

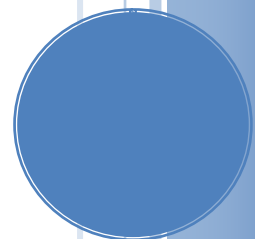
POLÍTICA PÚBLICA DE FOMENTO A LAS PYME Y AL EMPRENDEDURISMO

Administración Chinchilla Miranda.

2010-2014

Ministerio de Economía, Industria y Comercio

Julio 2010



INDICE

1. INTRODUCCIÓN	2
2. OBJETIVOS DE LA POLÍTICA PYME	3
2.1. Objetivo General	3
2.2. Objetivos Específicos	3
3. PRINCIPIOS RECTORES DE LA POLÍTICA PYME	4
4. ESTRATEGIAS DE LA POLÍTICA PYME	6
4.1. Fortalecimiento de la Rectoría	7
4.1.1. Sistema de Información	7
4.1.2. Evaluación e indicadores	7
4.1.3. Coordinación interinstitucional	7
4.1.4. Organización estratégica de DIGEPYME	8
4.1.5. Comparativo de buenas prácticas internacionales.....	8
4.1.6. Articulación de recursos de cooperación	8
4.2. Emprendedurismo	9
4.2.1. Programa de Incubadoras y Aceleradoras de Empresas.	10
4.2.2. Programa de Capacitación al Emprendedurismo.	10
4.3. Área de Articulación Productiva	12
4.3.1. Programa Nacional de Fomento de la Asociatividad	12
4.3.2. Programa Nacional de Encadenamientos en el Mercado Local.	13
4.3.3. Programa Nacional de Simplificación de Trámites	13
4.4. Área de Servicios de Desarrollo Empresarial	14
4.4.1. Programa Nacional de Capacitación Empresarial	14
4.4.2. Programa Nacional de Asistencia Técnica	15
4.5. Área Acceso a Financiamiento	16
4.5.1 Programa Apoyo a la PYME por medio de la Banca Comercial	16
4.5.2. Programa de Apoyo a la PYME por medio del FODEMIPYME	17
4.5.3. Programa de fortalecimiento del Sistema de Banca para el Desarrollo	17
4.6. Área de Acceso a Mercados	19
4.6.1. Programa Nacional de Compras Públicas.	19
4.6.2. Programa de Comercialización e Internacionalización de las PYME.....	20
4.6.3. Programa Nacional de Franquicias	21
4.7. Área de Estrategia de Regionalización	22
4.7.1. Programa Fortalecimiento CREAMPYMES y REDES Regionales	22
4.7.2. Programa Estratégico de Desarrollo Regional (Mega proyectos).....	23
4.7.3. Programa de Impulso de Marca Región	23
4.8. Área de Innovación y Desarrollo Tecnológico	24
4.8.1. Programa Nacional de Diseño.	24
4.8.2. Programa Promoción Fondo Nacional PROPYME.....	25
4.8.3. Programa Nacional para incentivar el uso de las TIC's.	26
4.8.4. Programa Fomento de mejores prácticas en pro de la Calidad.....	27
4.8.5. Programa Nacional Sello CO2 Neutral -PYME.....	27
5. EJES TRANSVERSALES DE LA POLÍTICA PYME	28
6. FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO	29

1. INTRODUCCIÓN

De acuerdo con la Ley N° 8262, Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas promulgada en el año 2002, el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) por medio de la Dirección General de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (DIGEPYME), tiene como misión fundamental la rectoría de las políticas de apoyo a este sector, así como la coordinación y articulación de un sistema estratégico integrado de desarrollo de largo plazo (Red de Apoyo a la PYME). Esto tiene como fin el impulsar el desarrollo productivo de este segmento de empresas y su posición como elemento protagónico y dinámico en el desarrollo económico y social del país, mediante la generación de empleo y el mejoramiento de las condiciones productivas y de acceso a la riqueza.

Una de las tareas planteadas por la Administración Chinchilla Miranda en su programa de Gobierno es apoyar el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, tanto en las zonas rurales como en las urbanas, mediante programas de extensión, capacitación, desarrollo gerencial, financiamiento, inteligencia de mercados y vinculación con grandes empresas y mercados de exportación, diseñados específicamente para ellas.

En la elaboración de la presente Política Pública de Apoyo a las PYME, se han considerado tanto aquellas prioridades y ejes de acción considerados estratégicos para la actual Administración y autoridades del MEIC, así como los lineamientos dictados por la Ley N° 8262 y sus reglamentos.

Al finalizar la presente Administración, el MEIC se propone con la implementación de esta política pública de apoyo a las PYME, haber contribuido significativamente a la democratización económica, al aumento de la producción y a la generación de empleos, gracias al fomento de una cultura emprendedora, la operación de una red nacional de incubadoras y de la consolidación de un sector empresarial fortalecido, conformado en su mayoría por micro, pequeñas y medianas empresas competitivas con las condiciones necesarias para insertarse con éxito en los mercados nacionales e internacionales, aprovechando el proceso de apertura comercial y globalización de las economías.

2. OBJETIVOS DE LA POLÍTICA PYME

2.1. Objetivo General

Fortalecer la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas costarricenses, mediante una estrategia de regionalización para que se integren y mejoren su productividad dentro del parque empresarial aprovechando las oportunidades que ofrecen el mercado local y la apertura comercial.

1.2. Objetivos Específicos

- a) Involucrar el componente PYME como parte de la estrategia de mejora en la competitividad de Costa Rica y como uno de los receptores primordiales de las acciones que se desarrollen en este campo.
- b) Consolidar la institucionalidad de la Red de Apoyo PYME como un mecanismo eficiente para establecer y ejecutar instrumentos de fomento a la PYME, así como fortalecer el liderazgo del MEIC por medio de su Dirección General de Pequeña y Mediana Empresa, en la definición de estrategias e implementación de programas, como parte de la institucionalidad del apoyo a la PYME.
- c) Desarrollar y ejecutar programas que complementen diversos instrumentos de apoyo a PYME, con un enfoque de encadenamientos en torno a sectores o actividades que a partir del logro de mejoras competitivas, desarrollen su potencial para consolidarse como actores productivos eficientes en el contexto de la competencia internacional actual.
- d) Desarrollar las PYME y el emprendedurismo en zonas estratégicas del país por medio de una estrategia de regionalización, vinculada a sectores y áreas prioritarias que favorezcan el desarrollo de encadenamientos productivos originados en las zonas.

3. PRINCIPIOS RECTORES DE LA POLÍTICA PYME

A partir de la política PYME y sus principios, se establecen estrategias relacionadas con las prioridades establecidas en torno a las empresas.

Estas estrategias generan a su vez la implementación de diferentes programas que se concretan en acciones específicas para cada caso.



La política PYME se basa en los siguientes principios:

- a) **Integración:** El trabajo integrado y articulado para integrar diferentes enfoques de instituciones relacionadas con PYME, resulta imprescindible para lograr un uso eficiente de los recursos y con un enfoque en la demanda de servicios a la cual hay que ajustar la oferta de los mismos. Esto nos garantizará efectividad e impacto al ejecutar nuestras acciones.
- b) **Sostenibilidad:** Una política PYME debe ser sostenible en el tiempo, lo que implica un uso racional y eficiente de los recursos disponibles para llevarla a cabo. Por lo tanto se deben complementar programas y acciones de corto, mediano y largo plazo en función de la disponibilidad de recursos propios o externos y así lograr dar seguimiento y acompañamiento en las distintas etapas de crecimiento del parque empresarial-productivo generado por medio de nuestras PYMES.
- c) **Flexibilidad:** Una estrategia no puede ser ajena a los factores del entorno en que se ejecuta. Los cambios permanentes del entorno y de las prioridades o necesidades a atender deben tenerse presente en la adecuación de las herramientas que hagan posible el desarrollo de la política. Así lograremos atender oportunamente aspectos de coyuntura que de no ser atendidos causarían el fracaso de la política.
- d) **Participación:** La participación articulada de los diferentes actores, públicos y privados, será fundamental en la consolidación y ejecución de la política PYME. Ello permitirá garantizar sostenibilidad y mayor aprovechamiento de los recursos existentes para el apoyo de las PYMES.

El desarrollo de las diferentes actividades contará con tres elementos que permitan su ejecución:

- a) **Sustento estratégico:** Impulsado por el MEIC, en su rol de ente rector de la Política PYME.
- b) **Cooperación:** El MEIC cuenta con recursos limitados para llevar adelante todos los programas definidos para la Política PYME, por lo que se requerirá contar con alianzas con otras instituciones nacionales o internacionales para concretar la realización de las diferentes actividades siempre alineando los intereses de los donantes hacia un impacto directo para lograr los resultados estratégicos planteados. En el caso de los recursos provenientes de la cooperación internacional, la labor de gestión y administración se deberá realizar bajo la coordinación de la Dirección de Cooperación Internacional del Ministerio.
- c) **Coordinación interinstitucional:** Consiste en aprovechar las sinergias de las redes creadas tanto a nivel nacional como regional. Esto permitirá aprovechar las experiencias y capacidades propias de cada institución dirigidas al fortalecimiento empresarial. Este es un principio fundamental para la puesta en práctica de la política propuesta, debido a que el MEIC por sí solo no puede llevar a cabo todos los programas y acciones propuestas, sino que su implementación exitosa depende del involucramiento pleno de todas las instituciones de la Red de Apoyo a PYME, en las funciones de sus respectivas competencias.

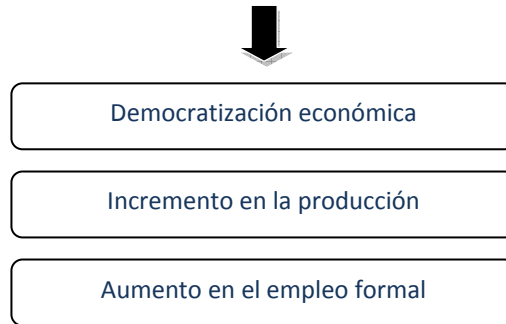
Para la implementación de esta política, se organizarán grupos de trabajo en función de las áreas estratégicas definidas en este documento. Cada uno de estos grupos estará conformado por todas las instituciones, públicas y privadas, de la Red de Apoyo a PYME que están realizando esfuerzos específicos en aquellos temas definidos como estratégicos. La labor de articulación estará a cargo de DIGEPYME, como ente rector de la política PYME según la Ley N° 8262.

Por otra parte, para asegurarse que la implementación de la estrategia alcance un mayor impacto en las PYME a apoyar, es fundamental considerar el **desarrollo competitivo de las empresas**. Los programas desarrollados y las acciones que se ejecuten deberán ser diferenciados, en función del nivel de desarrollo en que se encuentre la población objetivo.

Un programa que brinde la misma atención a un emprendedor que a una empresa consolidada, no logrará el impacto positivo deseado en todos los beneficiarios. Asimismo, se deben ubicar las instituciones según la etapa de desarrollo de las empresas que constituyen su población meta, y hacia las cuales dirigen sus esfuerzos.

4. ESTRATEGIAS DE LA POLÍTICA PYME

La definición de las áreas estratégicas implica la determinación de prioridades que orientarán la identificación de programas relacionados con cada una de ellas. La elección de estas áreas de acción se enfoca en lograr que las PYME impacten directamente en:



El orden en que se establecen estas áreas estratégicas, no implica un orden de prioridades entre ellas, ya que todas se consideran en un mismo nivel de importancia para poder apoyar el desarrollo competitivo de las PYME.

Es por ello que en este apartado se presentan las áreas estratégicas definidas en la política PYME, y para de cada una de ellas se identifican los programas correspondientes y las acciones necesarias para su implementación.

Las áreas estratégicas que guiarán la política PYME de la Administración Chinchilla son las siguientes:

1. *Fortalecimiento de la Rectoría.*
2. *Emprendedurismo.*
3. *Articulación Productiva.*
4. *Servicios de Desarrollo Empresarial.*
5. *Acceso a Financiamiento.*
6. *Acceso a Mercados.*
7. *Regionalización.*
8. *Innovación y Desarrollo Tecnológico.*

4.1. Fortalecimiento de la Rectoría

Al ser la PYME la mayoría del parque empresarial del país y con el mandato establecido en la Ley 8262 de definir una estrategia que dinamice la PYME y posicione este sector como protagónico en la economía del país, se hace de vital importancia el fortalecimiento del rol del MEIC como ente rector de la política pública de fomento a la PYME y al emprendedurismo.

4.1.1. Sistema de Información

Una variable crítica para el acceso a la información por parte de las empresas, de las instituciones de apoyo a la PYME, la academia y el público en general, es poder contar con todos los elementos relativos al tema en un solo lugar. Se contará con un sitio integrado donde se encuentre toda la información relativa a la PYME, se cuente con un registro empresarial, diagnóstico, plan de atención individualizado por empresa considerando las distintas etapas del ciclo de vida empresaria, tanto para los empresarios como para sus colaboradores y el respectivo seguimiento, un inventario de los proveedores de servicios de desarrollo empresarial debidamente calificados con base a indicadores preestablecidos, trámites en línea y seguimiento en línea de las distintas etapas del trámite y control de todas las actividades, incluyendo los acuerdos de la Red de apoyo a PYME .

4.1.2. Evaluación e indicadores

Para poder dar seguimiento de manera objetiva y sistematizada al avance de logros de la política, se requiere la definición de indicadores. Con base en metodología y trabajo que ha venido desarrollando el Observatorio de las Mipymes, del CONARE, se aprovechará y potenciará este esfuerzo de la academia para contar con instrumentos de evaluación periódica, como sistema de rendición de cuentas, evaluación de lecciones aprendidas e insumos para redireccionar lo que sea necesario de acuerdo a esta dinámica evaluadora.

4.1.3. Coordinación interinstitucional

Con la promulgación de la Ley 8262, se establecen las bases para establecer la organización institucional de apoyo a las Pymes, mediante la definición del ente rector, sus funciones y la relación sistémica de este con las instituciones de apoyo a los programas específicos, así como los mecanismos y las herramientas de coordinación. Para ello el MEIC cuenta con el Consejo Asesor Mixto de la PYME y la Red de Apoyo a la PYME.

El Consejo Asesor Mixto de la PYME tendrá como le corresponde un rol protagónico en la definición y monitoreo de los avances de la política y se establecerá un rol de reuniones mensuales.

La coordinación que permitan orientar la acción de los entes y órganos de la administración central y descentralizada, así como también, de las entidades privadas que implementen programas y proyectos relacionados con las Pymes, con el fin de armonizar esfuerzos y lograr una adecuada satisfacción de las necesidades de ese sector, se establece mediante la Red de apoyo a la PYME.

Esta Red de Apoyo es una organización, abierta, flexible y ágil, cuyos beneficios para las entidades que la conforman se derivan de la comunicación y la sinergia de actividades y esfuerzos en los diferentes servicios que se ofrecen a la PYME. Actualmente la Red está conformada por 37 instituciones públicas y privadas, representante del sector institucional, financiero, académico, de investigación, proveedores de servicios no financieros y gremiales y según las áreas estratégicas definidas en esta política se invitará a más actores para hacer más democrático y robusto el esquema de implementación de la política. La forma de trabajo será mediante equipos por cada una de las áreas estratégicas, donde se espera un papel proactivo y propositivo por parte de las entidades miembros de la red.

4.1.4. Organización estratégica de DIGEPYME

La Ley 8262 crea dentro del MEIC la Dirección General de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (DIGEPYME) como una estructura organizativa encargada de la implementación de las políticas de apoyo a las PYME. Con el objetivo de implementar efectivamente la política pública elaborada para la Administración Chinchilla, los funcionarios de esta Dirección se organizarán, conformando grupos de trabajo en función de las áreas estratégicas definidas. Cada uno de estos grupos contará con un coordinador, quien deberá articular tanto a nivel interno, como a nivel externo con las instituciones de la Red de Apoyo PYME que tienen relación con cada uno de los programas establecidos.

4.1.5. Comparativo de buenas prácticas internacionales

Con el apoyo de organismos internacionales con experiencia en el ámbito de fomento a las PYME, se realizará una importante labor de recopilación, estudio y retroalimentación sobre las buenas prácticas y estructuras existentes a nivel internacional, especialmente latinoamericano.

4.1.6. Articulación de recursos de cooperación

Debido a las limitaciones de recursos propios con que cuenta el MEIC, se realizará una labor en estrecha coordinación con la Dirección de Cooperación, con el fin de gestionar fondos externos para el financiamiento de proyectos específicos que se enmarquen en las áreas estratégicas definidas en la política pública.

4.2. Emprendedurismo

La creación de nuevas empresas es un elemento dinamizador de la actividad productiva en toda economía. El apoyo a los emprendedores en su proceso de formación y consolidación de sus proyectos empresariales es uno de los ejes estratégicos que guían la política del MEIC, debido a su impacto directo en el crecimiento económico y la generación de empleo.

No obstante, en el pasado los esfuerzos de apoyo a las PYME se han dirigido en mayor medida a la atención de empresas en operación, dejando un poco de lado la etapa de formación y creación de nuevas empresas. En la presente Administración se le dará un especial énfasis al fomento de la cultura emprendedora y el espíritu emprendedor, así como a la generación y consolidación de nuevos emprendimientos.

Durante la Administración Chinchilla Miranda, una tarea prioritaria y urgente para el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, será la definición de una *Política Nacional de Emprendedurismo*, en la que se articulen los esfuerzos institucionales existentes (públicos y privados) y así se constituya el marco de acción para atender ésta necesidad nacional.

Dentro de esta política se deberán incluir aspectos fundamentales, tales como la estandarización en la definición del concepto de emprendedurismo; un inventario de las instituciones que tienen programas, realizan acciones o tienen interés en trabajar en este campo; la definición de un Sistema Nacional de Incubadoras y Aceleradoras de Empresas; los instrumentos de apoyo financiero y no financiero; entre otros elementos.

Para la elaboración de dicha política, es fundamental conocer y analizar las experiencias internacionales en el fomento del emprendedurismo, para evitar cometer errores pasados y al mismo tiempo aprovechar las enseñanzas de casos exitosos, por lo cual se partirá de la realización de una compilación de las buenas prácticas internacionales.

Otro elemento fundamental que se considerará, serán las valiosas experiencias e iniciativas existentes en el país, tales como los esfuerzos realizados por el Instituto Tecnológico de Costa Rica, Parquetec, EARTH, INVENIO, Asociación de Jóvenes Emprendedores, entre otros. Con todas estas entidades se trabajará en forma articulada y coordinada, para así generar sinergias y potenciar esfuerzos en beneficio de los emprendedores costarricenses.

Esta articulación se dará desde la etapa de formulación de esta política, en la que se conformará un comité conformado por representantes del MEIC y de otras entidades de gran renombre y con una amplia trayectoria en el fomento de emprendedores, contándose también con un consultor externo facilitado por el organismo regional CENPROMYPE. Esta política estaría lista en el mes de diciembre del 2010.

El MEIC, en conjunto con aquellas entidades nacionales que se dedican al fomento de la cultura empresarial y el apoyo a los emprendedores, coordinará la ejecución de los programas, con sus correspondientes acciones específicas.

En el diseño y ejecución de la estrategia de emprendedurismo, se incorporará un esquema de atención diferenciado, en función del ciclo de vida de los emprendedores, con el objetivo de procurar un mayor impacto y potenciar mejor los esfuerzos.

4.2.1. Programa de Incubadoras y Aceleradoras de Empresas.

Una incubadora de empresas es un proyecto que tiene como objetivo la creación y el seguimiento orientado al desarrollo de empresas, con el apoyo necesario a las mismas en sus primeras etapas de vida.

Las aceleradoras, por su parte, pretenden acelerar el ritmo de crecimiento de las PYME, para que logren crecer al nivel de las empresas grandes. El objetivo de las aceleradoras es brindar apoyo sustancial a empresas ya existentes con gran potencial innovador para desarrollarse.

Tanto la incubación como la aceleración de empresas se realizarán en las regiones del país que forman parte de la estrategia de regionalización, así como en sectores identificados como prioritarios, atendiendo las riquezas y las particularidades de cada zona geográfica.

Acciones en el Programa de Incubadoras y Aceleradoras de Empresas.

- Desarrollo de un Sistema Nacional de Incubación y Aceleración de empresas que propicie y brinde sustento político y técnico a la creación de nuevas empresas, negocios, proyectos e iniciativas productivas, así como al crecimiento de las que inician.
- Creación de la Red Nacional de Incubadoras y Aceleradoras que permita la creación de Centros de Innovación Productiva e Incubadoras de Empresas en las diferentes regiones y provincias del país, en asociación con las universidades, municipalidades, sociedad civil y agentes económicos.
- Identificación de empresas que cumplan con el perfil de entrada a las incubadoras y con potencial de ser apoyadas por las aceleradoras.
- Apoyo a las empresas en el proceso de incubación y aceleración.
- Desarrollo de un sistema de financiamiento que dé sostenibilidad a la Red Nacional de Incubadoras y Aceleradoras.

4.2.2. Programa de Capacitación al Emprendedurismo.

El objetivo de este programa es brindar capacitación a los emprendedores en el proceso de iniciar su negocio, a través de cursos de capacitación sobre la elaboración de planes de negocios y la

creación de nuevas empresas. Estos programas tienen como prioridad la formación de mujeres y jóvenes emprendedores.

Como la política PYME desarrollada por el MEIC tiene como principio rector el trabajo interinstitucional o en Red, se coordinará con el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) así como con el Sistema de Banca para Desarrollo (SBD), la atención de la capacitación a emprendedores.

Asimismo, se continuará coordinando con el Instituto Nacional de la Mujer (INAMU) y las Oficinas de la Mujer de las Municipalidades del país, la capacitación en el curso “Creando Empresarias” que el MEIC tiene disponible para las mujeres emprendedoras.

Acciones del Programa de Capacitación en Emprendedurismo.

- Capacitación en planes de negocios a jóvenes y mujeres emprendedoras.
- Financiamiento para la implementación de las ideas de negocios de los emprendedores.
- Acompañamiento a las nuevas empresas creadas.

4.3. Área de Articulación Productiva

ÁREA	Articulación Productiva	Responsable Área:	Gustavo Jiménez
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Promover una mayor vinculación de las PYME con las empresas grandes que dinamicen su participación en la cadena de valor.		

4.3.1. Programa Nacional de Fomento de la Asociatividad

PROGRAMA	Programa Nacional de fomento de la Asociatividad																	
SITUACIÓN ACTUAL	Porcentaje de MIPYME asociadas a Cámaras y a Cooperativas según rama de actividad al año 2007																	
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Rama Actividad</th> <th>Cámara</th> <th>Cooperativa</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Servicios</td> <td>17.6</td> <td>3.4</td> </tr> <tr> <td>Comercio</td> <td>14.4</td> <td>2.6</td> </tr> <tr> <td>Industria Manufacturera</td> <td>15.4</td> <td>1.7</td> </tr> <tr> <td>Agricultura y Pesca</td> <td>10.3</td> <td>22.9</td> </tr> </tbody> </table>	Rama Actividad	Cámara	Cooperativa	Servicios	17.6	3.4	Comercio	14.4	2.6	Industria Manufacturera	15.4	1.7	Agricultura y Pesca	10.3	22.9		
	Rama Actividad	Cámara	Cooperativa															
Servicios	17.6	3.4																
Comercio	14.4	2.6																
Industria Manufacturera	15.4	1.7																
Agricultura y Pesca	10.3	22.9																
Porcentaje de MIPYMES asociadas a Cámaras y a Cooperativas según tamaño de la Empresa al año 2007																		
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Tamaño Empresa</th> <th>Cámara</th> <th>Cooperativa</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Microempresa</td> <td>11.4</td> <td>5.6</td> </tr> <tr> <td>Pequeña</td> <td>21.6</td> <td>6.9</td> </tr> <tr> <td>Mediana</td> <td>45.5</td> <td>3.2</td> </tr> </tbody> </table>	Tamaño Empresa	Cámara	Cooperativa	Microempresa	11.4	5.6	Pequeña	21.6	6.9	Mediana	45.5	3.2						
Tamaño Empresa	Cámara	Cooperativa																
Microempresa	11.4	5.6																
Pequeña	21.6	6.9																
Mediana	45.5	3.2																
OBJETIVOS PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer la capacidad de agrupación de las PYME para el logro de objetivos conjuntos. 																	
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> Identificación de actividades económicas y PYME con potencial asociativo. Definición y desarrollo de un marco normativo que ordene y regule los modelos de asociatividad de la PYME. Establecimiento de alianzas con organizaciones del sector cooperativo, cámaras empresariales, entre otras que potencien diferentes modelos asociativos. Promoción de la asociatividad mediante procesos de capacitación y ruedas de negocios. Establecimiento de un esquema de incentivos para la asociatividad. 																	
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de PYME's participando en procesos asociativos. Cantidad de consorcios empresariales PYME's creados. 																	

4.3.2. Programa Nacional de Encadenamientos en el Mercado Local.

PROGRAMA	<i>Programa Nacional de Encadenamientos en el Mercado Local</i>
OBJETIVOS PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none"> • Promover encadenamientos productivos que potencien el crecimiento de las PYME's mediante la vinculación entre ellas mismas o entre ellas y las grandes empresas.
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de encadenamientos con potencial en cada región y fomento de la creación de encadenamientos entre las empresas. • Identificación de necesidades para la mejora competitiva y gestiones respectivas. • Desarrollo de ferias y ruedas de negocios.
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de PYME's encadenadas. • Incremento en las ventas de las PYME's encadenadas. • Número de ferias y ruedas de negocios efectuadas.

4.3.3. Programa Nacional de Simplificación de Trámites

PROGRAMA	<i>Programa Nacional de Simplificación de Trámites</i>
SITUACIÓN ACTUAL	<ul style="list-style-type: none"> • Actualmente se deben realizar 12 procedimientos para la apertura de una empresa, con una duración de 77 días y un costo aproximado de 21,3% del INB per-capita (Doing Business 2008).
OBJETIVOS PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar e implementar un programa de simplificación y reducción de los trámites que deben realizar las PYME's para iniciar negocios y en su posterior operación, incluyendo a los gobiernos locales de las zonas estratégicas definidas.
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de un mapeo de trámites respecto de la creación y operación de las empresas, particularmente en los Gobierno Locales de las zonas estratégicas definidas y asociados a los centros de innovación e incubación. • Definición de planes de mejora regulatoria que permita reducir los plazos de los trámites requeridos por las PYMES. • Desarrollo de una guía digital sobre los principales trámites y procesos que debe realizar una PYME. • Establecimiento de una ventana única para las PYME's que permita una atención especializada de los trámites que debe realizar. • Digitalización y automatización de procesos y trámites que sean requeridos por las PYME's en coordinación con la Secretaría de Gobierno Digital.
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de días requeridos para la creación de una empresa. • Cantidad de trámites que se deben cumplir para la creación de una empresa. • Número de trámites identificados para la operación de las PYMES. • Planes de Mejora Regulatoria en los trámites identificados. • Cantidad de nuevas empresas registradas.

4.4. Área de Servicios de Desarrollo Empresarial

ÁREA	Servicios de Desarrollo Empresarial	Responsable Área:	José Antonio Arce
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Potenciar el desarrollo empresarial de las PYME mediante procesos de acompañamiento, capacitación y asesoría técnica que mejoren su competitividad e inserción en los mercados tanto nacionales como internacionales.		

4.4.1. Programa Nacional de Capacitación Empresarial

PROGRAMA	<i>Programa Nacional de Capacitación Empresarial</i>
SITUACIÓN ACTUAL	<ul style="list-style-type: none"> • De acuerdo con datos del Observatorio MIPYME mediante la Encuesta “Hacia el Estado de las MIPYMES” del año 2007, se tiene: <ul style="list-style-type: none"> ○ El 12,6% de las personas que inician un negocio identificaron el tema de la falta de capacitación como el principal problema enfrentado. ○ El 58,1% de las MIPYME invierten en capacitación, mientras que un 41,9% no lo hacen. ○ El 53,6% de las MIPYME consideran que la capacitación tiene mucha importancia, mientras que el 22,4% considera que tiene poca importancia, el 13,2% que ninguna importancia y el 10,6% que tiene alguna importancia. ○ El 20,5% de los empresarios formales consideran que se requiere capacitación en “Servicio al Cliente”, un 10,1% en Idiomas, el 9,1% en manejo de maquinarias, el 5,6% en manejo administrativo y el 3,2% en comercialización. ○ De los empresarios formales que han señalado no recibir capacitación, el 31% indicaron el tiempo como principal razón, el 18% la falta de interés, el 13% el costo y el 38% se refieren a otras razones o razones varias.
OBJETIVOS PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuir en el mejoramiento de la gestión interna de las PYME por medio de los servicios de desarrollo empresarial
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión y definición de la oferta de capacitación para las PYMES de manera conjunta con el INA. • Promoción de un enfoque de demanda en la prestación de servicios de capacitación. • Elaboración de un registro de instituciones, organizaciones y empresas que brinden servicios de capacitación a las PYME distribuido por sectores y áreas de atención. • Establecimiento de mecanismos adecuados y centralizados de información sobre la oferta de capacitación que se tiene en el país para las PYMES. • Promoción de un modelo de capacitación basado en las etapas del ciclo de vida de las PYMES.
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de empresas capacitadas. • Oferta de capacitación disponible • Áreas de interés de las PYMES para la capacitación.

4.4.2. Programa Nacional de Asistencia Técnica

PROGRAMA	<i>Programa Nacional de Asistencia Técnica</i>
OBJETIVOS PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none">• Promover procesos de acompañamiento personalizado para la implementación de acciones concretas dentro de las PYME.
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none">• Promoción de un modelo de asistencia técnica basado en las necesidades de las PYMES• Elaboración de un registro de instituciones, organizaciones y empresas que brinden servicios de capacitación a las PYME distribuido por sectores y áreas de atención.• Establecimiento de mecanismos adecuados y centralizados de información sobre la oferta de capacitación que se tiene en el país para las PYMES.
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none">• Número de PYME con atención personalizada.• Incremento de las ventas en las PYME atendidas en forma personalizada.

4.5. Área Acceso a Financiamiento

ÁREA	Acceso a financiamiento	Responsable Área:	Yesenia González
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Promover y facilitar el acceso de las PYME a recursos financieros		

4.5.1 Programa Apoyo a la PYME por medio de la Banca Comercial

PROGRAMA	<i>Programa Apoyo a la PYME por medio de la Banca Comercial</i>
SITUACIÓN ACTUAL	<ul style="list-style-type: none"> • Durante el año 2009 el crédito otorgado a la pyme por la banca comercial ascendió a 244.866 millones de colones, distribuidos el 58% a micro empresa, el 27% a las pequeñas y el 15% a las medianas. • Del total colocado un 34% fue al sector servicios, un 10% a la industria, un 36% a comercio y un 4% a otros sectores. • Los operadores financieros más relevantes fueron BNCR con el 76% de la colocación, seguido del Banco Popular con un 12% y el BCR con un 10%. El resto por otras entidades.
OBJETIVOS PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none"> • Promover la generación de programas de financiamiento orientado a las necesidades de las PYME.
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de instrumentos novedosos de financiamiento para las PYME tales como capital semilla, capital de riesgo, descuento de contratos, entre otros. • Incentivo a la utilización de instrumentos disponibles de apoyo a la PYME. • Desarrollo de un programa de formación para ejecutivos bancarios con un enfoque de apoyo a la PYME.
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de nuevos programas desarrollados por intermediarios financieros. • Porcentaje de crecimiento en la colocación de la cartera a la PYME. • Número de PYME's financiadas. • Número de Ejecutivos formados.

4.5.2. Programa de Apoyo a la PYME por medio del FODEMIPYME

PROGRAMA	FODEMIPYME
SITUACIÓN ACTUAL	<ul style="list-style-type: none"> • A Diciembre del 2009 se habían emitido avales a 1.104 pymes por un total de 9.488 millones de colones, de los cuales hay vigentes 6.963 millones que representan el 45.85% del patrimonio del Fondo de Avales. • Al 31 de marzo del 2010, el fondo de avales es operado por once entidades financieras. • El fondo financiamiento proveniente del 5% de las utilidades del Banco Popular ha brindado apoyo a 448 pymes por un monto total de 5.779 millones de colones. • Las transferencias aprobadas apoyan representa un total de 269 millones de colones
OBJETIVOS PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none"> • Potenciar el uso de los recursos de FODEMIPYME como instrumento financiero para el apoyo a la pequeña y mediana empresa.
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Revisar y mejorar la operación del FODEMIPYME para hacer efectivo los objetivos y propósitos consignados en la Ley 8262. • Aumento de dinamismo en la emisión de garantías de participación y cumplimiento que apoye el acceso de las PYME al programa de Compras del Estado. • Incremento del número de operadores haciendo uso del fondo de avales y garantías.
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> • Número de operadores que utilizan el fondo de avales. • Número de garantías de participación y cumplimiento. • Cantidad y monto de créditos otorgados. • Cantidad y monto de avales otorgados.

4.5.3. Programa de fortalecimiento del Sistema de Banca para el Desarrollo

PROGRAMA	Sistema Banca para Desarrollo
SITUACIÓN ACTUAL	<ul style="list-style-type: none"> • Al 31 de marzo el FINADE cuenta con 19.888 millones de colones asignados a 12 entidades financieras para el otorgamiento de créditos, de los cuales se han colocado 6.033 millones de colones. • El fondo de avales de FINADE a esa misma fecha ha comprometido 4.375 millones de colones entre los cuatro bancos públicos, de los cuales se han otorgado 2.848 millones y hay 12 operadores financieros acreditados para otorgar avales. • Por su parte los bancos públicos han aportado 4.774 millones de colones al fondo de financiamiento para el desarrollo.
OBJETIVOS PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar el funcionamiento efectivo del Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD) que permita cumplir con los objetivos y propósitos planteados en la Ley 8634.

ACCIONES	<ul style="list-style-type: none">• Revisión de la Ley y el Reglamento actual para mejorar el acceso de las PYME a los recursos del SBD.• Promoción del sistema para el acceso de un número mayor de emprendimientos y PYME a los instrumentos financieros y no financieros del sistema.• Articulación de los servicios que ofrece el sistema en función de los objetivos que persigue la política PYME.
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none">• Capital Semilla en funcionamiento.• Capital de Riesgo en funcionamiento.• Cantidad de empresas apoyadas por el SBD.• Monto de recursos otorgados a las PYME's.

4.6. Área de Acceso a Mercados

ÁREA	Acceso a Mercados	Responsable Área:	Cynthia Monge
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Promover el acceso de las PYME a los diferentes canales de comercialización locales e internacionales.		

4.6.1. Programa Nacional de Compras Públicas.

PROGRAMA	<i>Programa Nacional de Compras Públicas</i>
SITUACIÓN ACTUAL	<ul style="list-style-type: none"> El porcentaje de compras del Estado de bienes, servicios, maquinaria y equipo para el año 2008, representó un 20.9% del PIB. En el sistema Compra RED actualmente se encuentran registradas 500 PYME de un total 15.000 proveedores. El Sistema Compra RED, municipalidades y otras instituciones que tienen sistemas propios de compras, tienen actualmente el 20% del volumen de compras institucionales. El Sistema MER LINK tiene actualmente el 80% del volumen de compras institucionales.
OBJETIVOS PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none"> Incrementar la participación de las PYME como proveedoras del Estado mediante el fortalecimiento de instrumentos de acceso a los procesos de licitación pública y la concientización de las proveedurías institucionales para comprar los bienes y servicios brindados por las PYMES.
ACCIONES	<p>Revisión de los instrumentos y mecanismos de compras públicas de las instituciones para garantizar y promover la participación de las PYMES como proveedoras del Estado.</p> <ul style="list-style-type: none"> Definición de estadísticas e indicadores que permitan monitorear la participación y los volúmenes de compras que se efectúan a las PYMES por parte de las instituciones públicas. Implementación del registro nacional de proveedores PYME en el Sistema de Compras MER LINK. Desarrollo de procesos de capacitación e información dirigido a funcionarios de las proveedurías institucionales para motivar el acceso de las PYMES como proveedoras reales del Estado. Desarrollo de procesos de capacitación e información dirigido a PYMES con el propósito de motivar su incorporación en el sistema de compras públicas del Estado. Revisión y actualización de los contenidos de los cursos impartidos por el INA, así como de otras instituciones u organizaciones que forman parte de la RED de Apoyo PYME en materia de compras públicas.
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de PYMES registradas y activas como proveedoras del Estado. Cantidad de proveedurías institucionales capacitadas. Cantidad de PYMES capacitadas e incorporadas en los registros del sistema de compras

	<p>públicas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de PYMES que le venden al Estado a nivel nacional y por región. • Porcentaje de participación de las PYMES en el volumen de compras del Estado a nivel nacional y por región.
--	--

4.6.2. Programa de Comercialización e Internacionalización de las PYME

PROGRAMA	<i>Programa de Comercialización e Internacionalización de las PYMES</i>
SITUACIÓN ACTUAL	<ul style="list-style-type: none"> • De acuerdo con datos de PROCOMER, en el 2008 se registraron en Costa Rica 2 116 empresas exportadoras de bienes. De ellas 1 672 empresas, son MIPYMES (79%). • El total de MIPYMES exportadoras representan un 3% del total de las MIPYMES de Costa Rica y un 16% del total de MIPYMES del sector agropecuario e industrial de Costa Rica. • Para el año 2009, las MIPYMES tuvieron una participación del 16% en el valor total de las exportaciones del país. • Para el año 2008, de acuerdo con datos de PROCOMER, el 70% del valor de las exportaciones de las MIPYMES tienen como mercado destino Centroamérica y Estados Unidos. • El 26% de las exportaciones de las MIPYMES está compuesto por productos del sector agrícola primario, el 20% del sector de la industria alimentaria, 11% textil, cuero y calzado; 8% eléctrica y electrónica; 6% metalmecánica; 5% plástico, 12% representa el resto de la industria
OBJETIVOS PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar la participación de las PYMES en el comercio exterior de forma directa e indirecta mediante el fortalecimiento de los encadenamientos productivos.
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar y acompañar las acciones definidas por el Ministerio de Comercio Exterior y PROCOMER para atender los requerimientos de las MIPYMES en materia de capacitación para la internacionalización, diseño de productos, promoción de exportaciones, planes de negocios, prospección y estudios de mercado, contactos comerciales entre otros que le permitan a las empresas desarrollar negocios con empresas exportadoras o directamente en el exterior. • Dirigir acciones coordinadas de carácter regional que permitan identificar y clasificar las MIPYMES según su potencial para el desarrollo de negocios tanto a nivel local como internacional. • Con el apoyo de las instituciones que forman parte de la Red MIPYME, dirigir acciones regionales (por ejemplo Ferias y Ruedas de Negocios entre otros) que permitan promover el encuentro de oferentes nacionales y demandantes tanto nacionales como internacionales de bienes y servicios que promuevan la generación de negocios y el aprovechamiento de oportunidades comerciales de las MIPYMES. • Coordinación interinstitucional para el desarrollo de proyectos en las distintas regiones del país.
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de PYMES exportadoras.

	<ul style="list-style-type: none"> • Valor de las exportaciones de las PYMES. • Distribución por sectores de las PYMES exportadoras. • Mercados de exportación para las PYMES.
--	---

4.6.3. Programa Nacional de Franquicias

PROGRAMA	<i>Programa Nacional de Franquicias</i>
SITUACIÓN ACTUAL	<ul style="list-style-type: none"> • Según datos de la Cámara de Comercio en Costa Rica se han identificado cerca de 150 cadenas de franquicias, de las cuales un 14% son franquicias nacionales. • El crecimiento en el número de cadenas de franquicias con capital nacional en los últimos 10 años ha sido en promedio del 29%. • El 43% del total de empresas que han optado por un sistema de franquicias son negocios del sector de alimentos; 33% son servicios especializados; 10% de belleza y cuidado personal y el 14% a otras actividades. • El 60% de las franquicias identificadas en Costa Rica vienen de los Estados Unidos, un 7% de México y un 7% de España.
OBJETIVOS PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar el desarrollo de una Política Nacional de Franquicias que fomente un modelo de escalabilidad acelerada para el desarrollo de las PYMES.
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño y definición de una Política Nacional de Franquicias que establezca el marco legal requerido, así como instrumentos de apoyo y acompañamiento para el desarrollo de empresas franquiciantes. • Impulso de instrumentos financieros que apoyen y consoliden los procesos de franquiciamiento de las empresas. • Generación de un plan piloto de potenciales modelos de negocios PYME franquiciables.
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> • Número de negocios franquiciados • Cantidad de franquicias vendidas

4.7. Área de Estrategia de Regionalización

ÁREA	Acceso a Mercados	Responsable Área:	Cynthia Monge
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Democratizar la atención de las PYME en todas las regiones a través del fortalecimiento de la estructura regional del MEIC, articulando la institucionalidad regional.		

4.7.1. Programa Fortalecimiento CREAPYMES y REDES Regionales

PROGRAMA	<i>Programa Fortalecimiento CREAPYMES y REDES Regionales</i>
SITUACIÓN ACTUAL	<ul style="list-style-type: none"> • El MEIC cuenta con 5 oficinas regionales: Liberia, Puntarenas, San Carlos, Limón y Pérez Zeledón. • Las CREAPYME's de Puntarenas y San Carlos tiene dos funcionarios asignados y las de Limón, Pérez Zeledón y Liberia cuenta con 3 funcionarios asignados. • Cada una de las regiones tiene integrada una RED de Apoyo PYME en donde participan instituciones públicas y organizaciones privadas de cada región.
OBJETIVO PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer el papel articulador y facilitador de la CREAPYME en cada una de las regiones del país, para potenciar la atención y crecimiento de las PYME's.
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento de las REDES de Apoyo a la PYME a nivel regional por medio de la definición de un plan estratégico regional. • Fortalecimiento del vínculo de las CREAPYMES a las estrategias y programas definidos en la Política de Fomento a la PYME y al Emprendedurismo. • Atención personalizada y oportuna a las PYME's para fomentar su crecimiento.
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de nuevas PYME's atendidas. • Cantidad de empleo generados. • Cantidad de PYME's y monto de ventas generadas como proveedoras del Estado. • Incremento de las ventas a las PYME's atendidas en forma personalizada.

4.7.2. Programa Estratégico de Desarrollo Regional (Mega proyectos)

PROGRAMA	<i>Programa Estratégico de Desarrollo Regional (Megaproyectos)</i>
OBJETIVO PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none"> Identificar megaproyectos en cada región en torno a los cuales se centre el desarrollo competitivo regional.
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> Acompañamiento del MEIC en la definición y seguimiento de las estrategias de desarrollo regional. Identificación de clúster que favorezcan el desarrollo del sector productivo de cada región. Desarrollo de incubadoras y/o aceleradoras de empresas que potencien el desarrollo de sectores estratégicos en cada una de las regiones.
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> Número de empresas pymes apoyadas por incubadoras y aceleradoras. Número de incubadoras y aceleradoras desarrolladas.

4.7.3. Programa de Impulso de Marca Región

PROGRAMA	<i>Programa de Impulso de la Marca Región</i>
OBJETIVOS PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar una marca regional específica que de valor agregado a los productos de cada una de las regiones del país considerando sus propias características.
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración de estrategias de trabajo conjuntas con el Ministerio de Cultura y Juventud y el Instituto Costarricense de Turismo para el desarrollo de una marca en las regiones. Identificación de productos y servicios propios de cada una de las regiones que se puedan potenciar. Atención dirigida al desarrollo de los productos y servicios que fortalezcan la marca región.
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de PYMES vinculadas al concepto de marca región.

4.8. Área de Innovación y Desarrollo Tecnológico

ÁREA	Innovación y Desarrollo Tecnológico	Responsable Área:	José Antonio Arce
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Fortalecer las capacidades empresariales mediante la investigación orientada a diseñar, crear o mejorar productos y procesos, materiales o servicios		

4.8.1. Programa Nacional de Diseño.

PROGRAMA	<i>Programa Nacional de Diseño</i>
SITUACIÓN ACTUAL	<ul style="list-style-type: none"> • La mayoría de empresas del sector diseño pertenecen a los subsectores del diseño gráfico (56.2%), diseño de producto o industrial (45.5%) y el diseño web (37.8%). • Un 81% de las empresas de diseño son microempresas. • Los principales consumidores de productos de diseño son las empresas de los sectores servicios (44%) y comercio (32%). • Los productos y servicios más adquiridos son el diseño gráfico (71%), el diseño web (63%), textiles e indumentaria (44%), diseño de producto (43%) y espacio interno (33%).
OBJETIVOS PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none"> • Promover el diseño y desarrollo de nuevos productos, servicios, procesos o la mejora de los mismos
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de un concepto para el desarrollo de un Centro de Diseño en Costa Rica. • Creación de un Programa de Desarrollo de Centros de Diseño. • Desarrollo de un proceso de capacitación para capacitadores que apoyen la mejora en el diseño de diferentes productos en las pymes de las diversas regiones del país.
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> • Política definida de los Centros de Diseño. • Número de Centros de Diseño en funcionamiento. • Capacitadores formados para apoyar las pymes en las regiones.

4.8.2. Programa Promoción Fondo Nacional PROPYME.

PROGRAMA	<i>Programa de Promoción del Fondo Nacional PROPYME</i>								
SITUACIÓN ACTUAL	<ul style="list-style-type: none"> • Para el año 2010, PROPYME ha recibido un total de 12 solicitudes nuevas por un monto de 57 millones de colones. • El comportamiento respecto de los recursos previstos en Fondo Propyme vs Egresos al 30 de junio, 2010 son: <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td>Total ingresos</td> <td>588.818.351,30</td> </tr> <tr> <td>Total desembolsos 2010</td> <td>105.906.992,17</td> </tr> <tr> <td>Total ejecutado y comprometido</td> <td>271.092.011,90</td> </tr> <tr> <td>Superávit no presupuestado</td> <td>695.853.220,15</td> </tr> </table>	Total ingresos	588.818.351,30	Total desembolsos 2010	105.906.992,17	Total ejecutado y comprometido	271.092.011,90	Superávit no presupuestado	695.853.220,15
Total ingresos	588.818.351,30								
Total desembolsos 2010	105.906.992,17								
Total ejecutado y comprometido	271.092.011,90								
Superávit no presupuestado	695.853.220,15								
OBJETIVOS PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar el acceso de las PYME a los fondos no reembolsables para innovación y desarrollo tecnológico. 								
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apoyar y coordinar con el MICIT y el CONICIT las acciones orientadas a potenciar el uso y aprovechamiento de los recursos del fondo PROPYME. ▪ Revisión del reglamento para agilizar el proceso de asignación de recursos e incrementar la colocación de fondos. ▪ Desarrollo de una estrategia que permita promocionar el fondo e incentivar una mayor participación de las PYME en la presentación de proyectos con opciones de acceso a los recursos disponibles. ▪ Acompañamiento a las PYME para la presentación de proyectos de financiamiento innovadoras de acuerdo a sus necesidades tecnológicas 								
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cantidad de proyectos presentados al fondo. ▪ Cantidad de proyectos de PYME financiados. ▪ Monto de fondos PROPYME colocados. 								

4.8.3. Programa Nacional para incentivar el uso de las TIC's.

PROGRAMA	Programa Nacional para incentivar el uso de las TICs en las PYMES														
SITUACIÓN ACTUAL	<p>De acuerdo con datos de PROSIC:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para el año 2008, el 65,7% de las micro y pequeñas empresas tenían una computadora, y para el año 2009, es del 78.8%. • Para el año 2009, el 98,7% de las medianas empresas tienen una computadora. • El promedio de computadoras por empresa es de 3,7% en el caso de las micro y pequeñas y de un 23% en el caso de las medianas. • El 66,7% de las micro y pequeñas empresas tenían internet para el 2009, mientras que en las medianas empresas era del 97,3%. • En el caso de ventas en línea, un 10,1% de las micro y pequeñas empresas utilizaban este medio en el 2009. Este dato representaba un 20% en el caso de medianas empresas. • Un 23,2% de las micro y pequeñas empresas, y un 37,3% de las medianas empresas realizaban para el año 2009 compras en línea. • Respecto al tipo de conexión a internet que utilizan las PYMES tenemos <p style="text-align: center;">Tabla 1. Costa Rica: Tipo de conexión a Internet de las MYPIME, (diciembre 2008)</p> <table border="1" data-bbox="636 1024 1258 1268"> <thead> <tr> <th></th> <th style="text-align: right;">Porcentajes</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ADSL</td> <td style="text-align: right;">33.7</td> </tr> <tr> <td>Banda Ancha</td> <td style="text-align: right;">20.5</td> </tr> <tr> <td>Cable Módem</td> <td style="text-align: right;">13.2</td> </tr> <tr> <td>Acceso Telefónico</td> <td style="text-align: right;">12.5</td> </tr> <tr> <td>Café Internet</td> <td style="text-align: right;">12.1</td> </tr> <tr> <td>NS/NR</td> <td style="text-align: right;">8.1</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">Fuente: Elaborado con base en datos de PROSIC 2009, Hacia la Sociedad de la Información y el Conocimiento, 2008</p>		Porcentajes	ADSL	33.7	Banda Ancha	20.5	Cable Módem	13.2	Acceso Telefónico	12.5	Café Internet	12.1	NS/NR	8.1
	Porcentajes														
ADSL	33.7														
Banda Ancha	20.5														
Cable Módem	13.2														
Acceso Telefónico	12.5														
Café Internet	12.1														
NS/NR	8.1														
OBJETIVOS PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar una estrategia que brinde un mejor acceso, conectividad y utilización de recursos tecnológicos a las PYME para reducir la brecha tecnológica entre las PYME y las Grandes Empresas y mejorar sus posibilidades de competitividad. 														
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coordinación de manera conjunta con el Ministerio de Ciencia y Tecnología para articular esfuerzos entre instituciones del Estado, el sector académico y empresarial que permita fortalecer en las PYME el uso de las TIC's. ▪ Desarrollo de un programa de financiamiento para adopción de TIC en la PYME, en colaboración con entidades financieras que permitan conceder créditos preferenciales para la adquisición de equipamiento y conexión a banda ancha con el fin de impulsar el uso de las TIC en el entorno empresarial. ▪ Desarrollo de herramientas elementales para la gestión empresarial de las PYME (manejo de inventarios, facturación, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, contabilidad, planilla), adaptados a las condiciones costarricenses, las cuales estén disponibles en forma gratuitas. ▪ Informar y promover en las PYMES el uso de las tecnologías de información y comunicación como instrumento para mejorar su competitividad. 														

INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Número de empresas financiadas con programas de crédito para adopción de TIC's ▪ Cantidad de PYME que implementan las herramientas tecnológicas desarrolladas ▪ Cantidad de PYME que utilizan TIC's en sus actividades. ▪ Cantidad de PYME que realizan compras en línea. ▪ Cantidad de PYME que realizan ventas en línea.
--------------------	--

4.8.4. Programa Fomento de mejores prácticas en pro de la Calidad.

PROGRAMA	<i>Fomento de mejores prácticas en pro de la Calidad</i>
OBJETIVOS PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar y aplicar un plan de asistencia técnica a las PYME, con el apoyo de los entes técnicos del Sistema Nacional de la Calidad para lograr progresos concretos en el cumplimiento de los requerimientos técnicos exigidos por las empresas receptoras de productos y servicios que suplirían las PYME en los procesos de encadenamiento, así como de los procesos de evaluación que deben seguirse para demostrar el cumplimiento de los mismos.
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción del acceso de las PYME a instrumentos que les permita alcanzar estándares de desempeño en recursos humanos, tecnología, producción y atención al cliente. • Implementación y desarrollo de un sistema de aseguramiento de la calidad en todas las cadenas productivas.
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> • Número de empresas con sistemas de gestión de calidad implementados.

4.8.5. Programa Nacional Sello CO2 Neutral -PYME.

PROGRAMA	<i>Programa Nacional Sello CO2 Neutral- PYME</i>
OBJETIVOS PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar el desarrollo de buenas prácticas empresariales que permitan reducir las emisiones de carbono y dar valor agregado a los bienes y servicios que brindan las PYME's mediante el establecimiento del Sello CO2 Neutral-PYME.
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Articulación de una estrategia de acompañamiento para las PYMES, de manera conjunta con el MINAET, para implementar la certificación de un Sello CO2 Neutral-PYME. • Desarrollo de una guía de acción para incentivar la revisión y adecuación de procesos que permita reducir en las PYMES las emisiones de carbono. • Promoción y búsqueda de incentivos para las PYMES que incorporen el Sello CO2 Neutral-PYME como valor agregado en su producción. • Desarrollo de capacitaciones y seminarios que sensibilicen y brinden instrumentos en las PYMES para la implementación de los procesos del Sello CO2 Neutral-PYME.
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de PYMES capacitadas. • Cantidad de PYMES incorporadas a procesos de certificación Sello CO2 Neutral-PYME. • Cantidad de PYMES certificadas Sello CO2 Neutral-PYME.

5. EJES TRANSVERSALES DE LA POLÍTICA PYME

En la implementación de la Política Pública de Apoyo a las PYME, se han identificado cuatro ejes transversales que estarán presentes en el diseño y en la ejecución de cada uno de los programas y acciones propuestas.

a) Equidad de Género:

La consideración de los aspectos de género que prevalecen en la sociedad, debe ser incorporada en la definición de programas y acciones para las estrategias planteadas.

b) Compromiso con el ambiente:

El uso racional del medio que nos rodea y el desarrollo de actividades amigables con el mismo, debe guiar a la política PYME para lograr sostenibilidad también en la relación con el entorno. Lo que significa contribuir al logro de los objetivos de cero carbono. (CO₂ Neutral)

c) Juventud:

El apoyo a proyectos emprendedores será fundamental para la generación de nuevas empresas y mayor empleo. Se le dará especial atención a los proyectos generados por jóvenes emprendedores.

d) Interculturalidad:

La integración e interacción entre las distintas culturas, sin subordinación por parte de ninguna de ellas ni la pérdida de identidad cultural, será un factor de fundamental importancia en la atención de las PYME de todas las regiones del país.

e) Innovación y tecnología:

La incorporación de la innovación y el impulso al uso de tecnologías en todas las etapas del proceso productivo en todos los sectores de PYME, serán elementos prioritarios en todos los programas de apoyo, y así fortalecer las capacidades empresariales mediante la investigación.

f) Marca Región:

El desarrollo de una marca regional específica que identifique a los productos de cada una de las regiones del país, considerando sus características propias y particularidades, será un elemento transversal en la política.

g) Fomento Asociatividad:

El fomento de esquemas asociativos en todos los sectores productivos y en todas las regiones, estará presente para promover una vinculación efectiva entre empresas.

6. FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO

Para la ejecución de todo plan se debe contar con el compromiso de todas las partes involucradas, en este caso del sector público y privado, en particular todas aquellas que conforman la Red de Apoyo PYME, tanto a nivel nacional como regional.

Igualmente la disponibilidad de recursos humanos y financieros es primordial para lograr las metas establecidas.

Dada la situación fiscal del país, estos recursos provendrán del apoyo de entidades internacionales y de instituciones integrantes de la Red de Apoyo PYME, comprometidas también con la visión de política que se incluye en este documento.

El papel de cada una de las instituciones relacionadas con la Red PYME, es un factor determinante para el éxito de la aplicación de la presente Política PYME, destacándose:

INA: Complemento de la definición de programas flexibles para PYME considerando la experiencia en instrucción y asistencia técnica, así como los programas que ha implementado en este segmento. Importante su compromiso con programas de incubación y formación empresarial.

MICIT: Aliado estratégico en el aprovechamiento de los fondos de PROPYME, así como en la instauración de soluciones que permitan el acceso a la tecnología por parte de las PYME.

PROCOMER: Complemento de programas de información y acceso a mercados, así como la internacionalización y encadenamientos con empresas exportadoras.

FODEMIPYME: Mayor profundización del uso del Fondo de Garantías, sobre todo en la emisión de garantías de participación y cumplimiento que apoyen el programa de compras del estado

Entidades Financieras: Generando más opciones, productos y servicios para el financiamiento de micros, pequeñas y medianas empresas.

Universidades: Conjunción de la necesidad empresarial y la investigación aplicada con tiempos de ejecución acordes a las urgencias de las empresas. En este sentido, el papel del Observatorio de Mipymes a cargo de las cuatro universidades estatales es fundamental como fuente de información primaria, exacta y confiable sobre las micro, pequeñas y medianas empresas costarricenses.

Los ejes en torno a los cuales giran las estrategias de la Política PYME son los sectores productivos y las actividades regionales. Sectores y regiones están presentes en todas las acciones de la Política PYME.

Los **sectores productivos** y los diferentes subsectores o actividades relacionados con cada uno de ellos, plantean no solo la posibilidad sino la necesidad de desarrollar acciones tendientes a

involucrar a diversas empresas que se interrelacionan entre sí, en procura de que esta interacción sea más estrecha de cooperación y apoyo mutuo para lograr mejoras competitivas sostenibles.

Las **regiones**, además de la visión sectorial con que se puedan relacionar dependiendo de sus fortalezas, tienen cada una de ellas una dinámica y necesidades diferentes que atender al momento de implementar programas que promuevan el desarrollo empresarial de la zona. Los Centros Regionales de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (CREAPYME) de la DIGEPYME, resultan un enclave estratégico para profundizar la democratización del acceso a los diferentes servicios que están disponibles para las PYME.

Por último, tal como se ha señalado anteriormente, la atención brindada en función del ciclo de vida o **nivel de desarrollo competitivo** de las empresas, constituye un elemento fundamental para procurar un mayor impacto en la atención de las PYME y los emprendedores.