

**case 8-513-019**  
**November 5, 2020**

Michael Metzger

## **El corredor de software de Costa Rica: una empresa nueva elabora planes de expansión para Latinoamérica**

“Así como el café y el banano revolucionaron la economía costarricense en el pasado, el uso y la creación de productos y servicios de comunicación y tecnología información revolucionarán a Costa Rica en la primera parte del siglo XXI”. Con estas palabras el Gerente General de PROCOMER (Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica), Martín Zúñiga, resumió la importancia del sector de tecnología de información para Costa Rica.<sup>1</sup>

Dicho sector experimentó un significativo auge en todo el mundo en la primera mitad de la década de los 90. En una economía cada vez más globalizada, con mayores niveles de intercambio comercial entre países y menos barreras de entrada para bienes y servicios, se esperaba que las tecnologías de información y comunicación (TIC) también florecieran en Centroamérica al aproximarse el nuevo siglo.

San José, la capital de Costa Rica, estaba comenzando a emerger como un centro de actividad de tecnología en América Latina con una industria de software en ascenso.<sup>2</sup> Costa Rica disfrutaba de progresivos acuerdos de libre comercio con varias naciones desarrolladas, incentivos estratégicos a la inversión pública, altos niveles de educación que producían un mano de obra calificada y proximidad a los Estados Unidos.

Una pequeña empresa nueva de software en San José, Costa Rica, SPS Software, sería parte importante de la historia del sector de TIC y el desarrollo de la industria del software en Centroamérica. Desde sus inicios en 1987 en el garaje del cofundador Claudio Pinto, SPS Software, (que son las iniciales de los nombres de los fundadores), experimentó un crecimiento sostenido y dramático. Para finales de 1995 Jorge Sequeira, cofundador y CEO de SPS Software, estaba considerando la mejor forma de posicionar a su empresa para aprovechar las oportunidades que ofrecería la creciente industria de tecnología de información. Específicamente, estaba pensando en desarrollar una estrategia de mercadeo y diseñar un plan de expansión para aprovechar la probable inyección de capital de riesgo, la primera para una empresa de tecnología en Centroamérica.<sup>3</sup>

---

*Publicado por WDI Publishing, división del William Davidson Institute (WDI) de la University of Michigan.*

© 2020 Michael Metzger. Este caso fue escrito por Michael Metzger, Profesor Asistente de INCAE Business School y Profesor Visitante Asistente de la Ross School of Business de la University of Michigan, con ayuda de Federico Chávez y Mauricio Melgarejo, investigadores asistentes de INCAE Business School. El caso se preparó como base para la discusión en clase más bien que para ilustrar la gestión eficaz o ineficaz de una situación. No debe considerarse como una crítica o un respaldo ni debe usarse como fuente de datos primarios. Un representante de SPS Software revisó y aprobó el caso antes de su publicación. El caso ha sido modificado y actualizado a partir de su versión original publicada en 2007 por INCAE Business School con el título “EXACTUS”.