



**FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES
PROGRAMA ICT4BUS.**



**FOMENTO DE LAS EXPORTACIONES DE LAS PYMES POR MEDIO DE TIC - EXPORTA 2.0
(CR-M1014)**

La Cámara de Exportadores de Costa Rica (CADEXCO) dentro de sus múltiples vertientes de trabajo, se encuentra en el proceso de ejecución del proyecto denominado "Fomento de las Exportaciones de las PYMES por medio de las TIC" el cual posee como propósito desarrollar una plataforma de servicios TIC para facilitar la inserción de las PYMES en mercados de exportación y promover la oferta de sus productos internacionalmente.

I. Datos Básicos del Proyecto

1. **Título:** Exporta 2.0, Fomento de las Exportaciones de las PYMES por medio de TIC.
2. **País (es):** Costa Rica.
3. **Número de Proyecto:** Programa ICT4BUS – #1301.
4. **Agencia Ejecutora:** Cámara de Exportadores de Costa Rica (CADEXCO).
5. **Fecha de Solicitud del Proyecto:** Marzo de 2008.

II. Antecedentes

Las PYMES de Costa Rica han demostrado su impacto en el crecimiento económico del país, siendo el motor del desarrollo y un mecanismo adecuado para la justa distribución de la riqueza.

En materia de exportaciones, los resultados alcanzados reflejan la relevancia de las PYMES en el sector empresarial de Costa Rica: para el año 2007 las exportaciones de los sectores industrial, agrícola, pecuario y pesca alcanzaron un valor de US\$ 9,343.1 millones y fueron realizadas por 2.071 empresas exportadoras. De este grupo empresarial, el 76% son pequeñas y medianas empresas y fueron las responsables del 10% de las exportaciones del país. (Fuente: PROCOMER).

A pesar de los resultados indicados, las PYMES costarricenses se ubican en una posición de desventaja frente a las grandes empresas y multinacionales quienes aunque en menor número capitalizan los mayores volúmenes e ingresos por concepto de exportaciones. Una de las principales razones de esta desproporción es el uso estratégico de TIC por parte de las grandes empresas como apoyo a su gestión de desarrollo de mercados internacionales.

Las PYMES de Costa Rica no hacen uso eficiente de las TIC ni cuentan con personal especializado en desarrollo de negocios y estos dos aspectos, especialmente en un contexto de empresas abiertas a la competencia exterior, marcan una brecha digital frente a las

grandes empresas y multinacionales. Adicionalmente las TIC dan a las pequeñas y medianas empresas exportadoras la oportunidad de comercializar sus productos a través de Internet lo cual conlleva a la creación de mercados más abiertos, a la ruptura de oligopolios y a la pérdida de importancia de ciertos intermediarios con posiciones de negociación abusivas, que afectan directamente los márgenes y capacidades de competitividad de estos pequeños y medianos exportadores.

Por otro lado, un aspecto importante de tomar en cuenta es la necesidad que tiene el país de aumentar y diversificar su oferta exportable ya que a pesar de vender a prácticamente a todo el mundo, la variedad de los productos no ha cambiado y el no darles valor agregado hace que los precios a los que se venden sean relativamente bajos. En esta dirección, el año pasado, el Gobierno estableció una meta exportadora de \$18.000 millones de dólares para el año 2010, lo cual significa exportar el doble de lo que se está exportando hoy día, creciendo a un promedio de 21.7% anual, cuando la tasa de crecimiento en los últimos años se ha mantenido constante en un 14%.

Encuestas realizadas recientemente por CADEXCO indican que más del 90% de la PYMES entrevistadas estarían dispuestas pagar un precio razonable por servicios que les ayuden a promocionar sus productos y servicios internacionalmente. Los empresarios encuestados coinciden en que prácticamente la única manera de dar a conocer actualmente sus productos en mercados extranjeros es a través de ferias comerciales, misiones de empresarios y agendas de negocios que desarrollan tanto PROCOMER como CADEXCO u otros organismos similares, con el inconveniente del alto costo que estos eventos representan y la incertidumbre de no lograr algún buen negocio que justifique la inversión.

Ante lo expuesto anteriormente, este proyecto propone el desarrollo de una plataforma de servicios de TIC dirigidos a facilitar a las PYMES exportadoras o de alto potencial exportador su inserción en nuevos mercados internacionales. Esta plataforma, **Exporta 2.0**, es un portal intersectorial que usará las funcionalidades provistas por la Web 2.0 para promover la exportación en Costa Rica integrando en un solo lugar la oferta de todas las empresas con productos exportables. De esta forma, **Exporta 2.0** se presenta como una solución de bajísimo costo que permitirá a un mayor número de empresas llegar con sus productos a todo el mundo contribuyendo de este modo con el Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010 para Costa Rica y el cual establece como acción estratégica el fomento de las exportaciones a través de la participación de un mayor número de empresas, principalmente PYMES.

III. Objetivos del proyecto, componentes y actividades

El fin del proyecto es contribuir al crecimiento económico y al desarrollo social de Costa Rica, mediante el incremento de las exportaciones de las PYMES. El propósito del proyecto

es desarrollar una plataforma de servicios TIC para facilitar la inserción de las PYMES en mercados de exportación y promover la oferta de sus productos internacionalmente.

Para alcanzar los objetivos indicados, el proyecto incluye los siguientes componentes:

Componente 1: Creación de Capacidades de exportación en las PYMES

Este componente permitirá diagnosticar la situación de las empresas en cuanto a su potencial exportador e identificará el tipo de adiestramiento requerido en las empresas para desarrollar un canal de ventas por Internet. Para garantizar que los conocimientos sean interiorizados, la capacitación se llevará a cabo en dos fases: Teoría para presentar los conocimientos y Práctica para afianzar la teoría y desarrollar las competencias necesarias. Entre las actividades se incluyen: (i) selección de las empresas participantes en el proyecto; (ii) diagnóstico sobre la capacidad exportadora de la empresa; (iii) preparación de la línea de base para el proyecto; (iv) definición del plan estratégico de exportación y requerimientos para alcanzarlo; y (v) capacitación y fortalecimiento de las áreas de negocio de las empresas según resultados del diagnóstico y requerimientos del plan estratégico.

Componente 2: Desarrollo del portal Exporta 2.0

El objetivo de este componente es crear un entorno virtual de encuentro entre la demanda y la oferta de bienes de consumo. Para ello se incluyen entre otras las siguientes actividades: (i) desarrollo de un portal (marketplace) y entorno de colaboración; (ii) implementación de servicios y herramientas 2.0 para fomentar la relación, interacción y flujo de contenidos sobre temas de exportación: herramientas de comercio electrónico tipo B2C y B2B, herramienta de e-Marketing, enciclopedia del conocimiento exportador; entorno de contacto con redes de expertos; espacio virtual para compartir conocimientos de interés para el sector; (iii) diseño e implementación de procesos e infraestructura y logística para la gestión y administración del portal; y (iv) diseño y ejecución de estrategia para la promoción online y posicionamiento de **Exporta 2.0**.

Componente 3: Soluciones TIC aplicadas a las PYMES exportadoras

El objetivo de este componente es aportar herramientas de soporte que ayuden a las 100 PYMES participantes a desarrollar su propia estrategia de negocio online. Esto se logrará mediante las siguientes actividades: (i) creación de una web para cada empresa dotada de una herramienta de comercio electrónico tipo B2C o B2B; (ii) implementación de herramienta de e-Marketing con la capacidad de segmentar el público objetivo de cada empresa de forma que se puedan desarrollar estrategias de marketing personalizado; y (iii) diseño de una campaña de promoción online (Por Ejemplo usando Adwords de Google.)

Componente 4: Promoción local de Exporta 2.0 y diseminación de sus resultados

El objetivo de este componente es promover Exporta 2.0 entre el sector PYME a fines de consolidar la masa crítica de empresas necesaria para garantizar la continuidad de la

operación de los servicios desarrollados. Para lo que se proponen las siguientes actividades: (i) definición de estrategia para captación de nuevas empresas; (ii) realización de eventos a nivel nacional para la promoción del portal; (iii) seguimiento de prospectos; y (iv) preparar y difundir estudios de casos y lecciones aprendidas.

V. Agencia Ejecutora

La Cámara de Exportadores de Costa Rica (CADEXCO) tiene como misión el ser un instrumento del sector exportador, para que su desarrollo tenga un impacto positivo en el bienestar de Costa Rica. Entre nuestras metas están el apoyar a los exportadores en sus gestiones, incrementar el volumen de sus ventas y acceso a mercados, y fomentar la participación de nuevos exportadores. Cuenta con un total de 800 empresas asociadas de las cuales el 80% son PYMES. Entre los servicios que ofrece a sus afiliados se cuentan: (i) apoyar a los empresarios en sus esfuerzos por incrementar las ventas de sus productos y servicios en los mercados externos; (ii) representar los intereses de las empresas exportadoras en negociaciones con los sectores Público y Privado; (iii) organizar al sector exportador para mantener sus actuales mercados; (iv) promover inversiones y el desarrollo de proyectos en sectores específicos; y (v) asesorar a las empresas exportadoras en las diferentes áreas del comercio internacional y en la apertura de nuevos mercados. Para la ejecución de este proyecto, CADEXCO ha establecido alianzas estratégicas con el Ministerio de Comercio Exterior, el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, PROCOMER y DIGEPYME.

VI. Aspectos principales

Beneficiarios del proyecto: Durante su fase piloto se beneficiarán 100 PYMES exportadoras o de alto potencial exportador de Costa Rica. La expectativa de crecimiento es que a partir del tercer año de operación de la plataforma se aumente más por año afiliadas a Exporta 2.0.

Indicadores del proyecto: A continuación se señalan algunos de los indicadores de resultados previstos para este proyecto:

Perspectiva	Indicadores	Año 3
Objetivos	Empresas afiliadas a Exporta 2.0	250
	Empresas sensibilizadas de las ventajas del Exporta 2.0 y uso de TIC	1.000
Mercado/Ventas	Empresas con contratos con clientes de mercados extranjeros	100
	Incremento en las ventas por Internet de las empresas afiliadas a Exporta 2.0	25%