de clientes en el extranjero, se especializa su empresa, o para la que más productos o servicios ha vendido?

Base: Exporta servicios (n=99)

Datos en %

Áreas de Negociación con empresas

La negociación está a cargo de la Dirección General o dueños, o, bien del área específica de TICs. Áreas contables o específicas de compras o ventas, con bajo involucramiento en cuestiones de negociación con empresas del exterior.



Principal área de negociación según giro del negocio

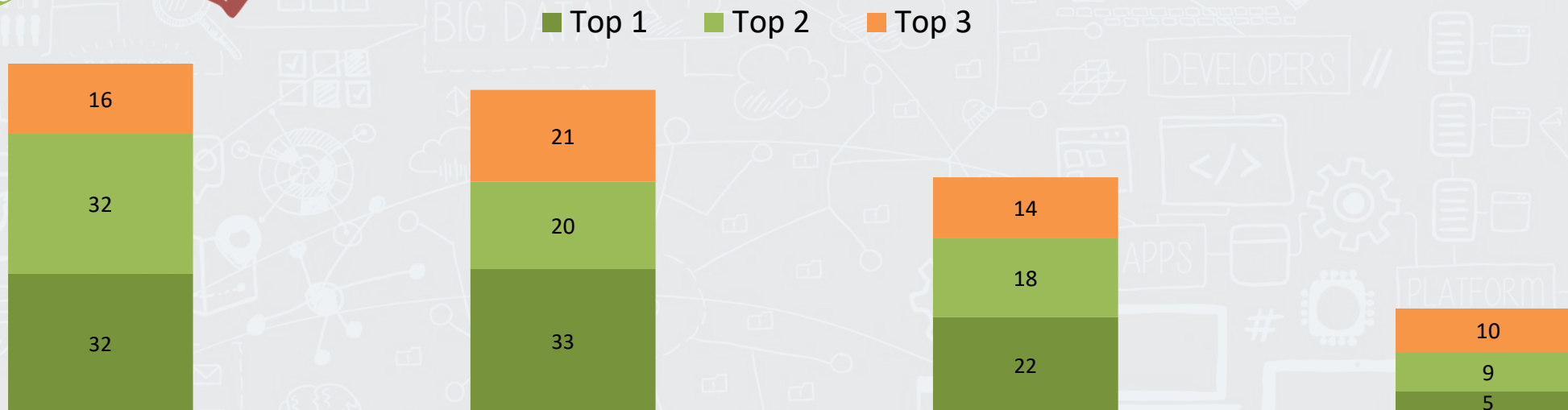
El área de negociación varía en función de la actividad de la empresa, probablemente impactada por el tamaño de la empresa (empresas de Producto TI y Telecomunicaciones) y por contar con empleados especializados en TICs (empresas de Software o Ingeniería de software).

	Total	GIRO DE NEGOCIO				
		DESARROLLO DE SOFTWARE	OTROS DE INGENIERÍA DE SOFTWARE	PRODUCTO DE BASE TI	TELECOMUNICACIONES	OTROS
Total	99	43	16	8	11	21
Tecnologías de información	24	26	31	13	0	33
Dueño de la empresa	22	28	31	25	18	5
Dirección General o Junta Directiva	19	26	19	0	9	19
Presupuesto, contabilidad y finanzas	6	7	0	25	0	5
Mercadeo	6	5	0	13	18	5
Ventas	5	0	6	0	27	5
Otro, especifique	5	2	6	13	0	10
Recursos humanos	3	0	0	0	9	10
Compras/Proveeduría	3	2	6	13	0	0
Administración de Proyectos	2	5	0	0	0	0
Producción	2	0	0	0	18	0
Auditoría	1	0	0	0	0	5
Logística	1	0	0	0	0	5

Retos para ampliar la exportación

Empoderar a las empresas con capacitación sobre el mercado internacional, idioma y tecnología que ayude a sortear barreras operativas para exportar resulta clave para incentivar la exportación de servicios. Cuestiones impositivas y legales aparecen como otro aspecto sobre el cual trabajar.

Exporta Servicios

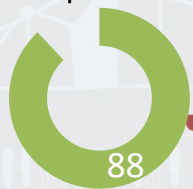


Desconocimiento/ Capacitación	Cuestiones impositivas/ legales	Contexto competitivo de la empresa	Otros (respaldo financiero, diferencias culturales, capacidad monetaria)
80	75	55	24

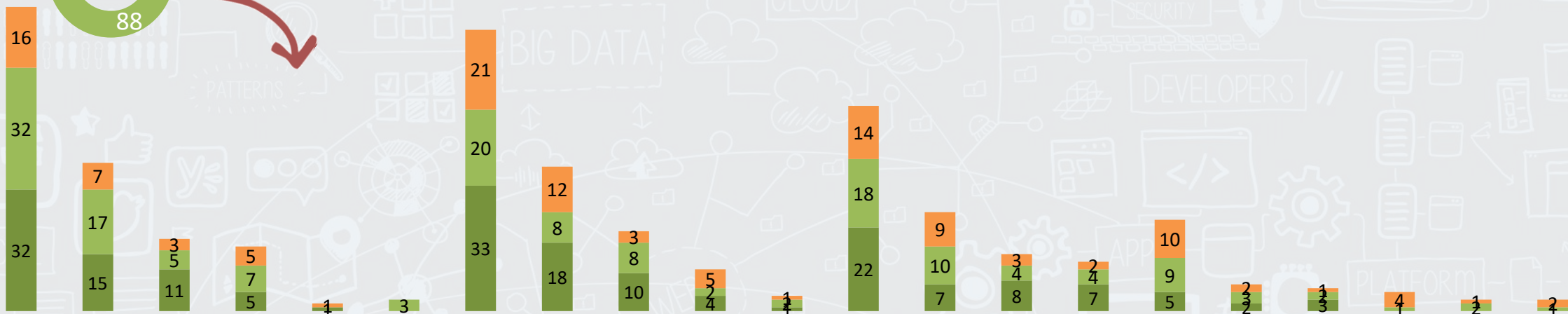
Retos para ampliar la exportación

Empoderar a las empresas con capacitación sobre el mercado internacional, idioma y tecnología que ayude a sortear barreras operativas para exportar resulta clave para incentivar la exportación de servicios. Cuestiones impositivas y legales aparecen como otro aspecto sobre el cual trabajar.

Exporta Servicios



■ Top 1 ■ Top 2 ■ Top 3



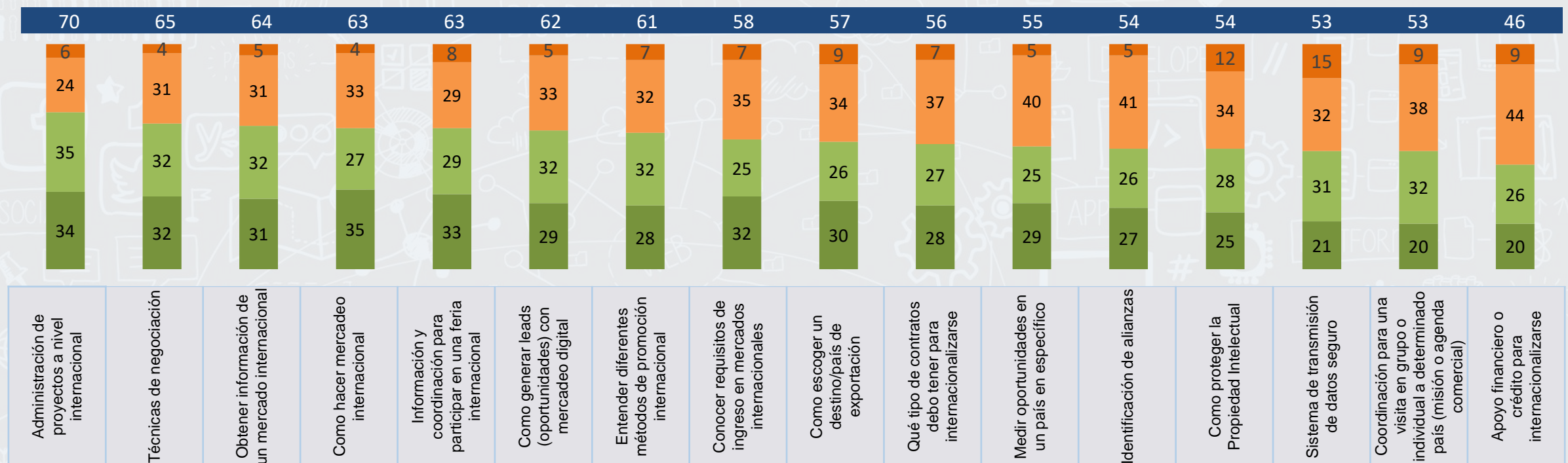
Challenge	Total
Desconocimiento/Capacitación	80
Se desconoce el mercado internacional	38
Desconocimiento de otro idioma	19
Falta personal capacitado	17
Falta conocimiento en el área tecnológica/D esactualizados	2
Modernización de software para procesos de exportación	3
Cuestiones impositivas/ legales	75
Los impuestos/cargas sociales son muy altos en CR	38
La legislación de los distintos países	21
Que el cliente acepte los términos del cobro de pago	11
Por trámites aduaneros, se complica la exportación	4
Contexto competitivo de la empresa	55
Aún no somos reconocidos internacionalmente	26
La competencia con otras empresas	15
Por cuestiones de prestigio/credibilidad de la empresa	13
Otros	24
Falta de respaldo por parte de las distintas entidades financieras/Gobierno	7
Por diferencias culturales	6
Encontrar coproductores con capacidad monetaria para poder invertir	5
Por diferencias de horarios, se complica la negociación	3
No se cuenta con la infraestructura necesaria para iniciar exportaciones	3

Habilidades de interés

En línea con los retos que presentan las empresas a la hora de exportar, las empresas muestran interés en contar con capacitación relativa a la administración de proyectos a nivel internacional, seguido de Técnicas de negociación, información sobre mercado internacional y cómo hacer mercadeo internacional para dar visibilidad a la empresa

Alto+Medio

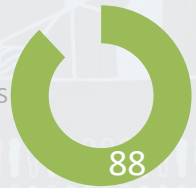
■ ALTO ■ MEDIO ■ BAJO ■ NINGUNO



Método de capacitación y Países de interés

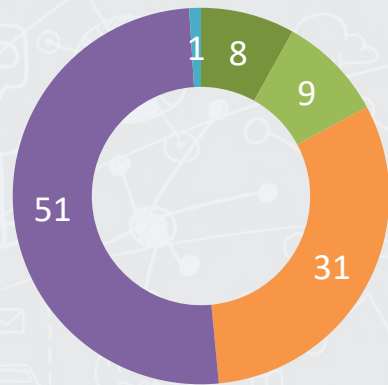
Estados Unidos lidera el ranking de países sobre los que desean recibir capacitación, seguido de Panamá y Colombia. Las empresas se inclinan por la capacitación virtual, siendo el método bimodal el más adecuado.

Exporta
Servicios

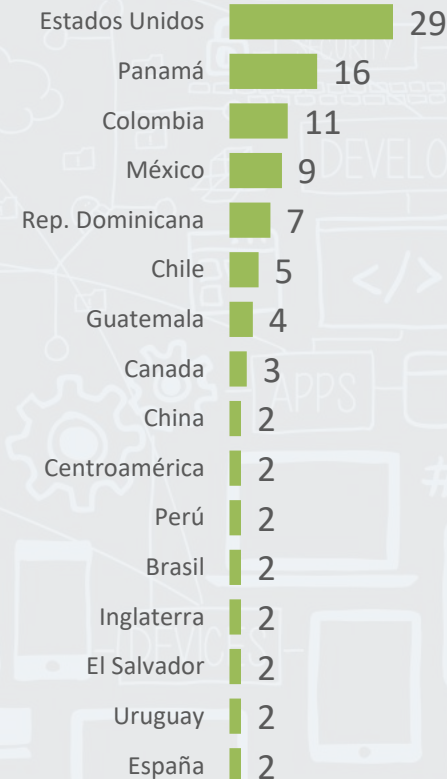


Método de capacitación adecuado

- Presencial en su empresa
- Presencial fuera de su empresa
- Virtual u on-line
- Bimodal (combinación de presencial y virtual)
- Otro



Países sobre los que desea recibir capacitación

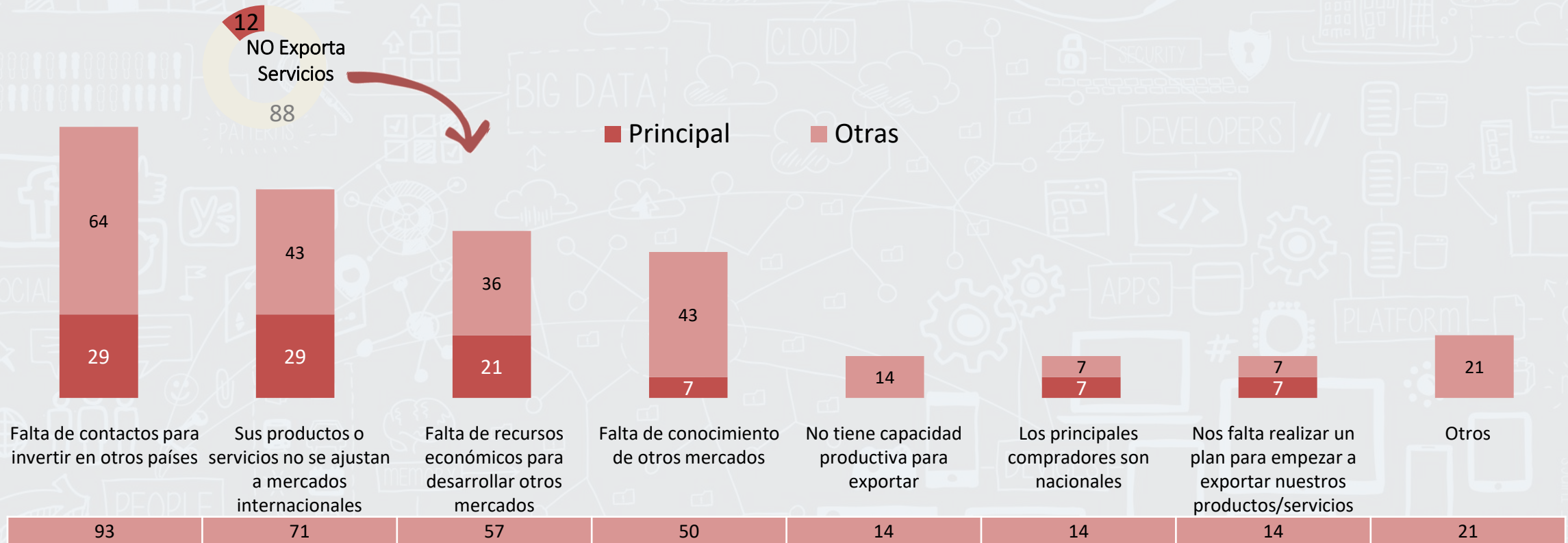


Otros países con 1% cada uno

- Asia
- Caribe
- Irlanda
- Emiratos Arabes
- Honduras
- Alemania

Barreras a la exportación

La falta de contactos es la principal barrera para la exportación, seguida de una creencia de que los productos de la empresa no se ajustan a las necesidades de los mercados internacionales. Ayuda económica junto con capacitación sobre otros mercados resultan oportunidades de trabajo.





4 | PRÁCTICAS OPERATIVAS

PRACTICAS OPERATIVAS



1. La innovación se dio en 2018 en temas de Mejora de producto 80%, menos de 50% en I+D, Nuevos productos o Mejoras de procesos productivos y otros.
2. Sin embargo, 81% indica dejar presupuesto para la mejora de productos; 7 de 10 para innov de procesos; 6 de 10 para innov en mercadeo u organizacional. Más si se trata de empresas Grandes.
3. PI: 5 de cada 10 han protegido su productos, 85% la marca (9 de 10 en CR y 1 de 10 en USA o México); 22% derechos de autor y 11% con una patente.
4. Modelo de gestión de calidad: solamente 3 de cada 10 tiene uno, básicamente ISO 9000.
5. Lenguajes: los más populares: HTML, Javascrip, JAVA, XML, PHP, entre otros.
6. Contratos: 12% de los proyectos se van sin contrato vs 60% donde todos sus proyectos tienen uno. De los que firman algún contrato, 2 de cada 10 NO llevan la cláusula SLA (Services Level Agreement).

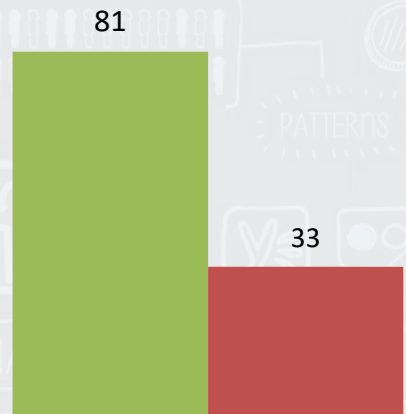
Prácticas de innovación 2018

8 de cada 10 empresas han implementado mejoras en los productos o servicios que ofrece y la mitad realizó actividades de I+D o bien, lanzó un nuevo producto/ servicio al mercado interno. Al menos 3 de cada 10 han realizado acciones vinculadas con comercio exterior: lanzamiento de productos/ servicios, apertura de filiales o registro de patentes en el exterior.



Destino de presupuesto para innovación

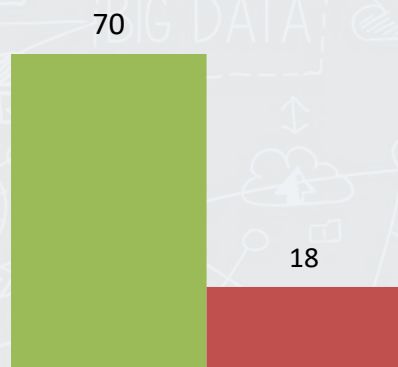
En efecto, 4 de cada 5 empresas destinan presupuesto para innovación de producto y dedica 33% de las ventas. En segundo lugar, se innova en procesos, con un menor porcentaje de ventas dedicado a esta innovación.



Innovaciones de producto

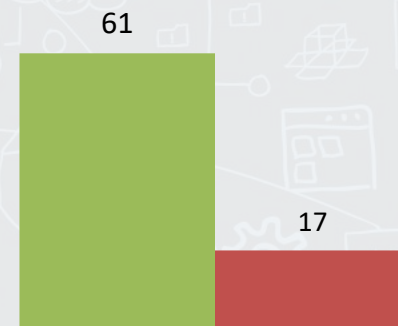
Refieren a cambios significativos de las características de productos y servicios, en donde se incluyen tanto los bienes y servicios novedosos (nuevos) y las mejoras sustantivas en bienes o servicios ya existentes

■ Dedicar presupuesto a... ■ % Ventas



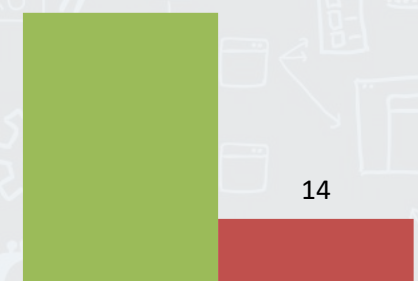
Innovaciones de proceso

Tienen relación directa con el cambio y mejora en los métodos de producción y distribución de un bien o servicio



Innovaciones de mercadotecnia

Tienen que ver con la puesta en práctica de nuevos métodos de comercialización, i.e., cambios en el diseño o presentación de un bien/servicio, así como la promoción y tarificación de éstos



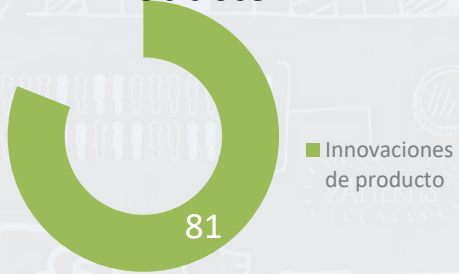
Innovaciones organizativas

Puesta en práctica de nuevas metodologías de organización, incluyendo la praxis empresarial (prácticas empresariales u organizacionales) dentro del lugar de trabajo o bien, en las relaciones con otras organizaciones.)

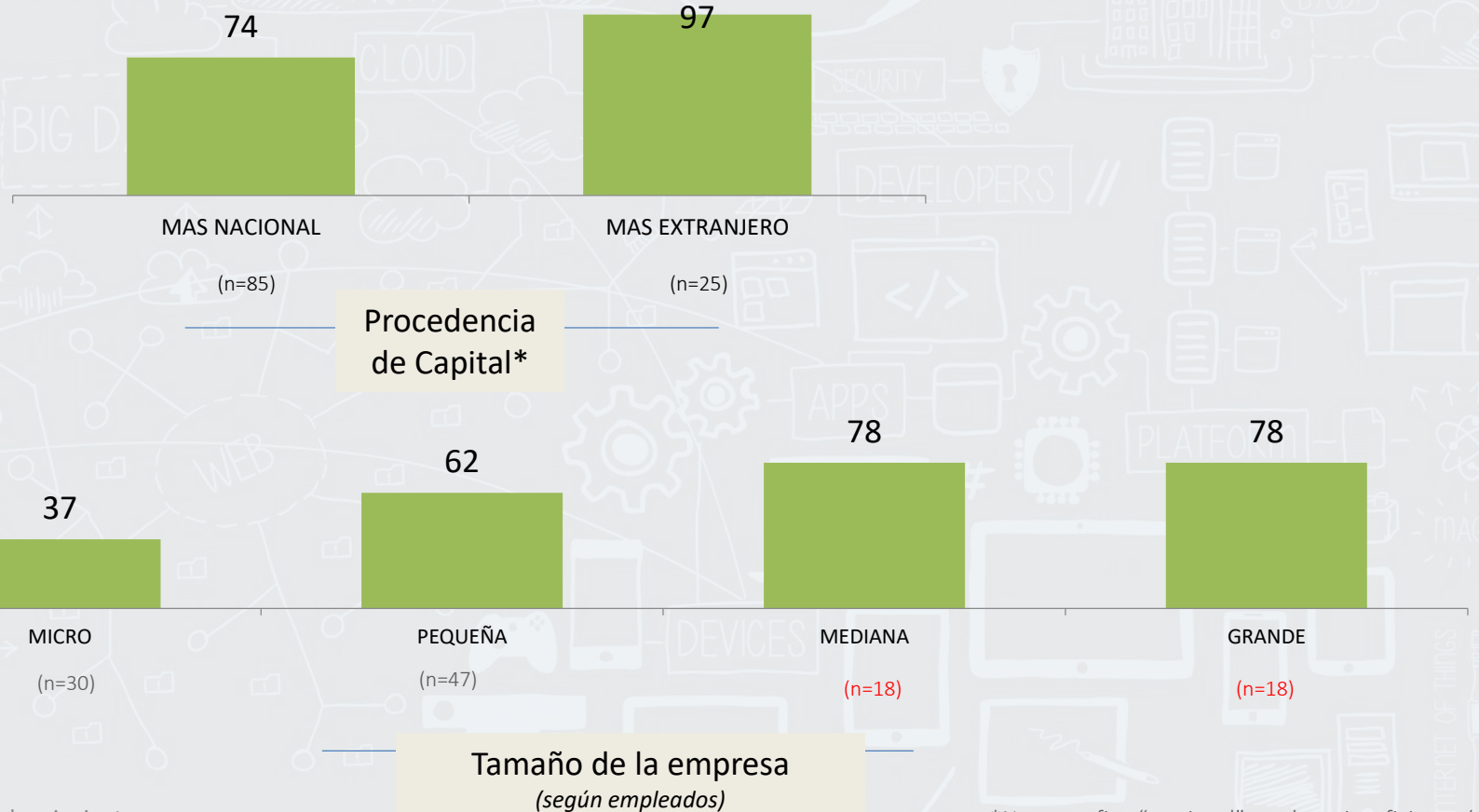
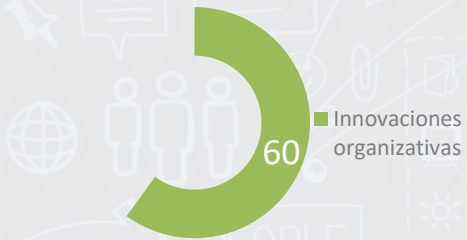
Destino de presupuesto para innovación

Innovaciones de producto más presente en empresas con capital nacional, mientras que las innovaciones organizativas aumentan en función del tamaño de la empresa.

Innovaciones de Producto



Innovaciones Organizativas



Registro de propiedad intelectual

Mediano alcance de registro de propiedad intelectual, siendo el registro de una marca el principal.

Registro Propiedad intelectual

49

■ Tiene registro propiedad intelectual
Total Entrevistados (n=113)

Tipo de Registro

Registro de marca



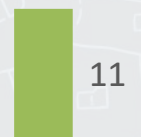
46 registros promedio
89% en Costa Rica (n=47)
11% en Estados Unidos
6% México

Derecho de autor



8 registros promedio
71% en Costa Rica (n=17)
29% en Estados Unidos

Patente



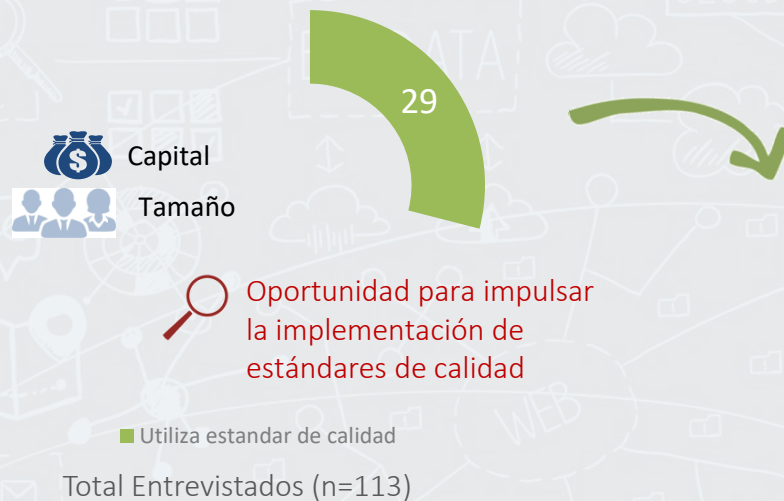
Otro



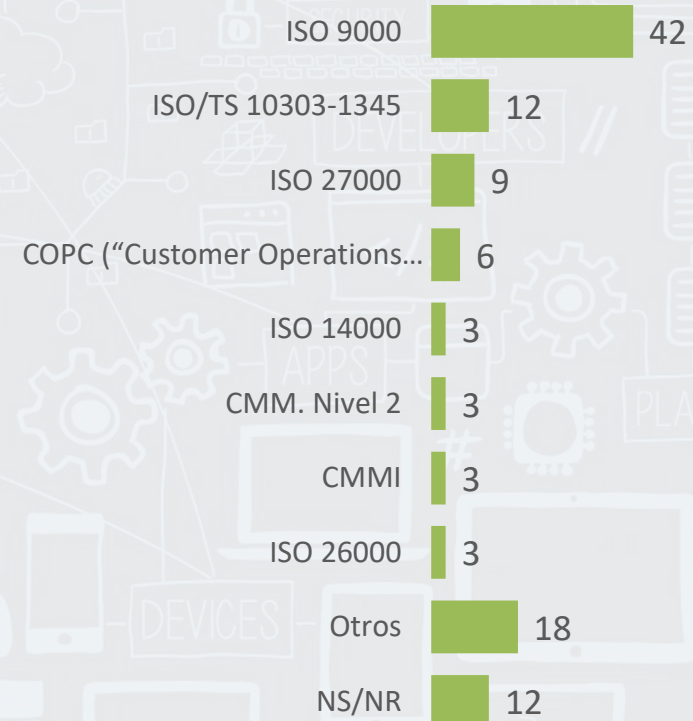
Alcance de Estándar o modelo de calidad

Bajo alcance de los modelos de calidad; crece en empresas con capital extranjeros y empresas grandes. El modelo más adoptado es ISO 9000.

Estándar o modelo de calidad



Tipo de estándar o modelo de calidad



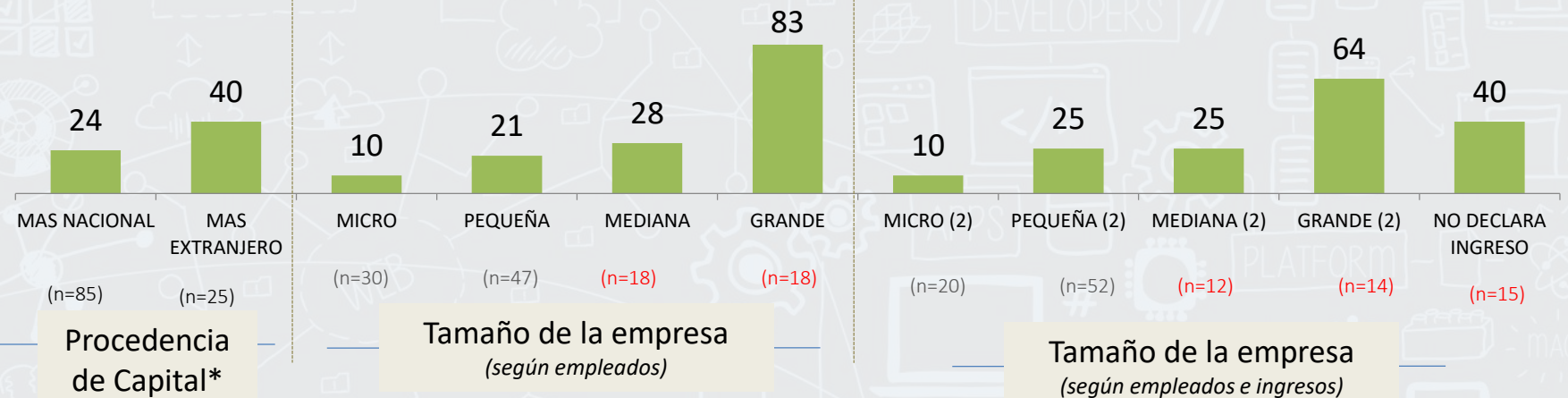
Alcance de Estándar o modelo de calidad según variables

Empresas de capital extranjero y empresas más grandes con mayor alcance de implementación de modelos de calidad.

Estándar o modelo de calidad

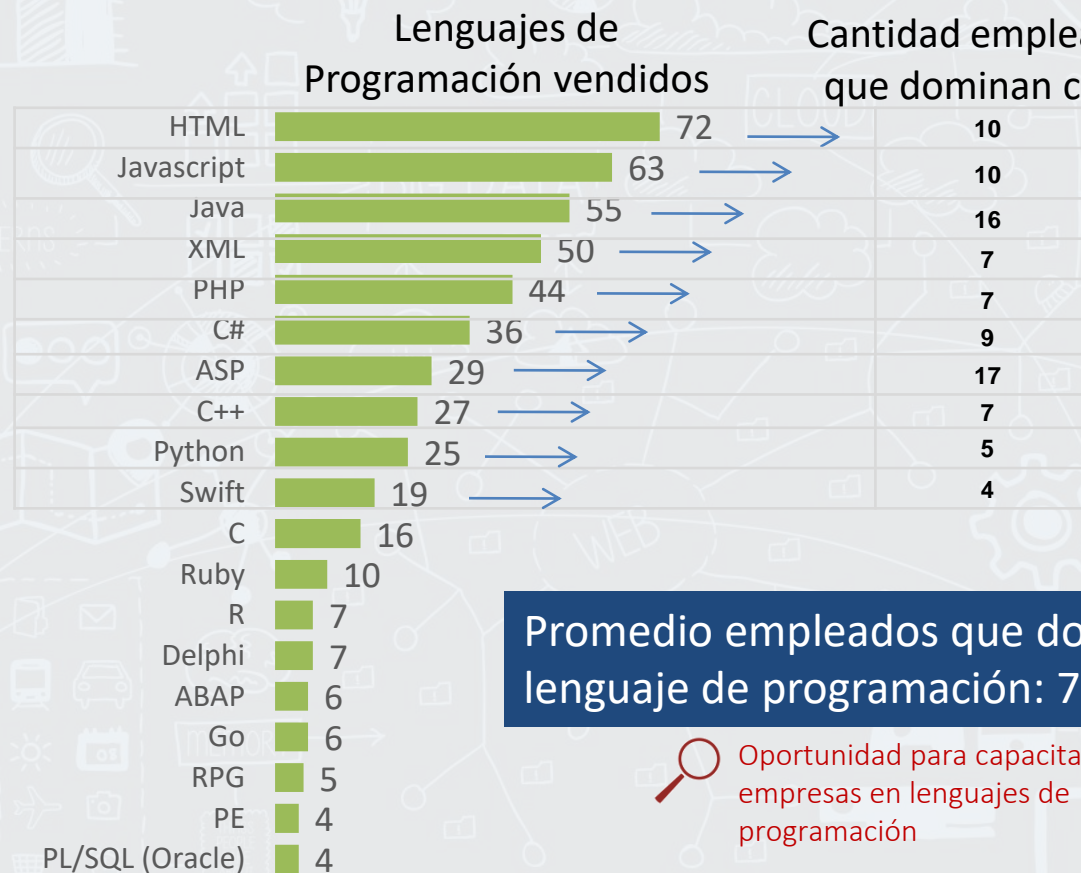
29

Utiliza estandares de calidad



Lenguajes de Programación de Servicios vendidos

HTML y JavaScript son los lenguajes que más se dominan, seguido de XML. Los lenguajes los dominan en promedio 7 empleados de cada empresa.



Otros estándar con 3% o menos cada uno

- .Net
- Software libre
- Json
- Node.js
- Kermit
- Angular
- Gupta
- Css (HTML)
- Perl

Promedio empleados que dominan lenguaje de programación: 7

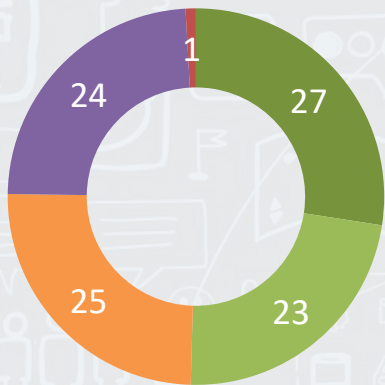
Oportunidad para capacitar a las empresas en lenguajes de programación

Proyectos con Contrato

Proyectos con contratos resulta una práctica extendida (solo 1 de cada 10 proyectos fueron sin contrato).

Cantidad de proyectos realizados 2017-2018

■ 5 O MENOS ■ ENTRE 6 Y 15 ■ ENTRE 16 Y 40' ■ MÁS DE 40 ■ NINGUNO



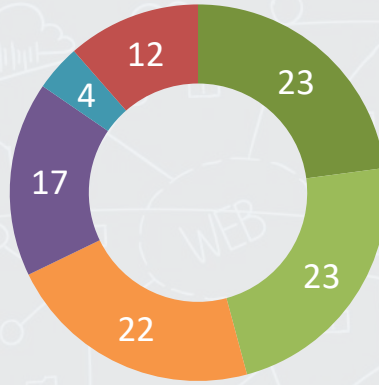
Tamaño

Base: Total Entrevistados (n=113)

Realizó algún proyecto

Cantidad de proyectos realizados con contrato 2017-2018

■ 5 O MENOS ■ ENTRE 6 Y 15 ■ ENTRE 16 Y 40' ■ MÁS DE 40 ■ No informa ■ NINGUNO



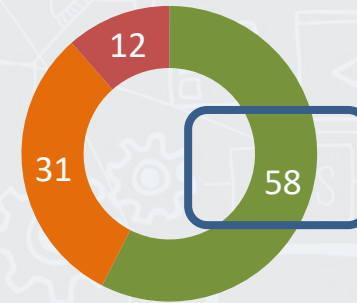
Tamaño

Base: Total Entrevistados (n=112)

Realizó algún proyecto con contrato

Alcance de Proyectos con contrato 2017-2018

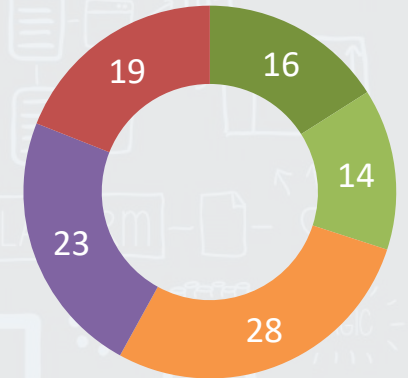
■ MÁS DE 40 ■ ENTRE 16 Y 40 ■ ENTRE 6 Y 15 ■ 5 O MENOS ■ NINGUNO



■ SE FIRMO CONTRATO EN TODOS LOS PROYECTOS
 ■ SE FIRMO UN % DE LOS CONTRATOS
 ■ NO FIRMO CONTRATO

Antigüedad

Cantidad de proyectos con Cláusula SLA



Tamaño

Base: Poseen proyectos con contrato (n=100)

P82. ¿Durante 2017 y lo que llevamos de 2018, aproximadamente cuántos proyectos realizó su empresa, sea proyecto por empresa o proyectos varios para una misma empresa?

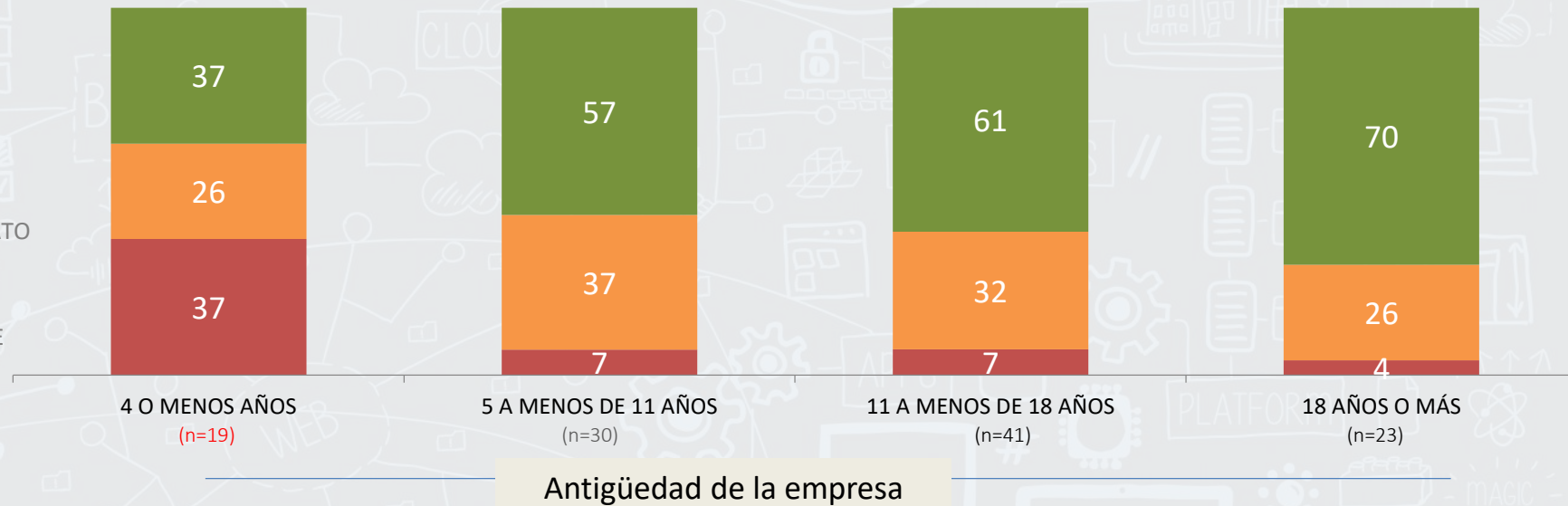
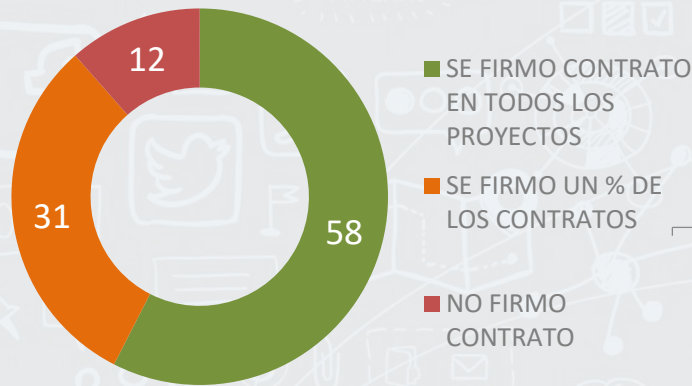
P83. ¿Del total de proyectos realizados, en cuántos firmó algún tipo de contrato?

P84. ¿En cuántos de esos contratos, se incluyó la cláusula de Acuerdo sobre el Nivel de Servicio (S

Proyectos con Contrato según Antigüedad

La existencia de proyectos con contrato varia en función de la antigüedad de la empresa.

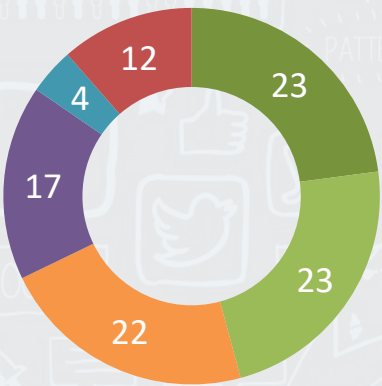
Alcance de Proyectos con contrato 2017-2018



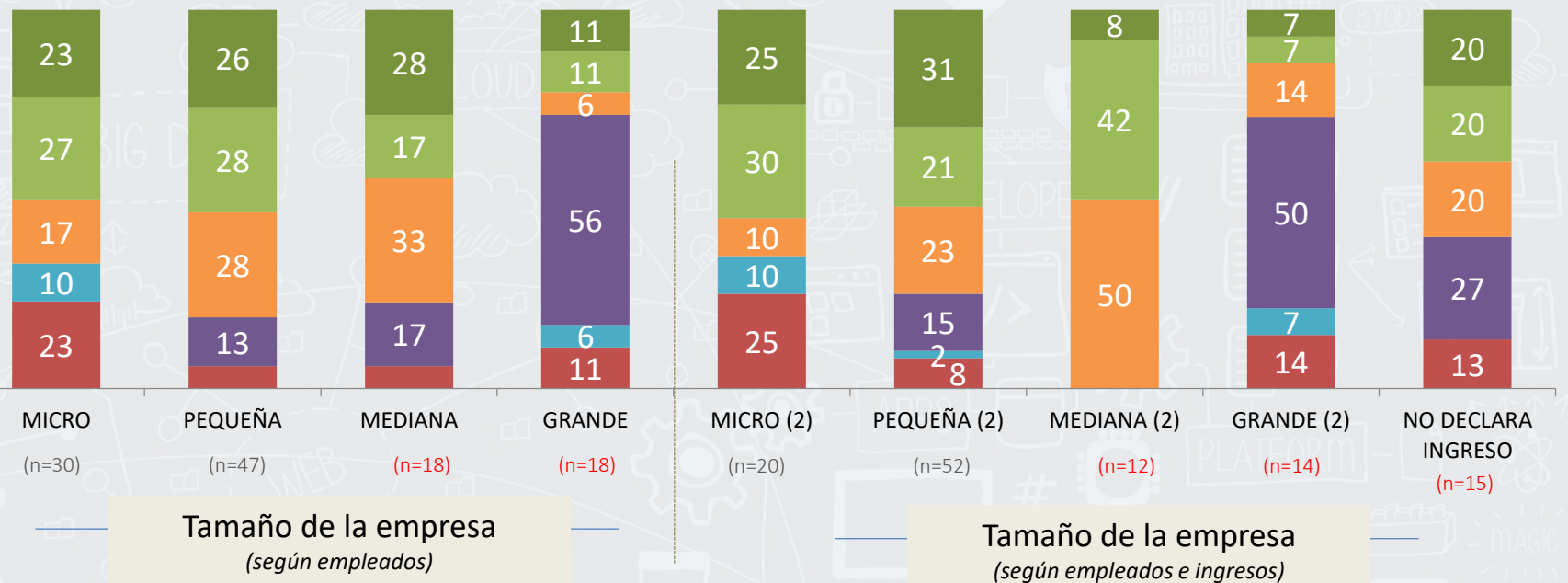
Cantidad de Proyectos con Contrato según Tamaño

Asimismo, la cantidad de proyectos con contrato es mayor entre empresas más grandes.

Cantidad de proyectos realizados con contrato 2017-2018



- 5 O MENOS
- ENTRE 6 Y 15
- ENTRE 16 Y 40'
- MÁS DE 40
- No informa
- NINGUNO

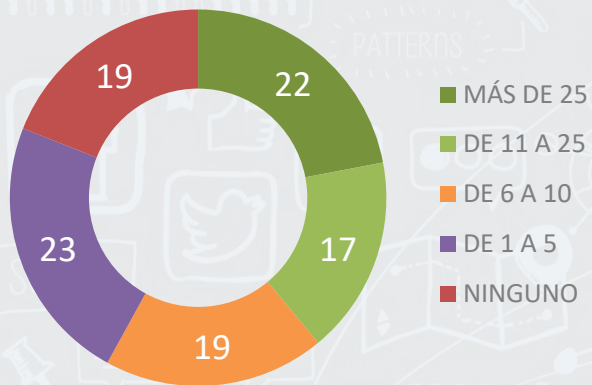


P82. ¿Durante 2017 y lo que llevamos de 2018, aproximadamente cuántos proyectos realizó su empresa, sea proyecto por empresa o proyectos varios para una misma empresa?
 P83. ¿Del total de proyectos realizados, en cuántos firmó algún tipo de contrato?

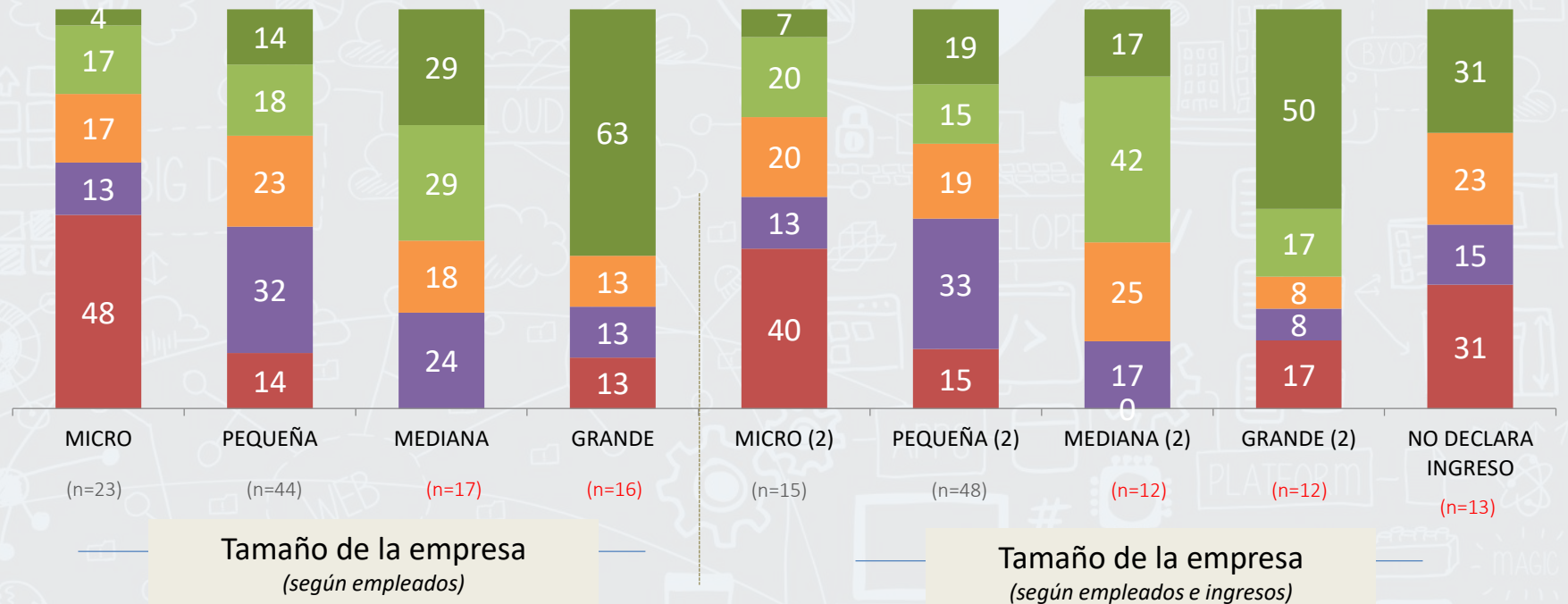
Cantidad de Proyectos con Contrato SLA según Tamaño

Y específicamente con proyectos con Clausula SLA.

Cantidad de proyectos con Cláusula SLA



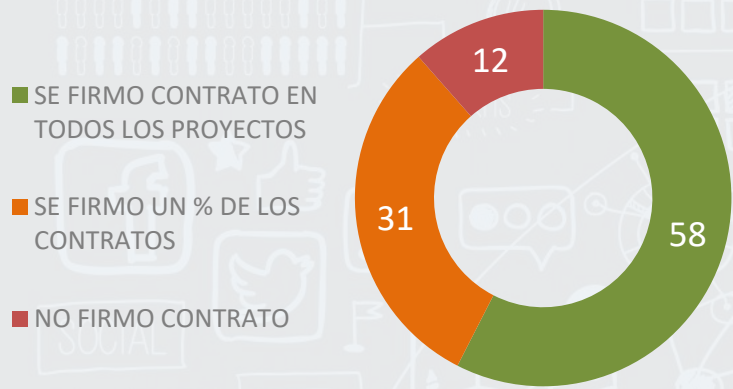
Base: Realizó algún proyecto con contrato (n=100)



Proyectos sin Contrato

Las órdenes de compra funcionan como contrato en los proyectos que se realizan sin él.

Alcance de Proyectos con contrato 2017-2018

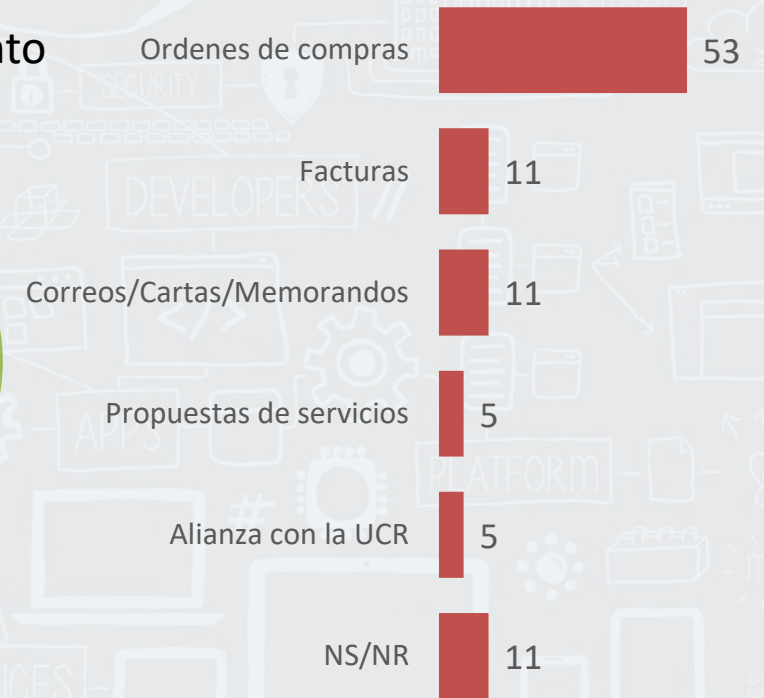


NO Realizó 100% de los proyecto con contrato

Utilizó algún documento



Tipo de documento





6

ASPECTOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA

FINANZAS



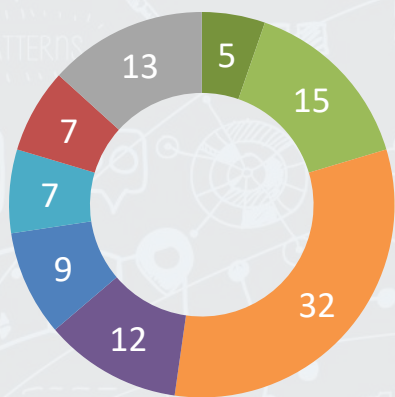
1. Sector generador de aprox \$1,440 millones en 2017.
2. De las que suministraros el dato (80%): 27% indica no tener ganancias mayores al 10%, incluso un 70% que no supera el 20%.
3. Las expectativas para el 2018 estuvieron divididas: 33% que serían mayores al 2017 y 26% menores, éstas últimas por la situación fiscal del país, el tipo de cambio o por falta o pérdida de clientes.
4. 35% indica tener alguna deuda, adquirida básicamente 6 de 10 para capital operativo, con ente jurídico publico 6 de cada 10, ente jurídico privado 3 de cada 10.
5. Por lo general, la fuente de financiamiento de éste sector 65%, es capital propio.

Ingresos de la empresa

La mitad de las empresas tiene ingresos hasta \$500.000 anuales. Las ganancias para más del 50% no superan el 20%.

Ingresos por Ventas 2017

- \$10,000 o menos
- Más de \$10,000 a \$100,000
- Más de \$100,000 a \$500,000
- Más de \$500,000 a \$1 millón
- Más de \$1 millón a \$5 millones
- Más de \$5 millones a \$30 millones
- Más de \$30 millones
- NS/NR

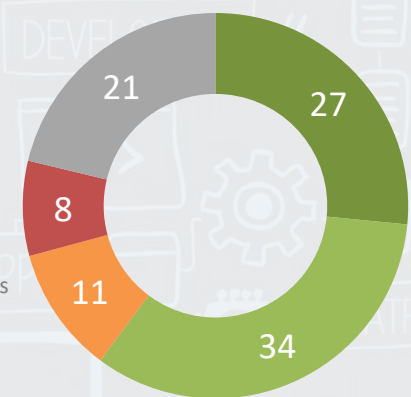


- Antigüedad
- Tamaño
- Capital
- Giro Negocio
- Tamaño 2

Aprox. \$1,437 millones en total

% de Ganancias al 2017

- MENOS DEL 10%
- ENTRE 10% Y 20%
- MÁS DEL 20%
- No tuvo ganancias sino pérdidas
- NO DECLARADO



- Tamaño
- Tamaño 2

P86. ¿En cuál de los siguientes rangos, se ubica el total de ingresos recibidos por ventas durante 2017, el total de ventas en mercado local y mercados internacionales, si los tuviera?
 P87. Al cierre de 2017, ¿en cuál de los siguientes rangos se ubica el % de Ganancias o Pérdidas (valor de ganancias o pérdidas /valor total de ingresos o ventas)?

Ingresos de la empresa 2017

Ingresos de la empresa varían en función de la Antigüedad, Tipo de Capital, Giro del Negocio y Tamaño de la empresa

	Total	ANTIGÜEDAD				TIPO DE CAPITAL			TAMAÑO DE EMPRESA (EMPLEADOS)				GIRO DE NEGOCIO					TAMAÑO (SEGÚN EMPLEADOS E INGRESOS)				
		4 O MENOS AÑOS	5 A MENOS DE 11 AÑOS	11 A MENOS DE 18 AÑOS	18 AÑOS O MÁS	MAS NACIONAL	MASE EXTRANJERO	POR IGUAL	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE	DESARROLLO DE SOFTWARE	OTROS DE INGENIERÍA DE SOFTWARE	PRODUCTO DE BASE TI	TELECOMUNICACIONES	OTROS	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE	NO DECLARA INGRESO
Total	113	19	30	41	23	85	25	3	30	47	18	18	51	18	10	12	22	20	52	12	14	15
\$10,000 o menos	5	26	0	2	0	7	0	0	13	2	6	0	6	0	30	0	0	25	2	0	0	0
Más de \$10,000 a \$100,000	15	32	17	12	4	18	8	0	43	4	11	0	18	11	20	17	9	75	4	0	0	0
Más de \$100,000 a \$500,000	32	0	50	39	22	38	16	0	20	55	17	6	39	39	0	33	23	0	69	0	0	0
Más de \$500,000 a \$1 millón	12	0	13	20	4	12	12	0	0	26	0	6	14	11	10	0	14	0	25	0	0	0
Más de \$1 millón a \$5 millones	9	0	7	2	30	9	8	0	3	4	33	6	10	17	0	8	5	0	0	83	0	0
Más de \$5 millones a \$10 millones	4	11	0	7	0	4	8	0	3	0	6	17	2	6	10	0	9	0	0	17	21	0
Más de \$10 millones a \$30 millones	3	0	0	0	13	2	4	0	0	0	6	11	4	0	0	0	5	0	0	0	21	0
Más de \$30 millones	7	5	7	5	13	1	24	33	0	2	17	22	2	6	20	25	5	0	0	0	57	0
NS/NR	13	26	7	12	13	9	20	67	17	6	6	33	6	11	10	17	32	0	0	0	0	100

% de Ganancias de la empresa al 2017

Porcentaje de Ganancias varía según el tamaño de la empresa.

	Total	TAMAÑO DE EMPRESA (EMPLEADOS)				TAMAÑO (SEGÚN EMPLEADOS E INGRESOS)				
		MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE	NO DECLARA INGRESO
Total	113	30	47	18	18	20	52	12	14	15
MENOS DEL 10%	27	33	19	22	39	40	21	25	50	7
ENTRE 10% Y 20%	34	27	47	33	11	15	52	42	14	7
MÁS DEL 20%	11	3	15	17	6	5	13	8	21	0
No tuvo ganancias sino pérdidas (gastos e inversión mayor a los ingresos por ventas)	8	17	6	6	0	25	6	8	0	0
NO DECLARADO	21	20	13	22	44	15	8	17	14	87

Expectativas de Ingresos de la empresa

Expectativas de ingreso futuro alineadas con ingresos actuales. Casi 7 de cada 10 consideran que los ingresos al 2018 son mayores o iguales a lo esperado.

Expectativa ingresos por Ventas 2018

■ \$10,000 o menos

■ Más de \$10,000 a \$100,000

■ Más de \$100,000 a \$500,000

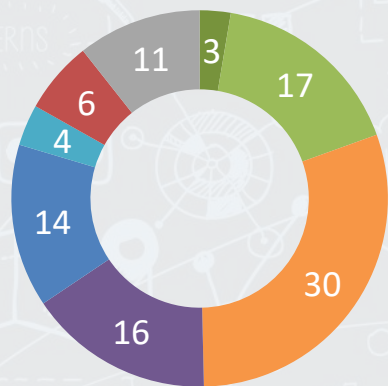
■ Más de \$500,000 a \$1 millón

■ Más de \$1 millón a \$5 millones

■ Más de \$5 millones a \$30 millones

■ Más de \$30 millones

■ NS/NR



■ Antigüedad

■ Tamaño

■ Capital

■ Giro Negocio

■ Tamaño 2

Aprox. \$1,300 millones en total

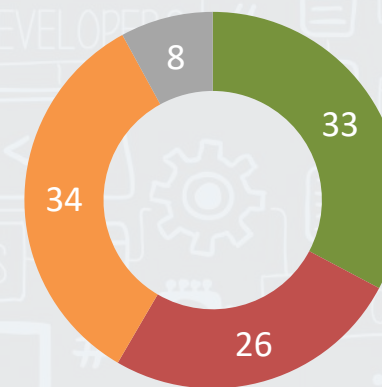
Comparación ingresos vs. Expectativas

■ Mayores

■ Menores

■ Igual

■ NS/NR



Expectativa de ingresos de la empresa 2018

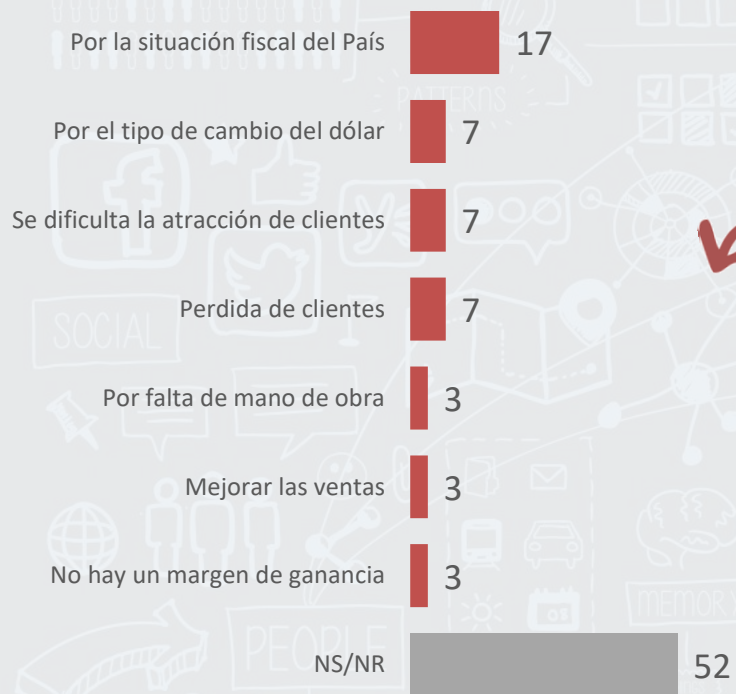
Expectativa de Ingresos de la empresa varían en función de la Antigüedad, Tipo de Capital, Giro del Negocio y Tamaño de la empresa.

	Total	ANTIGÜEDAD				TIPO DE CAPITAL			TAMAÑO DE EMPRESA (EMPLEADOS)				GIRO DE NEGOCIO					TAMAÑO (SEGÚN EMPLEADOS E INGRESOS)				
		4 O MENOS AÑOS	5 A MENOS DE 11 AÑOS	11 A MENOS DE 18 AÑOS	18 AÑOS O MÁS	MAS NACIONAL	MAS EXTRANJERO	POR IGUAL	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE	DESARROLLO DE SOFTWARE	OTROS DE INGENIERÍA DE SOFTWARE	PRODUCTO DE BASE TI	TELECOMUNICACIONES	OTROS	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE	NO DECLARA INGRESO
Total	113	19	30	41	23	85	25	3	30	47	18	18	51	18	10	12	22	20	52	12	14	15
\$10,000 o menos	3	16	0	0	0	4	0	0	10	0	0	0	2	0	20	0	0	10	0	0	0	7
Más de \$10,000 a \$100,000	17	37	13	17	4	20	8	0	40	9	17	0	20	11	40	8	9	70	10	0	0	0
Más de \$100,000 a \$500,000	30	16	37	34	26	38	8	0	30	43	17	11	35	39	10	33	18	20	52	8	0	13
Más de \$500,000 a \$1 millón	16	0	27	20	9	15	20	0	10	28	6	6	20	6	0	17	23	0	31	17	0	0
Más de \$1 millón a \$5 millones	11	0	10	7	26	11	12	0	0	13	28	6	14	22	0	0	5	0	8	67	0	0
Más de \$5 millones a \$10 millones	4	11	0	5	0	2	8	0	0	0	6	17	2	6	0	0	9	0	0	8	21	0
Más de \$10 millones a \$30 millones	4	0	3	0	13	2	8	0	0	0	6	17	4	0	0	8	5	0	0	0	29	0
Más de \$30 millones	6	5	3	5	13	1	20	33	0	2	17	17	2	6	20	17	5	0	0	0	50	0
NS/NR	11	16	7	12	9	7	16	67	10	6	6	28	2	11	10	17	27	0	0	0	0	80

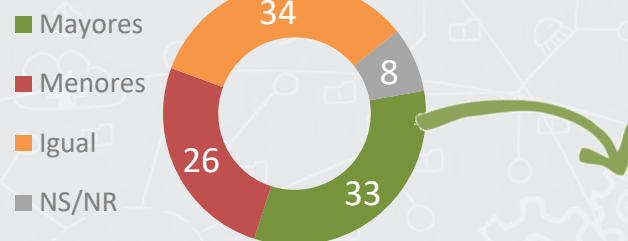
Razones para mayores o menores ingresos

Mayoría no logra atribuir un motivo específico a la variación de ingresos percibidos en función de lo esperado. Entre quienes pudieron especificar un motivo, la diversificación de la oferta es el driver para aumentar ingresos mientras que la situación fiscal del país es la principal barrera.

Principal razón para percibir menores ingresos a lo esperado



Percepción de expectativas



Principal razón para percibir mayores ingresos de lo esperado



Financiamiento de la empresa (I)

Financiamiento medianamente extendido. La fuente es mayormente pública y proviene de entidades bancarias. El Banco de Costa Rica es una de las principales fuentes de financiamiento.

Se financió

35

Exportación
Tamaño 2

Fuente de financiamiento

Persona jurídica publica

60

Persona jurídica privada

25

Persona física

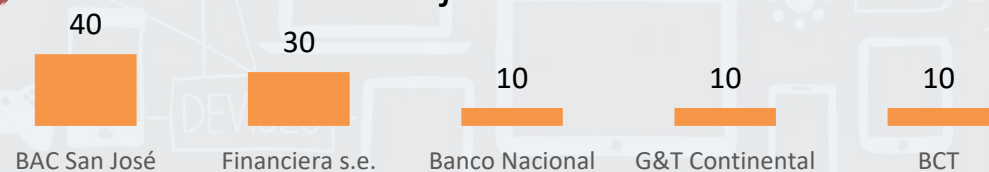
18

Persona jurídica Pública



(n=24)

Persona jurídica Privada



(n=10)

P90. ¿Tiene la empresa a la fecha, algún compromiso financiero (deuda), con alguna persona física (sea amigo, familia u otro tipo de persona física) o jurídica (otra empresa financiera o no)?

P92. ¿Con quién?

P94. ¿Cuál es la fuente de financiamiento más utilizada en la empresa, o sea, como financia las actividades de su empresa en caso de que lo necesite?

Base: Empresas que se financian (n=40)

Datos en %

Financiamiento de la empresa (II)

Contar con capital operativo es la principal razón de financiamiento.

Se financió

- Exportación
- Tamaño 2

35

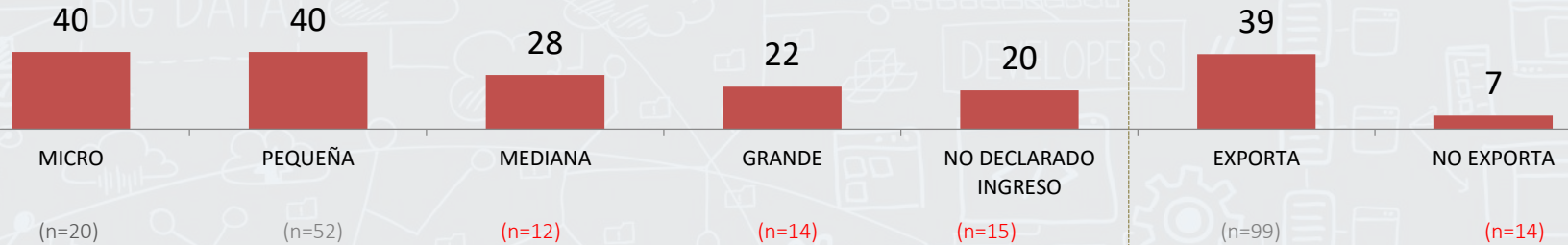
Razones de financiamiento



Financiamiento de la empresa

Mayor financiamiento en empresas más chicas. A su vez, crece entre empresas exportadoras.

Se financió

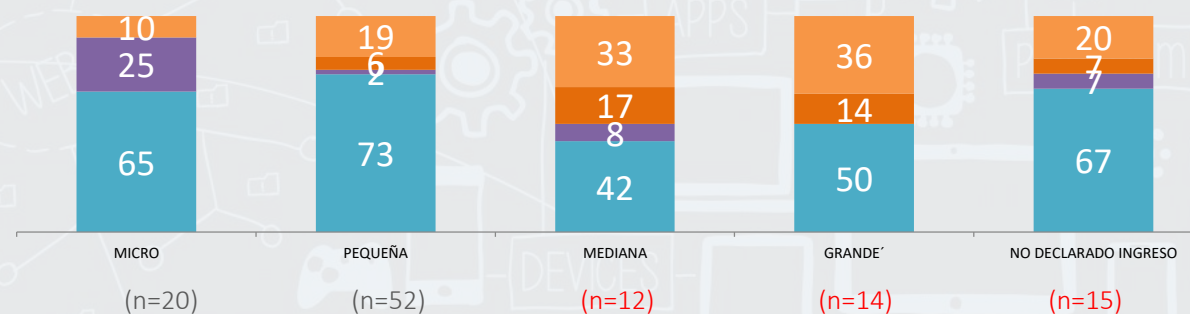
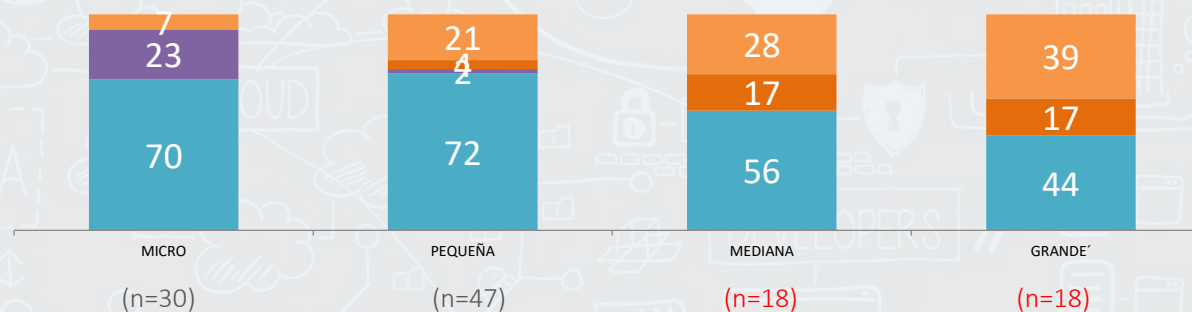
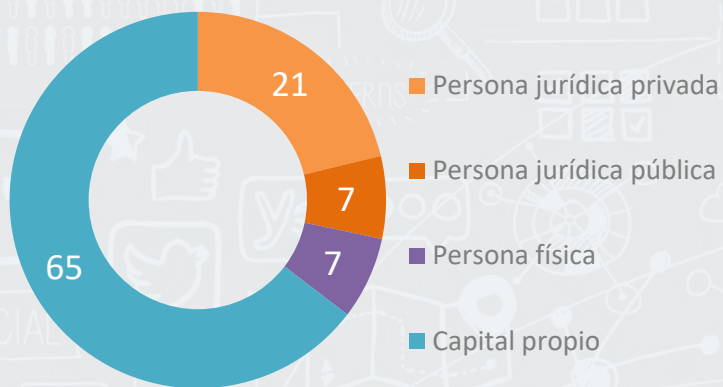


Tamaño de la empresa
(según empleados e ingresos)

Exporta servicios

Fuentes de financiamiento habituales

Ante la necesidad de financiamiento, las empresas acuden a capital propio evitando tomar deuda con personas físicas o jurídicas, especialmente las empresas de menor envergadura.



Caracterización del sector de tecnologías de información y comunicación (TICs) en Costa Rica

GRACIAS