

# Diagnóstico de la situación de las PYMES de Occidente y la efectividad de los programas de apoyo

Rocío Chacón Espeleta<sup>1</sup>

Recepción: 8 de septiembre de 2008 / Aprobación: 1 de septiembre de 2009

## Resumen

El presente trabajo brinda un diagnóstico de la situación de las pequeñas y medianas empresas de la región de Occidente, así como también una valoración de la efectividad que han tenido los programas de apoyo de las instituciones nacionales, ante la situación de la apertura de mercado que se avecina debido a los procesos de globalización.

El estudio se realizó por un periodo de dos años, entre agosto del 2003 y agosto del 2005, obteniendo la información a través de un censo aplicado a todos los industriales disponibles en los cantones de Palmares, San Ramón, Grecia, Naranjo y Valverde Vega de la provincia de Alajuela, que se encontraban registrados en las patentes de las municipalidades involucradas.

**Palabras claves:** PYMES, programas de apoyo, apertura de mercados, proceso de globalización.

## Abstract

This study provides an analysis of small- and medium-sized businesses of the western region of Costa Rica. Additionally, it evaluates the effectiveness of national support programs before those businesses experienced increased globalization.

The study was conducted for a period of two years, between August of 2003 and August of 2005. Data was obtained from a census of all registered businesses from all industries in the regions of Palmares, San Ramon, Grecia, Naranjo, and Valverde Vega, all of which are located in the province of Alajuela.

**Keywords:** small and medium enterprises, supportive programs, open markets, globalization process.

## INTRODUCCIÓN

Organizaciones como la CEPAL (1999:1,2,9), informes de revistas como Enlace Mundial (1998: 38,40 y 2002: 22) y algunos autores como Barrantes (2004, p.23) y Rojas (2000: 29-30), han hablado de la importancia que tienen las pequeñas y medianas empresas en la economía de los países, en especial porque presentan características muy particulares al ser una de las fuentes de empleo más importantes de las naciones y, a la vez, porque la mayoría de ellas muestran serios problemas operativos y poca participación en las exportaciones.

Varios investigadores, entre ellos Labarca (1999: 34), CEPAL (1999: 5) y Colburn y Leguizamón (1987: 11) han coincidido en afirmar que estas empresas pueden aportar aún más a la solución del grave problema del desempleo, a la transformación productiva y a la modernización de la economía; sin dejar de lado el apoyo que brindan al proceso democrático de las naciones, al fortalecerla con sus producciones y al permitir el desarrollo de la libre empresa. Es por esto que los gobiernos de las dos últimas décadas, han intentado apoyarlas y asesorarlas a través de programas de orientación para laborar en una forma más competitiva, utilizando sus recursos más eficientemente y motivándolas para buscar nuevos

1. Departamento Ciencias Sociales, Sede Occidente, San Ramón, Universidad de Costa Rica [rchacon22@gmail.com].

horizontes fuera de nuestras fronteras, especialmente hacia el mercado norteamericano y europeo.

Sin embargo, la tarea no ha sido fácil para este sector desde que los países se han abocado a abrir sus fronteras con el modelo que se ha venido desarrollando desde los años '80s, pues carecen de los medios para adaptarse con rapidez a los cambios que exige la globalización.

El presente trabajo de investigación, pretende dentro del marco de la globalización, brindar un diagnóstico de la situación en que se encuentran las pequeñas y medianas empresas de la región de Occidente ante el reto de la apertura de mercados de los últimos años, además de valorar la efectividad de los programas de apoyo brindados por las instituciones nacionales para las empresas de este sector industrial ubicadas en la zona de estudio. Lo anterior con el afán de aportar información que sirva a los interesados (empresas y oficinas gubernamentales), para desarrollar políticas que permitan generar programas más acordes a las necesidades de los industriales y que redunden en un mejor desempeño a futuro de la actividad productiva del país.

## ANTECEDENTES

La evidencia ha demostrado según Lizette Brenes (2001: 37-38), Marlon Yong (2002: 226), Ana Cristina Rojas (2000: 30-31) y la Revista Enlace Mundial N°12 (1998: 41), entre otros, que los países más exitosos en alcanzar un crecimiento industrial sostenido, han contado con la ayuda y el apoyo gubernamental para explotar sus ventajas comparativas; de ahí la importancia de generar proyectos que estén bien orientados a impulsar el crecimiento y desarrollo de las empresas involucradas, en especial aquellas que generen empleos para la población. Como lo menciona René Hernández (2001: 15), la ayuda por parte de las autoridades en brindar el ambiente necesario para el desarrollo es muy importante, ya que el desarrollo industrial sostenido no se alcanza con desarrollar únicamente las ventajas comparativas, sino además las competitivas (que van a depender del manejo que se les pueda dar a los factores que afectan el entorno empresarial), por lo que las condiciones macroeconómicas y las medidas específicas del gobierno y de organizaciones de desarrollo son fundamentales para alcanzar este

objetivo que les permitirá utilizar los recursos más eficientemente, minimizar sus costos de producción y abrir nuevos mercados, dentro y fuera del país.

El papel que juegan las Pymes (empresas que cuentan con más de seis empleados, pero menos de cien) en la actividad económica y su permanencia en ella, va a depender según Porter (1990 y 1991), de las posibilidades que tengan para crear ventajas competitivas, de la habilidad de las empresas para adaptarse a los cambios y del apoyo externo que puedan obtener, para que como dicen Aguilar, Cordero y Trejos (1998: 19), tengan efectos en la diferenciación y en los costos del producto.

De acuerdo con los datos suministrados por la Unidad de Información Empresarial del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), en Costa Rica existían a junio del 2007, 10.890 pequeñas y medianas empresas (sin tomar en cuenta las microempresas), que equivalían al 31 por ciento del total de empresas formales existentes en el país (35.419).

Del total de empresas ubicadas en el sector industrial (3.457), el 43 por ciento (1.471) laboran con más de seis personas, pero menos de 99 empleados, lo cual las clasifica como PYMES; correspondiendo esta cantidad al cuatro por ciento del total de empresas registradas. Si se toma en cuenta a los microempresarios, esta cifra asciende a 3.266 industrias, con una participación relativa del 94 por ciento con respecto a las empresas industriales y del 9 por ciento en relación con la totalidad del país.

Sin embargo, estas cifras oficiales quedan muy por debajo de la realidad, pues según Hayden (2002) por cada micro y pequeña empresa formal, existen aproximadamente tres empresas del sector informal. Al hacer los cálculos respectivos, a junio de 2007 habría (según Hayden) aproximadamente 32.670 pequeños y medianos empresarios.

Para la misma fecha (junio del 2007) y de acuerdo con la información suministrada por la Unidad Asesora de Información del MEIC, existían 113 pequeñas y medianas empresas laborando en la zona evaluada; o sea, en los cantones de San Ramón, Palmare, Naranjo, Grecia y Valverde Vega, de la provincia de Alajuela. Esta cifra correspondía al 34 por ciento de las empresas de la zona.

Con excepción de unos pocos años, entre ellos el 2004 y el 2005, la participación laboral de las Pymes del sector privado (incluyendo las microempresas) con respecto al total de empresas de dicho sector, ha venido disminuyendo o manteniéndose relativamente constante en los últimos años. La información del MEIC muestra que dicha participación pasó de un 57 por ciento en 1990 a un 54,8 por ciento en el 2000 y a un 48,1 por ciento en el 2007. Esta información es preocupante y podría ser tema de una futura investigación que permita determinar las posibles causas de este fenómeno y sus efectos sobre la sociedad costarricense.

Al comparar la información suministrada por la Unidad de Información Empresarial del MEIC, del número de empleados contratados por las Pymes, con los datos de la Población Ocupada suministrada por la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples de la Dirección General de Estadística y Censos, se puede observar que el promedio de esta participación en la década de los 90's fue de un 21,9 por ciento, mientras que la de los últimos ocho años fue de un 16,4 por ciento; con lo cual se refuerza lo mencionado anteriormente, en los últimos años se ha visto una fuerte disminución en la participación relativa de las Pymes con respecto al número de empleados, pasando de un 22,3 por ciento en el 2000 a un 14,1 por ciento en el 2006; solamente los años 2002, 2004 y 2007 muestran un pequeño incremento en este rubro (con un crecimiento del 2,2%, 5% y 9,2% respectivamente), mientras que la tasa de disminución desde el 2000 fue de un -30,9 por ciento.

Muchos han sido los cambios que ha tenido que enfrentar este sector, producto de las tendencias mundiales a abrir cada vez más los mercados; por lo que ha requerido la ayuda de instituciones y organizaciones que las asesoren en campos como la tecnología, financiamiento, formación profesional, apertura de mercados, etc. Es obvio que si ellas no aprenden a competir en este nuevo mercado, poco a poco pueden ir perdiendo terreno y desapareciendo; de tal forma que deben buscar la manera de continuar siendo competitivas.

Sin embargo, a pesar de la importancia que se les reconoce en la economía nacional, no han contado con un apoyo verdadero de parte del gobierno u otras instituciones, que les permita crear ventajas para mejorar su competitividad y enfrentar de una mejor manera el proceso de globalización mundial; las

cuales tal y como lo menciona Porter (1991), deben reflejarse en la diferenciación del producto y en la disminución de sus costos de producción.

El informe del Estado de la Nación indica que “la ausencia de políticas claras de promoción de la actividad productiva, o lo que los economistas llaman una “política industrial”, ha sido ampliamente señalada como una de las deficiencias más severas en las políticas económicas aplicadas en Costa Rica en las últimas décadas.” (2003: 158).

Existe consenso en varios autores, entre ellos Giovanni Castillo y Luis Fernando Chaves (2001: 4,9,41), Guillermo Labarca (1999: 44-45), CEPAL (1999: 3), Forrest Corburn y Francisco Leguizamón (1987: 16-17) y la Revista Industria de la Cámara de Industrias de Costa Rica (2000: 14-15), en que la mayoría de los programas puestos en práctica por las instituciones no satisfacen a cabalidad las necesidades y demandas de los usuarios, con lo cual se genera un desfase entre lo ofrecido y lo demandado por los interesados, lo que acentúa aún más el problema mencionado.

Mónica Quirós (1998: 35) menciona que en el resumen del I Foro de Concertación Nacional de la Pequeña y Mediana Empresa en el Proceso de Apertura Costarricense (1996) se concluyó que las instituciones de apoyo son, por lo general, instituciones desvinculadas, sin conocimiento del actuar del resto de las instituciones del país, con escasos recursos, aisladas del sector empresarial, y que cuentan con programas de ayuda que no reflejan las necesidades del sector productivo, por lo que fácilmente caen en desuso.

El reto está ahora en hacer que los programas brindados, se den a conocer entre los pequeños y medianos productores, y que estén acordes con las necesidades de ellos, pues resulta evidente que las Pymes requieren de asistencia técnica y de financiamiento para poder desarrollarse y subsistir.

## **METODOLOGÍA**

En consideración a la falta de información existente para las pequeñas y medianas empresas de la región de Occidente, la investigación se fundamentó en el levantamiento y el análisis de los datos obtenidos a través del censo que se realizó a los industriales de

la zona, con base en los listados de patentes de las municipalidades de Palmare, San Ramón, Grecia, Naranjo y Valverde Vega de la provincia de Alajuela al mes de julio del 2004. La información de la mayoría de las municipalidades no estaba completa, por lo que hubo que procesarla, clasificarla y depurarla manualmente de los archivos existentes, para poder ubicar posteriormente a los pequeños y medianos empresarios. De las 84 empresas que clasificaban como PYMES manufactureras, se pudieron encuestar en el año 2005 un total de 71 empresarios.

De acuerdo con la definición que establece la Ley N°8262 (La Gaceta, N°94. 17 mayo de 2002), se entiende por pequeña y mediana empresa (PyMe) *toda unidad productiva de carácter permanente que disponga de recursos físicos estables y de recursos humanos, los maneje y opere, bajo la figura de persona jurídica, en actividades industriales, comerciales o de servicios*. Por otra parte, de acuerdo con la definición dada por el MEIC (decreto n° 26426 publicado en la Gaceta n° 213 del 5 de noviembre de 1997) debe reunir las siguientes condiciones:

- un número de empleados mayor a 6 y menor o igual a 100
- inversión en maquinaria, equipo y herramientas hasta \$500.000
- ventas anuales hasta por \$1.000.000

Para nuestros efectos se tomó en cuenta únicamente como variable de clasificación el número de trabajadores, dado que es la que mejor refleja el tamaño de la empresa, y además otras investigaciones del Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas y en particular la llevada a cabo por Marlon Yong (2002: 223-224) lo han hecho de la misma manera.

## RESULTADOS

El censo que se hiciera a los industriales de la zona de Occidente, con base en los listados de patentes de las municipalidades de la región estudiada, reflejó que la mayor actividad se encuentra concentrada en la fabricación de muebles (34%), le siguen en orden de importancia la elaboración de productos alimenticios y de bebidas y la fabricación de prendas de vestir, con un 22 por ciento y un 11 por ciento respectivamente. Otras actividades de la zona, con una participación menos representativa, se ubican en la producción de madera y fabricación de productos de madera (8% del total), en la fabricación de productos de caucho y

plástico y en la fabricación de maquinaria y equipo (con 6% cada una). De ellas la mayoría (38%) se constituyeron durante la década de los noventas, periodo en el cual se considera se inició la apertura comercial.

De las 71 empresas estudiadas, solamente tres (4%) tienen alguna participación de capital extranjero y el 56% de ellas venden menos de \$150.000 anuales; que al tipo de cambio promedio de la fecha en que se realizó la investigación, equivalía a un monto aproximado de ₡ 65.700.000.

Es preocupante ver que la mitad de los empresarios calificaron la situación general de su empresa como regular o mala; más aún, si se toma en cuenta que la recolección de los datos se realizó cuando apenas empezaban las alzas en los precios de los combustibles, que han generado situaciones difíciles para los productores nacionales al encarecer sus costos.

El estudio demuestra que son pocos los cambios que han realizado estos empresarios para desarrollar ventajas competitivas que les permitan enfrentar los desafíos de la globalización y más bien pareciera ser que ellos mismos no se han programado para enfrentar la competencia que podrían tener en un futuro, sino más bien que los cambios han obedecido a las presiones en la demanda nacional que los han obligado a crecer e invertir en maquinaria y equipo para incrementar sus ventas. Así se desprende del hecho de que el 37 por ciento considera que las capacitaciones al recurso humano realizadas (en tecnología, procesos administrativos, mercadeo, entre otras áreas), respondían a la necesidad de enfrentar la competencia y la demanda nacional y sólo un 17 por ciento se motivó por hacerle frente al proceso de globalización y al Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos. Por otra parte, si se observan las razones por las cuales se realizaron cambios en la tecnología, sólo un 5 por ciento respondió que se debieron al proceso de globalización y el 65 por ciento manifestó abiertamente que no se están preparando adecuadamente para la apertura comercial que se está dando en la actualidad.

Sin embargo, los empresarios manifestaron que piensan aplicar en el futuro alguna estrategia para aumentar su producción y abrir nuevos mercados, agrupándose estas estrategias de la siguiente manera: el 59,2 por ciento para la apertura de mercados, el

18,3 por ciento para cambios tecnológicos y un 2,8 por ciento para capacitar o mejorar los recursos productivos. El 19,7 por ciento no han pensado aplicar ninguna estrategia.

El 80 por ciento de los industriales de la zona de Occidente venden su producto en el mercado nacional, únicamente el tres por ciento de ellos (2) colocan su producto en el mercado extranjero y el 17 por ciento utiliza los dos mercados. Sin embargo, según la opinión del 75 por ciento de los empresarios, sus productos tienen un alto potencial para ser exportados. Cabe aquí preguntarse entonces ¿por qué no lo hacen, por qué no se abren nuevas fronteras?

Posiblemente la respuesta se encuentra en la falta de apoyo gubernamental, la falta de programas de capacitación eficientes, acordes con sus necesidades (que los motiven y los impulsen a aventurarse en otros horizontes) y la falta de información por parte de estos empresarios de la cobertura y contenidos de los programas existentes.

Para que un programa de apoyo sea eficiente, debe entre otras cosas, cubrir o solventar las deficiencias

más importantes de las empresas, que pueden ser de índole administrativo, de procesos productivos, de financiamiento, etc; de tal manera que le permita a las empresas utilizar sus recursos productivos de una mejor manera, para disminuir sus costos de producción y laborar en una forma más competitiva dentro del mercado en el que se encuentra.

El cuadro 1 muestra las razones más importantes por las que los empresarios encuestados no utilizan los programas de apoyo. Sobresalen entre las respuestas la falta de información, el no saber si la empresa requiere de un programa de ayuda y el divorcio que hay entre lo que ofrecen los programas y las necesidades de los empresarios, con porcentajes de un 29,5 por ciento, 15,8 por ciento y 10,5 por ciento respectivamente. Otras razones de menos peso para los productores fueron el costo de estos programas de apoyo, el no necesitarlos, la falta de tiempo para buscarlos, las trabas burocráticas y el sentimiento de que son orientados para las empresas grandes.

Otro dato sorprendente es el desconocimiento que tienen el 37 por ciento de ellos de las instituciones de apoyo y por ende de los programas que brindan para

**Cuadro 1**  
**Distribución relativa de la opinión de la Pymes de la Región de Occidente**  
**con respecto a las razones por las cuáles no utilizan los programas**  
**de apoyo dirigidos a pequeños y medianos empresarios**

	Porcentaje
Número de casos	95
Total	100,00
Necesita más información	29,50
No se adapta a las necesidades de la empresa	10,50
Es costoso	8,40
La empresa no necesita asistencia técnica	8,40
Falta de tiempo	6,30
Trabas burocráticas	5,30
Son para empresas grandes	5,30
Se tratan temas muy generales	3,10
Falta de apoyo	2,10
La empresa está en situación difícil	1,10
Exceso de requisitos	1,10
No sabe si la empresa los necesita	15,80
Si ha utilizado programas de apoyo	3,10

**Fuente:** creación propia

este sector, siendo el Instituto Nacional de Aprendizaje el más conocido (30%) y siguiéndole en importancia el Banco Nacional con un 7 por ciento (cuadro 2). Lo anterior preocupa aún más si se toma en cuenta que el 83 por ciento de las empresas manifiestan tener necesidad de algún programa de apoyo y sólo 15 de ellas (21%) han hecho uso de ellos en alguna de las

áreas en estudio; lo cual evidencia que no sólo se carece de programas de apoyo adecuados, sino que también los existentes no se aprovechan, por falta de conocimiento entre otras razones.

Es evidente que los empresarios están conscientes de que la competencia se ha vuelto cada vez más difícil,

**Cuadro 2**  
**Porcentaje de las Pymes de la Región de Occidente**  
**según cuál o cuáles instituciones tienen un programa de apoyo**  
**o capacitación para las pymes que ud conozca**

	Porcentaje
Número de casos	71
Total	100,00
No conoce ninguna	36,60
INA	29,60
Banco Nacional	7,20
Banco Popular	5,60
PROCOMER	5,60
Empresa Privada	4,20
FUNDES	4,20
CINDE	1,40
COMEX	1,40
INCAE	1,40
MEIC	1,40
UCR	1,40

**Fuente:** creación propia

así lo manifiesta casi el 80% de ellos, siendo la competitividad con respecto a precios, los costos de producción, la falta de programas de apoyo, la falta de información de mercado y los costos de transporte, los factores que más les impide colocar sus productos en el mercado.

La investigación también permitió obtener otros resultados interesantes con respecto a la situación de las Pymes de la región de Occidente, que vale la pena rescatar; con excepción de la disponibilidad de las materias primas, el costo de ellas y la infraestructura nacional, ningún otro factor afectó en forma negativa la producción y las ventas de los pequeños y medianos productores de la zona en el año 2004. Los dos primeros problemas reflejaron ser los obstáculos más relevantes (21,1%) para que su empresa alcance un mayor desarrollo.

De acuerdo con lo manifestado por los empresarios, el crédito no significa una variable que los limite para crecer, de hecho el 94 por ciento de los que lo solicitaron, lo obtuvieron; pero independientemente de si contaron con la ayuda de un financiamiento o no contaron con ella, un porcentaje mayor al 60 por ciento piensan que su producción y sus ventas no se vieron afectadas por ello. Sin embargo, queda la duda de si una mayor cantidad de empresarios hubieran querido solicitarlo y no lo hicieron porque de antemano consideraban que no cumplían con los requisitos indispensables para ello, a pesar de necesitar los recursos financieros para poderse expandir.

## CONCLUSIONES

Casi la totalidad de las pequeñas y medianas empresas de Occidente pertenecen a nacionales, que calificaron la situación general de ellas como regular o mala. A pesar de ello, son pocos los cambios que han aplicado en las áreas de la tecnología, recurso humano y apertura de mercados, para desarrollar ventajas competitivas que les permita enfrentar el nuevo proceso de competencia que se avecina. Por el contrario, una gran mayoría (65% de los encuestados) han manifestado abiertamente, que no se están preparando adecuadamente para esta apertura comercial.

Llama la atención el hecho de que a pesar de que el 75 por ciento de los empresarios ven sus productos con un alto potencial para ser exportados, menos de la cuarta parte de ellos colocan un segmento de su producción en el mercado extranjero.

Se deduce de los resultados que las razones de más peso, por las cuales los empresarios no se lanzan a buscar otras fronteras son las siguientes:

- la falta de apoyo gubernamental
- la falta de programas de capacitación acordes con sus necesidades
- la falta de información de la cobertura y contenidos de los programas existentes
- el desconocimiento de las instituciones y de los programas de apoyo para el sector

Por otra parte, los empresarios señalaron que los factores que más han limitado la colocación de sus productos han sido: la disponibilidad de materias primas, el costo de éstas y la infraestructura nacional.

Una circunstancia preocupante que refleja la investigación es el hecho de que a pesar que el 83 por ciento de las empresas manifiesta tener necesidad de algún programa de apoyo, se da un elevado desconocimiento por parte de los empresarios y de las instituciones de los programas de apoyo que se brindan para este sector. Lo anterior aunado al sentimiento que muestran los que tienen alguna información, de que los programas existentes no se adaptan a las necesidades de los empresarios y que generan un vacío entre lo ofrecido y lo demandado, hace que se acentúen aún más las debilidades sufridas por las Pymes. Por lo tanto, los programas de apoyo existentes no son efectivos, pues no logran generar

el auxilio suficiente para que este sector utilice los recursos con que cuenta en una forma más eficiente, de tal manera que pueda reducir costos y producir con una mayor competitividad.

Finalmente, el reto para las autoridades está entonces en poder informar a los pequeños y medianos productores acerca de los programas de apoyo con que cuentan, así como también el poder reorientar y dirigir estos esfuerzos hacia las necesidades reales de este sector, si lo que se desea es crear las ventajas competitivas necesarias para enfrentar el reto de la globalización de los mercados.

Es evidente que los esfuerzos que se han realizado hasta la fecha no han sido suficientes para dejar que las Pymes sean más agresivas en el desarrollo de sus competitividades, de ahí la importancia de encaminar los recursos disponibles a las verdaderas necesidades de los empresarios, permitiéndoles capacitarse y asesorarse en los campos en los que realmente son capaces de competir.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, Justo, Cordero, José y Trejos, Sandra. 1998. *Estrategias tecnológicas y desempeño exportador de la pequeña y mediana empresa: el caso de Costa Rica. Serie Divulgación Económica*, Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas, Universidad de Costa Rica. No 31. Octubre. San José, Costa Rica.
- Barrantes Rodríguez, Gilberto. 2004. Las PYMES y el TLC: Una oportunidad de desarrollo. *Revista Actualidad Económica*. Vol. XVII (Nº 298). pp. 22-25.
- Brenes Lizette. 2001. *El mercadeo internacional: identificando oportunidades*. Procomer. San José, Costa Rica.
- Cámara Industrias de Costa Rica. 2000. En comisión PYMI de Asamblea Legislativa. Sectores logran avances en estrategia para PYMI. *Revista Industria*. Año 11, Nº32. pp. 14-16.
- Castillo Artavia, Geovanny y Chávez Gómez, Luis Fernando. 2001. *Pymes: Una oportunidad de desarrollo para Costa Rica*. San José, Costa Rica. FUNDES Costa Rica.

- CEPAL. 1999. *La PYME en Centro América y su vinculación con el sector externo*. México.
- Colburn, Forrest y Leguizamón, Francisco. 1987. La economía política de los sectores público y privado en Centroamérica. *Revista INCAE*, vol 1 (Nº2). pp. 11-18.
- Hayden Quintero, William. 2002. *Banco Nacional: análisis de una década 1992-2001*. Banco Nacional de Costa Rica. San José, Costa Rica.
- Hernández, René. 2001. Elementos de competitividad sistémica de las pequeñas y medianas empresas (PYME) del Istmo Centroamericano. *Serie: Estudios y perspectivas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*, No 5. México.
- Labarca Guillermo. 1999. Capacitación en pequeñas empresas en América Latina. *Revista de la CEPAL*, Nº 67. pp. 33-48.
- Porter, Michael. 1991. *La Ventaja competitiva de las Naciones*. Javier Vergara Editor S.A. Argentina.
- Procomer. 2002. PyMexporta: Un sistema integrado de programas y servicios de apoyo a la pequeña y mediana empresa costarricense. *Revista Enlace Mundial*. Agosto. pp. 22-23.
- Procomer. 1998. Pequeños exportadores. Características y retos. *Revista Enlace Mundial*. Año 1, Nº12. pp. 38-46.
- Proyecto Estado de la Nación. 2003. *Estado de la Nación en desarrollo humano sostenible*. San José, Costa Rica. Proyecto Estado de la Nación.
- Quirós Romero, Mónica. 1998. PYME. Globalización, plataforma de crecimiento. *Revista Actualidad Económica*, año XII (Nº 178). pp. 32-38.
- Rojas, Ana Cristina. 2000. PYMES: La clave del desarrollo. *Revista Actualidad Económica*, año XV (Nº227). pp. 29-32.
- Yong Chacón, Marlon. 2002. Situación actual y política de apoyo a las pequeñas y medianas empresas industriales de Costa Rica. En Peres, Wilson y Stumpo, Giovanni (Comp). *Las pequeñas y medianas empresas industriales en América Latina y el Caribe*. (pp. 222-262). CEPAL. Siglo Veintiuno Editores.