



WE·3A

Aspirar
Activar
Acelerar

Fortaleciendo Empresarias en Cadenas Productivas

MAPEO DEL ECOSISTEMA DE EMPRESAS PROPIEDAD DE MUJERES EN COSTA RICA

NOVIEMBRE 2022

Índice de contenidos

Resumen Ejecutivo	1
Objetivo del entregable	2
Perfil de Costa Rica	3
Panorama de la economía costarricense	3
Resumen de la Participación Femenina en la Economía	4
Ecosistema Empresarial de las pymes de mujeres	5
Perfil pymes de mujeres	5
Gráfico 1. Mapeo de pymes de mujeres por sector/industria	6
Gráfico 2. Pymes de mujeres encuestadas por sector/industria	7
Gráfico 3. Número de empleados a tiempo completo en las pymes de mujeres.....	8
Gráfico 4. Promedio anual de ingresos de las pymes de mujeres	9
Gráfico 5. Composición de la base de clientes de las pymes de mujeres	10
Gráfico 6. Canales de venta de las pymes de mujeres	11
Gráfico 7. Presencia en línea de las pymes de mujeres	12
Gráfico 8. Años de actividad de las pymes de mujeres.....	13
Gráfico 9. Etapas de Desarrollo de las pymes de mujeres	14
Gráfico 10. Grupo etario de mujeres propietarias/líderes de pymes de mujeres	15
Gráfico 11. Registro de las pymes de mujeres	16
Gráfico 12. Tipo de registro de las pymes de mujeres	16
Gráfico 13. Pymes de mujeres sin registro formal	17
Gráfico 14. Pymes de mujeres con certificación de empresas propiedad de mujeres.....	18
Gráfico 15. Participación de las pymes de mujeres en las cadenas de suministro mundiales	19
Gráfico 16. Participación de las pymes de mujeres en las exportaciones	20
Ubicación de las pymes de mujeres	20
Gráfico 17. Ubicación de las pymes de mujeres mapeadas.....	21
Gráfico 18. Ubicación de las pymes de mujeres encuestadas	21
Desafíos Operativos de las pymes de mujeres	22
Gráfico 19. Desafíos operativos de las pymes de mujeres.....	22
Gráfico 20. Apoyo requerido por las pymes de mujeres para operar.....	24
Perfil de los compradores en el ecosistema de las pymes de mujeres	24
Gráfico 21. Mapeo de compradores	25
Gráfico 22. Compradores encuestados	26
Gráfico 23. Número de empleados a tiempo completo de los compradores.....	26
Gráfico 24. Compradores mapeados por sector/industria	27
Gráfico 25. Compradores encuestados por sector/industria	28
Patrones de compra de los compradores	28
Gráfico 26. Gasto de los compradores	29
Gráfico 27. Número de proveedores locales de los compradores.....	30
Gráfico 28. Compras más frecuentes de los compradores por producto/servicios	31
Gráfico 29. Criterios de los compradores para evaluar proveedores potenciales.....	32
Gráfico 30. Participación de los compradores en políticas y/o prácticas de diversidad de los proveedores..	33

Gráfico 31. Prácticas de los compradores para abastecerse con empresas propiedad de mujeres	34
Ubicación de los compradores.....	35
Gráfico 32. Ubicación de compradores	35
Organizaciones de apoyo a empresarias en el ecosistema	35
Gráfico 33. OAE mapeadas por tipo	36
Gráfico 34. Representación de OAE por ubicación	37
Gráfico 35. Representación de las OAE por sector	38
Gráfico 36. Oferta de programas y servicios de las OAE	39
Gráfico 37. Opinión de las OAE sobre los retos de las empresas locales relacionados con COVID-19.....	40
Los efectos de la pandemia de COVID-19.....	41
Gráfico 38. Índice de Contención y Salud de COVID-19	41
Impacto de la COVID-19 en las pymes de mujeres	43
Gráfico 39. Impacto de la COVID-19 en las pymes de mujeres.....	44
Gráfico 40. Desafíos de las pymes de mujeres relacionados con la COVID-19	45
Gráfico 41. Opinión de las OAE sobre los retos de la pyme en relación con la COVID-19.....	46
Gráfico 42. Impacto en las ventas de las pymes de mujeres 2020-2021	47
Gráfico 43. Impacto en las ventas de las pymes de mujeres 2021-2022	47
Gráfico 44. Oportunidades para las pymes de mujeres relacionadas con la COVID-19	48
Gráfico 45. Opinión de las OAE sobre oportunidades de la COVID-19 para empresas locales	49
Gráfico 46. Apoyo a las pymes de mujeres después de la COVID-19.....	50
Gráfico 47. Opinión de las OAE sobre el apoyo más necesario para las empresas locales después de la COVID-19	51
Análisis FODA del ecosistema empresarial en Costa Rica	51
Fortalezas	52
Debilidades.....	52
Oportunidades.....	53
Amenazas	53
Principales conclusiones y recomendaciones	54
Apéndice I Metodología de la investigación	56
Apéndice II Principales OAE y programas	58
Referencias.....	64

Resumen Ejecutivo



El objetivo del proyecto WE3A es construir un ecosistema empresarial más fuerte y resiliente para las pequeñas y medianas empresas dirigidas por mujeres (pymes de mujeres).

Esta investigación proporciona un análisis desde la perspectiva del "ecosistema" en Costa Rica, en el que se exploran los factores económicos y las condiciones de los actores clave.

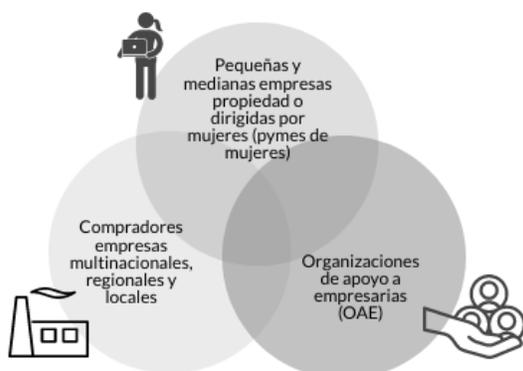
Los datos de este informe proporcionarán a los socios de WE3A una información muy útil para la ejecución de las actividades del Proyecto en apoyo a las pymes.

Costa Rica

Población: 5.213.362 (2022) con 44% en grupo etario 25-54
 Área: 51.100 km² (19.730 millas cuadradas)
 Idiomas principales: Español (oficial), inglés
 Gobierno: República presidencialista
 Moneda: Colón de Costa Rica (₡)
 PIB per cápita: 12.508 USD (2021)
 Inflación: 3,50% (enero 2022)
 Inversión extranjera directa: 2.100 millones USD (2020)
 Desempleo: 13,7% (diciembre 2021)
 Sectores económicos clave: industria manufacturera (alta tecnología), servicios (turismo), agricultura



Ecosistema empresarial



Impacto de la COVID-19 en las pymes de mujeres

- El 58% de las pequeñas y medianas empresarias encuestadas declararon que la pandemia les afectó negativamente; al 27% la COVID-19 les afectó positivamente; y el 15% afirma que la pandemia no tuvo ningún impacto.
- Los tres principales retos relacionados con la COVID-19 fueron: disminución de la demanda de productos y servicios, disminución de la productividad debido a las restricciones y aumento del coste de producción.
- Las 3 principales oportunidades relacionadas con la COVID-19 fueron: aumento de la presencia digital, identificación y recorte de gastos innecesarios, y creación de una nueva línea de negocio para responder a las necesidades locales y globales.
- Las empresarias indicaron que el apoyo más necesario en la fase de recuperación posterior a la COVID-19 es la búsqueda de nuevos clientes y la creación de redes con el ecosistema empresarial para identificar nuevos mercados.

Resultados principales de las pymes de mujeres

- Representación de los 3 principales sectores: industria, servicios, comercio mayorista y minorista.
- El 89% de las pymes de mujeres son microempresas (menos de 4 empleados).
- Composición de la base de clientes: 31% empresas, 40% consumidor final, 6% entidades gubernamentales y 23% otros. Presencia en línea: 96% Facebook, 75% WhatsApp, 75% Instagram, y 36% sitio web de la empresa.
- El 45% de las pymes de mujeres están en fase de crecimiento y el 4% en fase de madurez.
- El 31% de las pymes de mujeres encuestadas no ha registrado formalmente su empresa y solo el 13% tiene una certificación como empresa de propiedad de mujeres.
- Solo el 16% de las pymes de mujeres encuestadas forma parte de las cadenas de suministro mundiales y solo el 15% exporta.
- Los principales retos operativos son el acceso a productos financieros formales, como cuentas de ahorro y préstamos, y los trámites burocráticos para operar sus negocios.

Conclusiones principales de los compradores

- El 40% de los compradores encuestados eran empresas locales, el 40% multinacionales y el 20% corporaciones regionales.
- Principales industrias/sectores representados: comercio mayorista y minorista, industria manufacturera, agricultura y actividades de alojamiento y restauración.
- Principales gastos locales: servicios profesionales, ventas y marketing, instalaciones y logística.
- Los criterios para evaluar a los posibles proveedores se basan en la calidad, el precio y la capacidad de producción/prestación del servicio.
- El 67% de los compradores tienen políticas y prácticas de diversidad e inclusión de proveedores.

Conclusiones principales de las OAE

- Sólida red de OAE con programas de desarrollo de capacidades y de desarrollo empresarial.

Objetivo del entregable

El objetivo inmediato de esta investigación es brindar una mayor comprensión del ecosistema empresarial en Costa Rica en lo que respecta a las pequeñas y medianas empresas propiedad de mujeres y/o dirigidas por mujeres (pymes de mujeres) para orientar las actividades del proyecto "Mujeres Empresarias que Aspiran, se Activan y se Aceleran (WE3A *por sus siglas en inglés*)" (el Proyecto). El objetivo del proyecto es construir un ecosistema empresarial más fuerte y resiliente para las pymes de mujeres. El Proyecto es implementado por Thunderbird School of Global Management en colaboración con WEConnect International y la Alianza Empresarial para el Desarrollo (AED), una entidad local que ejecuta actividades clave en Costa Rica. El proyecto cuenta con el apoyo de la Iniciativa de Financiación para Mujeres Empresarias (We-Fi *por sus siglas en inglés*) y del Banco Interamericano de Desarrollo (BID Lab).

Esta investigación analiza el estado del mercado costarricense e identifica los retos y oportunidades para las pymes de mujeres, especialmente en lo referente a las cadenas de valor locales y su conexión con la economía global. La investigación ofrece un análisis desde la perspectiva del "ecosistema", en el que se exploran factores y variables como el tamaño, la trayectoria y las capacidades de las pymes de mujeres, así como el impacto de la pandemia de COVID-19. Así, el análisis incluye áreas como la representación del sector, el tamaño de la empresa, la madurez de la empresa, el acceso al mercado y los sistemas de apoyo con los que cuentan. Estos datos proporcionarán a los socios de WE3A una información muy valiosa para la ejecución de las actividades relacionadas con el proyecto de apoyo a las empresas propiedad de mujeres.

Este informe parte de una descripción general de Costa Rica, seguida de una visión panorámica de la economía costarricense y la participación de las mujeres. El informe continúa describiendo cada una de las áreas del ecosistema, empezando por el perfil de las pymes de mujeres, descripciones de los compradores en el ecosistema, y la situación y las iniciativas existentes, los retos y las oportunidades desde la perspectiva de las organizaciones de apoyo a empresarias (OAE). La siguiente sección incluye un resumen de los efectos de la COVID-19 en el mercado costarricense, así como los efectos en el ecosistema de las pymes de mujeres.

Para finalizar el informe, un análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) ofrece una recopilación de recomendaciones que deben ser consideradas, implementadas y/o investigadas más a fondo para abordar los desafíos más apremiantes a los que se enfrentan actualmente las mujeres propietarias de negocios y las emprendedoras costarricenses.

La investigación se llevó a cabo utilizando fuentes de datos primarias y secundarias para analizar el ecosistema empresarial de Costa Rica en lo que respecta a las empresas propiedad de mujeres. La metodología de la recopilación de datos se describe en el Apéndice I.

Perfil de Costa Rica

Costa Rica se encuentra en América Central y limita al norte con Nicaragua y al sur con Panamá. Con una superficie de 51.060 kilómetros cuadrados y con costas tanto en el Pacífico como en el Caribe, Costa Rica es un país relativamente pequeño desde el punto de vista geográfico. Sin embargo, es un referente político y uno de los países más prósperos de la región.

La población actual de Costa Rica es de 5.213.362 habitantes, de los cuales aproximadamente la mitad reside en zonas urbanas. La capital, San José, es la ciudad más grande, con aproximadamente una quinta parte de la población total de Costa Rica. (INEC, 2022).

El país es reconocido por su estabilidad política, alto nivel de vida, una población altamente educada y una fuerte cultura de protección del medio ambiente. (BID Economics Esencial - Costa Rica, 2022). Costa Rica es uno de los pocos países del mundo sin ejército permanente. El gasto social del país es elevado y proporciona acceso universal a la educación, la salud, el agua potable, el sistema de saneamiento y la electricidad. Además, el nivel de pobreza de Costa Rica es inferior al de la mayoría de los países latinoamericanos. Ocupa el puesto 62 entre 189 países en el Índice de Desarrollo Humano de 2019, quedando dentro del grupo de países de desarrollo humano muy alto. (HDI - Costa Rica, 2020).

Panorama de la economía costarricense

La economía de Costa Rica es estable y receptiva al comercio y la inversión internacional. Según datos del Banco Mundial, en 2021 el producto interno bruto (PIB) de Costa Rica fue de 64.280 millones USD. (WB Data GDP Costa Rica, 2021). La principal contribución sectorial al PIB procede de los servicios (68,48%), la industria (19,74%) y la agricultura (4,67%) (O'Neill, 2022). El PIB per cápita en 2021 fue de 12,508 USD (WB Data GDP per capita Costa Rica, 2021).

En 2020, las inversiones directas extranjeras netas fueron de 2.100 millones USD, lo que supone un importante descenso respecto a los años anteriores, que fueron de 2.720 millones USD en 2019 y de 3.010 millones USD en 2018. (WB Data Foreign Direct Investment Costa Rica, 2020).

Costa Rica es la 55ª economía más libre de entre 184 países (Index - Costa Rica, 2022). La economía costarricense depende fundamentalmente del turismo, la manufactura de alta tecnología y la agricultura. En 2020, Costa Rica exportó un total de 14.000 millones USD e importó 13.800 millones USD en bienes, lo que supone una balanza comercial positiva (OEC CIR, 2022).

El turismo es la fuente de divisas más importante del país, con una contribución directa e indirecta estimada en el 8,2% del PIB (ICT, 2022). En 2016, el sector generó 211.000 empleos directos, lo que representa el 8,8% de la población activa del país (OECDiLibrary, 2022). El

alojamiento, los servicios de alimentación y bebidas, el transporte por carretera y los servicios médicos son las actividades con mayor participación en el sector turístico.

Según el Instituto Costarricense de Turismo, el sector turístico es el motor de la economía costarricense. Sin embargo, la pandemia del coronavirus (COVID-19) tuvo un impacto desastroso en el sector turístico del país. En 2019, antes de la pandemia, poco más de tres millones de turistas visitaron Costa Rica, frente a solo 1.011.912 visitas turísticas en 2020. Asimismo, la contribución del sector turístico al PIB del país disminuyó del 11,5% en 2019 al 5,3% en 2020 debido a la pandemia (Statista Travel, Tourism & Hospitality, 2020).

Otro sector económico clave es la agricultura. El país cuenta con una oferta de productos frescos durante todo el año, cosechados bajo los más altos estándares internacionales y con un alto compromiso con la producción ambientalmente sostenible (PROCOMER Agrícola, 2022). Según datos de PROCOMER, la agencia promotora de comercio exterior de Costa Rica, el sector agrícola representa el 7% del PIB. Entre las exportaciones de productos agrícolas destacan el banano (1.280 millones USD) y otras frutas tropicales (1.030 millones USD). En 2021, el sector empleaba a 266.311 personas, lo que representa el 13,4% de la mano de obra de Costa Rica.

La manufactura de alta tecnología de dispositivos electrónicos y médicos es un sector bien desarrollado y activo que representa una parte importante de las exportaciones de Costa Rica. Por ejemplo, en 2020 las principales exportaciones de Costa Rica fueron instrumentos médicos (3.270 millones USD), circuitos integrados (1.020 millones USD) y aparatos ortopédicos (850 millones USD), exportados principalmente a Estados Unidos. Esta industria genera aproximadamente 22.400 empleos directos en el país y su crecimiento medio anual en los últimos cinco años ha sido del 11%.

Resumen de la Participación Femenina en la Economía

En cuanto al empoderamiento económico de las mujeres, los indicadores muestran que en 2021 la tasa de participación de la mano de obra femenina era del 50%, frente a una tasa nacional masculina del 73,4%. (ILOSTAT, 2021). La cuota de participación por género difiere mucho por sectores, por ejemplo, en el sector agrícola es del 10,2% de mujeres y del 21,2% de hombres; en la industria es del 9,1% de mujeres y del 22% de hombres, y en los servicios es del 80% de mujeres y del 56,2% de hombres.

Otro indicador de empoderamiento económico es la participación en la economía monetaria. Los últimos datos disponibles, de 2017, indican que el 60,9% de las mujeres mayores de 15 años son titulares de una cuenta bancaria en una entidad financiera, frente al 75,5% de los hombres mayores de 15 años, lo que representa una brecha del 14,6%. (WB Gender Data, 2022). Además, en Costa Rica, las mujeres dedican un 2,6 más de tiempo que los hombres al trabajo doméstico y de cuidados no remunerado, lo que representa el 22,1% de su jornada diaria frente al 8,4% de los hombres. (WB Gender Data, 2022).

No existen datos oficiales desglosados por sexo sobre la titularidad de las empresas. Sin embargo, un estudio de caso de la Organización Internacional del Trabajo, que utiliza series de datos de 2016-2020, indica que la propiedad empresarial de las mujeres representa el 22,3% del total de la titularidad, frente al 77,7% de los hombres (Women in Business and Management, 2019). Una serie de datos del Banco Mundial de 2010 muestra que la proporción de empresas con participación femenina como propietaria es del 43,5%. (WB Gender Data, 2022).

Ecosistema Empresarial de las pymes de mujeres

Las pequeñas y medianas empresas que son propiedad o están dirigidas por mujeres (pymes de mujeres) fueron el objetivo a la hora de elaborar el mapa del ecosistema realizado para esta investigación. Los criterios para incluir a las empresas se basaron en la titularidad, el control y el tamaño, como se demuestra en la metodología.

Para elaborar esta sección se emplearon métodos de investigación mixtos que utilizaron tanto fuentes de datos secundarias como investigaciones primarias, centradas en las pymes de mujeres, los compradores y las organizaciones de apoyo a empresarias (OAE).

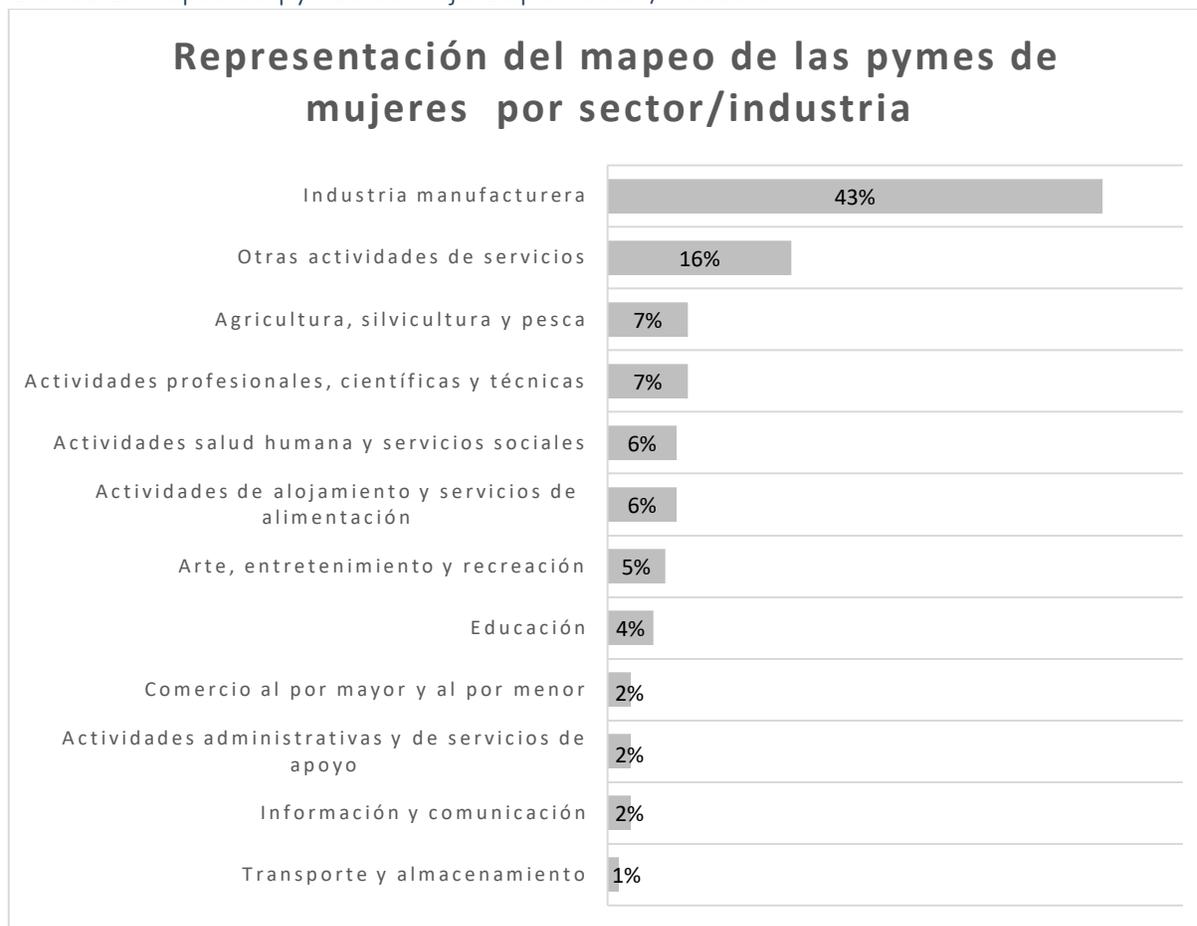
En la fase inicial de la investigación, se utilizaron datos secundarios (bases de datos, análisis de mercado y estudios) para trazar un mapa de las partes interesadas. En la fase de consulta, se abordó a las partes interesadas mediante una encuesta en línea, como se detalla en la metodología de la investigación. En la sección siguiente, se hace una clara distinción entre el mapeo y la encuesta en los datos presentados.

Perfil pymes de mujeres ¹

El mapeo de las pymes de mujeres muestra que la mayor proporción (de acuerdo con el número de empresas) participa en el sector manufacturero (43%), seguido de "otras actividades de servicios" (16%), actividades profesionales, científicas y técnicas (7%), agricultura (7%) y actividades de alojamiento y alimentación (6%), como se indica en el gráfico 1. Se entiende, a partir de la investigación secundaria, que el grueso de las pymes de mujeres que participan en el sector manufacturero produce ropa y productos artesanales para la economía local y turística. La participación de las pymes de mujeres en el sector manufacturero de alta tecnología es escasa. Se trata de una carencia que puede abordarse mediante una mayor educación, capacitación, formación y financiamiento.

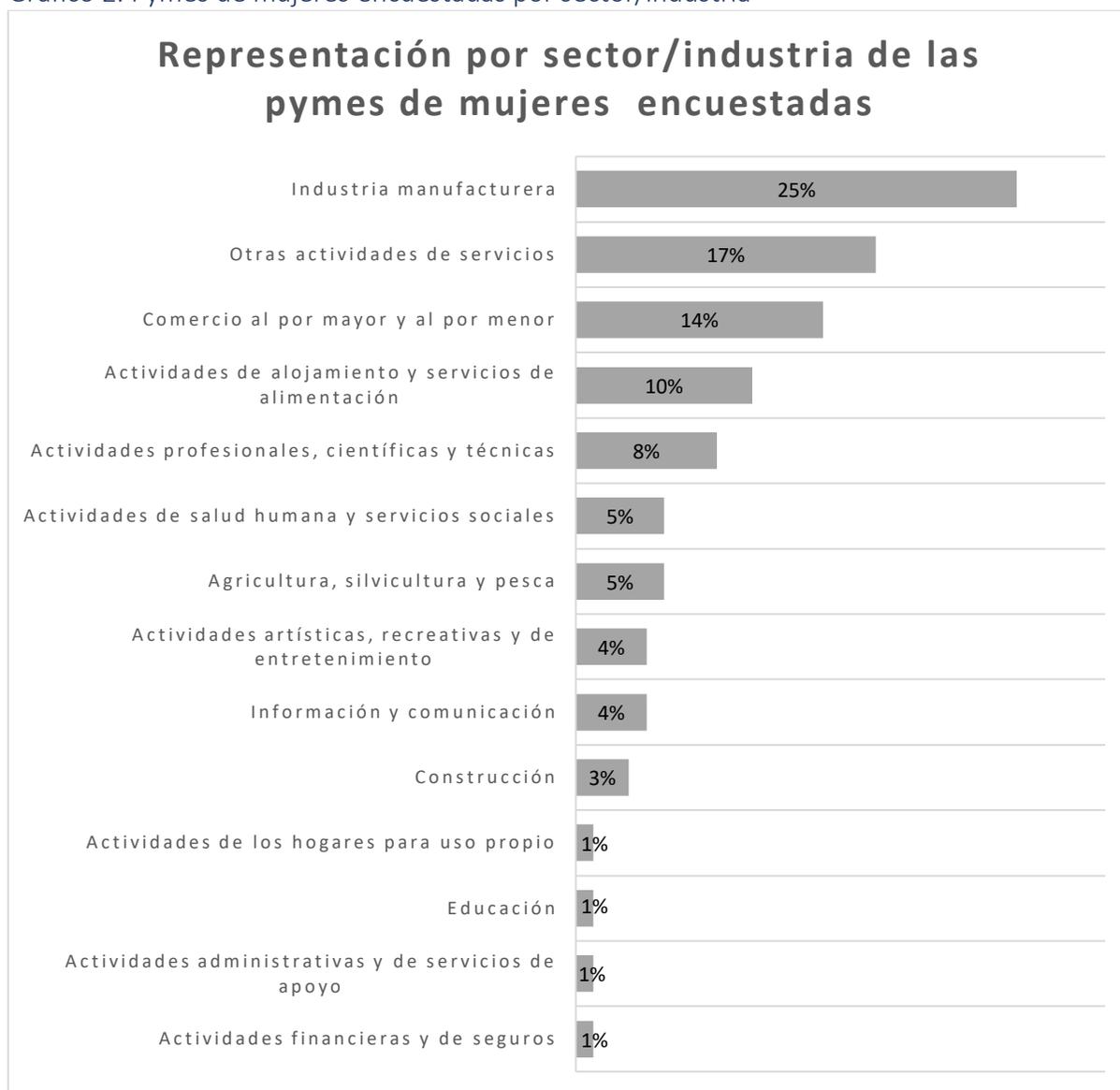
¹ Para esta sección se mapearon 299 pymes de mujeres y 91 respondieron a la encuesta

Gráfico 1. Mapeo de pymes de mujeres por sector/industria



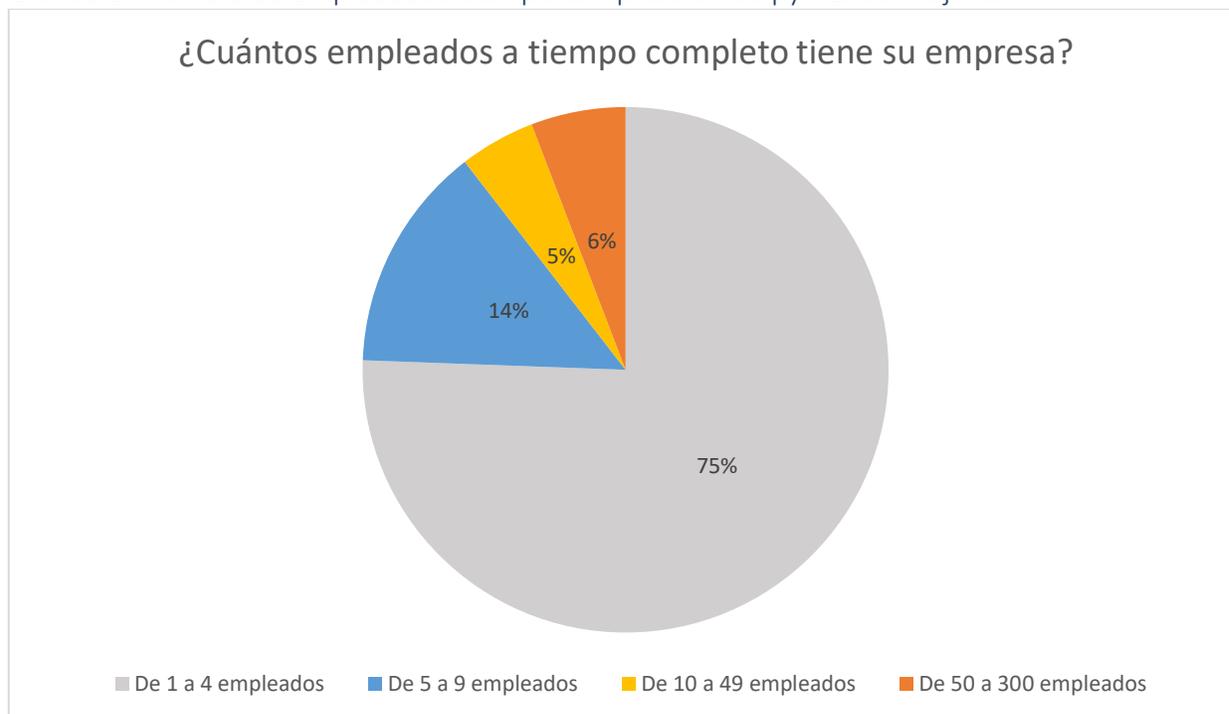
Las pymes de mujeres que participaron en la encuesta se dedican a la industria manufacturera (25%), a otras actividades de servicios (17%), al comercio al por mayor y al por menor (14%) y a los servicios de alojamiento y alimentación (10%), como se muestra en el gráfico 2.

Gráfico 2. Pymes de mujeres encuestadas por sector/industria



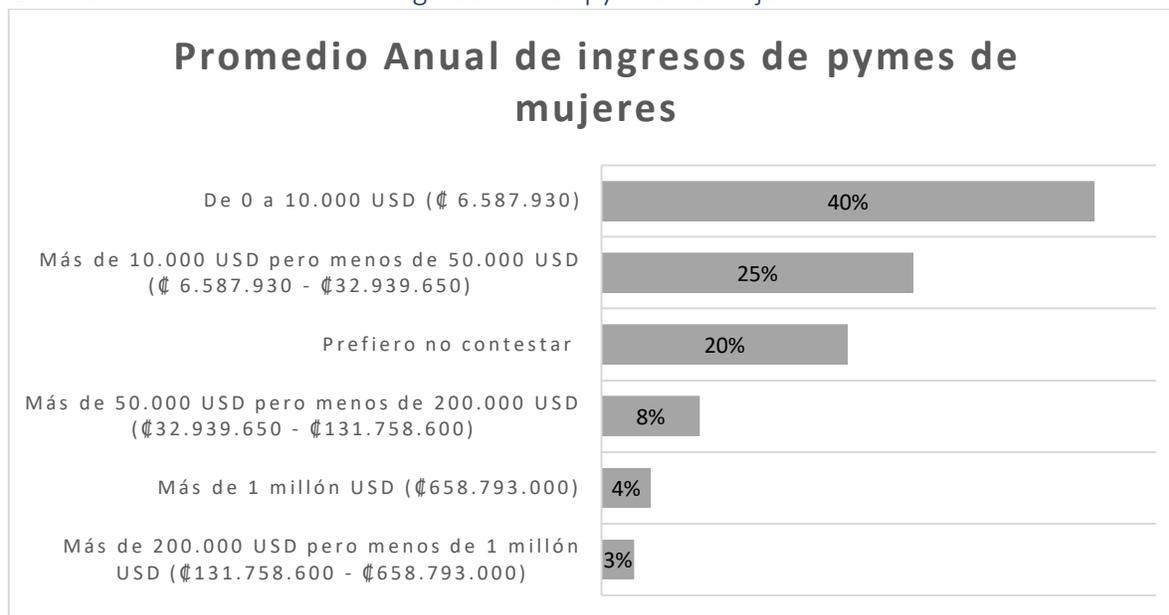
La mayoría de las pymes de mujeres que participaron en la encuesta son microempresas con menos de 10 empleados y menos de 10.000 USD de ingresos anuales. Sin embargo, en promedio, el 71% de su plantilla son mujeres. Por ello, su papel en la inclusión y el empoderamiento económico de las mujeres es significativo. El gráfico 3 ilustra el número de empleados a tiempo completo en empresas dirigidas por mujeres.

Gráfico 3. Número de empleados a tiempo completo en las pymes de mujeres



Como se muestra en el gráfico 4, la mayor parte de las pymes de mujeres participantes (40%) tienen un promedio de ingresos anuales de menos de 10.000 USD, una proporción menor, pero aún importante, tiene unas ventas anuales de entre 10.000 y 1 millón USD (36%), y una parte muy pequeña de las pymes de mujeres (4%) declaró unos ingresos de más de un millón USD. Hubo un grupo de encuestados (20%) que optó por no responder a esta pregunta, lo que se ajusta a la tasa de respuesta normal en cuanto a las preguntas sobre ingresos.

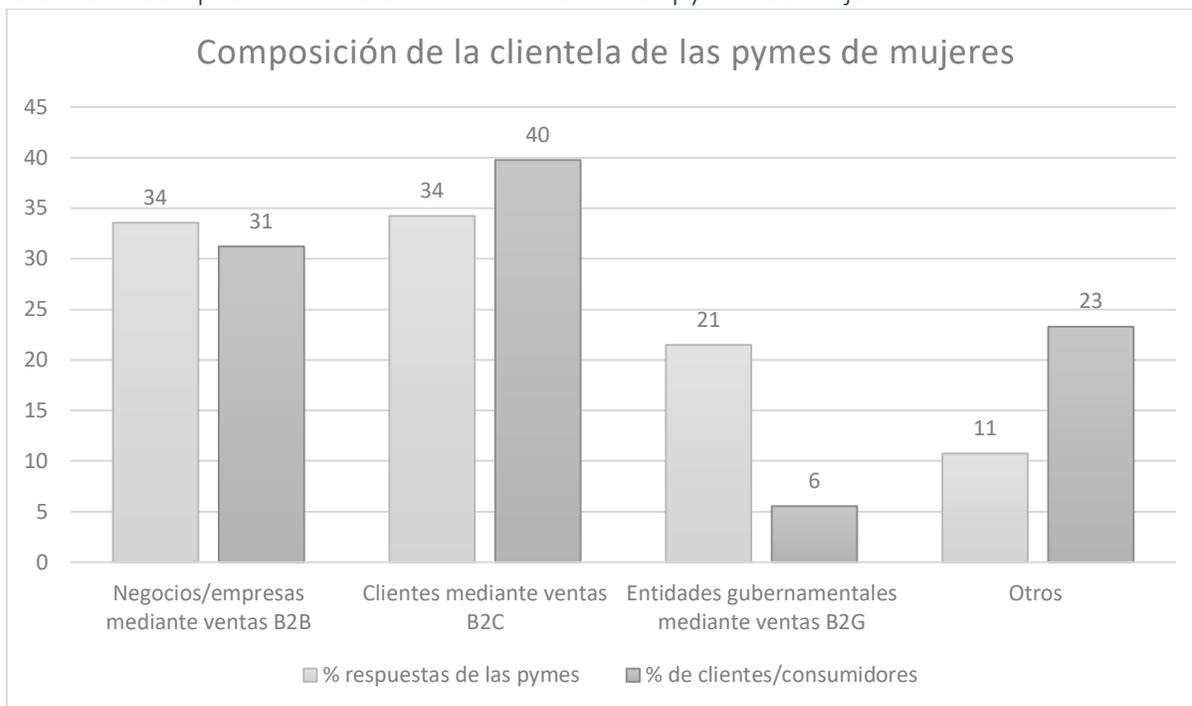
Gráfico 4. Promedio anual de ingresos de las pymes de mujeres



Se pidió a los encuestados que indicaran la composición de su base de clientes. Las pymes de mujeres tenían la opción de indicar el porcentaje por grupo basado en las transacciones entre empresas (B2B *por sus siglas en inglés*), entre empresas y consumidores (B2C *por sus siglas en inglés*) y entre empresas y gobiernos (B2G *por sus siglas en inglés*). El gráfico 5 indica el porcentaje medio de clientes basado en todas las respuestas de las empresarias.

La principal fuente de clientes de las pymes de mujeres encuestadas son consumidores finales por medio de ventas B2C (40%), seguidos por los clientes corporativos de las ventas B2B (31%), una porción menor de clientes gubernamentales de las ventas B2G (6%), y otros (23%), como se muestra en el gráfico 5.

Gráfico 5. Composición de la base de clientes de las pymes de mujeres

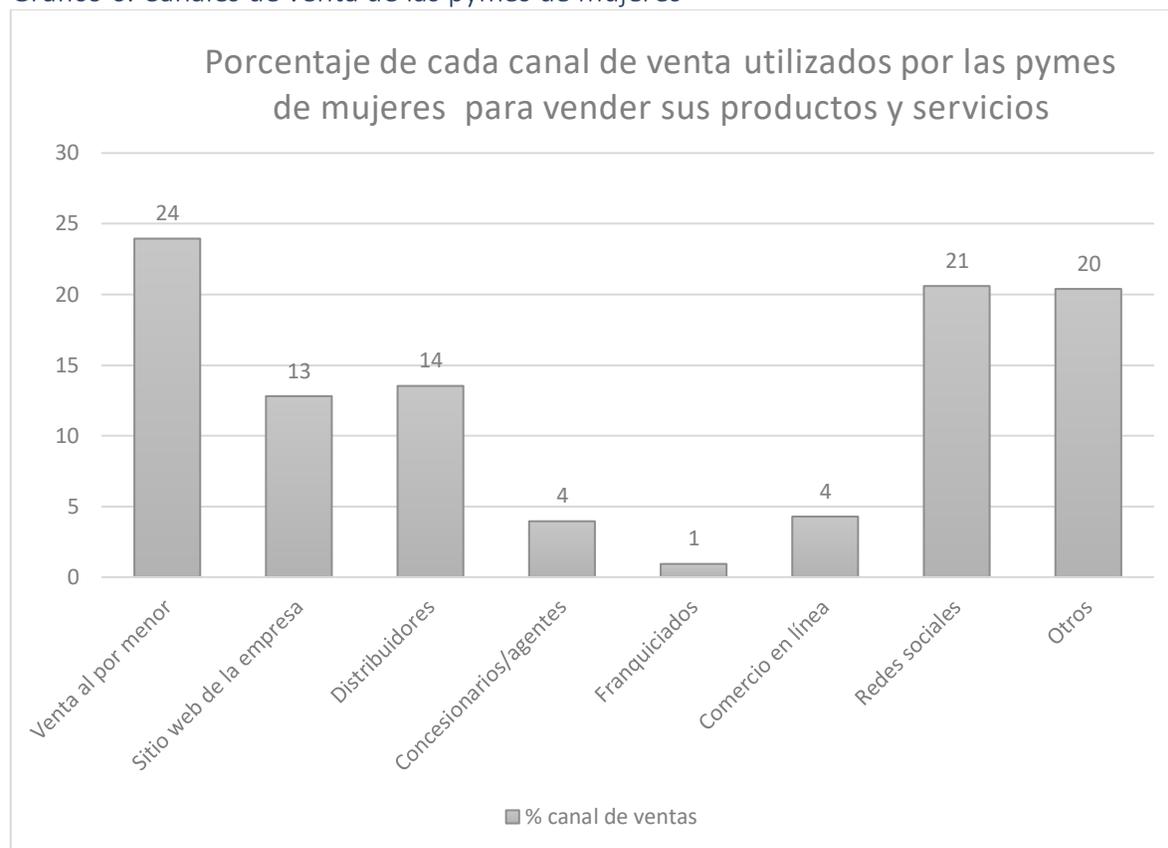


Los datos indican que las pymes de mujeres han incorporado a la administración pública como parte de su base de clientes, lo cual es una señal favorable de que la venta a entidades gubernamentales se está aprovechando en cierta medida, pero a una escala muy pequeña (6%). Además, la pequeña escala de las ventas al gobierno podría ser mediante canales de venta al por menor y no necesariamente a través de un proceso formal de licitación pública, que es algo complejo para muchas pymes de mujeres.

La contratación pública es un canal de ventas ventajoso, tradicionalmente desaprovechado por las pymes de mujeres debido a su complejidad. Las pymes de mujeres pueden aprovechar la contratación pública de Costa Rica por medio del marco normativo que promueve la participación de las pymes y los grupos vulnerables en los procesos de contratación. Las condiciones especiales se establecen por ley e incluyen condiciones de pago favorables, herramientas financieras especiales como avales y una tabla de evaluación que tiene en cuenta la condición de ser una pyme y/o formar parte de un grupo vulnerable. (Ley General de Contratación Pública, 2021). Además, Costa Rica implementó un sistema electrónico de contratación pública llamado Sistema Integrado de Compras Públicas "SICOP" para facilitar el proceso de contratación. (OECD Economic Surveys-Costa Rica, 2020). Aunque su uso es obligatorio desde 2016, su utilización es todavía muy limitada, por lo que la formación en este campo podría ser útil para los proveedores. Entre los proveedores potenciales, las pymes de mujeres necesitan entender cómo funciona la contratación pública y cómo hacer ofertas competitivas para beneficiarse plenamente del marco preferencial que ofrece Costa Rica.

También se pidió a las empresarias encuestadas que identificaran en qué medida utilizan diversos canales de venta. El gráfico 6 muestra que la venta al por menor presencial es el principal canal utilizado (24%), seguido de un canal en línea, principalmente a través de las redes sociales (21%)². En el apartado "Otros" (20%), mencionaron la venta directa al por mayor, y una pyme indicó la licitación de oportunidades de contratación pública. Dado que solo una de las encuestadas indicó que su empresa prepara propuestas para licitar en oportunidades de contratación pública, esto demuestra que el proceso de licitación formal para conseguir oportunidades de contratación pública es un canal de ventas infrautilizado en Costa Rica.

Gráfico 6. Canales de venta de las pymes de mujeres

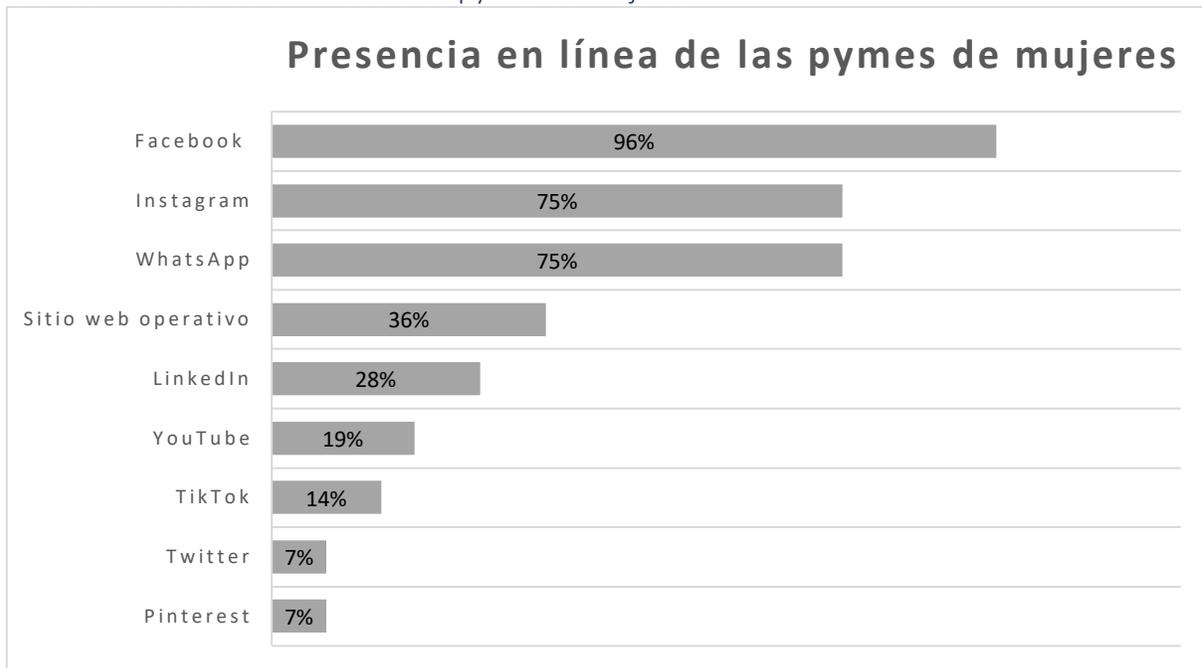


Se pidió a las pymes de mujeres que definieran el alcance de su presencia en línea. La inmensa mayoría utiliza Facebook (96%), seguido de WhatsApp (75%) e Instagram (75%), y solo un tercio utiliza un sitio web empresarial en pleno funcionamiento (36%). Tener un sitio web en funcionamiento requiere habilidades y capital que la mayoría de las microempresas no poseen. La mayoría de las pymes de mujeres de Costa Rica son microempresas que necesitarán apoyo para mejorar su presencia digital. Disponer de un sitio web en pleno

² Las plataformas de redes sociales han integrado el comercio directamente en sus plataformas, facilitando que las empresas ofrezcan sus productos y que los clientes compren los productos que descubren en las plataformas, sin salir de ellas.

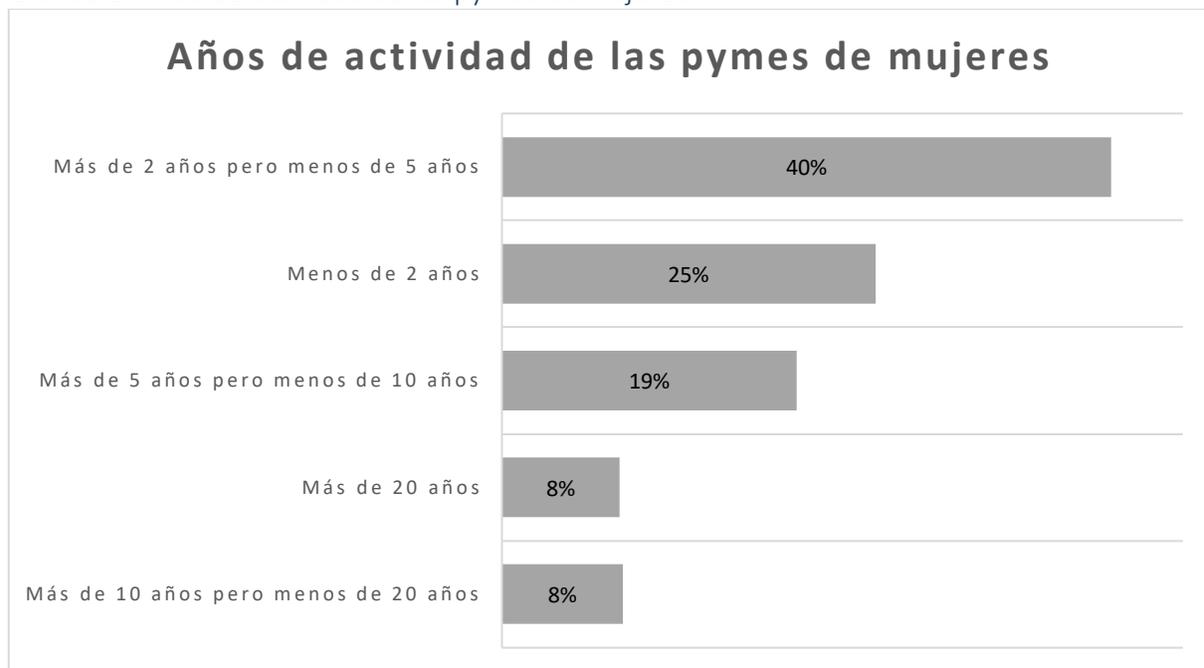
funcionamiento puede permitir un crecimiento sostenible al aumentar la credibilidad de la empresa y crear una vía para que los nuevos clientes encuentren a las pymes de mujeres, conozcan sus productos y servicios y puedan utilizar las opciones de compra. Los aportes en actividades que mejoren la presencia digital de las pymes de mujeres serán positivos para el ecosistema en Costa Rica, especialmente para aquellas empresas que quieran exportar sus bienes y servicios o deseen formar parte de las cadenas de valor globales.

Gráfico 7. Presencia en línea de las pymes de mujeres



Los datos también muestran que las pymes de mujeres participantes son empresas relativamente nuevas y se encuentran en una fase muy temprana de desarrollo empresarial. La mayoría de los encuestados registraron menos de 5 años de funcionamiento (40%), como se muestra en el gráfico 8.

Gráfico 8. Años de actividad de las pymes de mujeres



Las pymes de mujeres que se encuentran en una fase muy temprana de desarrollo muestran un conocimiento limitado de los procesos de producción, disponen de tecnologías básicas y ofrecen a los empleados una formación limitada (44%). Mientras que otras se encuentran en la fase de crecimiento, con algunos procesos documentados y con personal más formado (45%), como muestra el gráfico 9.³

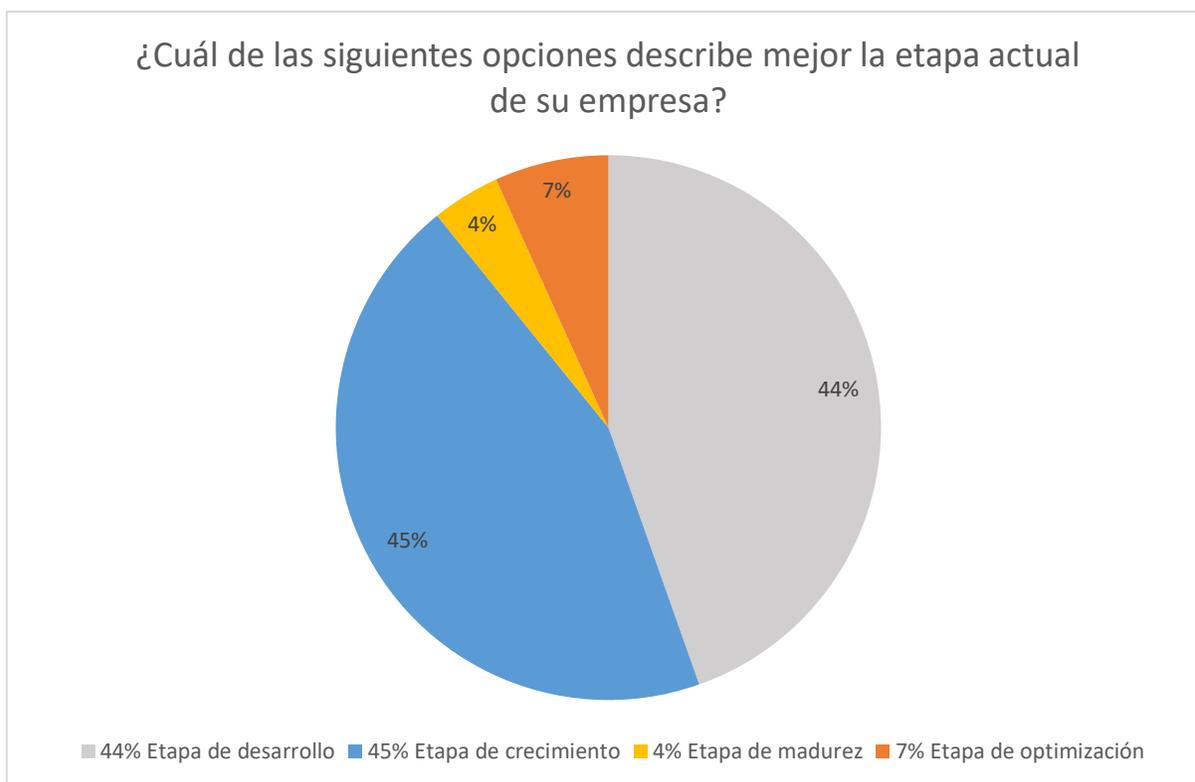
³ **Etapa de desarrollo:** Procesos operativos y de producción limitados, tecnología básica, formación del personal limitada, las pymes de mujeres están en sus inicios.

Etapa de crecimiento: Han empezado a documentar los procesos, se ha implantado alguna tecnología para apoyar al negocio, algunos empleados están capacitados formalmente para desempeñar su función.

Etapa de madurez: La mayoría de los procesos están documentados, existe la tecnología adecuada para apoyar a la organización e implementar la formación para todos los empleados.

Etapa de optimización: todos los procesos están documentados, las pymes de mujeres cuentan con las plataformas tecnológicas adecuadas para nuestro negocio, los empleados han recibido formación y siguen trabajando en las oportunidades de mejora.

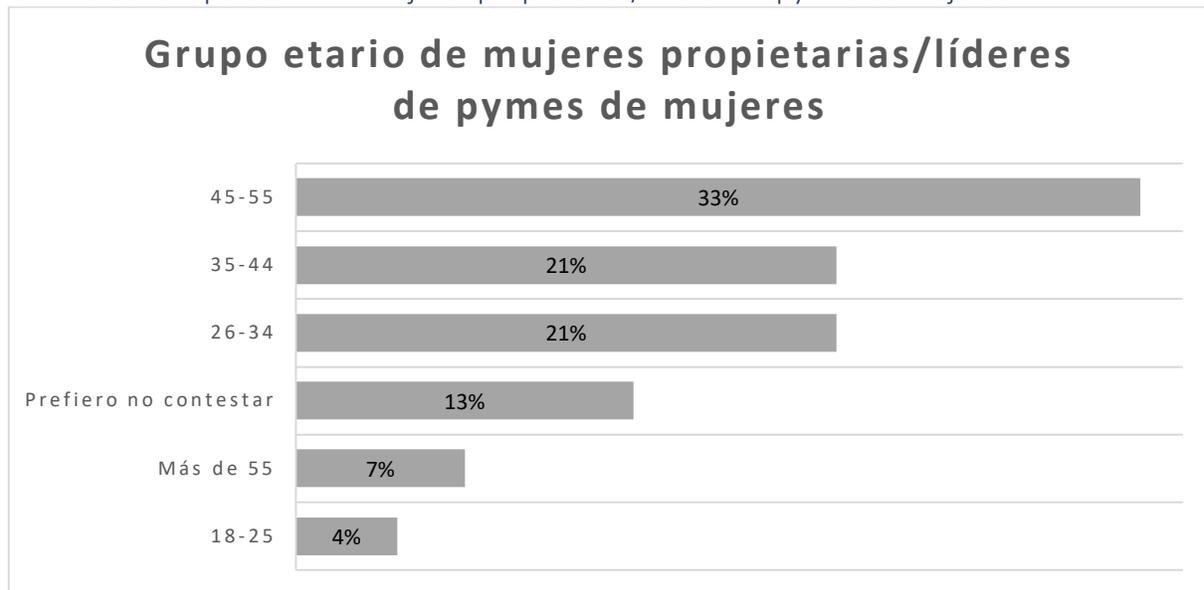
Gráfico 9. Etapas de Desarrollo de las pymes de mujeres



El hecho de que la mayoría de las pymes de mujeres informen de que se encuentran en estas primeras fases de desarrollo indica que la formación básica en materia de desarrollo empresarial y de productos podría ser valiosa para el personal administrativo. El Proyecto podría investigar estas áreas para la propuesta de formación a futuro. Como se muestra en el gráfico 8, una cuarta parte de las pymes de mujeres encuestadas comenzó su actividad en los últimos 2 años (25%), es decir, dentro del marco temporal de COVID-19. Esto es coherente con los datos de la encuesta nacional de microempresas de los hogares de Costa Rica de 2021, que registró un aumento del 23,6% de las mipymes. Algunas de las empresarias encuestadas declararon que iniciaron su negocio por necesidad en medio de la pandemia, respondiendo a una necesidad durante ese tiempo, y mostrando el moderado nivel de emprendimiento en Costa Rica (Acs, 2006) (más detalles en la sección COVID-19).

Asimismo, cuando se les pide que se identifiquen dentro de un grupo de edad, la mayoría de las encuestadas indican que son jóvenes o de mediana edad (véase el gráfico 10). En general, en esta etapa de la vida las mujeres hacen malabarismos con las múltiples responsabilidades de llevar un negocio, ser madres, cuidar de los progenitores ancianos y otras labores domésticas. Es de vital importancia que las actividades del Proyecto tengan en cuenta esta realidad y logren un equilibrio a la hora de proponer actividades de desarrollo de capacidades. Es importante reiterar que en Costa Rica las mujeres dedican el 22,1% de su jornada al trabajo doméstico y de cuidados no remunerado (WB Gender Data, 2022).

Gráfico 10. Grupo etario de mujeres propietarias/líderes de pymes de mujeres



En cuanto a la inscripción de las empresas, el 69% de las pymes de mujeres encuestadas están inscritas formalmente. De estas, más de la mitad son empresas unipersonales, un tercio son sociedades colectivas y muy pocas son sociedades limitadas y sociedades anónimas (véanse los gráficos 11 y 12). El 31% de las pymes de mujeres que declararon que sus empresas no están registradas formalmente, señalaron como principales factores el coste asociado al registro, junto con la falta de conocimientos sobre cómo realizar ese proceso (véase el gráfico 13).

La falta de una estructura empresarial oficial puede estar obstaculizando el acceso de las pymes de mujeres a los servicios financieros, el crédito, las cadenas de suministro mundiales, la contratación pública y la posibilidad de obtener una certificación de propiedad femenina, entre otras cosas. Todos estos factores requieren un nivel de competencia en materia de contabilidad, mantenimiento de registros y presentación de informes financieros, al que las empresas informales pueden no tener acceso, o que puede no merecer la pena para aquellas microempresas que no tienen una estrategia de crecimiento.

Gráfico 11. Registro de las pymes de mujeres

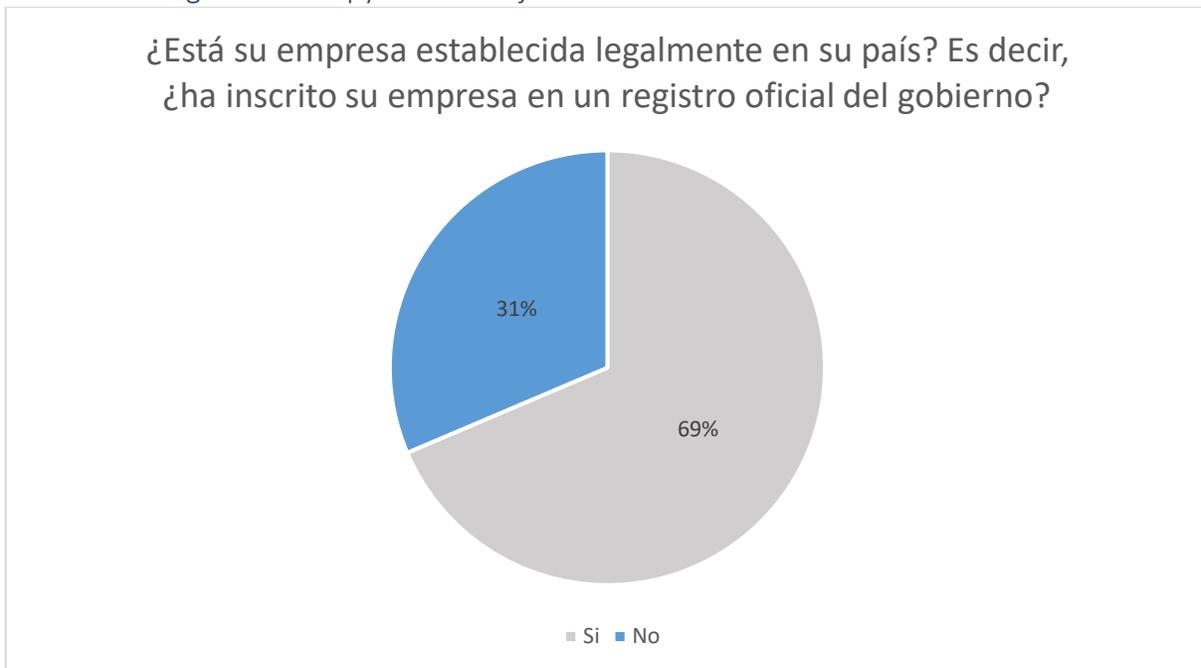


Gráfico 12. Tipo de registro de las pymes de mujeres

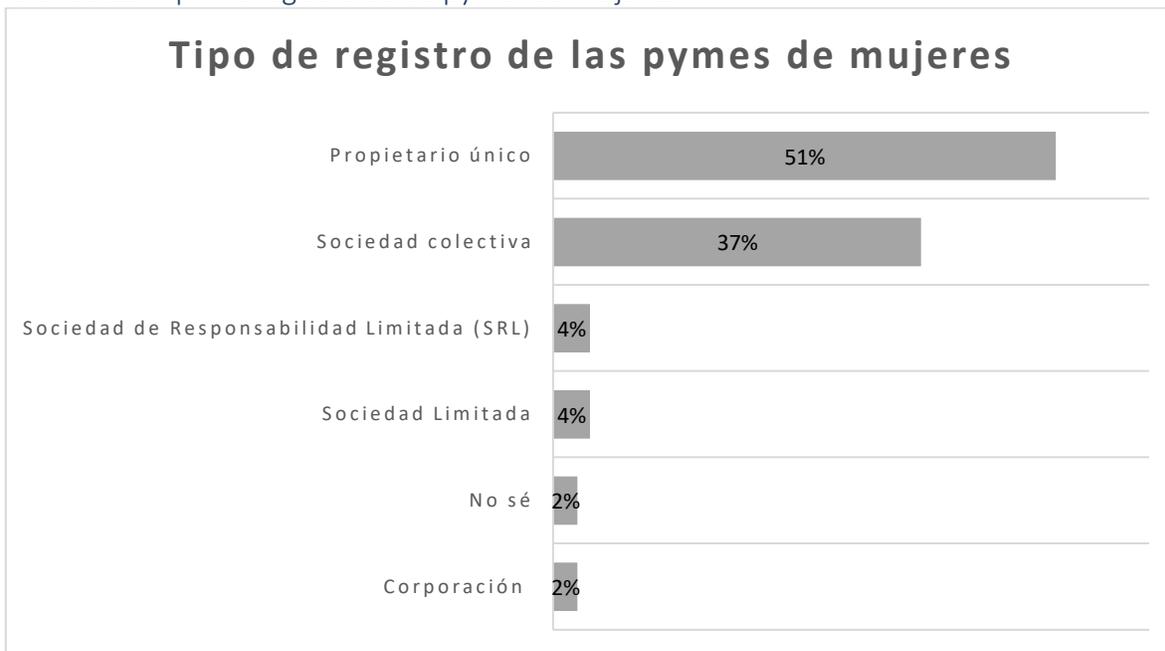
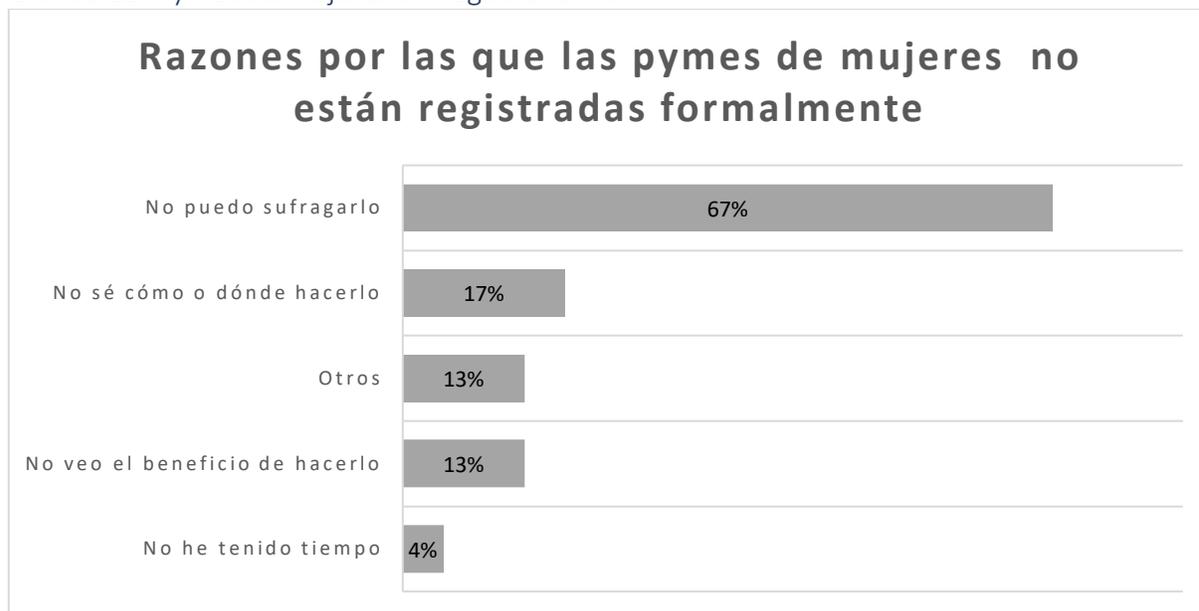


Gráfico 13. Pymes de mujeres sin registro formal



En Costa Rica, el registro de una empresa puede ser complejo y oneroso. El registro conlleva 10 pasos, empezando por la comprobación de la disponibilidad de un nombre de empresa y terminando con la obtención de una licencia comercial. La tramitación tarda 23 días, sin contar el tiempo que el propietario de la empresa dedica a reunir la información necesaria, lo cual puede costar hasta 1.200 USD. (Costa Rica Doing Business, 2020),⁴ dos veces el salario mínimo en Costa Rica (MTSS, Lista de salarios mínimos del sector privado, 2022).⁵ Este costo no incluye los honorarios profesionales pagados a los abogados, que se encargan de obtener la reserva de nombre; la redacción y presentación de los artículos de incorporación, los documentos de la sociedad, o cualquier otro documento relacionado; y la asistencia en la obtención de un seguro de riesgo fiscal y laboral, y otros permisos.

En resumen, el proceso de registro puede ser arduo para las pymes de mujeres. Además, algunos encuestados afirmaron que no ven el beneficio de registrar su empresa. Por lo tanto, se puede deducir que no solo existe una falta de conocimiento sobre cómo formalizar una empresa, sino también sobre las oportunidades que un registro formal podría tener para las empresas, algunas de las cuales se detallan más arriba. La formalización de las pymes de mujeres podría formar parte de una estrategia de crecimiento sostenible. Esta es un área en la que el Proyecto puede trabajar dentro de un programa de formación en desarrollo empresarial.

⁴ La última edición del Doing Business 2020 del Grupo del Banco Mundial midió la complejidad del procedimiento, el tiempo y el coste de iniciar un negocio. El Doing Business ha sido discontinuado a partir del 9 de septiembre de 2021. Los datos y la metodología para evaluar el inicio de un negocio en Costa Rica siguen siendo aceptables para utilizar como referencia para el procedimiento, el costo y el tiempo. El Doing Business 2020 de Costa Rica describe el proceso de registro y el costo.

⁵ El salario mínimo oficial en Costa Rica para el año 2022 pasa de 600 a 1.300 USD mensuales.

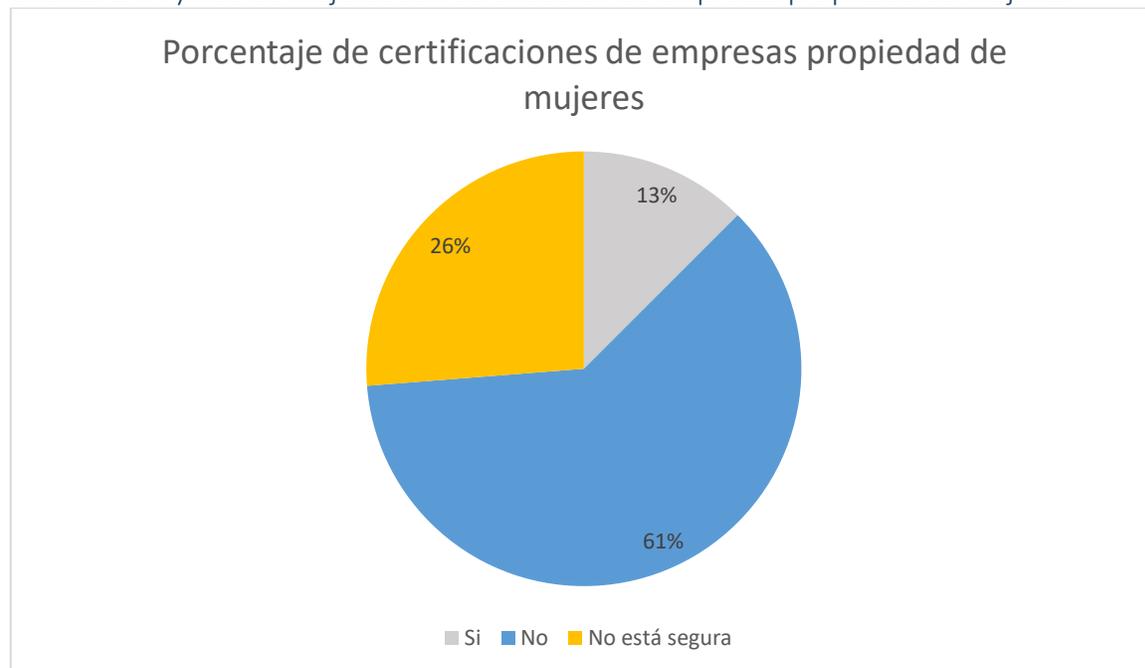
Se preguntó a empresarias si sus empresas eran empresas certificadas como de propiedad de mujeres. La mayoría no lo son, como se muestra en el Gráfico 14. Ser una empresa certificada como propiedad de mujeres puede aportar beneficios a las pymes de mujeres.

Por ejemplo, las empresas certificadas como propiedad de mujeres tienen acceso a:

- compradores globales por medio de programas de abastecimiento inclusivo,
- eventos y programas de diversidad de proveedores,
- programas de donantes de Instituciones Financieras Internacionales (IFI), formación y oportunidades de compra, y
- redes de empresas propiedad de mujeres

Esta es un área en la que el socio del Proyecto que brinda certificaciones (WEConnect International) tiene un papel importante al comunicar a las pymes de mujeres de Costa Rica los beneficios de estar formalmente certificadas como empresas propiedad de mujeres.

Gráfico 14. Pymes de mujeres con certificación de empresas propiedad de mujeres



También se preguntó a las pymes de mujeres si formaban parte de las cadenas de suministro mundiales y si exportaban sus productos y servicios. La inmensa mayoría no lo hace, como se ilustra en los gráficos 15 y 16.

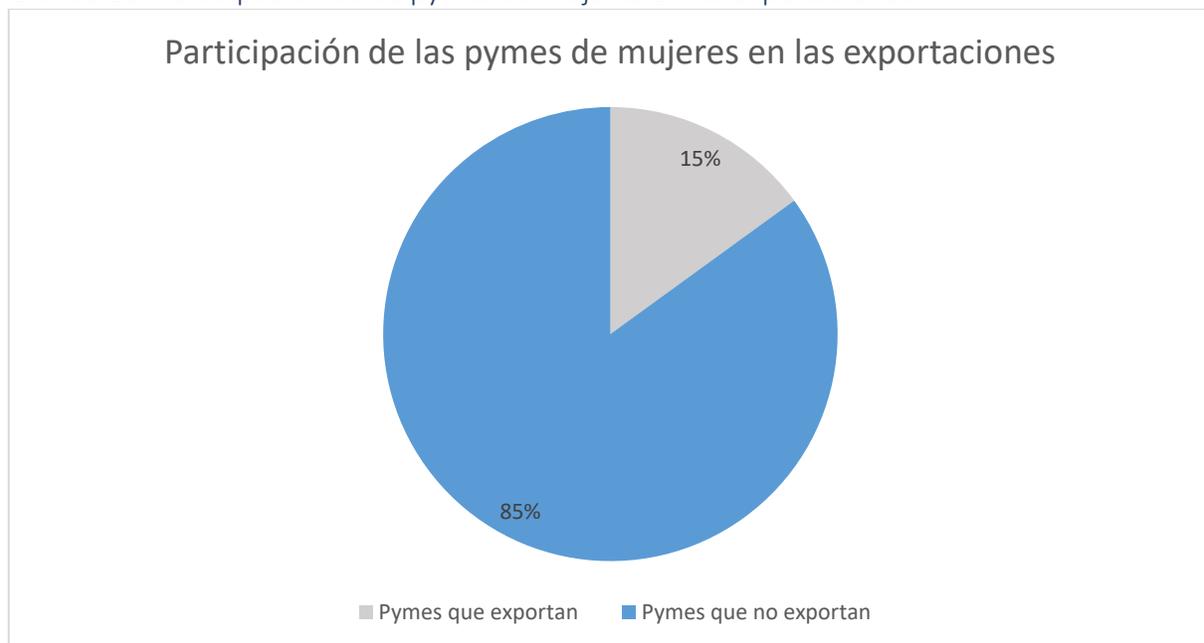
Gráfico 15. Participación de las pymes de mujeres en las cadenas de suministro mundiales



La razón de la escasa participación en la exportación, así como en las cadenas de valor mundiales, podría atribuirse al hecho de que la mayoría de las pymes de mujeres de la muestra encuestada son empresas nuevas, sin formalizar y en fases tempranas de desarrollo. Además, la mayoría son microempresas con una capacidad de producción limitada.

Emprender el desarrollo de negocios internacionales para exportar o vender a las cadenas de valor mundiales es complejo, pero suele reportar beneficios a las empresas, desde establecer nuevos flujos de ingresos, obtener ventajas competitivas, hasta acceder a incentivos gubernamentales específicos para empresas globales. La capacitación especializada para el desarrollo empresarial y la participación en eventos de promoción de las exportaciones, como ferias y misiones comerciales bajo un enfoque de grupo, podrían incorporarse a las etapas de Activación y Aceleración del Proyecto. El enfoque por grupos puede aprovechar la ubicación conjunta o la proximidad de las pymes de mujeres participantes. Las aportaciones a las actividades de promoción de las exportaciones pueden planificarse en torno a la facilitación de la creación de redes y la cooperación entre los participantes en el WE3A. Como consecuencia, los resultados esperados pueden incluir la creación de puentes entre los diferentes ecosistemas, permitiendo la innovación, el acceso a las cadenas de valor mundiales y el aumento de las exportaciones.

Gráfico 16. Participación de las pymes de mujeres en las exportaciones



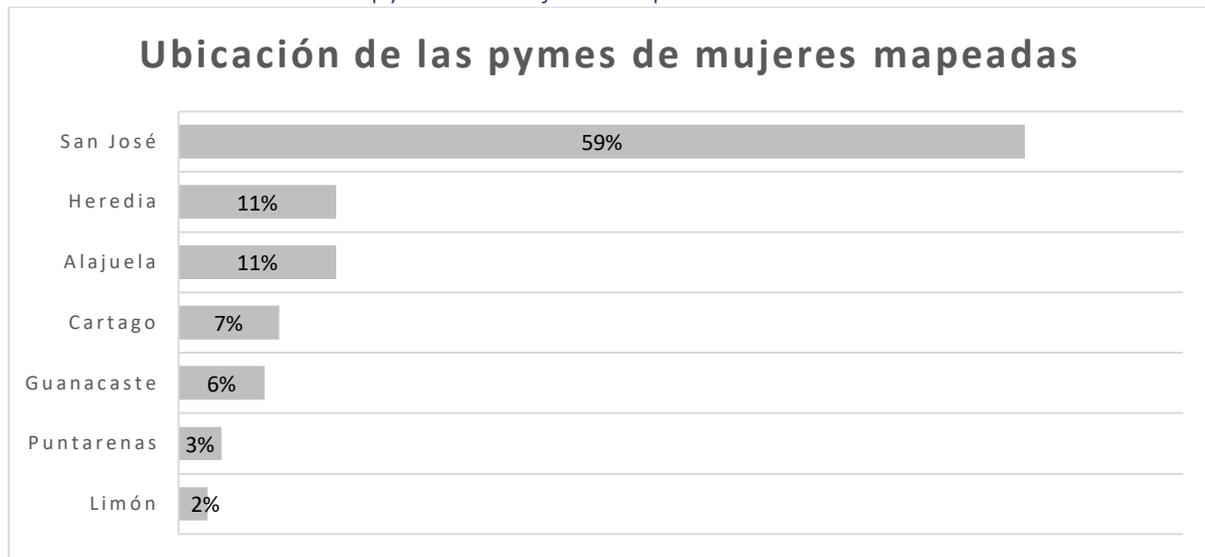
Las pymes de mujeres que sí exportan sus bienes y servicios indicaron que sus mercados se concentran en América Central, seguido de América del Sur, y una parte menor de las exportaciones en Europa y América del Norte.

En conclusión, el aumento de las exportaciones y la participación en las cadenas de suministro mundiales son objetivos clave del Proyecto y las actividades de WE3A se desarrollarán para alcanzar dichos objetivos.

Ubicación de las pymes de mujeres

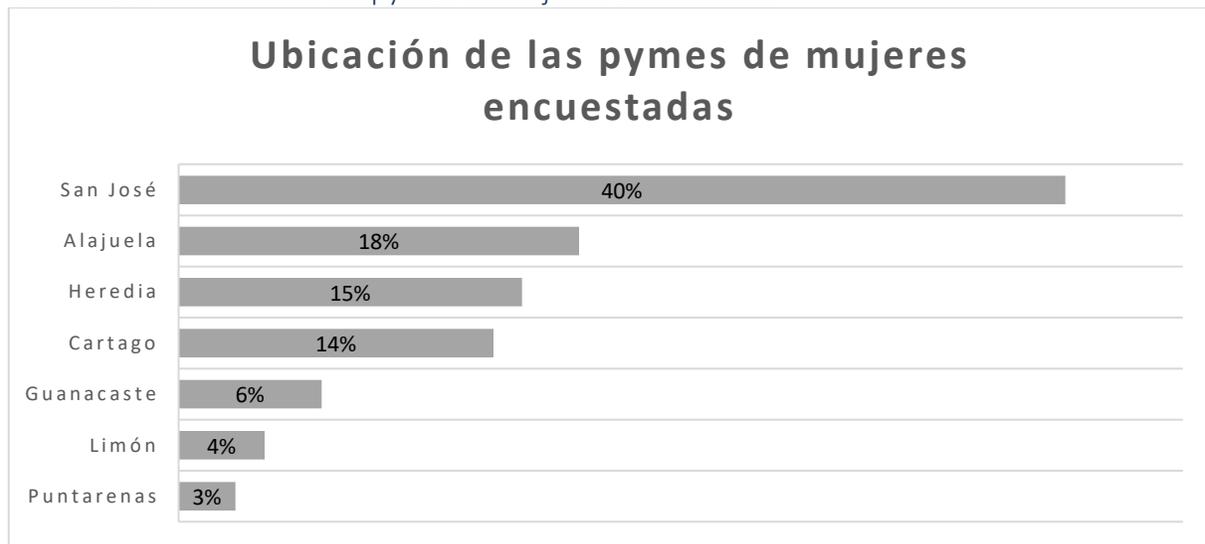
La mayor parte de la población de Costa Rica se concentra en las zonas urbanas y, en consecuencia, la muestra refleja que el nivel de emprendimiento femenino es mayor en las regiones urbanas. Esta correlación puede explicarse no solo en función de la densidad de población, sino también por el hecho de que en las zonas urbanas se concentra un mayor acceso al capital, la educación y otros servicios, incluidas las organizaciones de apoyo a empresarias (véase el gráfico 17).

Gráfico 17. Ubicación de las pymes de mujeres mapeadas



Asimismo, la participación en la consulta fue mayor en las zonas urbanas. La mayor proporción de pymes de mujeres que completaron la encuesta se dio en San José (40%), como se muestra en el gráfico 18. Aunque el tamaño de la muestra fue mayor en San José, en correlación con la distribución de la población nacional, es importante destacar que el uso de Internet varía en casi un 10% en las zonas urbanas en comparación con las rurales. Los últimos datos de la Unión Internacional de Telecomunicaciones muestran que el porcentaje de usuarios de Internet en las zonas urbanas de Costa Rica es del 83,1% de la población, mientras que en las zonas rurales se sitúa en un 73.7% (Statistics, Gender ICT Statistics, 2020). Esta diferencia podría haber repercutido en la participación fuera de San José y poner de manifiesto una brecha que puede ser importante a la hora de planificar la formación en línea.

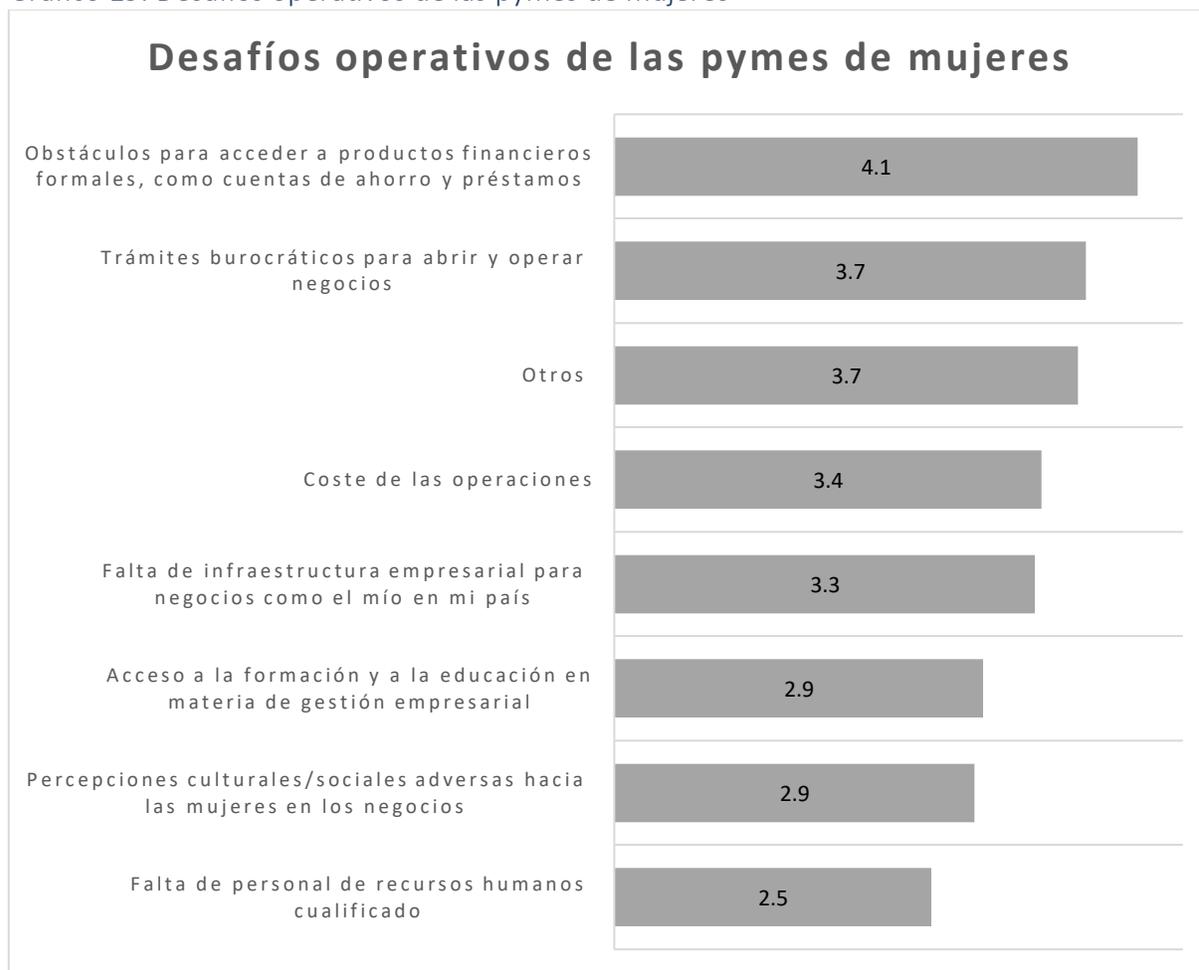
Gráfico 18. Ubicación de las pymes de mujeres encuestadas



Desafíos Operativos de las pymes de mujeres

Para analizar las dificultades que encuentran las mujeres empresarias en Costa Rica, se pidió a las pymes de mujeres que calificaran sus desafíos operativos en una escala de 1 a 5, siendo 5 el mayor impacto del desafío. Los resultados se recogen en el gráfico 19:

Gráfico 19. Desafíos operativos de las pymes de mujeres



Como muestra el gráfico 19, el mayor reto señalado es la falta de acceso al financiamiento. Este es un reto que experimentan las empresas propiedad de mujeres en todo el mundo. La mayoría de los estudios realizados en este ámbito coinciden en que el reto de acceder al financiamiento puede estar asociado a que las pymes de mujeres operan en sectores altamente competitivos y de bajo crecimiento, así como a la calificación crediticia con sesgo de género (Entrepreneurship at a Glance, 2016). En algunos países, las mujeres tienen menos acceso a los servicios financieros básicos, como una cuenta corriente y/o de ahorro, lo que repercute en su historial crediticio/bancario. Por ejemplo, los datos del Portal de Datos de Género del Banco Mundial muestran que en Costa Rica solo el 60,9% de las mujeres de 15 años o más tienen una cuenta en un banco u otra institución financiera (WB Gender Data, 2022).

Los trámites burocráticos para abrir y operar un negocio son el segundo obstáculo más difícil. En el apartado "Otros", las encuestadas declararon retos relacionados principalmente con el acceso a productos financieros, dificultades para encontrar contactos comerciales, dificultades para obtener los conocimientos digitales necesarios para comercializar el negocio en línea, impuestos excesivos y falta de materia prima para la producción (algunos de estos obstáculos se analizarán en la sección COVID-19).

Se preguntó a las empresarias qué tipo de apoyo necesitaban para gestionar con éxito su negocio. Les dieron una puntuación del 1 al 5, siendo el 5 el que más apoyo necesitaba. De las diversas ofertas de apoyo enumeradas en la encuesta, "Otros" resultó ser la más destacada, donde incluyeron la necesidad de productos financieros para obtener capital para llevar a cabo su negocio, lo que complementa a la segunda respuesta más frecuente en términos de apoyo necesario, tal y como se indica en el gráfico 20 a continuación. Todos los demás tipos de apoyo tienen el mismo peso.

Gráfico 20. Apoyo requerido por las pymes de mujeres para operar



Es importante resaltar que en el momento de la consulta (abril-mayo de 2022) las pymes de mujeres todavía estaban haciendo frente a los problemas de la pandemia mundial de COVID-19. En la sección relacionada con el efecto de la COVID-19 en el ecosistema se explicará esto con más detalle.

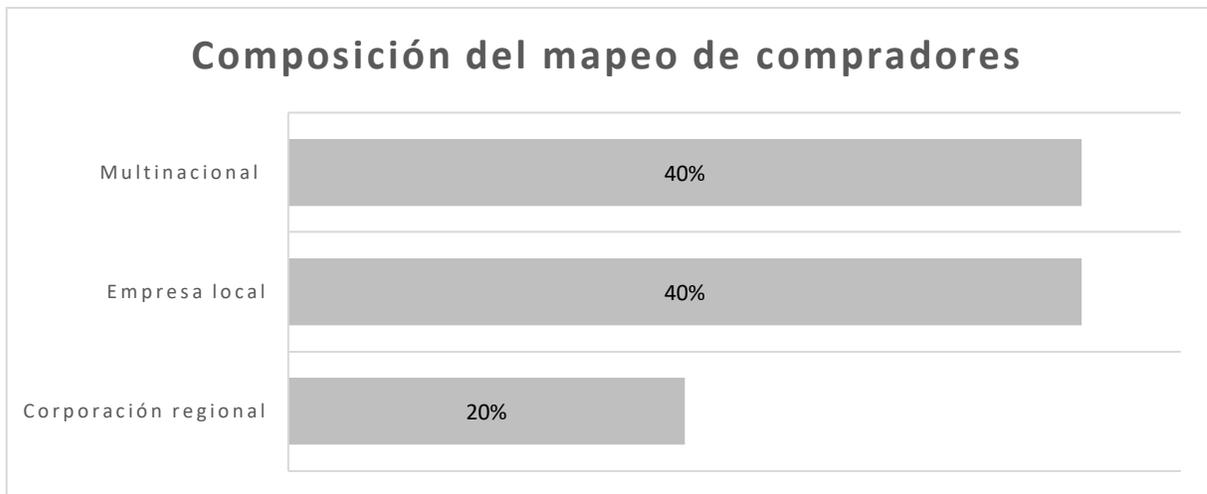
Perfil de los compradores en el ecosistema de las pymes de mujeres ⁶

Se analizó una muestra de empresas con presencia local como potenciales compradores de los servicios y productos ofrecidos por las pymes de mujeres. Se trata de empresas que tienen un importante poder adquisitivo en Costa Rica.

⁶ Para esta sección se mapearon 70 compradores y 34 respondieron a la encuesta.

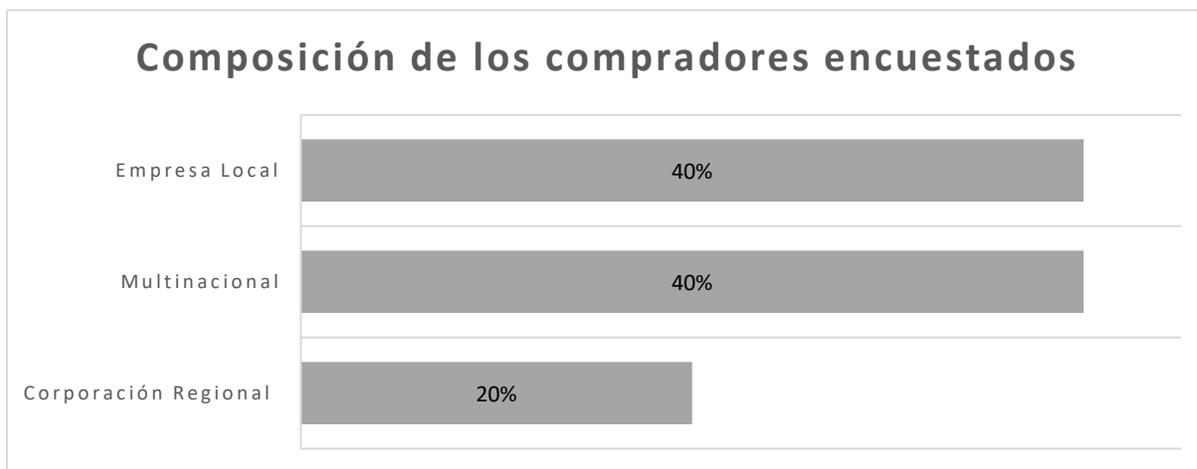
La muestra del mapeo de compradores estuvo compuesta por empresas multinacionales, empresas regionales y empresas locales, como se muestra en el gráfico 21. Tener la capacidad de dirigirse a las empresas internacionales establecidas en el país, además de a las empresas locales, será valioso para las actividades del Proyecto en términos de seguir construyendo y ampliando un ecosistema resiliente para las pymes de mujeres. Esto dará lugar a un ecosistema menos volátil a las recesiones mundiales, por ejemplo, los efectos financieros causados por la pandemia de COVID-19. Para los compradores, la incorporación de las pymes de mujeres locales a su cadena de suministro supone la ventaja de contar con una base de proveedores más resiliente y diversificada, con nuevos talentos y perspectivas para los servicios, así como oportunidades de crecimiento económico en el mercado y una posible reducción de los costes de transporte. Para las pymes de mujeres, poder vender a empresas clave del mercado podría permitirles un crecimiento sostenible.

Gráfico 21. Mapeo de compradores



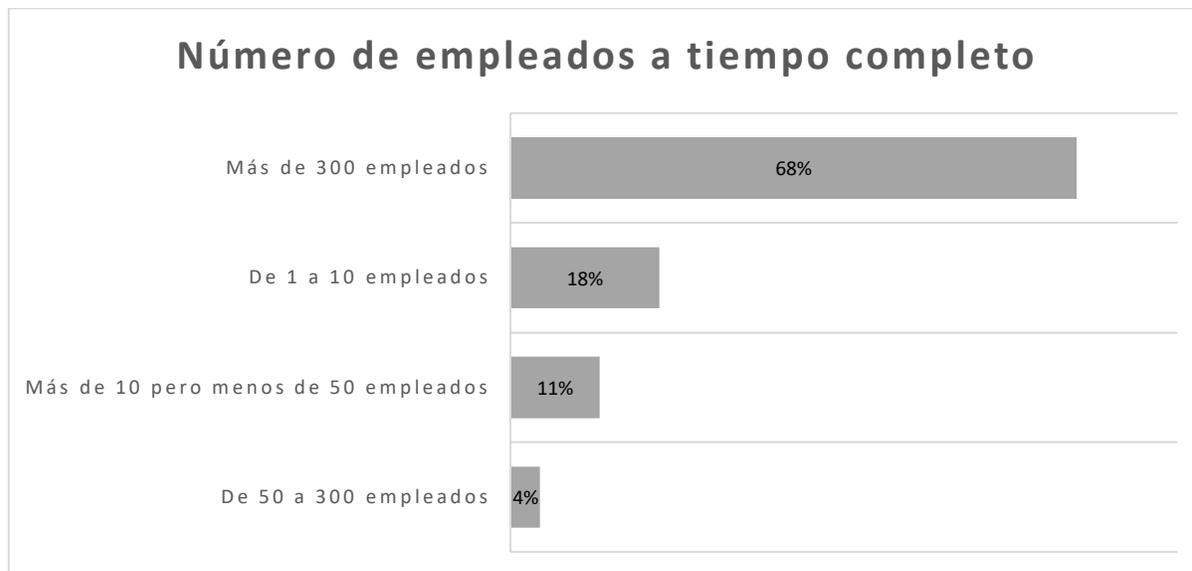
La composición de los compradores que participaron en la encuesta se muestra en el gráfico 22.

Gráfico 22. Compradores encuestados



La mayoría de los compradores consultados son grandes organizaciones con más de 300 empleados a tiempo completo, con una participación femenina media del 49,57%, como se muestra en el gráfico 23. El resto son pequeñas y medianas organizaciones que no se consideran pymes debido al umbral de ingresos de más de 2.5 millones USD establecido en los criterios de asignación de la metodología (véase el Apéndice I).⁷

Gráfico 23. Número de empleados a tiempo completo de los compradores

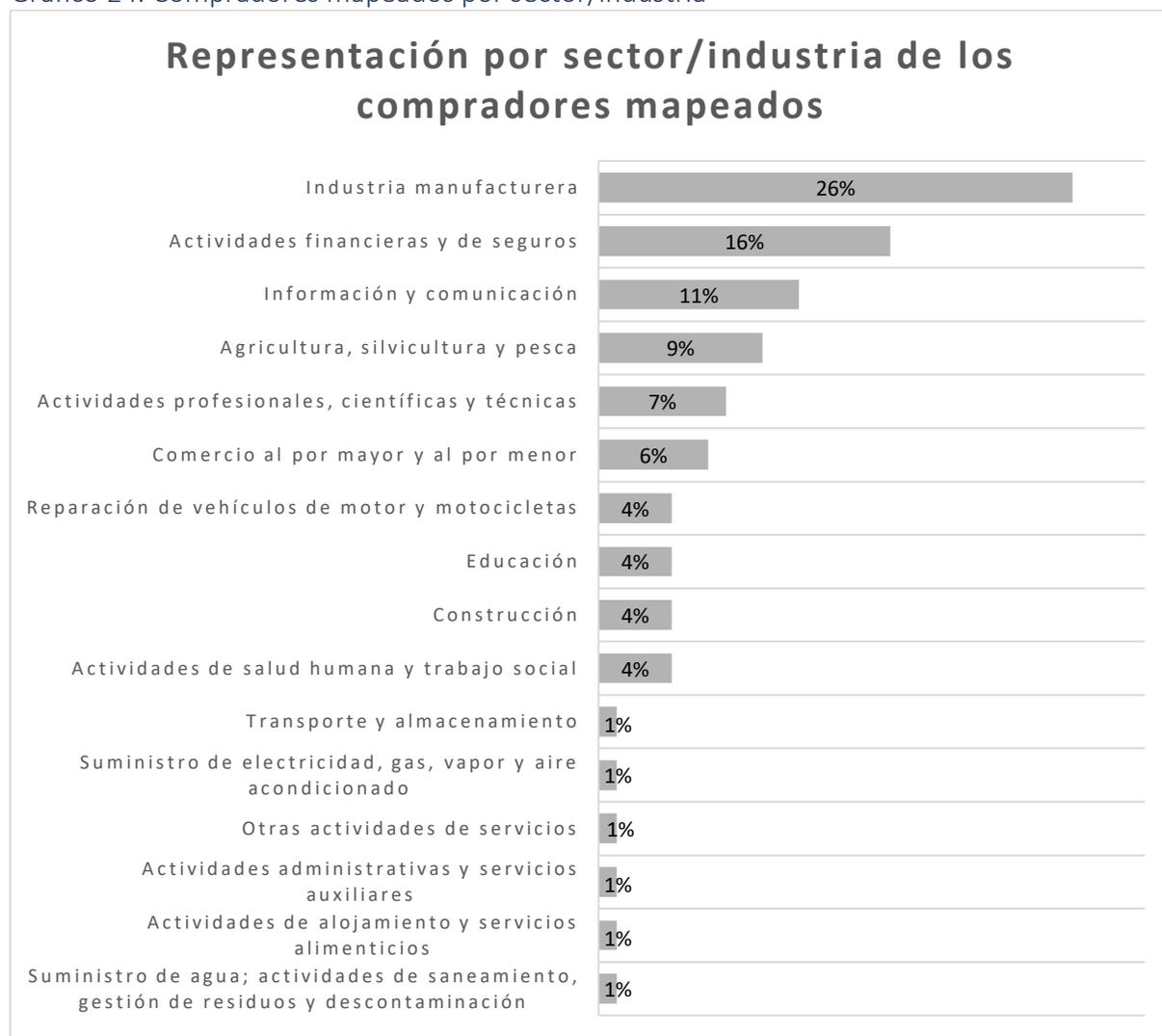


La representación sectorial/industrial de la muestra del mapeo se indica en el gráfico 24. La mayor proporción de compradores corresponde a los siguientes sectores: industria

⁷ De acuerdo con la metodología de la investigación, la definición de pymes utilizada es: "Para ser considerada una pequeña y mediana empresa (pymes), la empresa puede tener hasta 300 empleados y unos ingresos brutos totales de hasta 2.5 millones USD".

manufacturera (26%), actividades financieras y de seguros (16%) e información y comunicación (11%).

Gráfico 24. Compradores mapeados por sector/industria



La representación sectorial de los compradores que participaron en la encuesta se muestra en el gráfico 25 y no se corresponde totalmente con el mapeo de la investigación secundaria. Según la investigación secundaria, la representación es mayor en la venta al por mayor y al por menor, con un 29%, seguida de la industria manufacturera, con un 24%, y la agricultura, la silvicultura y la pesca, así como los servicios de alojamiento y alimentación, con un 8%. No obstante, en comparación con la representación sectorial de las pymes de mujeres, tanto en la investigación secundaria como en la encuesta, los sectores de los compradores se correlacionan con aquellos en los que las empresas propiedad de mujeres son más activas (véanse los gráficos 1 y 2 en comparación con los gráficos 24 y 25).

Los datos sobre la representación del sector crean dos escenarios: en primer lugar, las pymes de mujeres y las empresas más grandes compiten en el mismo mercado y, por lo tanto, las pymes de mujeres tienen que trabajar en una ventaja competitiva única para mantenerse en el negocio. En segundo lugar, estas pymes de mujeres están vendiendo sus productos y servicios a las empresas más grandes y ya están encajando en la cadena de suministro existente. Los datos de la encuesta muestran que, de hecho, las pymes de mujeres utilizan ambos canales de venta, el B2C y el B2B (véase el gráfico 5).

Gráfico 25. Compradores encuestados por sector/industria

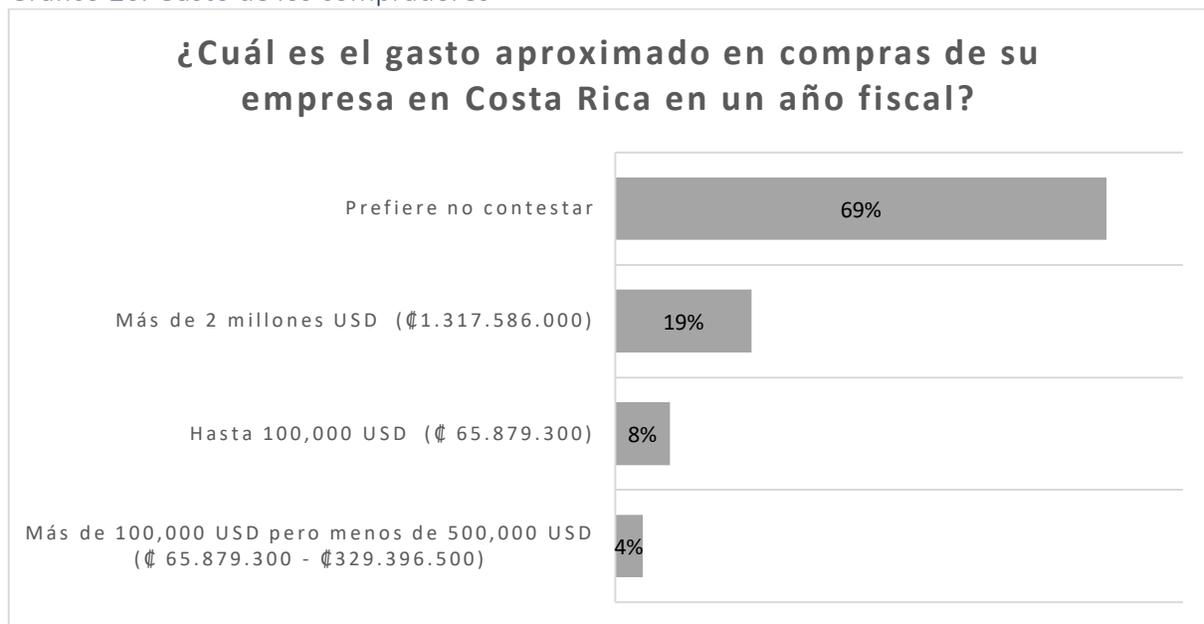


Patrones de compra de los compradores

Para comprender las oportunidades que existen para las pymes de mujeres, se plantearon a los compradores varias preguntas relacionadas con sus gastos y prácticas de compra. Los gráficos 26 a 29 siguientes, resumen las respuestas.

A partir de los resultados se puede inferir que la mayoría de los compradores en Costa Rica prefieren no revelar cuánto gastan en compras.

Gráfico 26. Gasto de los compradores



La representación de los proveedores locales es de baja a moderada, y la mayoría de los compradores se encuentran en el rango de 20 a 100. La participación baja a moderada de los proveedores locales podría ser una oportunidad para que las pymes de mujeres de Costa Rica se posicionen ante estos compradores.

Gráfico 27. Número de proveedores locales de los compradores

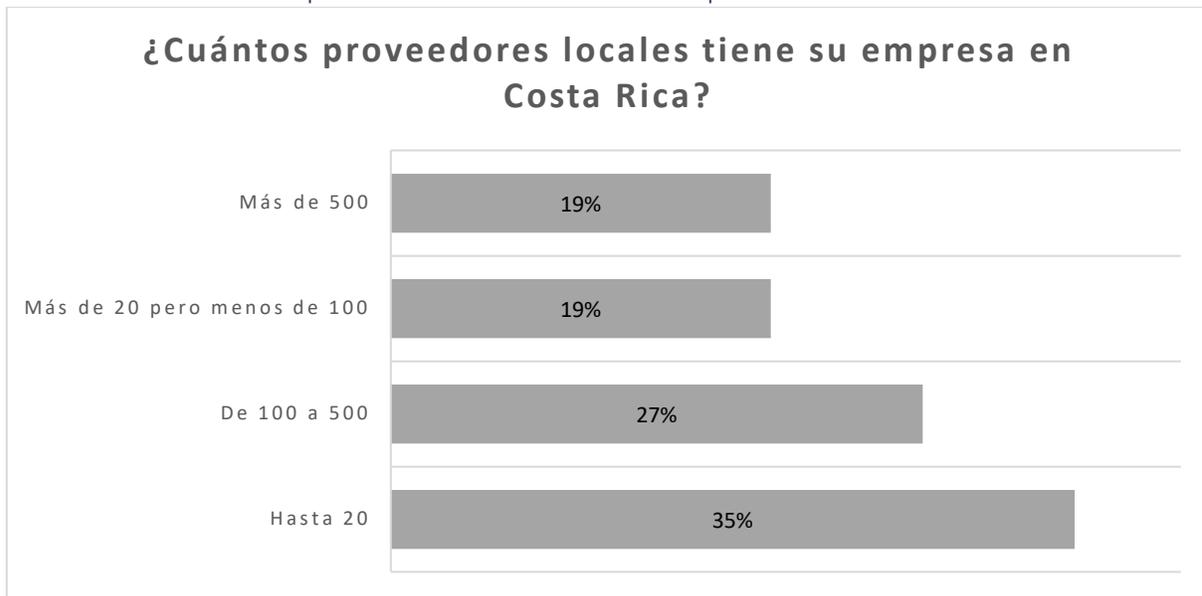


Gráfico 28. Compras más frecuentes de los compradores por producto/servicios

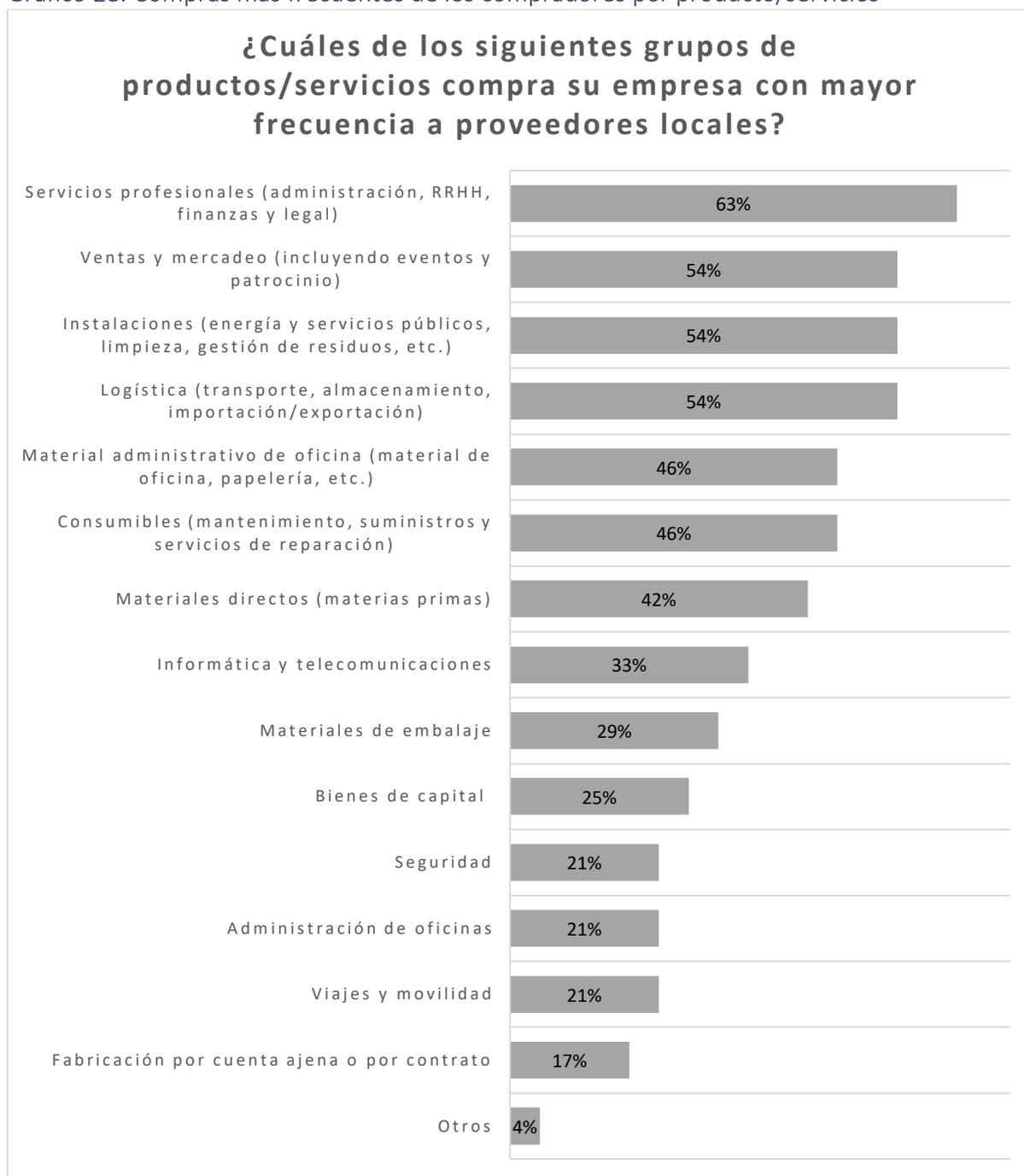
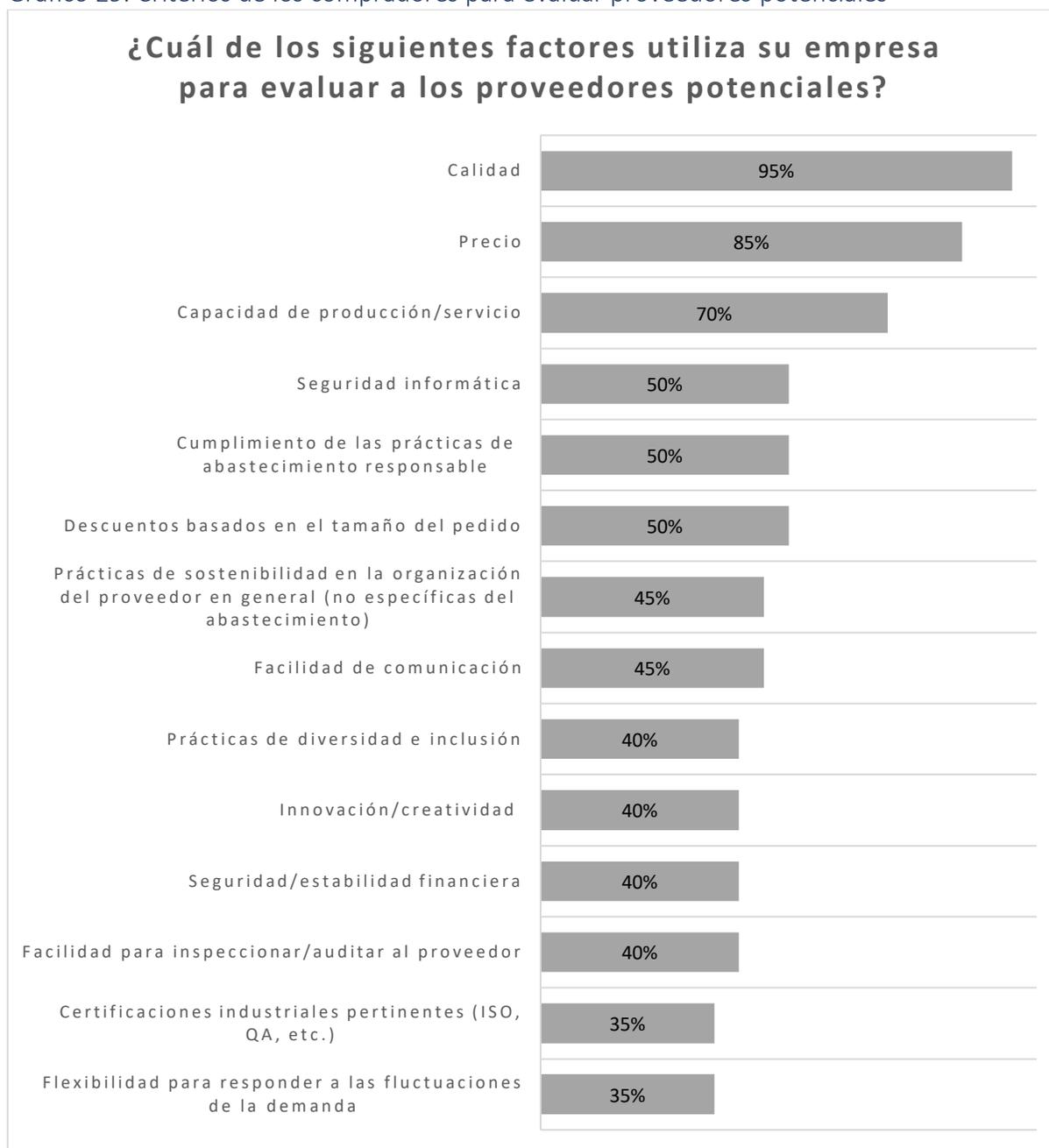


Gráfico 29. Criterios de los compradores para evaluar proveedores potenciales



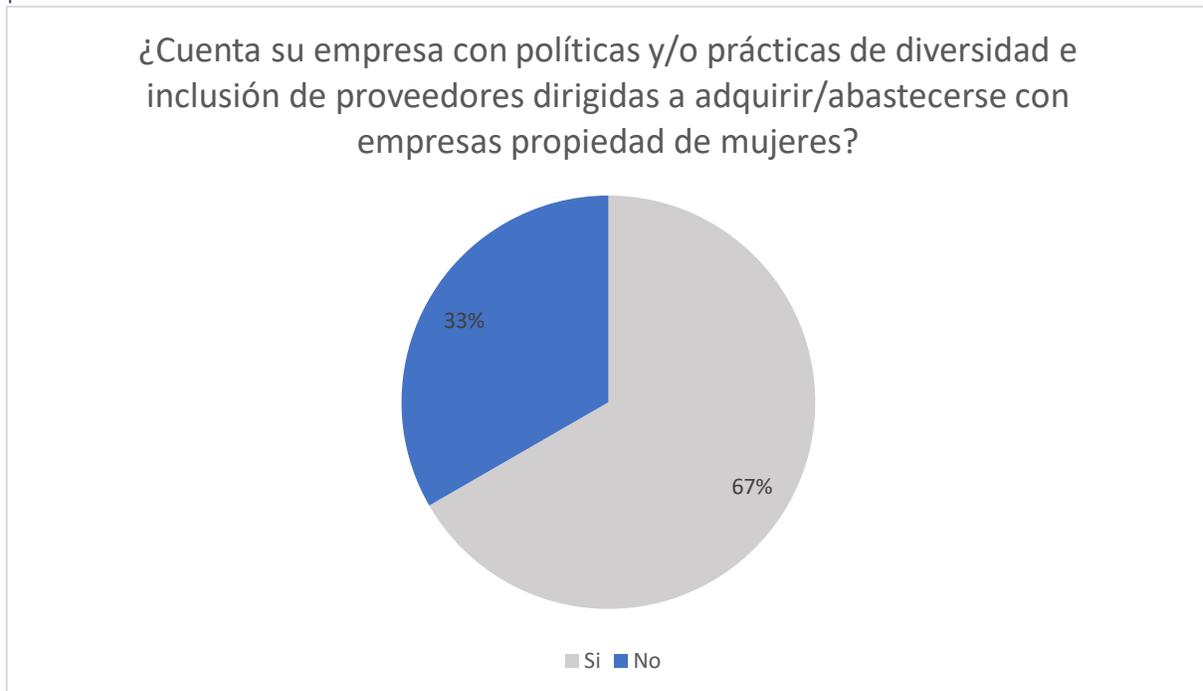
Comprender los criterios de los compradores para evaluar a los proveedores (véase el gráfico 29; los principales criterios son la calidad, el precio y la capacidad de producción) junto con el producto y los servicios que adquieren con más frecuencia de los proveedores locales (los servicios profesionales, las ventas y el mercadeo y el uso de instalaciones locales, según el gráfico 28) es una ventaja para el Proyecto. Esta información es valiosa no solo para desarrollar una formación específica para las pymes de mujeres, sino también para identificar aquellas pymes de mujeres que están preparadas para participar en eventos B2B con compradores potenciales, en función de los productos y servicios que ofrecen.

Abastecimiento con enfoque de género

No todos los compradores encuestados respondieron a las preguntas relacionadas con las políticas de diversidad e inclusión.

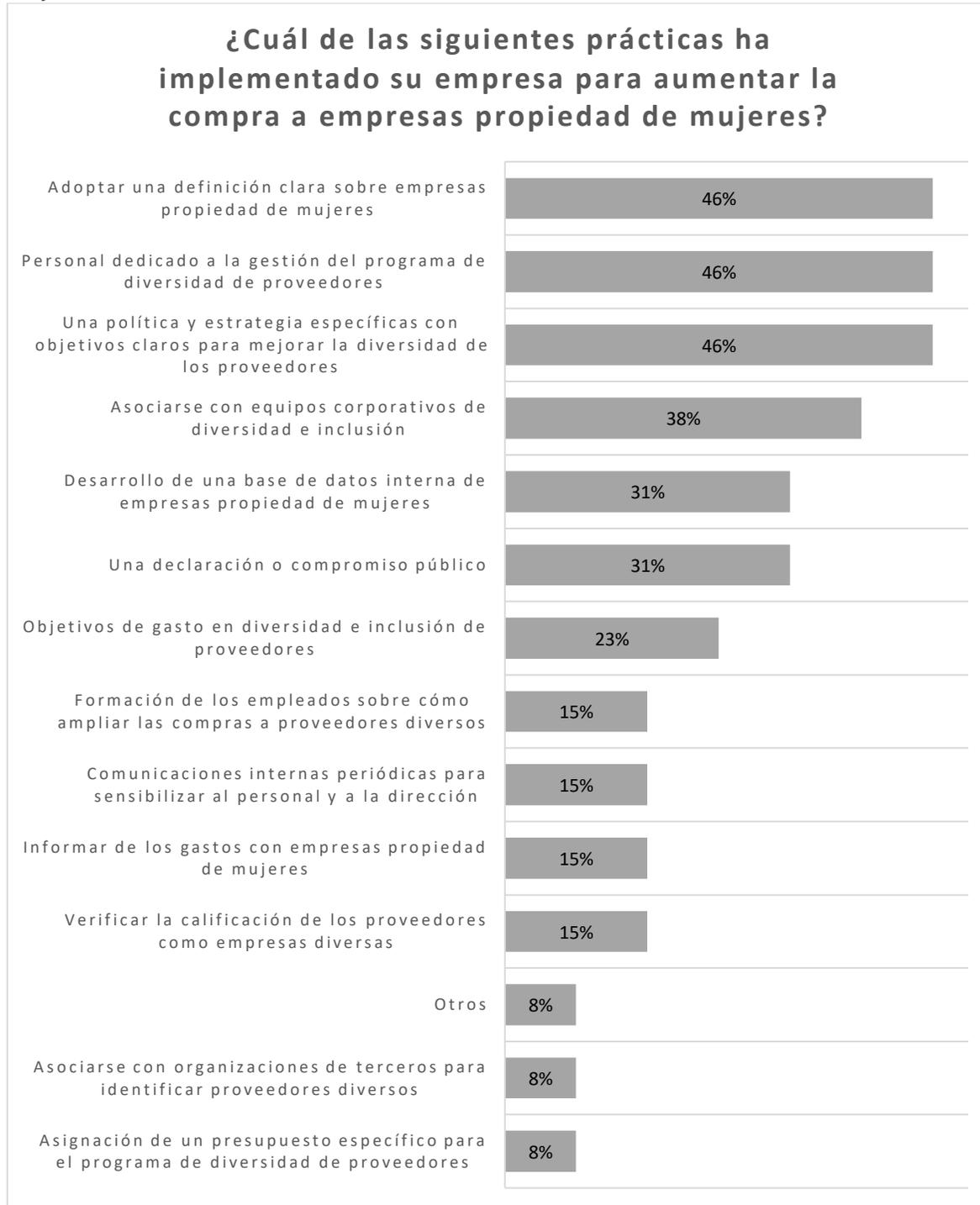
Por ejemplo, solo el 70% de los compradores encuestados respondió a la pregunta sobre programas relativos a la diversidad de proveedores. De los que respondieron, la mayoría dijo "sí" (67%) y un tercio dijo "no" (33%), como se muestra en el gráfico 30.

Gráfico 30. Participación de los compradores en políticas y/o prácticas de diversidad de los proveedores



A los que respondieron afirmativamente, se les hizo una pregunta complementaria sobre las prácticas específicas implementadas por los compradores. La muestra era demasiado pequeña para sacar conclusiones generales sobre las prácticas de compra, aunque proporciona información sobre lo que algunas empresas de Costa Rica están haciendo para mejorar la participación de las empresas propiedad de mujeres en sus actividades de compra, como se muestra en el gráfico 31. También demuestra que es necesario desarrollar y facilitar la formación en abastecimiento con perspectiva de género para los compradores en Costa Rica.

Gráfico 31. Prácticas de los compradores para abastecerse con empresas propiedad de mujeres



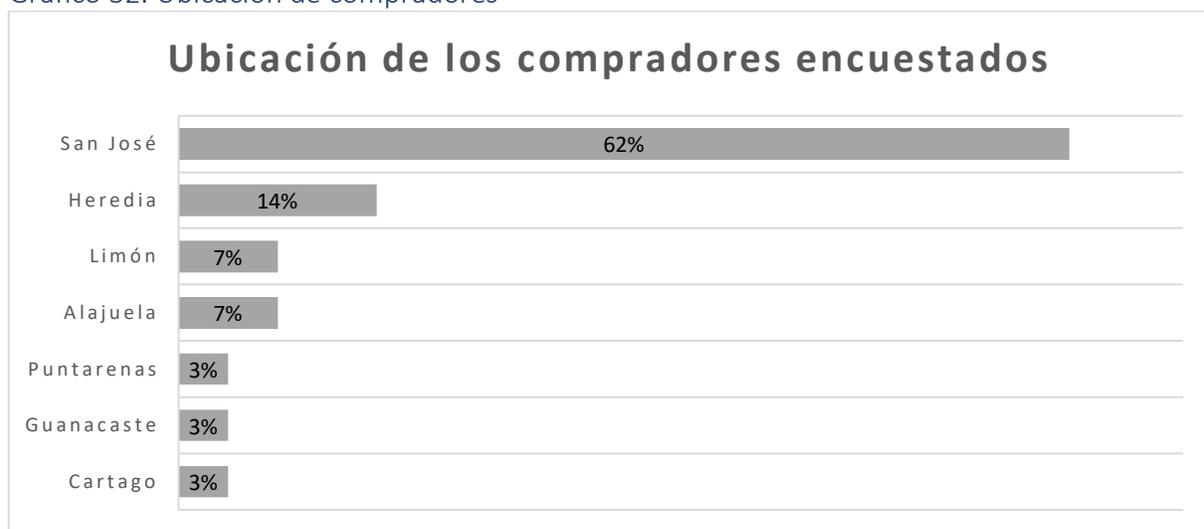
También se preguntó a los compradores si estaban asociados y/o utilizaban los servicios de organizaciones de apoyo a empresarias (OAE), ya que esto puede arrojar luz sobre el proyecto WE3A en cuanto a la forma de dirigirse a los compradores. Solo la mitad de los compradores encuestados respondió a esta pregunta. En total, el 37% dijo que "sí" y el 63%

que "no", lo que pone de manifiesto la necesidad de desarrollar una imagen institucional del proyecto WE3A. La imagen debe incluir a las OAE locales, pero no necesariamente depender de ellas para conseguir la participación de los compradores en el Proyecto.

Ubicación de los compradores

En cuanto a la ubicación de esos potenciales compradores, la muestra donde se ubicó el grueso de los compradores fue San José, con una proporción menor en las regiones de Heredia, Alajuela y Limón (ver gráfico 32). La ubicación de los compradores se correlaciona con la distribución de la población en el país, así como con los niveles de emprendimiento femenino por región. Estos datos podrían ser útiles a la hora de planificar las actividades de WE3A para permitir el establecimiento de contactos B2B y las interacciones entre las pymes de mujeres y los compradores.

Gráfico 32. Ubicación de compradores



Organizaciones de apoyo a empresarias en el ecosistema⁸

Las organizaciones de apoyo a empresarias (OAE) son organizaciones de apoyo sin fines de lucro, públicas, privadas, y con fines de lucro, asociaciones comerciales e industriales, etc., que sirven a las empresas locales y apoyan su crecimiento y éxito. Estas incluyen, por ejemplo: cámaras de comercio, asociaciones de comercio e industria, coaliciones, agencias gubernamentales, asociaciones de mujeres, incubadoras y organizaciones sectoriales. Las OAE desempeñan un papel fundamental en el apoyo al desarrollo económico local en general y pueden ser un excelente medio para apoyar el emprendimiento femenino.

⁸ Para esta sección se mapearon 38 OAE y 43 OAE respondieron a la encuesta. Además, se realizó una labor de acercamiento a las partes interesadas que se ajustan a las definiciones del mapeo utilizando las redes sociales y el correo directo, lo que impulsó la participación de las OAE más allá de la muestra mapeada.

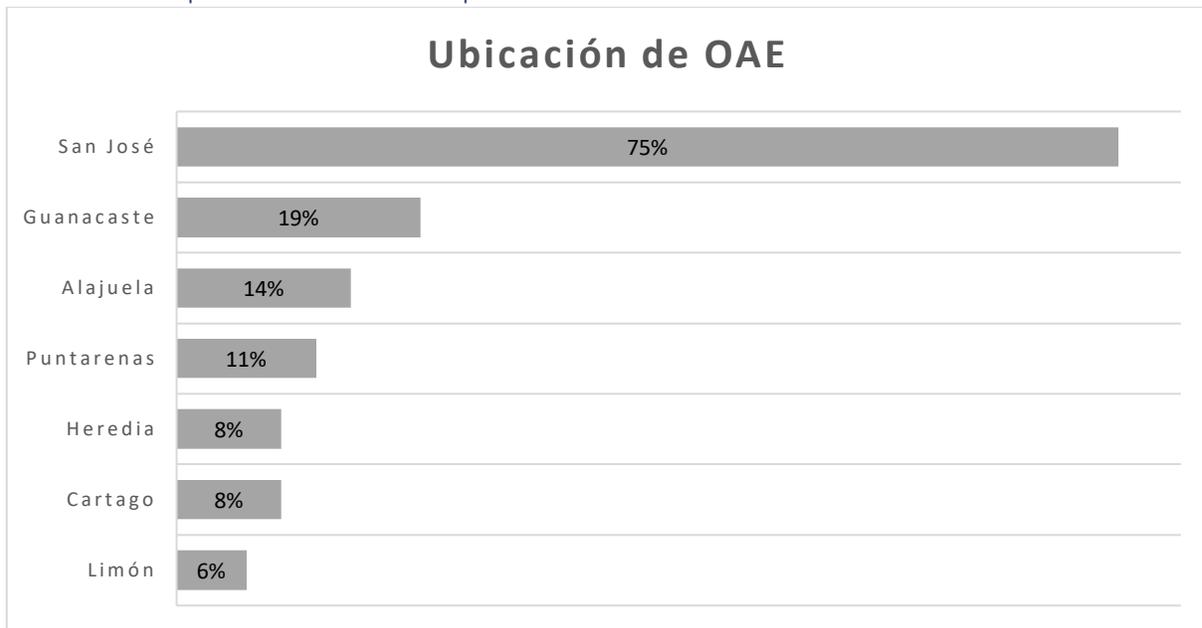
El mapeo de la investigación identificó una muestra de OAE que representan el ecosistema local en Costa Rica. El Apéndice II ofrece un resumen de las OAE que son más relevantes para el ecosistema de las pymes de mujeres y que, según se informa, son utilizadas por las pymes de mujeres encuestadas. El gráfico 33, a continuación, describe la composición por tipo de las OAE mapeadas.

Gráfico 33. OAE mapeadas por tipo



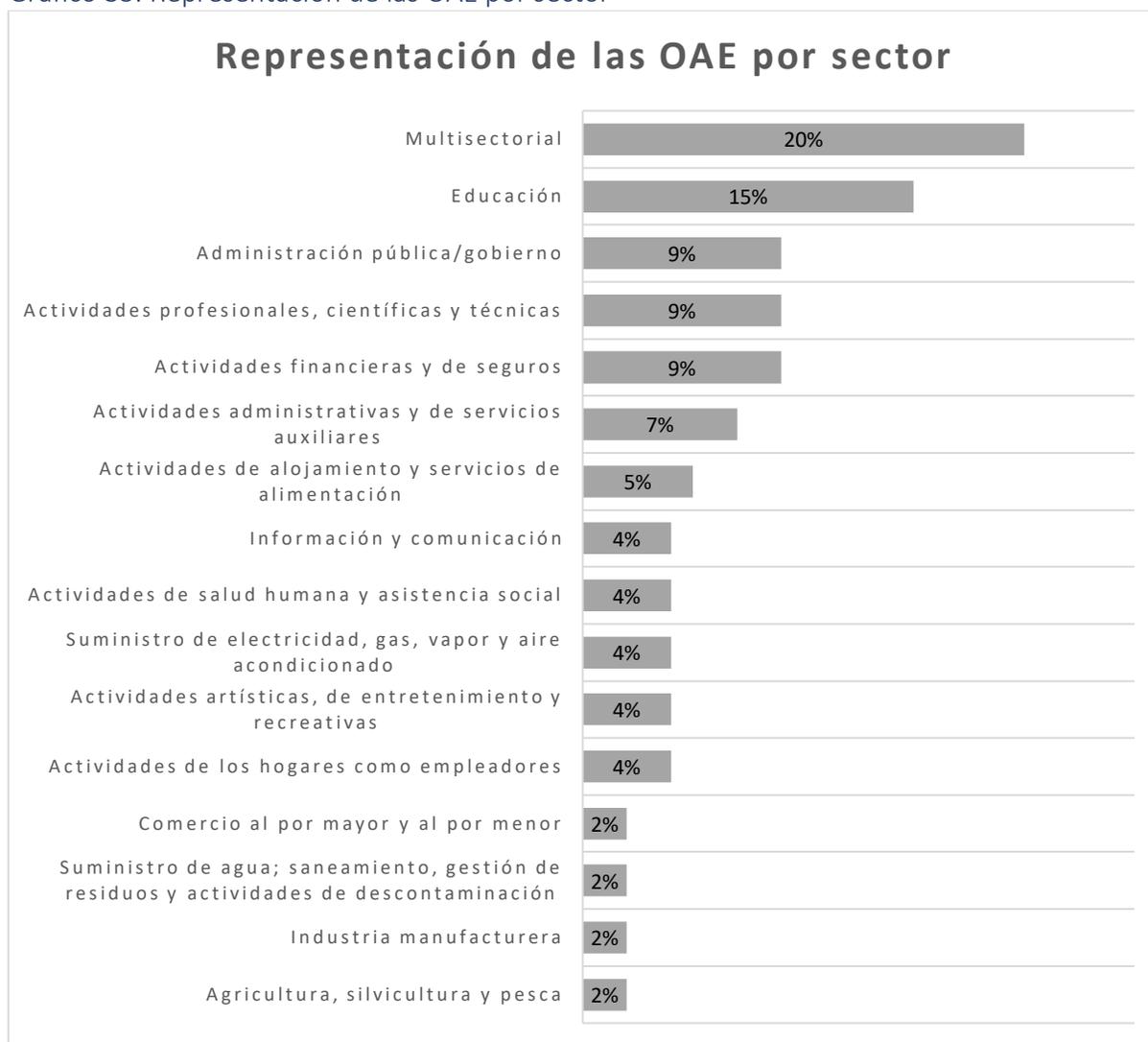
Cuando se pidió a las OAE que indicaran su ubicación geográfica dentro del país, tuvieron la opción de indicar más de una. Existe una sólida red de OAE en todo el territorio costarricense. Sin embargo, la gran mayoría tiene su sede en San José, y sus servicios se prestan a todo el país (para un mayor desglose, véase el gráfico 34).

Gráfico 34. Representación de OAE por ubicación



En cuanto a los sectores a los que sirven las OAE, la mayoría atiende a clientes de sectores múltiples, con un 20%, y de educación, con un 15%, seguidos de la administración pública/gobierno, profesionales, científicos y técnicos, y finanzas y seguros, cada uno con un 9%. El desglose está disponible en el gráfico 35.

Gráfico 35. Representación de las OAE por sector



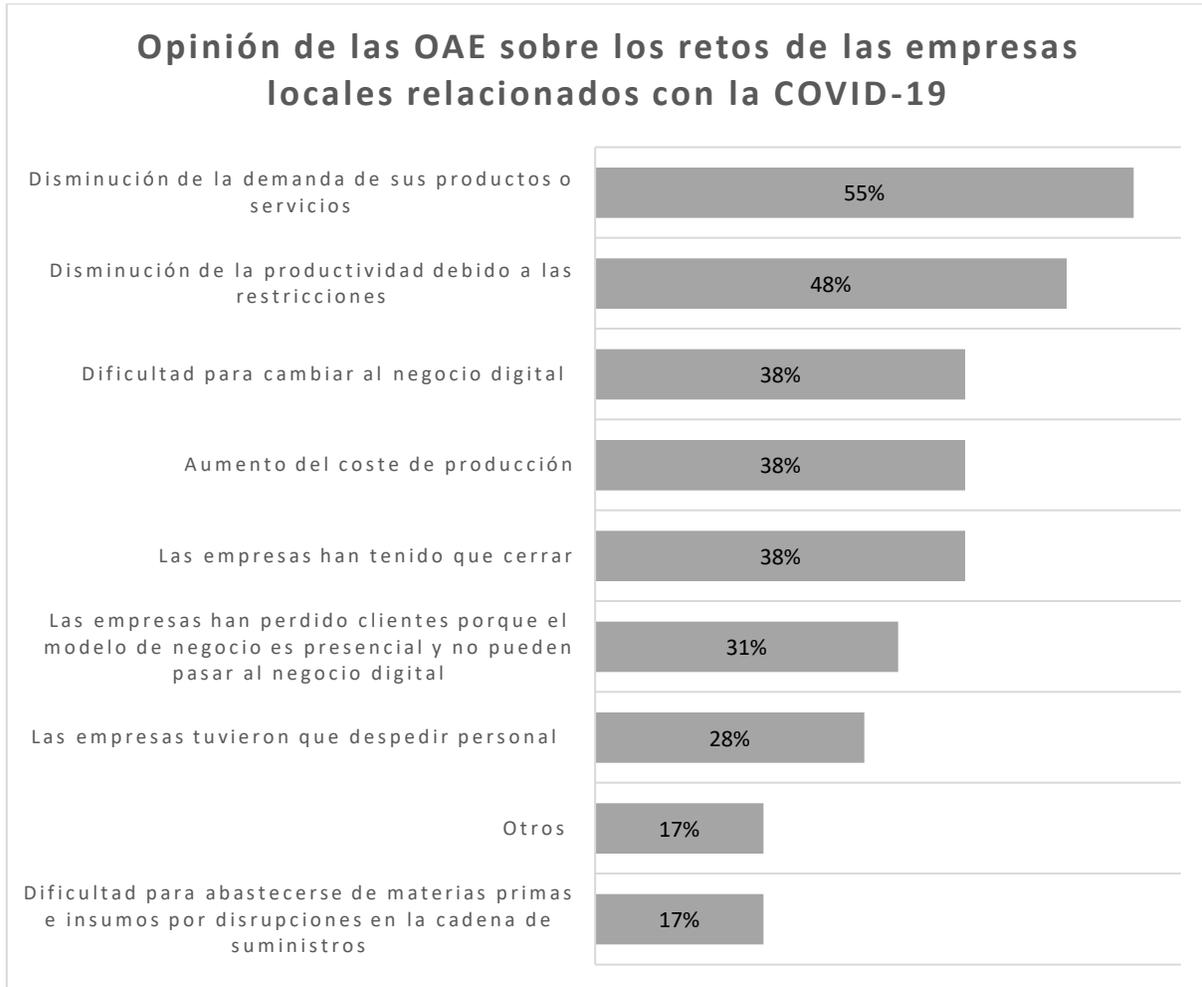
Se pidió a las OAE que indicaran los servicios y programas que ofrecen actualmente. El gráfico 36 revela que el desarrollo empresarial y los programas educativos son la principal oferta de las OAE locales, seguidos de la tutoría y el asesoramiento empresarial. Además, el 70% de las OAE indicaron que ofrecen servicios y programas a la medida de las mujeres empresarias. Los porcentajes de miembros que son mujeres varían entre las OAE, en un rango del 20% al 100%. Del mismo modo, el programa de algunas organizaciones está dedicado por completo a la actividad empresarial de las mujeres, mientras que otras solo dedican un 5% de su programación a las mujeres.

Gráfico 36. Oferta de programas y servicios de las OAE



Como actores clave en cualquier ecosistema empresarial, se preguntó a las OAE sobre el impacto de la pandemia mundial de COVID-19 en la comunidad empresarial. Con respecto a sus miembros, las OAE indicaron que la disminución de la demanda de sus productos y servicios y de la producción eran los principales retos. Además, muchas empresas tuvieron que cerrar, sus costes de producción aumentaron y las empresas se enfrentaron a dificultades para pasar a un entorno digital (véase el gráfico 37).

Gráfico 37. Opinión de las OAE sobre los retos de las empresas locales relacionados con COVID-19

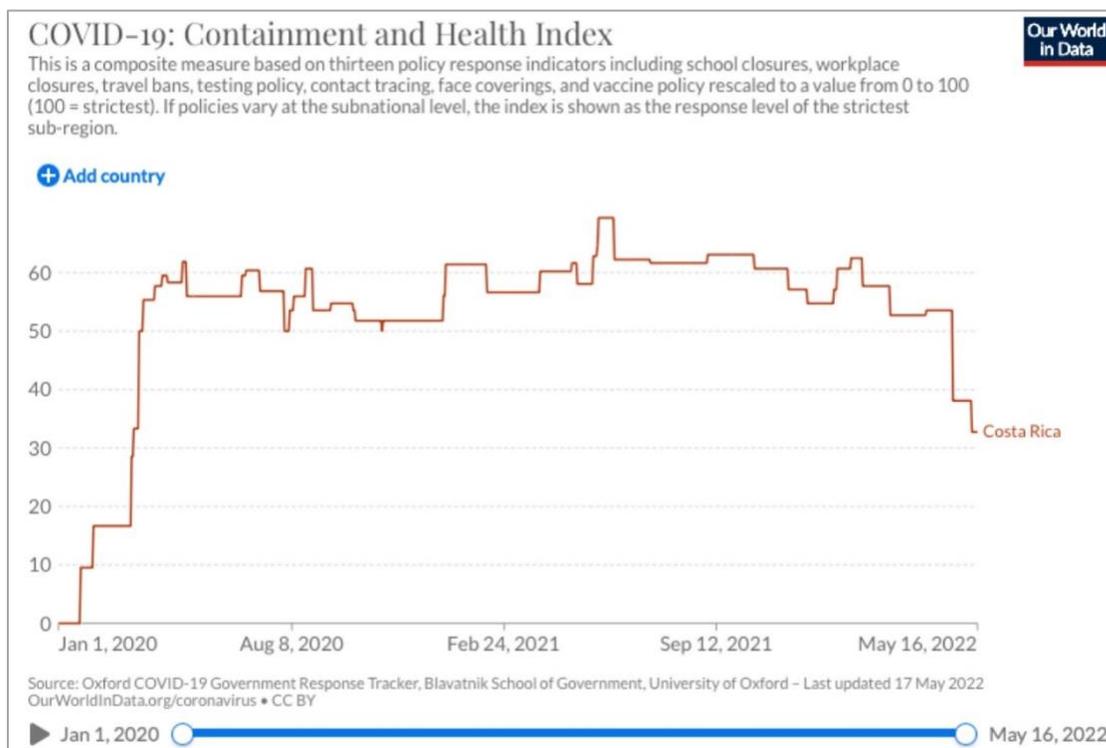


La siguiente sección del informe se centra en el impacto de la COVID-19 en el ecosistema empresarial de Costa Rica, con especial énfasis en el impacto sobre las pymes de mujeres.

Los efectos de la pandemia de COVID-19

Hasta el 25 de abril de 2022, había 8.383 muertes atribuidas a la pandemia de COVID-19 en Costa Rica (Hannah Ritchie, 2022). El 6 de marzo de 2020, se confirmó el primer caso del virus COVID-19 en Costa Rica, en ese momento, la respuesta del gobierno a la crisis se implementó rápidamente. Según el Rastreador de respuesta del Gobierno al COVID-19 de Oxford (OxCGT *por sus siglas en inglés*), que produce una medida compuesta basada en trece indicadores de respuesta a nivel de política pública, donde un valor de 100 es el más estricto; el Índice de Contención y Salud en Costa Rica ha fluctuado a lo largo de la pandemia de un máximo de 69 a 32, como se muestra en el gráfico 38 a continuación:⁹

Gráfico 38. Índice de Contención y Salud de COVID-19



Este índice muestra el rigor de las políticas gubernamentales, pero no necesariamente mide o implica la adecuación o eficacia de la respuesta. Sin embargo, se puede inferir que la respuesta de Costa Rica ha sido adecuada a las oleadas de la pandemia. No obstante, las

⁹ El proyecto Rastreador de respuesta del Gobierno al COVID-19 de Oxford (OxCGRT) calcula un Índice de Contención y Salud que se basa en el Índice de Rigurosidad, una medición compuesta que se calcula sobre la base de las siguientes trece métricas: cierre de escuelas, cierre de lugares de trabajo, cancelación de eventos públicos, restricciones a las reuniones públicas, cierre del transporte público, requisitos de permanencia en casa, campañas de información pública, restricciones a los movimientos internos, controles de viajes internacionales, política de pruebas, alcance del rastreo de contactos, cobertura facial y política de vacunas. El índice en un día determinado se calcula como la puntuación media de las métricas, cada una de las cuales toma un valor entre 0 y 100. Una puntuación más alta indica una respuesta más estricta (es decir, 100 = respuesta más estricta): <https://ourworldindata.org/covid-stringency-index>.

medidas de contención que se pusieron en marcha para mitigar la tasa de transmisión de la COVID-19, pasaron factura a la economía local. Como pequeña economía abierta que depende del comercio y el turismo, Costa Rica estuvo muy expuesta a la desaceleración económica mundial. Los datos del Banco Mundial muestran que la tasa de crecimiento del PIB de Costa Rica para el año 2020 era de -4,1% (World Bank Data GDP growth Costa Rica, 2022). La demanda de bienes y servicios en general disminuyó durante la pandemia con consecuencias devastadoras para muchas empresas.

En 2020, la oficina nacional de estadística de Costa Rica consultó a 8.000 empresas privadas pequeñas y grandes de diferentes sectores. Muchos de los encuestados (94%) afirmaron que el COVID-19 tuvo consecuencias negativas para su negocio, como la disminución de las ventas y la productividad (INEC empresas impactadas por efectos del COVID-19, 2021). El impacto general es mayor conforme disminuye el tamaño de la empresa. En el caso de las empresas propiedad de mujeres, suelen ser microempresas y pequeñas empresas en sectores tradicionalmente de bajo valor añadido, y las barreras que suelen afectar a su crecimiento, como el acceso limitado al crédito, a las redes y canales empresariales y a la tecnología, también limitaron su capacidad para sobrevivir a la crisis COVID-19.

El gobierno de Costa Rica puso en marcha políticas de emergencia y de recuperación para paliar las consecuencias económicas de la pandemia. Para la recuperación del ecosistema de las pymes de mujeres se destacan (COVID-19 Observatory in Latin America and the Caribbean, 2021):

- En abril de 2020, "Alivio", un esfuerzo interinstitucional de PROCOMER, el Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD) y el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), anunció una iniciativa para mitigar el impacto de la crisis por la pandemia. En su implementación, se seleccionaron 191 pymes para ser apoyadas en tres fases: estabilización, reconversión y aceleración. En total, el 41% de las 191 empresas beneficiarias son pequeñas, el 32% microempresas y el 27% medianas empresas. Las empresas beneficiarias han registrado una tasa de crecimiento del 17% en el número de personas empleadas a tiempo completo, del 26% en las ventas medias mensuales y del 12% en las exportaciones (Programa Alivio, 2022).
- El Fondo para el Fomento de las Actividades Productivas y de Organización de las Mujeres (FOMUJERES), administrado por el Instituto Nacional de las Mujeres, INAMU, es una iniciativa que promueve la autonomía y la recuperación económica de las mujeres del país de la pandemia, mediante fondos no reembolsables y apoyo estratégico. A partir del 21 de junio de 2021, un total de 980 millones de colones (1.479.759 USD) han sido puestos a disposición para beneficiar a mujeres y organizaciones femeninas que no son sujetos de crédito en el sector financiero costarricense. La iniciativa financia proyectos productivos y de defensa de los derechos femeninos (INAMU, 2022).

- El apoyo gubernamental estuvo disponible a través del Instituto de Desarrollo Rural (INDER). Por ejemplo: la Asociación de Productores de La Fortuna de San Carlos (ASOPROFORT), conformada por 18 familias campesinas, de las cuales 7 son lideradas por mujeres, recibió equipo especializado para fortalecer su actividad económica agrícola y ofrecer productos de calidad a hoteles y negocios locales, así como en la Región Huetar del norte del país (INDER, 2021).
- PROCOMER desarrolló nuevas sesiones de capacitación para exportadores con el fin de ayudarles a estar mejor preparados para afrontar la crisis económica (Programas, 2022).
- En mayo de 2020, un grupo de bancos nacionales (Banco Nacional, Banco de Costa Rica, Banco Popular) estableció créditos para pequeñas empresas. Esos créditos pueden utilizarse para capital inicial, insumos y salarios (BCR, COVID-19, 2022).

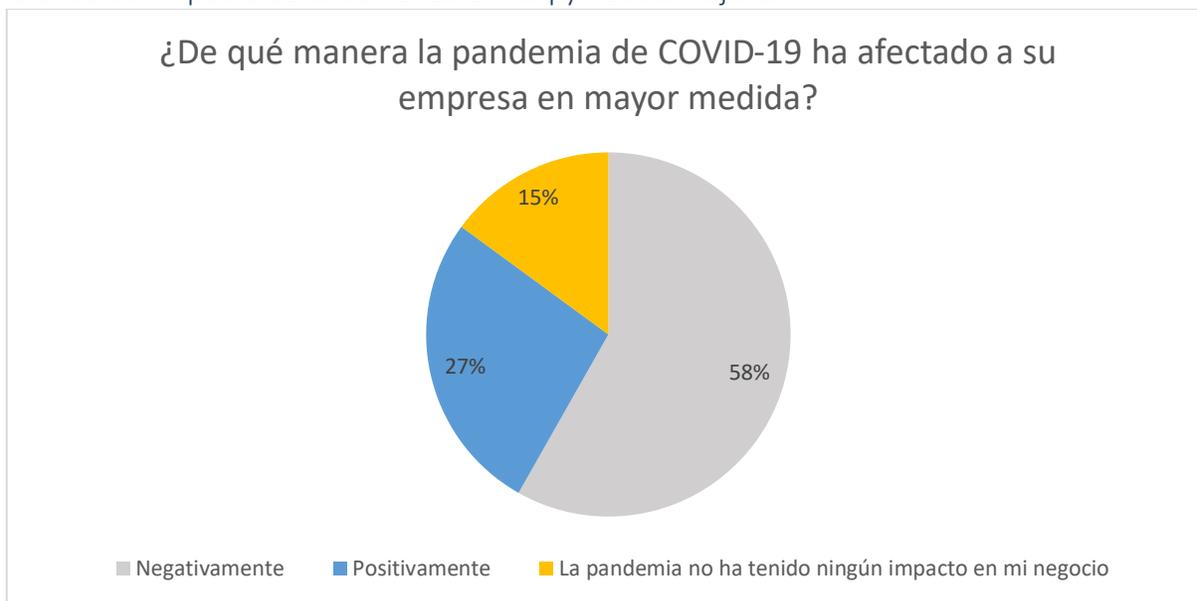
A pesar de los retos que la COVID-19 supuso para el ecosistema empresarial, se aprecian signos de resiliencia. Por ejemplo: los datos de la encuesta nacional de microempresas familiares de 2021 registraron 454.650 microempresas familiares, lo que equivale a un aumento del 23,6% respecto a 2020, cuando se registraron 367.922 (INEC empresas impactadas por efectos del COVID-19, 2021). Los datos de los años anteriores (2017-2018) mostraron una disminución de las microempresas familiares. Esto puede interpretarse como una nueva oleada de emprendimiento que se vio impulsada por la necesidad de generar ingresos durante esta época de prueba. Otro resultado constructivo fue el hecho de que la pandemia aceleró la transformación digital de las pymes en el ecosistema.

Un estudio encargado por Microsoft descubrió que el 96% de las pymes locales declararon que la pandemia aceleró su proceso de transformación digital (Edelman, 2022).

Impacto de la COVID-19 en las pymes de mujeres

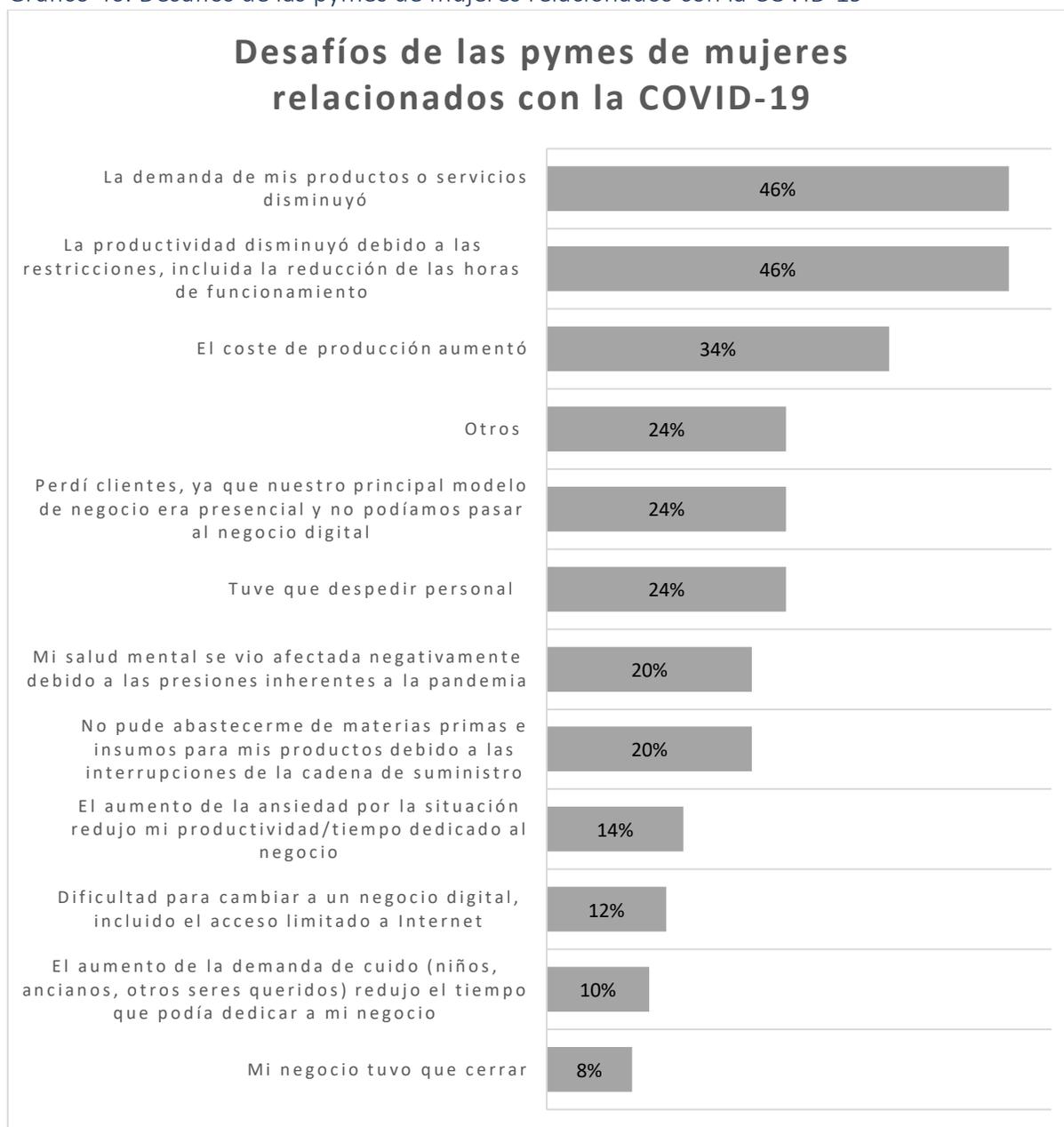
Más de la mitad de las pymes de mujeres encuestadas (58%) declararon que la pandemia les había afectado negativamente, y solo el 15% afirmó que no había tenido ningún impacto en su negocio (véase el gráfico 39).

Gráfico 39. Impacto de la COVID-19 en las pymes de mujeres



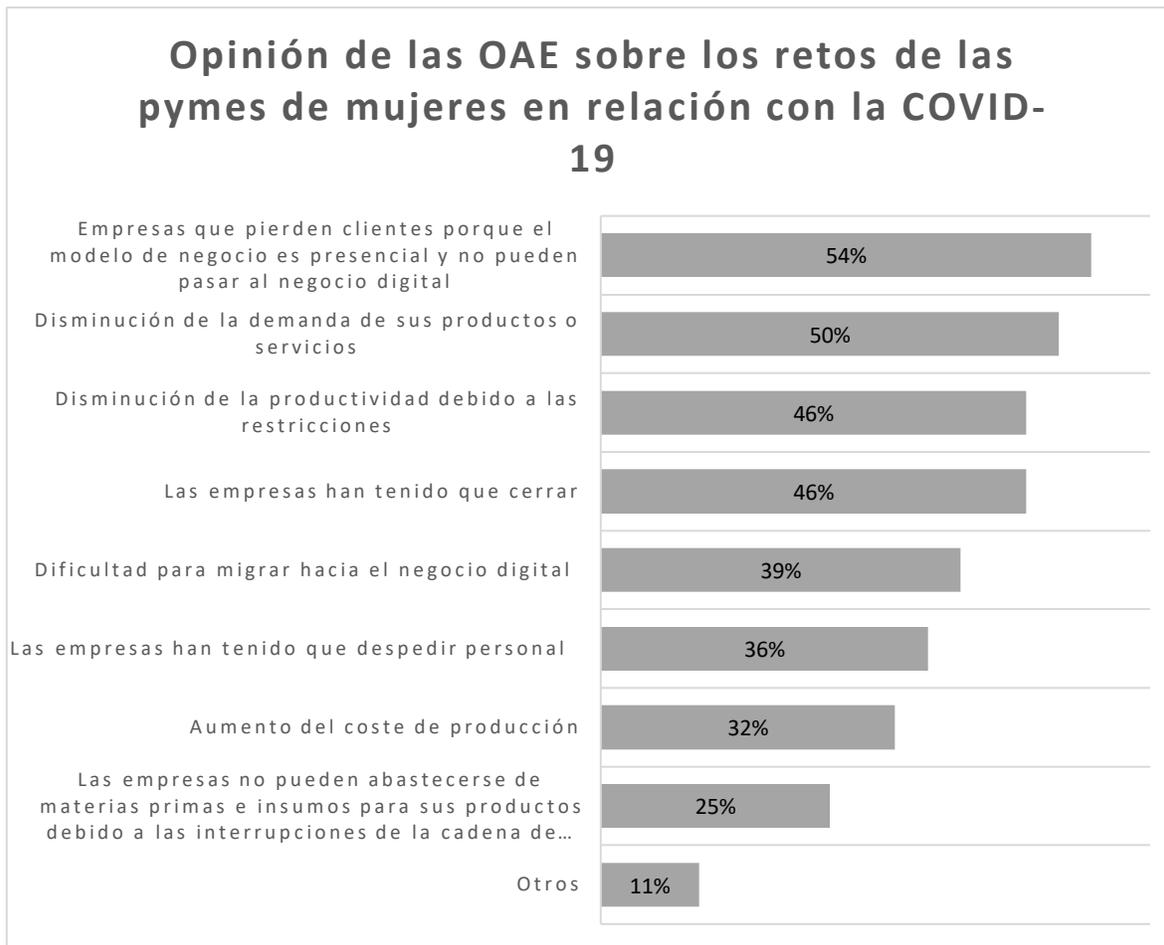
Cuando se les preguntó cuáles eran los retos empresariales a los que se enfrentaban las pymes de mujeres debido a la COVID-19, la mayoría de los participantes señalaron la disminución de la productividad, como resultado de las restricciones relacionadas con la salud (46% de los encuestados), y la disminución de la demanda de sus productos y servicios (46% de los encuestados), seguida del aumento del coste de producción (24% de los encuestados). Otros retos señalados fueron la pérdida de clientes, el despido de personal, la dificultad para conseguir materias primas y las dificultades para cambiar a un negocio digital. Además, el 20% de los encuestados indicaron que su salud mental se vio afectada negativamente debido a las presiones inherentes a la pandemia (véase el gráfico 40).

Gráfico 40. Desafíos de las pymes de mujeres relacionados con la COVID-19



Asimismo, se pidió a las OAE que indicaran los retos relacionados con la COVID-19 a los que se enfrentaban las pymes de mujeres. El gráfico 41 muestra que la mayoría señaló la dificultad para cambiar el modelo de negocio de presencial a digital como el principal reto, seguido de la disminución de la demanda de productos y servicios y el cierre de negocios. Las OAE informaron que, antes de la pandemia, los principales retos a los que se enfrentaban las pymes de mujeres eran la dificultad para vender sus productos y servicios, el alto coste de la producción y la baja capacidad de producción.

Gráfico 41. Opinión de las OAE sobre los retos de la pyme en relación con la COVID-19



Para comprender el alcance del impacto de la pandemia, se preguntó a las pymes de mujeres cómo se vieron afectadas sus ventas en el primer y segundo año de la pandemia. Los gráficos 42 y 43 muestran que las ventas se vieron gravemente afectadas, aunque se observaron algunos signos de recuperación entre el primer y el segundo año de la pandemia.

Gráfico 42. Impacto en las ventas de las pymes de mujeres 2020-2021

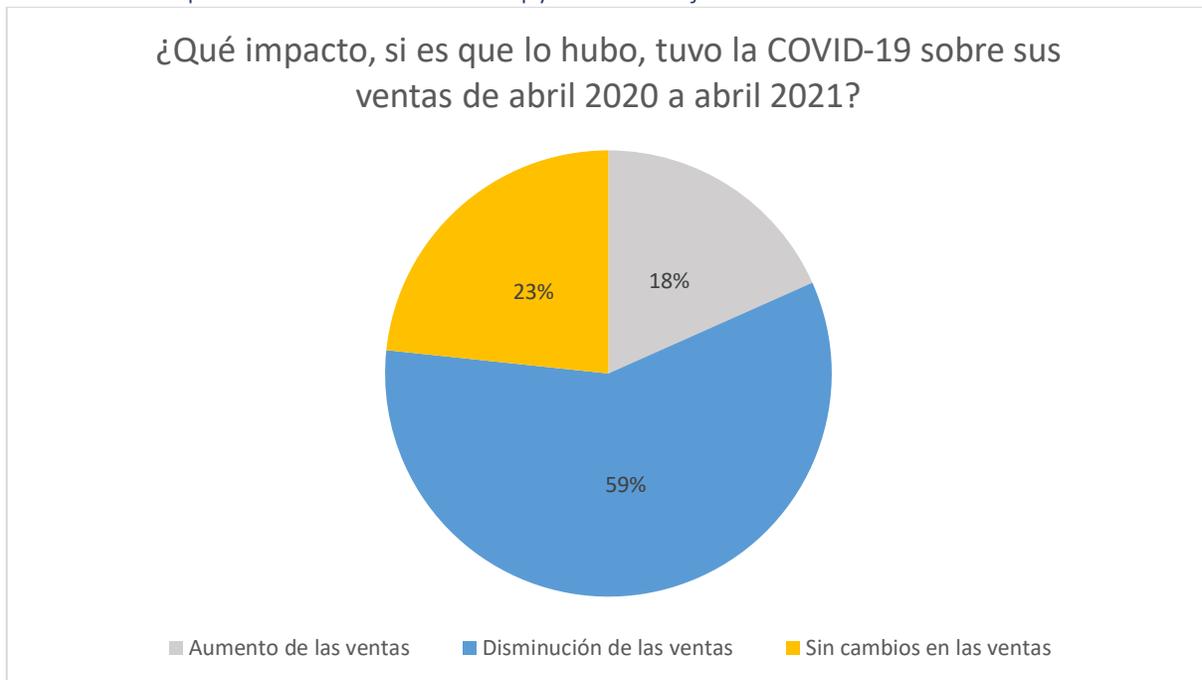
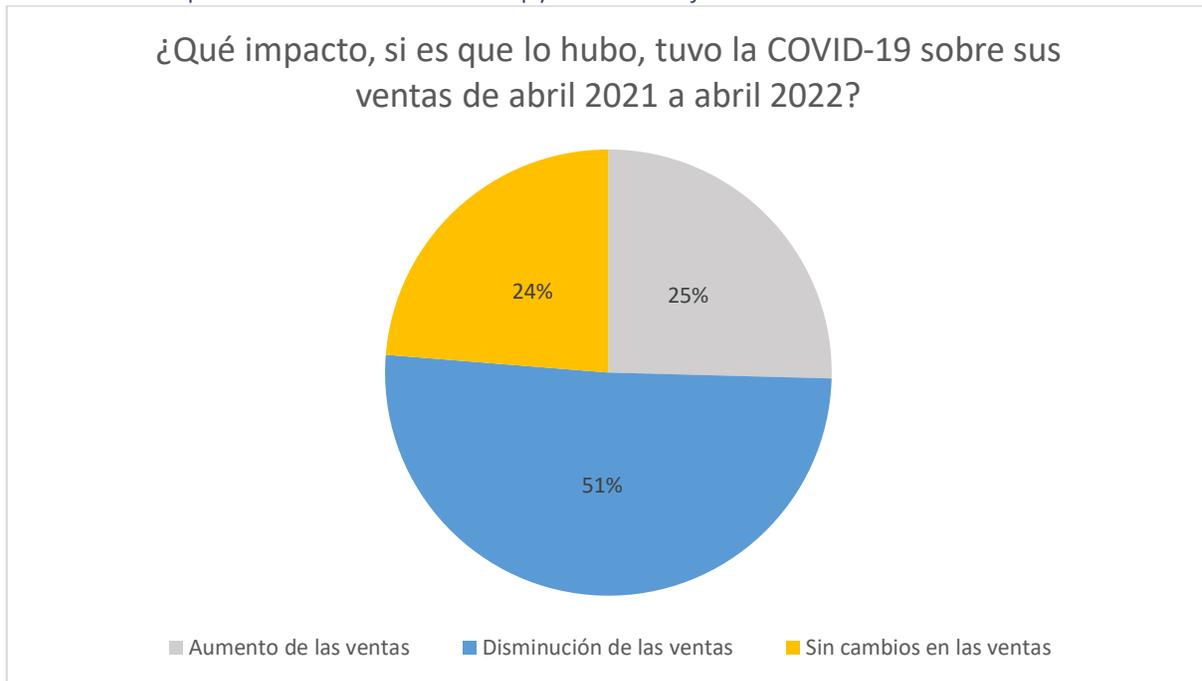
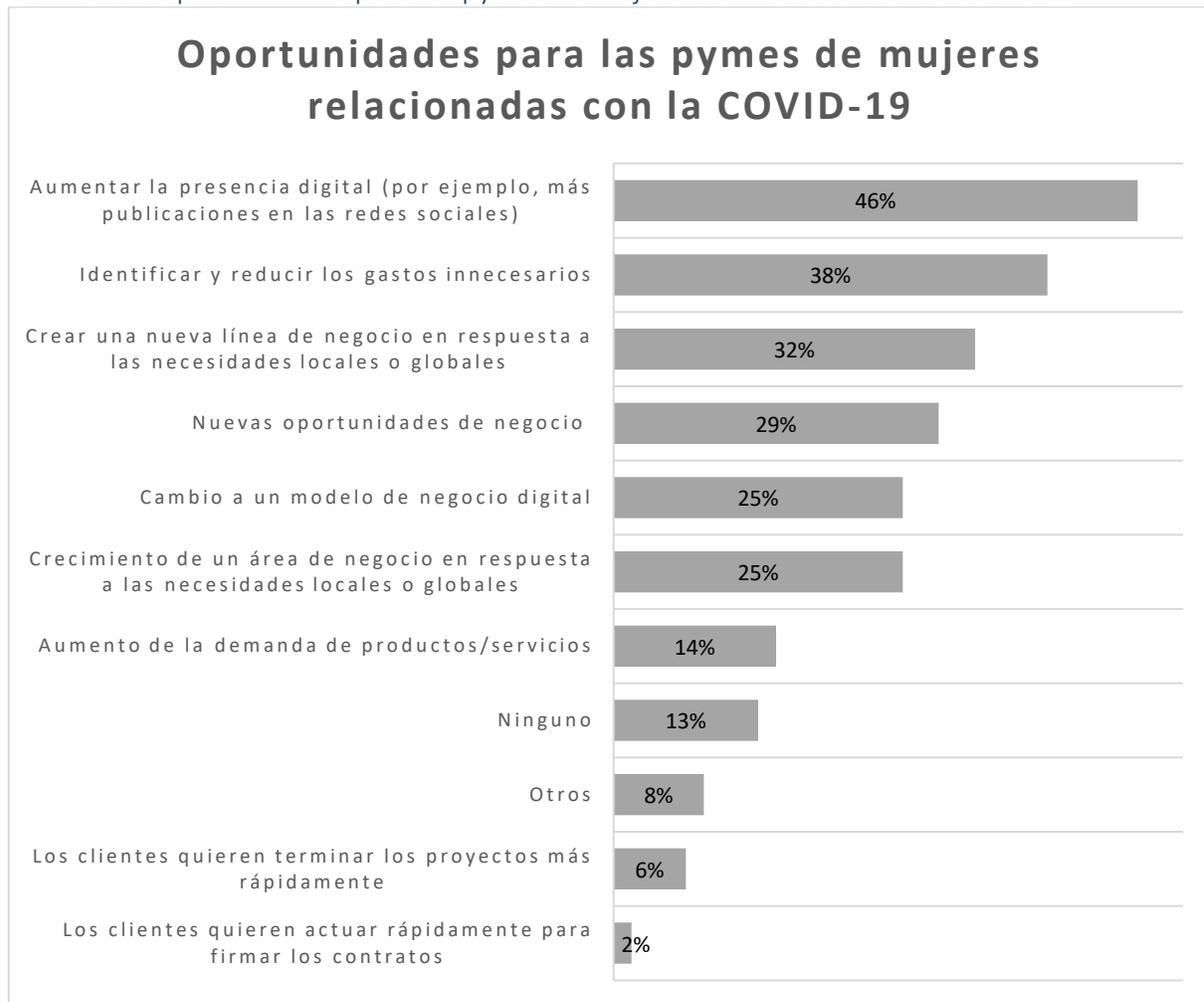


Gráfico 43. Impacto en las ventas de las pymes de mujeres 2021-2022



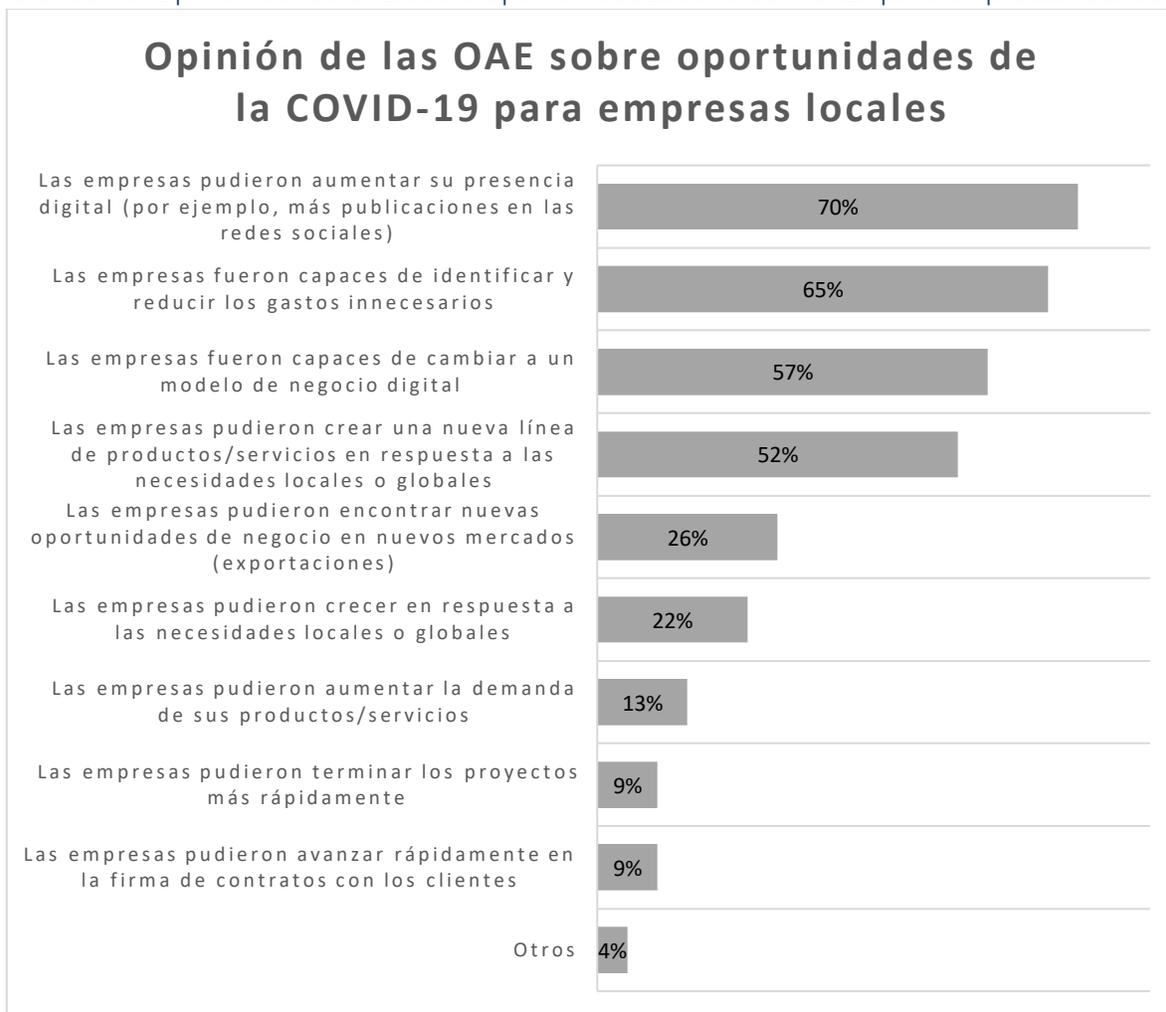
Además, se preguntó a las pymes de mujeres si la pandemia había traído consigo alguna oportunidad para sus negocios. Las tres principales oportunidades señaladas fueron el aumento de la presencia digital, la identificación y el recorte de gastos innecesarios, y la creación de una nueva línea de negocio en respuesta a las necesidades locales y globales.

Gráfico 44. Oportunidades para las pymes de mujeres relacionadas con la COVID-19



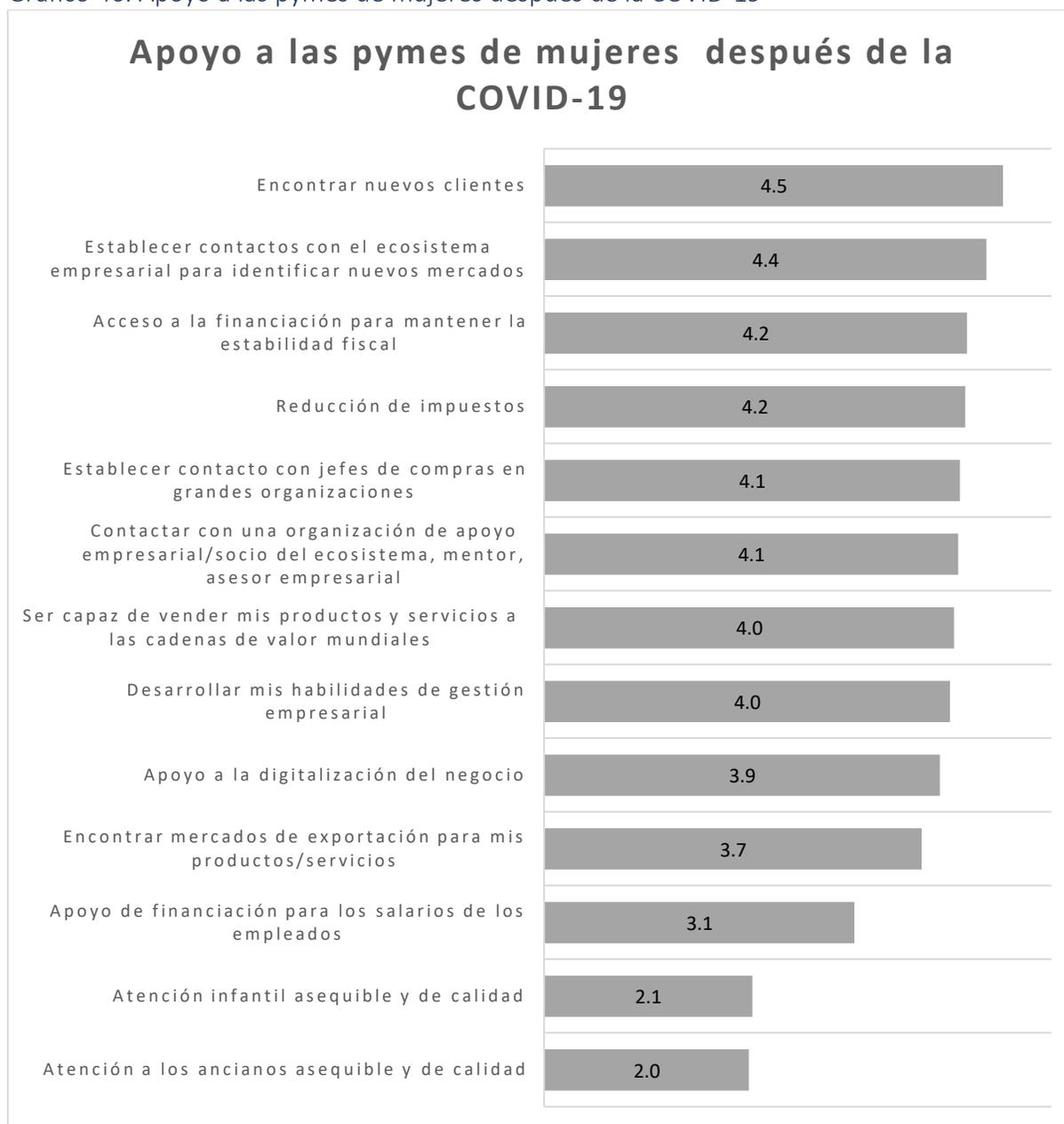
Asimismo, se preguntó a las OAE qué oportunidades, si las hubo, aportó el COVID-19 a las empresas locales a las que apoyaba. El gráfico 45 muestra que el aumento de la presencia digital fue la principal oportunidad, seguida de la reducción de gastos innecesarios y el cambio de las empresas a modelos de negocio digitales.

Gráfico 45. Opinión de las OAE sobre oportunidades de la COVID-19 para empresas locales



Se pidió a las pymes de mujeres que sopesaran las áreas de apoyo que más necesitaban para la recuperación de su negocio después de la COVID-19. No es de extrañar que el tipo de apoyo más solicitado por las pymes de mujeres sea la ayuda para encontrar nuevos clientes, seguido de las oportunidades de establecer contactos y el acceso a la financiación.

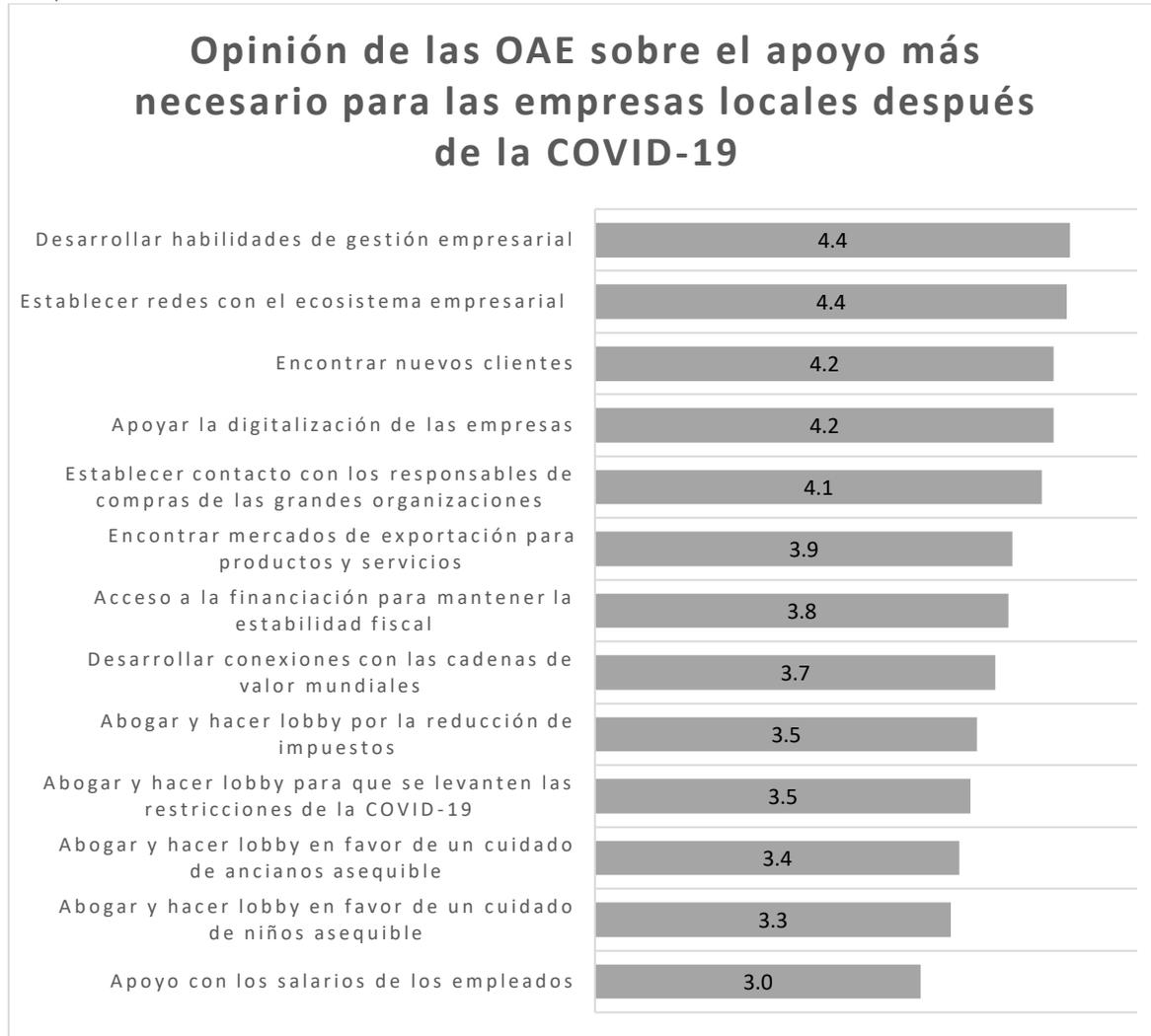
Gráfico 46. Apoyo a las pymes de mujeres después de la COVID-19



También se pidió a las OAE su opinión sobre los tipos de apoyo que más necesitan las empresas locales en la fase de recuperación posterior a la COVID-19. Como se muestra en el gráfico 47, las organizaciones de la sociedad civil indicaron que se necesita apoyo para la creación de capacidades de gestión empresarial, la creación de redes, el apoyo a la digitalización de las empresas, la ayuda a las empresas para encontrar nuevos clientes y el enlace con los responsables de compras de las grandes organizaciones.¹⁰

¹⁰ Basado en una escala de 1 (no necesario) a 5 (muy necesario).

Gráfico 47. Opinión de las OAE sobre el apoyo más necesario para las empresas locales después de la COVID-19



En cuanto a las oportunidades de compra, se preguntó a los compradores que participaron en la encuesta cómo afectó la pandemia a sus compras en Costa Rica. Algunos compradores informaron que las compras disminuyeron debido a la reducción de la demanda, mientras que otros afirmaron que la demanda de sus productos aumentó, y que tuvieron dificultades al principio de la pandemia para localizar y conseguir proveedores. Esto pone de manifiesto la necesidad de asistencia para poner en contacto a los compradores y a las pymes de mujeres para analizar las oportunidades de negocio.

Análisis FODA del ecosistema empresarial en Costa Rica

Este análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) examina los múltiples factores que forman parte del ecosistema de las pymes de mujeres en Costa Rica. Las debilidades, los retos y las fortalezas documentadas, como resultado de la investigación documental y la consulta con las partes interesadas, se evalúan para determinar las oportunidades para que el proyecto WE3A construya un ecosistema de pymes de mujeres

más resiliente. Las amenazas a las oportunidades se evalúan con un enfoque proactivo para reducir el riesgo en la ejecución global de tres años del proyecto WE3A.

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • La estabilidad política de Costa Rica, su alto nivel de vida y su población altamente educada. • La economía de Costa Rica es estable y abierta al comercio y la inversión internacionales. • Costa Rica cuenta con una sólida red de OAE. Un gran segmento de la programación de las OAE se dirige a los esfuerzos empresariales de las mujeres. • Costa Rica cuenta con una amplia red de empresas de mujeres emprendedoras de rápido crecimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • La participación de las mujeres en la población activa es del 50%; esta cifra es considerablemente inferior a la tasa nacional equivalente de los hombres, que es del 73,4%, lo que representa una brecha de género del 23%. • En la población de 15 años o más, el 60,9% de las mujeres tienen cuentas bancarias, frente al 75,5% de los hombres. Esto representa una brecha de género del 14,6% de los que tienen una cuenta en una institución financiera. Esto afecta el acceso a la financiación. • No se dispone de datos desglosados por sexo sobre la titularidad de las empresas, pero un estudio de caso de la Organización Internacional del Trabajo, que utiliza conjuntos de datos de 2016-2020, indica que la titularidad de las empresas por parte de las mujeres representa el 22,3%, una representación significativamente menor en comparación con el 77,7% de la titularidad de las empresas por parte de los hombres. • Entre las pymes de mujeres, el nivel de formalización empresarial es bajo. Esto dificulta el crecimiento de las pymes de mujeres. El nivel de empresas certificadas propiedad de mujeres o dirigidas por ellas también es bajo. • El conjunto de proveedores locales de los compradores es de bajo a moderado. Si bien una parte de los compradores tiene prácticas y/o

	<p>políticas relacionadas con el abastecimiento inclusivo de género, la muestra es demasiado pequeña para dar cuenta de una práctica local general en el ecosistema empresarial costarricense.</p>
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar con OAE y/o agencias gubernamentales para ayudar a las pymes de mujeres a formalizar sus negocios como forma de aumentar sus oportunidades de acceso a la financiación, la formación y la asistencia. • Proporcionar formación sobre contratación pública a las pymes de mujeres para mejorar su participación en este canal de contratación. La diversificación de su base de clientes y el suministro de productos y servicios al gobierno posicionará mejor a las pymes de mujeres para vender a otros grandes clientes, lo que, a su vez, supone una introducción a las cadenas de suministro globales. • Crear oportunidades para que las pymes de mujeres se reúnan con los compradores y capacitar a los compradores en materia de abastecimiento con inclusión de género. Los eventos B2B para que las pymes de mujeres conozcan a los compradores deben organizarse concienzudamente. Las pymes de mujeres deben estar preparadas para transmitir eficazmente su propuesta de valor y su argumento de venta. Del mismo modo, los compradores se beneficiarían de una formación u orientación sobre las prácticas de abastecimiento con perspectiva de género. 	<ul style="list-style-type: none"> • La falta de formalización de las pymes de mujeres podría obstaculizar su participación en las cadenas de suministro globales y en los eventos B2B. • Las limitaciones de tiempo pueden impedir que las pymes de mujeres participen en las actividades del proyecto. Cualquier forma de programas de desarrollo de capacidades y/o formación debe desarrollarse e impartirse de manera que puedan asistir y progresar a su propio ritmo. • El posicionamiento de la contratación pública como canal de ventas requerirá una formación especializada e, idealmente, la participación de la oficina de contratación del país en mesas redondas y sesiones educativas. Si la oficina de contratación local no está de acuerdo, será difícil ponerlo en práctica. • Es posible que los compradores no vean el valor de aplicar prácticas de contratación inclusivas en materia de género en sus empresas. Las actividades del proyecto para los compradores deben transmitir eficazmente los beneficios de mejorar la participación de las pymes de mujeres en la cadena de suministro. • Si los eventos B2B no consiguen conectar a las pymes de mujeres

	con los compradores potenciales, el Proyecto no podrá integrarlas en las cadenas de suministro mundiales.
--	---

Principales conclusiones y recomendaciones

A continuación, se destacan las principales conclusiones identificadas en la investigación, así como las recomendaciones sugeridas para que el Proyecto WE3A explore las futuras iniciativas en las etapas de Activación y Aceleración del Proyecto en Costa Rica.

- **Conclusión:** Solo una pequeña proporción de los clientes de las pymes de mujeres son entidades gubernamentales. La escasa aceptación de las ventas a las administraciones públicas se debe principalmente a la complejidad del proceso.
 - **Recomendación:** Proporcionar una mejor exposición y promoción del sistema de contratación ofreciendo un desarrollo de capacidades orientado a las pymes de mujeres. Esto podría aumentar el número de empresas propiedad de mujeres que utilizan la contratación pública como canal de ventas.
- **Conclusión:** Las pymes de mujeres encuestadas que declararon no estar registradas podrían perder oportunidades al no registrar formalmente su negocio. La formalización de las pymes de mujeres podría formar parte de una estrategia de crecimiento sostenible.
 - **Recomendación:** El Proyecto puede ayudar a las pymes de mujeres mediante el establecimiento de un programa de apoyo empresarial bien construido que describa y apoye a las pymes de mujeres en cada paso del proceso de registro.
- **Conclusión:** Muy pocas pymes de mujeres tienen su propio sitio web, que es otra vía para comercializar sus productos y servicios.
 - **Recomendación:** Oportunidad de proporcionar orientación y recursos para desarrollar sitios web para ampliar la exposición de las empresas.
- **Conclusión:** Muchas pequeñas y medianas empresarias informaron que se encontraban en las primeras fases de desarrollo empresarial.
 - **Recomendación:** Existe la oportunidad de ofrecer una formación empresarial básica y de desarrollo de productos para que estas pymes de mujeres pasen a la siguiente fase de desarrollo.
- **Conclusión:** Dado que la mayoría de las encuestadas indicaron que son jóvenes o de mediana edad, esto sugiere que suelen hacer malabarismos con las múltiples responsabilidades de dirigir un negocio, ser madres, cuidar de los padres mayores y gestionar otras responsabilidades domésticas.
 - **Recomendación:** Es de vital importancia que las actividades del proyecto tengan en cuenta esta realidad y logren un equilibrio al proponer

actividades de desarrollo de capacidades.

- **Conclusión:** Las pymes de mujeres y las grandes empresas compiten en el mismo mercado. Y estas pymes de mujeres están vendiendo sus productos y servicios a empresas más grandes y ya están alimentando la cadena de suministro existente.
 - **Recomendación:** Las pymes de mujeres necesitan ayuda para desarrollar una estrategia y trabajar en una ventaja competitiva única para competir y mantenerse en el mercado.

- **Conclusión:** Las OAE indicaron que la disminución de la demanda de sus productos y servicios y de la producción eran los principales retos a los que se enfrentaban sus miembros. Además, muchas empresas tuvieron que cerrar, sus costes de producción aumentaron y las empresas tuvieron dificultades para pivotar hacia un entorno digital.
 - **Recomendación:** Oportunidad para que las OAE revisen sus ofertas a sus miembros para hacerlas más relevantes para los tiempos cambiantes postpandemia.

- **Conclusión:** Las pymes de mujeres se enfrentaron a muchos retos empresariales debido a la COVID-19, y la mayoría de los participantes informaron de una disminución de la productividad debido a las restricciones relacionadas con la salud y una menor demanda de sus productos y servicios.
 - **Recomendación:** Oportunidad de reforzar su mano de obra mediante la formación y el desarrollo y la mejora de la comercialización de sus productos y servicios a través de un sitio web empresarial y de campañas de marketing estructuradas.

Apéndice I Metodología de la investigación

Esta investigación se llevó a cabo utilizando fuentes de datos primarias y secundarias existentes para analizar el ecosistema empresarial de Costa Rica en relación con las empresas propiedad de mujeres. Las fuentes de datos secundarios proceden de indicadores y puntos de referencia mundiales, estudios e informes de países, fuentes de repositorio de organizaciones internacionales y locales, así como datos gubernamentales.

Los datos primarios se recopilieron encuestando a una muestra representativa de las partes interesadas del ecosistema, es decir, las empresas dirigidas por mujeres, las empresas establecidas en Costa Rica con adquisiciones importantes y las organizaciones locales de apoyo a las empresas (OAE). La muestra se creó sobre la base de un número objetivo de partes interesadas que se ajustaban a las siguientes definiciones:

Pymes de mujeres / dirigidas por mujeres: empresas con al menos un 51% de propiedad, gestión y/o control por parte de mujeres. En algunos casos, la composición de la titularidad puede ser mayor o igual al 20% si la empresa cuenta con una mujer como consejera delegada o directora general y, de ser el caso, la empresa tiene un consejo de administración en el que el 30% de los miembros del consejo son mujeres. Para ser considerada una **pequeña y mediana empresa (pyme)**, la empresa debe tener hasta 300 empleados y los ingresos brutos totales deben ser de hasta 2.5 millones USD.

Compradores: son empresas que tienen un importante poder de compra en el país/mercado en el que se encuentran. Por ejemplo, las empresas multinacionales o locales son clave para la economía local y están vinculadas a la compra de bienes y servicios dentro de los sectores industriales clave del país objetivo.

Organizaciones de apoyo a empresarias (OAE): son organizaciones de apoyo sin fines de lucro, públicas, privadas y con fines de lucro, asociaciones comerciales e industriales, etc. que sirven a las empresas locales y apoyan su crecimiento y éxito. Algunos ejemplos son las cámaras de comercio, las asociaciones comerciales e industriales, las coaliciones, las agencias gubernamentales, las asociaciones de mujeres, los viveros de empresas y las organizaciones sectoriales.

Las fuentes de datos para elaborar la lista de partes interesadas procedían de empresas locales, organismos, asociaciones y entidades públicas. La lista de partes interesadas en el mapeo contenía 299 pymes de mujeres, 70 compradores y 38 OAE. Se lanzó una encuesta en línea para invitar a las partes interesadas a la lista. Se completó la comunicación con las partes interesadas que cumplían con las definiciones del mapeo utilizando LinkedIn y el correo directo. Un total de 91 pymes de mujeres, 34 compradores y 43 OAE respondieron a la encuesta.

La encuesta recopiló datos cuantitativos y cualitativos, incluyendo la industria y el sector, la ubicación, el tamaño de la empresa, el nivel de participación de las mujeres y los desafíos,

así como el impacto de la pandemia mundial de COVID-19 en el ecosistema en lo que respecta a las empresas propiedad de mujeres.

Además, se realizó una entrevista con la Alianza Empresarial para el Desarrollo (AED) para obtener más datos cualitativos sobre las condiciones empresariales de las mujeres. Se elaboraron una guía de entrevista y unas preguntas iniciales para orientar las conversaciones.

Apéndice II Principales OAE y programas

Organización	Descripción
<u>AED (Alianza Empresarial para el Desarrollo)</u>	<p>La Alianza Empresarial para el Desarrollo (AED) es una organización sin fines de lucro que busca la sostenibilidad y competitividad del país, a través de la promoción de modelos de negocio responsables y sostenibles en las empresas. AED orienta al sector productivo para que considere los principios de sostenibilidad como parte de su gestión, reduciendo los impactos negativos y maximizando los positivos en la sociedad, el medio ambiente y la economía.</p> <p>AED lidera el <u>Fondo de Mujeres Empresarias</u>, una iniciativa que busca acelerar y ampliar las oportunidades de negocio de las pymes de mujeres por medio de financiamiento no reembolsable.</p>
<u>Banca Mujer del Banco Nacional – BN Mujer</u>	<p>El Banco Nacional BN es el mayor banco de Costa Rica.</p> <p>BN Mujer es un programa del Banco Nacional que promueve el desarrollo de las mujeres costarricenses. Este programa se estableció hace 10 años y ha sido pionero y precursor de múltiples movimientos sociales a favor de cerrar la brecha de género y promover el empoderamiento de las mujeres con productos financieros, educación y servicios de apoyo.</p>
<u>CELIEM (Centro Latinoamericano de Innovación y Emprendimiento)</u>	<p>Organización orientada a promover la innovación, el espíritu empresarial y el desarrollo económico, mediante la investigación, el análisis, la formulación de políticas, la formación y el apoyo a las empresas.</p>
<u>Cámara de Comercio de Costa Rica</u>	<p>La Cámara de Comercio de Costa Rica es una asociación empresarial privada y sin ánimo de lucro formada por una amplia gama de empresas comerciales (exportadores, importadores,</p>

	<p>distribuidores y mayoristas) del sector agrícola, la industria alimentaria, las industrias especializadas y el sector de servicios.</p> <p>La cámara lidera el Programa Mujeres Empresarias que comenzó en 2010 como una iniciativa en la que las mujeres empresarias pueden formarse y desarrollar sus habilidades empresariales y de liderazgo.</p> <p>El objetivo del programa es crear una plataforma que promueva activamente la igualdad y genere oportunidades para las mujeres.</p>
<p>CAMIT (Cámara de Tecnologías de Información)</p>	<p>La Cámara de Tecnologías de la Información y la Comunicación (CAMTIC) busca el desarrollo, la promoción y el uso de las tecnologías digitales. Desde 1998, esta organización privada sin fines de lucro ha formado un bloque estratégico de más de 200 empresas que trabaja para fortalecer y apoyar el ecosistema de las tecnologías digitales bajo el lema "Costa Rica Verde e Inteligente".</p> <p>El capítulo de mujeres de CAMIT busca promover la integración de las mujeres en el sector de las tecnologías digitales.</p>
<p>Incubadora Parque Tec</p>	<p>Una aceleradora de fondos con sede en Costa Rica - América Central, que invierte a través de su fondo de capital semilla en empresas emergentes en fase inicial. El fondo de capital semilla de Parque Tec recibe una participación en el capital de las start-ups y un porcentaje de regalías de sus ventas brutas. Parque Tec también fomenta la inversión de impacto con responsabilidad social, a través de la asignación de recursos en pymes de</p>

	<p>mujeres y start-ups que se encuentran en la base de la pirámide.</p> <p>Los programas incluyen orientación, tutorías, estrategias de negocio, innovación, aceleradora, incubadora, finanzas, desarrollo humano, emprendedor, estrategias corporativas, adecuación al mercado, competencias, start-ups, pymes, tecnologías, estrategias de crecimiento e inversión.</p>
Foro de Mujeres Empresarias de Costa Rica	<p>Organización no gubernamental sin fines de lucro que promueve el desarrollo de habilidades para el emprendimiento femenino.</p> <p>Programas de tutoría y vinculación para pymes de mujeres y compradores.</p>
Fundación Mujer	<p>Fundación Mujer es una organización sin fines de lucro que empodera a las mujeres.</p> <p>Esta organización ofrece programas de formación práctica para mujeres.</p>
FUNDECOOPERACIÓN para el Desarrollo Sostenible	<p>Esta organización es una fundación privada que trabaja con un enfoque social y medioambiental para atender a los agricultores o a las pequeñas empresas con acceso limitado a recursos económicos financiando a emprendedores y pymes.</p> <p>La fundación cuenta con un Programa de Préstamos para Mipymes que forma parte de la Red Costarricense de Organizaciones Microfinancieras.</p>
Impact Hub San José	<p>Impact Hub San José es un laboratorio de colaboración e innovación social. Trabaja con algunos de los innovadores más influyentes del país.</p> <p>Impact Hub San José está implementando CONSTELAR, el primer programa de</p>

	<p>incubación en Costa Rica enfocado exclusivamente en la generación de emprendimientos liderados por mujeres en las áreas de ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (STEM).</p>
<p>Ideas en Acción</p>	<p>Es una organización no gubernamental que identifica, ejecuta y difunde programas de innovación colaborativa con alto potencial de impacto, replicabilidad y trascendencia global para el desarrollo sostenible, a través del emprendimiento social en Costa Rica.</p> <p>Esta organización tiene un programa orientado a las mujeres llamado "Conectadas". El objetivo del programa es facilitar el acceso a la tecnología a las mujeres, enseñándoles a encontrar y utilizar las herramientas en línea de forma segura. Ofrece formación sobre cómo elaborar currículos y cómo navegar por la red de forma segura.</p>
<p>INCAE Business School</p>	<p>Siendo una prestigiosa escuela de negocios en Costa Rica, INCAE promueve el emprendimiento femenino por medio del Centro de Liderazgo Colaborativo y de la Mujer (CLCM). El Centro promueve el liderazgo colaborativo entre hombres y mujeres del entorno laboral, creando valor para las organizaciones y la sociedad desde un enfoque integral compuesto por la investigación, el desarrollo del liderazgo y actividades que generan impacto.</p>
<p>INAMU (Instituto Nacional de las Mujeres)</p>	<p>El INAMU es la institución gubernamental que promueve los derechos y el desarrollo de las mujeres. Ofrece formación y financiación para fomentar las capacidades de las mujeres y su autonomía económica.</p> <p>El INAMU gestiona y administra el Fondo para el Fomento de las Actividades</p>

	<p>Productivas y de Organización de las Mujeres (FOMUJERES). Un fondo propuesto por el gobierno como acción de recuperación de COVID-19. El FOMUJERES se orienta en 3 áreas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. promoción de las pymes de mujeres, 2. el enfoque de género en la actividad empresarial y 3. el desarrollo rural.
<p>Instituto Tecnológico de Costa Rica (TEC)</p> <p>TEC EMPRENDE LAB</p>	<p>El Instituto Tecnológico de Costa Rica (TEC) es una universidad costarricense especializada en ingeniería y ciencia avanzada e investigación, con un modelo de instituto tecnológico. Promover la entrada de las mujeres en las carreras de ingeniería y desarrollar la capacidad de las pymes de mujeres son algunas de las iniciativas que emprende el TEC para promover un ecosistema inclusivo de género en Costa Rica.</p> <p>La universidad creó el TEC Emprende Lab, una incubadora que ofrece formación empresarial y servicios para promover el emprendimiento con especial énfasis en la ciencia y la tecnología.</p>
<p>PROCOMER</p>	<p>PROCOMER es la agencia gubernamental de promoción de las exportaciones de Costa Rica. Su misión es promover el comercio y la inversión extranjera.</p> <p>PROCOMER cuenta con programas de exportación dirigidos a las pymes de mujeres.</p>
<p>INA (Instituto Nacional de Aprendizaje)</p>	<p>El Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) es una entidad autónoma financiada por el gobierno con el objetivo de promover y desarrollar programas de formación y capacitación profesional en todos los sectores productivos de toda Costa Rica.</p>
<p>FIDEIMAS</p>	<p>FIDEIMAS es un fideicomiso financiado por el gobierno, creado para apoyar</p>

	<p>actividades e iniciativas microempresariales que beneficien a mujeres y familias en condiciones de pobreza, para lograr su inserción laboral y productiva además de mejorar la calidad de vida de las beneficiarias.</p> <p>Brinda financiamiento y asistencia técnica a mujeres.</p> <p>El fideicomiso y las actividades son gestionados por el IMAS (Instituto Mixto de Ayuda Social).</p>
<p>INDER (Instituto de Desarrollo Rural)</p>	<p>El INDER es una institución gubernamental encargada de liderar el desarrollo de las comunidades rurales de Costa Rica, responsable de ejecutar las políticas de desarrollo rural del Estado, cuyo propósito es mejorar las condiciones de vida de la población, gracias a la articulación de esfuerzos y recursos de los actores públicos y privados, lo cual toma en cuenta las dimensiones de desarrollo social, económico, ambiental, cultural y de infraestructura.</p>

Referencias

Acs, Z. (2006). How is entrepreneurship good for economic growth? *MIT Press*, 97-107.

BCR, COVID-19. (2022, 05 03). Recuperado de Banco de Costa Rica:
https://www.bancobcr.com/wps/portal/bcr/bancobcr/personas/adentro_somos_mas_fuertes/

BID Economics Esencial - Costa Rica. (2022). Recuperado de IDB:
https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/BIDeconomics_Esencial_Costa_Rica_M%C3%A1s_pr%C3%B3spera_m%C3%A1s_inclusiva_m%C3%A1s_sostenible_es.pdf

Costa Rica Doing Business. (2020). Recuperado de World Bank Group:
<https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/c/costa-rica/CRI.pdf>

COVID-19 Observatory in Latin America and the Caribbean. (2021, 08 13). Recuperado de Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC):
<https://statistics.cepal.org/forms/covid-country-sheet/index.html?country=CRI&theme=3>

Edelman. (2022, Abril 19). *Impacto de COVID-19 en la cultura y operación de las pymes de mujeres*. Recuperado de Microsoft News Center Latinoamérica:
<https://news.microsoft.com/es-xl/9-de-cada-10-pymes-de-mujeres-en-costa-rica-consideran-que-la-pandemia-acelero-su-proceso-de-transformacion-digital/>

Entrepreneurship at a Glance. (2016). Recuperado de The Organisation for Economic Co-operation and Development: <https://www.oecd.org/gender/data/do-women-have-equal-access-to-finance-for-their-business.htm>

Entrepreneurship at a Glance 2016. (2022, 05 10). Recuperado de The Organisation for Economic Co-operation and Development:
<https://www.oecd.org/gender/data/do-women-have-equal-access-to-finance-for-their-business.htm>

Foreign direct investment, net inflows (BoP, current US\$) - Costa Rica. (2022, 05 10). Recuperado de WB Data:
<https://data.worldbank.org/indicator/BX.KLT.DINV.CD.WD?locations=CR>

Hannah Ritchie, E. M.-G.-O. (2022). *Costa Rica: Coronavirus Pandemic*. Recuperado de Our World in Data: <https://ourworldindata.org/coronavirus/country/costa-rica>

- HDI - Costa Rica.* (2020). Recuperado de UNDP Human Development Reports:
<https://hdr.undp.org/data-center/country-insights#/ranks>
- ICT.* (2022). Recuperado de Instituto Costarricense de Turismo:
<https://www.ict.go.cr/es/noticias-destacadas-2/1358-industria-tur%C3%ADstica-aporta-6,3-del-pib-a-la-econom%C3%ADa-de-costa-rica.html>
- ILOSTAT.* (2021). Recuperado de International Labour Organization:
<https://ilostat.ilo.org/data/country-profiles/>
- ILOSTAT.* (2022, 05 10). Recuperado de International Labour Organization:
<https://ilostat.ilo.org/data/country-profiles/>
- INAMU.* (2022, 02 03). Recuperado de Instituto Nacional de la Mujer:
<https://www.inamu.go.cr/fomujeres-proyecto>
- INDER.* (2021). Recuperado de Instituto de Desarrollo Rural de Costa Rica:
<https://www.inder.go.cr/noticias/multimedia/videos/2021-13-inversiones-en-territorios-rurales-durante-la-pandemia.mp4>
- Index - Costa Rica.* (2022). Recuperado de 2022 Index of Economic Freedom:
<https://www.heritage.org/index/country/costarica>
- INEC.* (2022). Recuperado de Instituto nacional de estadística y censos:
<https://www.inec.cr/>
- INEC empresas impactadas por efectos del COVID-19.* (2021, Febrero 25). Recuperado de Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) - Costa Rica:
<https://www.inec.cr/noticia/94-de-las-empresas-impactadas-por-efectos-del-covid-19>
- Ley General de Contratación Pública.* (2021). Recuperado de ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA:
<https://cgrfiles.cgr.go.cr/publico/docswweb/documentos/leyes-reglamentos/ley-general-contratacion-publica-9986.pdf>
- MTSS, Lista de salarios mínimos del sector privado.* (2022). Recuperado de Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (Costa Rica): <https://www.mtss.go.cr/temas-laborales/salarios/lista-salarios.html>
- OECD CIR.* (2022, Mayo 10). Recuperado de The Observatory of Economic Complexity:
<https://oec.world/en/profile/country/cri>
- OECD Economic Surveys-Costa Rica.* (2020, 07). Recuperado de The Organisation for Economic Co-operation and Development:

<https://www.oecd.org/economy/surveys/costa-rica-2020-OECD-economic-survey-overview.pdf>

OECDiLibrary. (2022, 05 10). Recuperado de OECD Tourism Trends and Policies 2020:
<https://www.oecd-ilibrary.org/sites/37bb0cf5-en/index.html?itemId=/content/component/37bb0cf5-en>

PROCOMER Agrícola. (2022, 05 10). Recuperado de PROCOMER Costa Rica:
<https://www.procomer.com/sectores/agricola/>

Programa Alivio. (2022, 05 03). Recuperado de PROCOMER:
<https://www.procomer.com/exportador/programas/programa-alivio/>

Programas. (2022, 05 03). Recuperado de PROCOMER:
<https://www.procomer.com/exportador/programas/>

Statista Travel, Tourism & Hospitality. (2020). Recuperado de Statista:
<https://www.statista.com/statistics/873744/costal-rica-travel-tourism-breakdown-contribution-to-gdp/>

Statistics, Gender ICT Statistics . (2020). Recuperado de International Telecommunication Union (ITU): <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

WB Data FDI - Costa Rica. (2022). Recuperado de Wold Bank Data:
<https://data.worldbank.org/indicator/BX.KLT.DINV.CD.WD?locations=CR>

WB Gender Data. (2022). Recuperado de World Bank Gender Data Portal:
<https://genderdata.worldbank.org/countries/costa-rica/>

Women in Business and Management. (2019, Diciembre). Recuperado de International Labour Organization: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/--act_emp/documents/publication/wcms_732546.pdf

World Bank Data GDP growth Costa Rica. (2022, 05 16). Recuperado de The World Bank:
<https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?locations=CR>