

¿Cuáles y cuántas empresas de la industria cárnica porcina de la Zona de San Carlos, tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlas?

Melvyn G. Alvarado Soto (*)

Resumen

Se realiza un estudio en la industria cárnica porcina de la zona de San Carlos, para conocer cuáles y cuántas empresas tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlas.

Por esto, se diseñó un cuestionario con nueve preguntas que nos permitiera dar respuesta a la problemática mencionada. Dicho cuestionario fue aplicado a 50 empresas.

Dentro de los resultados resalta que un 69.80% de las empresas manifiesta tener en su misión empresarial contenidos sociales, 93.00% se identifican con causas sociales y de manera opuesta el 7.00%.

Al comparar los objetivos económicos en relación con los sociales, el 58.00% de las empresas los considera igual de importantes; 23.00%, más importantes y el 19.00%, menos importantes. Así mismo, solo el 37.00% de las empresas han desarrollado acciones concretas para alcanzar sus expectativas de emprendimiento social con diversos esfuerzos

Solo el 2.30%, Granja Porcina Zamora, considera sus esfuerzos para desarrollar emprendimiento social como novedosos, sostenibles y con un alto contenido social, lo cual hace mediante el uso de la homeopatía, en lugar de los antibióticos, en su producción porcina.

Se puede concluir, de acuerdo con los resultados obtenidos, que una gran mayoría de las empresas no tiene claro el concepto de emprendimiento social, sino más bien por el contrario, tienden a confundirlo con otras iniciativas de carácter social.

Por último, se detecta también en la zona, y particularmente en el sector porcino, una alta sensibilidad social que hace a las empresas potenciales emprendedoras sociales.

Palabras claves: Emprendimiento, porcino, emprendedor, sostenible y novedoso.

(*) Ingeniero Agrónomo. Máster en Administración de Empresas. Candidato a Máster en Administración de Empresas con énfasis en Comercio Internacional. Correo electrónico: melgas@costarricense.cr

Abstract

Study was conducted in swine meat industry in the area of San Carlos, to learn how many companies can expect to develop social enterprises and what efforts have been developed to achieve them.

For which we designed a questionnaire with nine questions that would allow us to address the problems mentioned. This questionnaire will applied to 50 companies in the sector and the area mentioned.

Among the results highlight that a 69.80% of companies say they have in their business mission social content. Also identify 93.00% with social causes as opposed 7.00% .

Comparing economic objectives in relation to social, 58.00% companies (6consider them as important, 23.00% the most important and 19.00% considered less important. Likewise, only 37.00% of the companies have developed specific actions to achieve their expectations of social entrepreneurship and its efforts to comply are diverse.

Only 2.30% companies, Pig Farm Zamora, believes its efforts to develop social entrepreneurship as innovative, sustainable and high social content, same as they do through the use of homeopathy in place of antibiotics in swine production.

It can be concluded, according to the results obtained, a vast majority of companies have no clear concept of social entrepreneurship, but rather on the contrary, tend to confuse it with other social initiatives.

Finally is also detected in the area, and particularly in the pig sector, high social sensitivity that makes companies potential social entrepreneurs.

Key words: Entrepreneurship, Porcine, Enterprising, Sustainable and Innovative.

Introducción

El emprendedurismo social o emprendimiento social es un modelo que antepone el interés social sobre el capital, que promueve la inserción de sectores desprotegidos en todos los ámbitos, en especial, el cultural, educativo y laboral; impulsando la participación de estos sectores en la construcción de una democracia económica incluyente y solidaria. Por lo tanto, se traduce en la creación de empresas donde los fines sociales son la prioridad: La generación de empleo estable y de calidad, la inserción social por el trabajo o la conservación del ambiente y la sostenibilidad, entre otros. Este tipo de emprendimiento se desarrolla de manera tal que la persona y el trabajo son lo principal, y el beneficio empresarial no es más que el resultado del trabajo bien hecho (Fernández, 2011).

Campos (2011) expresa que es de esperar que las empresas tradicionales (empresas de capitales) no lograrán resolver el problema de la exclusión, ya que estas desarrollan sus negocios mediante otros criterios de viabilidad financiera y de mercado y, por consiguiente, no los toman en cuenta o consideran de forma muy limitada o parcial la inclusión de fines sociales como es la incorporación de personas con riesgo de exclusión (jóvenes, mujeres discapacitados, entre otros).

A pesar de no existir una definición única sobre emprendimiento social ni tampoco un tipo único, todo emprendimiento social debería incluir cuatro elementos clave: La creación de valor social, soluciones innovadoras a problemas sociales, uso de principios y herramientas empresariales y cambio social. Aunque esos elementos pueden estar presentes en la provisión pública de servicios sociales, en el emprendimiento convencional capitalista o en fundaciones y ONG, la empresa social seguiría una lógica que no encaja exactamente en ninguno de esos formatos. (Merino, A., Ballesteros, C., Bilbao, P., Carrero, I., Contreras, D., Díaz, E., Labajo, V., Linares, P. y Valor, C 2013).

Dees (2001) establece los siguientes criterios, de modo que los emprendedores serán agentes del cambio social cuando:

- ✓ Definen una misión para crear y mantener valor social (no sólo privado).
- ✓ Reconocen y persiguen permanentemente nuevas oportunidades para servir a esa misión.
- ✓ Se comprometen en un proceso de innovación, adaptación y aprendizaje continuos.
- ✓ No se ven paralizados por los límites de los recursos disponibles en un momento dado.
- ✓ Muestran una intensa responsabilidad hacia los públicos a los que sirven y por los resultados creados.

El emprendimiento social es reciente en todo el mundo, naciones como Australia, Canadá, España, Estados Unidos, Japón y muchos otros; han abordado y trabajado el tema como un eje prioritario en su plan gubernamental desde hace más de una

década. No obstante, en nuestro país este modelo organizativo es poco conocido y difundido como tal.

San Carlos experimenta un gran desarrollo en el campo agropecuario. Dada la cantidad de área bajo cultivo y la dedicada a la producción pecuaria, sobresaliendo la industria porcina. (Padilla, 2008).

En nuestro país algunas empresas del sector porcino, como la Granja Zamora San Carlos SA, ubicada en Santa Clara de San Carlos, han comenzado a utilizar productos homeopáticos en vez de los antibióticos, para la prevención de enfermedades digestivas y respiratorias, basados en aumentar las defensas de los cerdos. El tratamiento de diarreas en diferentes etapas del crecimiento del cerdo y el control de diferentes enfermedades ha sido muy exitoso, lo cual de manera paralela promueve una carne de mejor sabor, más jugosa y suave. (Meléndez, 2013).

Por consiguiente, se pretende a través de la investigación que se presenta en este artículo, determinar cuáles y cuántas empresas de la industria cárnica porcina de la zona de San Carlos tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlas.

Revisión bibliográfica

Según estimaciones elaboradas por el Instituto Nacional de Estadística y Censos, al 31 de diciembre del 2011, la población de la Región Huetar Norte es de 327.020 habitantes. La mayor concentración de población, se encuentra en el cantón de San Carlos, que representa el 49,98% (163.472 habitantes) de la población total de la Región Huetar Norte. (INEC, 2011).

De acuerdo con el Plan de Desarrollo Cantonal, el 19.5% de los hogares del cantón de San Carlos son pobres y la población pobre es de 23 466 personas. Así mismo, el área productiva de San Carlos en su gran mayoría es dedicada a las actividades de carácter agropecuario. De manera generalizada, la ganadería para producción de leche y carne y la porcina son actividades muy importantes y difundidas en toda la zona. (ITCR, 2004).

Quesada destaca que el cantón de San Carlos es uno de los cantones del país donde más cooperativas participan de su desarrollo (Quesada, 2012). Así mismo, datos presentados por de la Unión Regional de Cooperativas de la Zona Norte (URCOZON RL) indican que existen cincuenta y cinco organizaciones de este tipo. La primera se formó en Florencia en el año 1964 y se trató de Coopeflor RL, luego, en 1965, nacieron Cooquite y Coopelesca RL, y hace un mes se fundó Coopeprocer RL, una cooperativa de productores de cerdos (ITCR , 2004).

La actividad porcina en Costa Rica es una de las principales actividades pecuarias en importancia dentro de la estructura económica del país, debido a su aporte en el valor agregado dentro del sector agropecuario, generación de divisas y empleo, uso de factores productivos y producción de una amplia gama de productos alimenticios; también por su contribución en el valor agregado de la economía y, en especial, por el aporte a la economía familiar del pequeño agricultor. Así mismo, indica que desde el punto de vista económico, la actividad primaria contribuyó durante el periodo 2000 - 2006 en promedio con el 0,18 % del valor agregado nacional, con 1,77 % del valor agregado dentro del sector agropecuario y con un 8,47 % del valor agregado dentro del sector pecuario, con una tasa de crecimiento anual para estos dos últimos indicadores del 5,66 % y 5,90 % respectivamente en dicha contribución para ese periodo, datos que demuestran el dinamismo e importancia del sector. (Padilla, 2008).

Monge (1998) afirma que existen en el país tres niveles de desarrollo de explotaciones porcinas: Unas numerosas de tipo familiar, otras de manejo intensivo y otras de menor número, pero de altos niveles tecnológicos (instalaciones, sanidad, selección, mercadeo e industrialización).

Díaz (2012) resalta sobre los factores que actúan como obstáculos al desarrollo de la actividad porcina, tales como: La baja organización de los productores, la poca transparencia del mercado (que castiga al productor y beneficia al intermediario), la reducida integración de funciones entre productores, comercializadores e industriales y, en especial, la dependencia de materia prima importada para los sistemas de alimentación, que resulta en un porcentaje sumamente elevado, el cual afecta la rentabilidad de la actividad.

Dentro de los retos que debe encarar el sector porcino, se encuentran los relacionados con la producción en armonía con el ambiente, mejorar la comercialización, provocar un cambio en la mentalidad del productor para que dirija la actividad como una empresa (productores empresarios) y fortalecer la organización de productores. (Padilla, 2008).

Se propone el *sistema sostenible* como viable bajo las condiciones actuales del sector porcino costarricense, entendido como aquel que debería ser parte de la granja con un sistema de manejo integral, con objetivos a largo plazo, plan de manejo financiero, plan biológico y programa de monitoreo para evaluar su progreso. (Rodríguez, 2010). Así mismo, se considera que el desarrollo, producción y comercialización de carne de cerdo, dirigida a la satisfacción de mercados especializados, es considerada una alternativa viable, para poder obtener una mejor retribución por el producto; en países industrializados como Canadá, una parte de los granjeros se están dirigiendo a productos orgánicos (naturales). Esto demuestra que aún en países desarrollados,

estos nichos de mercado son un área empresarial en pleno desarrollo. (González, 2010).

Se destaca el éxito alcanzado para dar respuesta a diferentes problemas que aquejan a diferentes comunidades y sectores, a través del establecimiento de un modelo como el emprendimiento social. (Nicolás y Rubio, 2012). Por consiguiente, para el caso de la zona de San Carlos, pareciera una manera apropiada para dar respuesta a los retos que se le plantean al sector porcino.

Un estudio realizado muestra que el emprendimiento social puede ser una alternativa para superar los rezagos y la exclusión que sufre el agro, pues el hecho de unirse y organizarse con la finalidad de construir una economía solidaria, les ha permitido a los pequeños productores acceder a niveles de mercado que antes les estaban negados. De igual forma, las empresas sociales enmarcadas en el emprendimiento social son un modelo innovador de empresa que fomenta la idea de crear negocios para ayudar a resolver algún problema social y no para maximizar los beneficios. El objetivo principal es dar respuesta a las necesidades sociales. (Palacios, 2010).

El emprendimiento social se da cuando las compañías, en forma independiente o a través de alianzas con organizaciones gubernamentales y de la sociedad civil, pueden contribuir a acelerar el proceso de mejora de la humanidad; por consiguiente, como una actividad innovadora, de creación de valor social, que ocurre al interior y a través de los sectores sin ánimo de lucro, de negocios y gubernamental. (Austin, J., Gutierrez, R., Ogliastrì, E. y Refricco, E, 2006).

Una comparación válida e importante de realizar entre los emprendedores sociales y los empresarios, es que los primeros ponen el énfasis en la responsabilidad social y articulan los recursos necesarios para conseguir su misión. Es decir, gestionan, pero con un fin social y sin ánimo de lucro. En cambio, los empresarios enfatizan la búsqueda del beneficio, aunque sin desdeñar la responsabilidad social. También gestionan, sin embargo, con ánimo de lucro. (Fernández, 2011).

Se profundiza aún más sobre las diferencias entre el emprendimiento social y el emprendimiento mercantil, las cuales se sustentan en dos aspectos: No produce bienes y servicios para vender, sino que actúa para solucionar problemas sociales; y no está dirigido hacia los mercados, sino para segmentos de la población en situación de riesgo social (exclusión social, pobreza, riesgo de vida) o para promover acciones que se traduzcan en mejoras de las condiciones de vida de grupos poblacionales. (Moroni, 2013).

Por lo tanto, los emprendimientos sociales se manifiestan en empresas sociales, que no se originan en la posibilidad de maximizar el factor capital, sino en la perspectiva de movilizar los factores comunidad y trabajo para producir satisfactores para la vida

de quienes son poseedores directos de dichos factores (especialmente las comunidades de menores recursos económicos o excluidas del mundo empresarial basado en la maximización del capital o extremadamente aisladas de los beneficios del mundo empresarial fundamentado en el ejercicio del poder político). (Coodesco, 2010).

Moreira, P., Urriolagoitia, L. y Vernis, A. (2011) proponen considerar el emprendimiento social como un proceso de creación de valor social combinando recursos de manera innovadora. Por tanto, los autores sugieren que al igual que en emprendimientos de negocios, un emprendimiento social implica una evolución a través de distintas etapas de formación, de inicio, de crecimiento y de consolidación, las cuales se van desarrollando como consecuencia de las continuas interacciones del emprendimiento social y del contexto socio-económico en el que está inmerso.

Farías (2013) propone como un primer paso para vincular una empresa privada con el emprendimiento, crear una comisión reguladora y de apoyo entre ambos sectores. Así mismo, que las empresas privadas guíen y orienten a las sociales con el *know-how* de gestión y administración de recursos, y que estas últimas sean las principales consejeras para los proyectos sociales de la industria privada. También, debe considerarse al emprendimiento social como un modelo sostenible que incorpora herramientas de la administración de empresas y una alta dosis de visión a mediano y largo plazo, combinadas con un fin social de gran trasfondo. (Acevedo, 2012).

Otros autores sugieren que el emprendimiento social es un ecosistema que debe incluir: Emprendimientos, medios de comunicación, centros académicos, entidades financieras y organismos públicos. (Casanovas y Vernis, 2011).

Weerawardena y Mort (2006) también han desarrollado un modelo sobre el proceso del emprendimiento social dentro del contexto en el que opera. De acuerdo con su modelo, la creación de valor social como variable dependiente está en función del grado de innovación, del grado de pro actividad y de la gestión de riesgos que, a su vez, están sujetos a la sostenibilidad, la misión social y al ambiente. En efecto, el emprendimiento social busca alcanzar la creación de valor social y esto requiere el despliegue de procedimientos de innovación, pro actividad y la gestión de riesgos. Estos procedimientos están supeditados al deseo de alcanzar una misión social y mantener la sostenibilidad de la organización. Además, están continuamente interactuando con un ambiente dinámico y turbulento que les fuerza a buscar la sostenibilidad, por lo general, dentro de un marco de relativa escasez de recursos de la organización. Además, el ambiente competitivo dentro del cual operan requiere adoptar una postura competitiva en la adquisición de recursos financieros.

Realizar el presente estudio relacionado con la cuantificación e identificación de las empresas u organizaciones de la industria cárnica porcina ubicadas en la zona de San Carlos, resulta muy importante para conocer el grado de difusión del modelo de emprendimiento social en cuanto a las expectativas y esfuerzos concretos que están realizando; y con base a los resultados obtenidos poder determinar el papel de un profesional en Comercio Internacional, en pro de sus proyectos productivos.

Metodología de la investigación

Esta investigación, dada su naturaleza, los propósitos y la forma en que fue desarrollada, se consideró de carácter cuantitativo, en la que se empleó la encuesta como método de recolección de la información y como fuente primaria de la investigación. La encuesta se aplicó a 50 empresas porcinas que acatan el Reglamento de Granjas Porcinas, el cual tiene como objetivo regular y permitir la vigilancia y el control de todo lugar, edificio, local e instalaciones en donde se mantienen o permanecen cerdos en todas sus etapas de producción, así como los sistemas de tratamiento y disposición final de desechos sólidos y líquidos y, además, poseen un Permiso Sanitario de Funcionamiento ante el Ministerio de Salud. Las principales características que deben de cumplir las empresas son:

- ✓ Poseer un Plan de Manejo de la Cerdaza.
- ✓ Sistema de tratamiento de aguas residuales.
- ✓ Estudio de impacto ambiental.

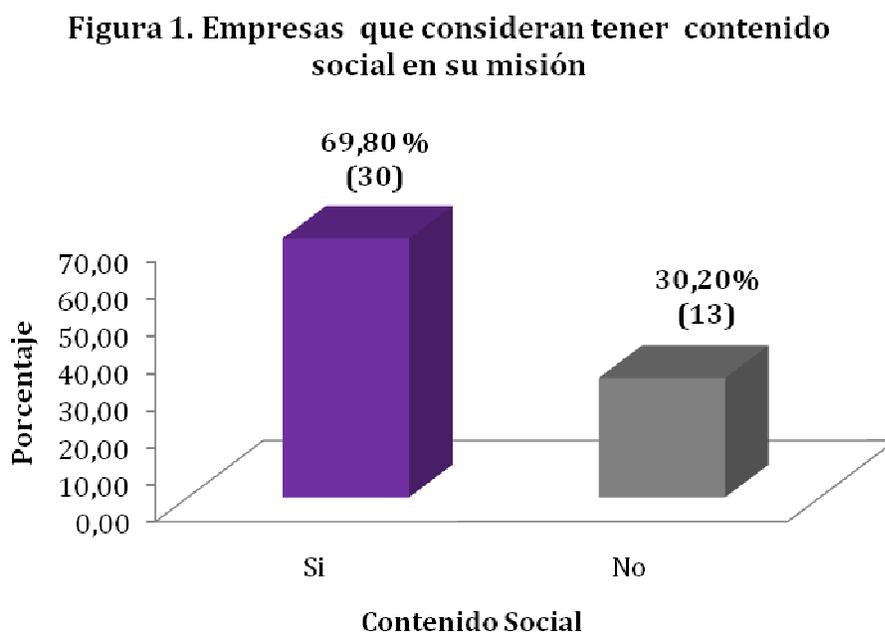
La encuesta está compuesta por seis preguntas cerradas y una abierta con el fin de delimitar los conocimientos que tienen los empresarios sobre el tema. A su vez, posee dos preguntas mixtas en donde los encuestados tenían la opción de selección múltiple. El tiempo calculado de respuesta de toda la encuesta es de ocho a diez minutos, y en cuanto a los temas, se entrelazaban a lo largo de la misma para mayor dinámica de los participantes. Las preguntas de la encuesta se estructuraron de tal manera que las primeras cuatro correspondieran a generalidades del emprendimiento social y conocimiento del tema y las otras cuatro para determinar si tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido haciendo para alcanzarlas.

De igual forma, se realizó un pre-testeo cognitivo a diez personas con el fin de analizar que tanto se conoce del tema y para poder reducir el sesgo que puede generar la mala interpretación de las preguntas. Los participantes del pre-testeo cognitivo fueron compañeros de trabajo, ninguno de ellos es experto en el tema.

El nivel de confianza de la encuesta fue de un 70 %, con un margen de error de un 7%. De la muestra de 50 granjas porcinas, solo 43 contestaron la encuesta, la cual fue aplicada por medio de la vía telefónica y correo electrónico. A su vez, los resultados serán presentados por medio de figuras para facilitar su análisis.

Discusión de resultados

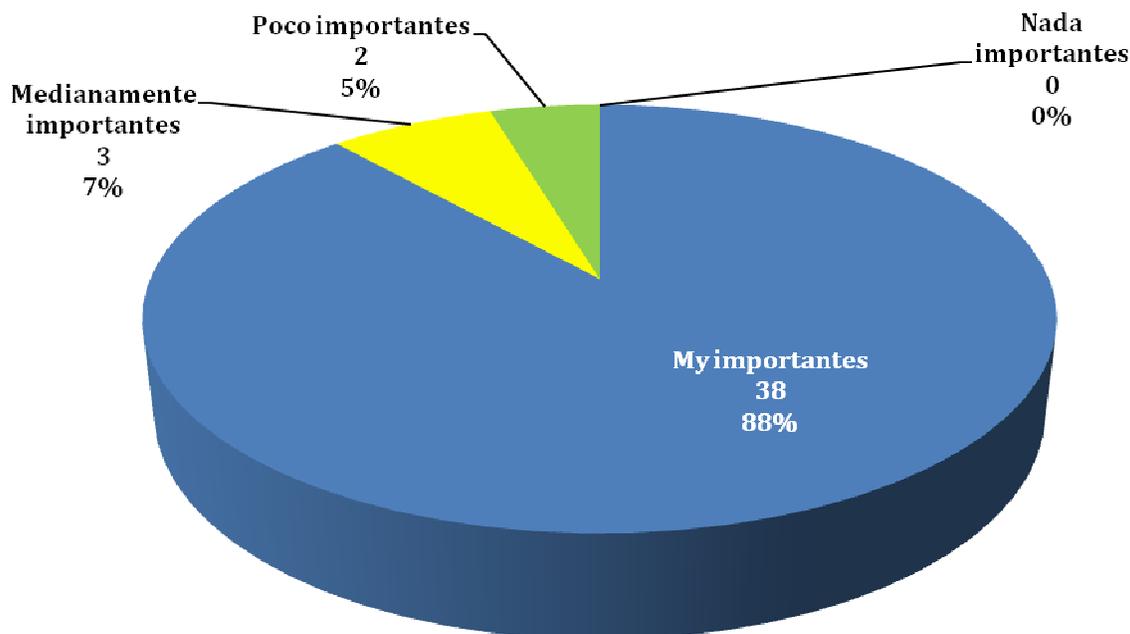
Un 69.80 % de las empresas entrevistadas de la zona de San Carlos del sector cárnico porcino consideran tener contenido social en su misión y de manera opuesta el 30.20% de las restantes, lo cual nos permite inferir que de acuerdo con esta consideración, en este sector y en esta zona del país los empresarios creen que están actuando según criterios sociales.



Fuente: Elaboración propia con base en resultados del trabajo campo

El 88.00% de las empresas entrevistadas le confieren mucha importancia a los objetivos sociales. Para un 7.00%, les es medianamente importantes, y poco importantes para un 5.00%. Ninguna empresa los considera nada importantes.

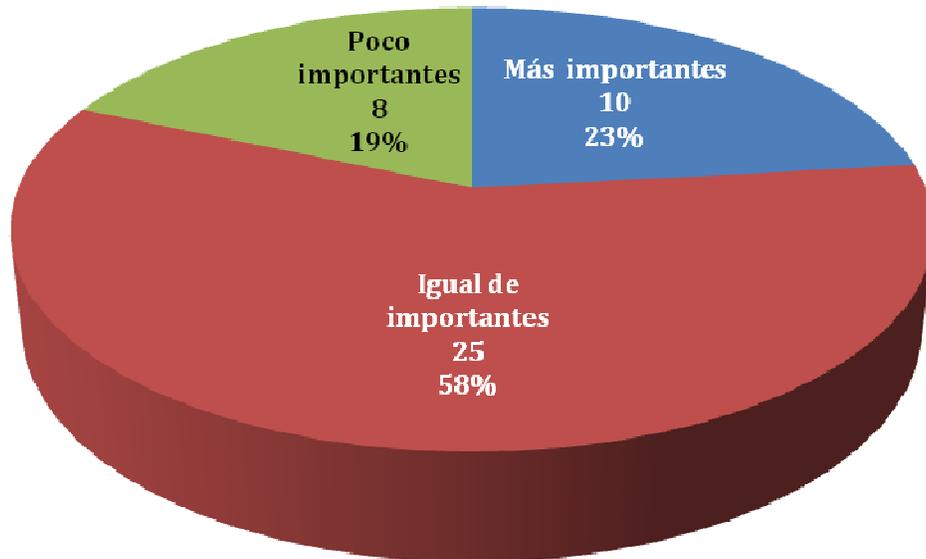
Figura 2. Importancia que le confieren a los objetivos sociales



Fuente: Elaboración propia con base en resultados del trabajo campo

Los objetivos económicos y sociales se consideran igualmente importantes por un 58.00% de las empresas, un 23.00% como más importantes que los sociales y un 19.00% menos importantes. Lo anterior nos hace pensar que al considerar las empresas los objetivos sociales igual de importantes que los económicos, en esta zona y sector, hay ambiente o sensibilidad para impulsar con facilidad de emprendimientos sociales.

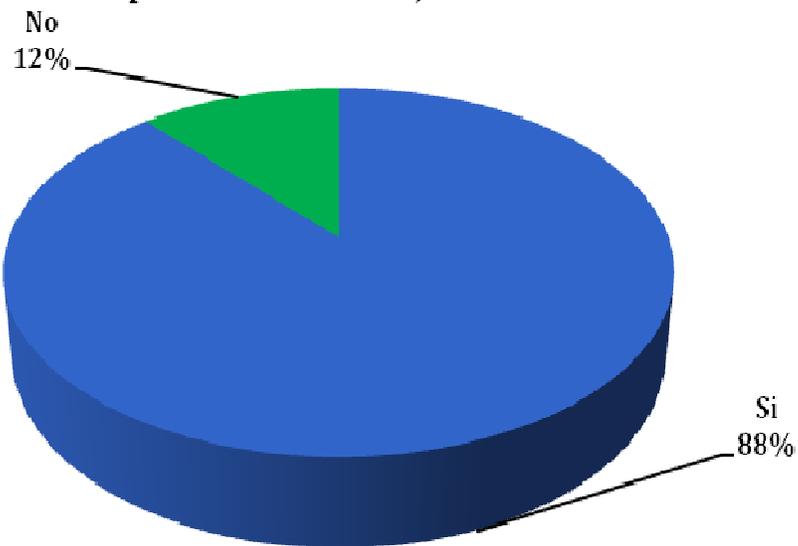
Figura 3. Importancia conferida a los objetivos económicos con relación a los sociales



Fuente: Elaboración propia con base en resultados del trabajo campo

Se muestra una intencionalidad por parte del 88.00% de las empresas del sector y la zona bajo estudio, en llevar a cabo objetivos sociales y de manera opuesta el 12.00% de las empresas restantes. De acuerdo con estos resultados, se percibe la voluntad para llevar a cabo objetivos de naturaleza social.

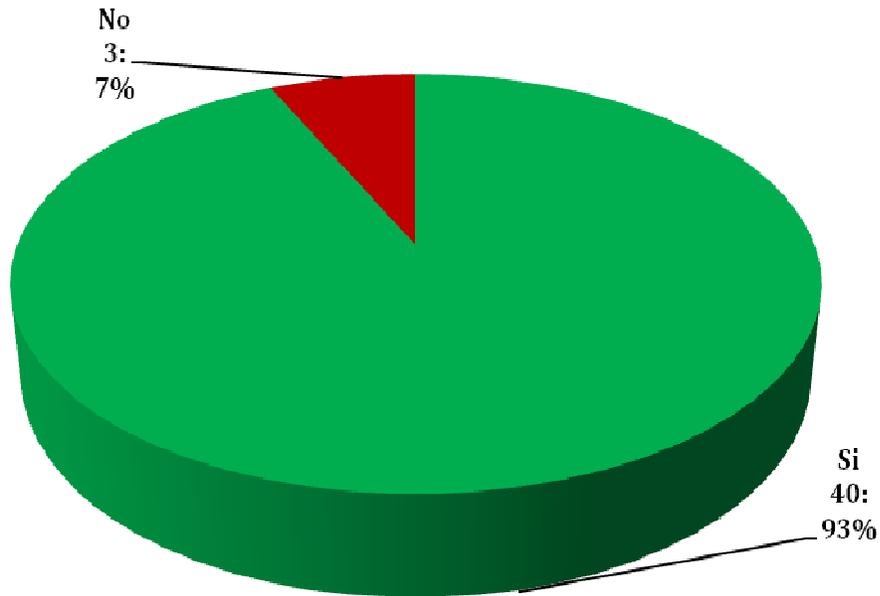
Figura 4. Número de empresas que piensan desarrollar en los próximos meses objetivos sociales



Fuente: Elaboración propia con base en resultados del trabajo campo

El 93.00% de las empresas se identifican con causas sociales y el 7.00% restantes, de manera contraria. Según estos resultados, se sigue manifestando una sensibilidad importante en el tema social en la zona y sector bajo estudio.

Figura 5. Empresas que se identifican con causas sociales



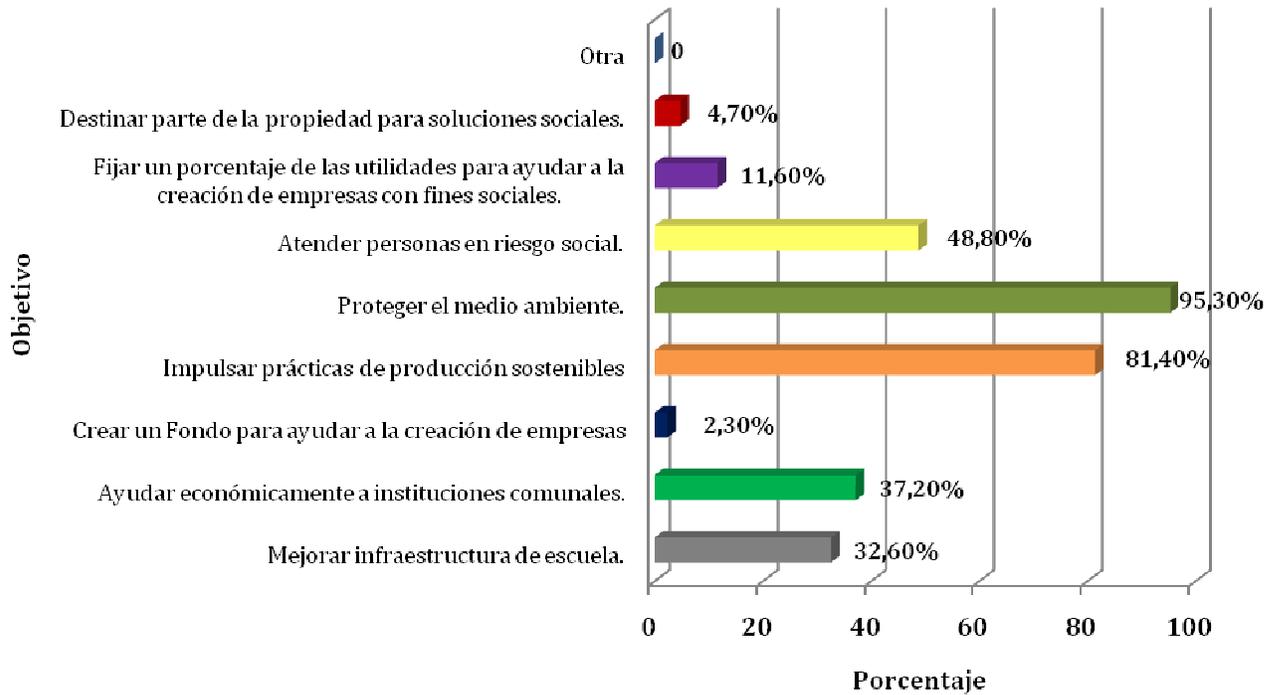
Fuente: Elaboración propia con base en resultados del trabajo campo

De acuerdo con los resultados obtenidos, las diferentes empresas realizan objetivos de distinta naturaleza: Dos de los que están actualmente desarrollando las empresas y que se encuentran íntimamente relacionados, son los mencionados de proteger el ambiente por el 95.30% de las empresas y los de impulsar prácticas de producción sostenible por el 81.40%.

Los objetivos enfocados hacia la ayuda a la comunidad, como el ayudar económicamente a instituciones y mejorar la infraestructura de escuela, se mencionan en su orden por el 37.20% y 32.60% de las empresas entrevistadas. Y el atender personas en riesgo social se menciona por el 48.80%.

El enfoque de objetivos en temas sociales tales como el de fijar un porcentaje de las utilidades para ayudar a la creación de empresas con fines sociales, destinar parte de la propiedad para soluciones sociales de diferente naturaleza y crear un fondo económico para ayudar a la creación de empresas de carácter social, son mencionados por un 11.20%, 4.70% y 2.30% de las empresas, respectivamente. Estos objetivos sociales en conjunto son los que se desarrollan por una menor cantidad de empresas que representan un 18,60%.

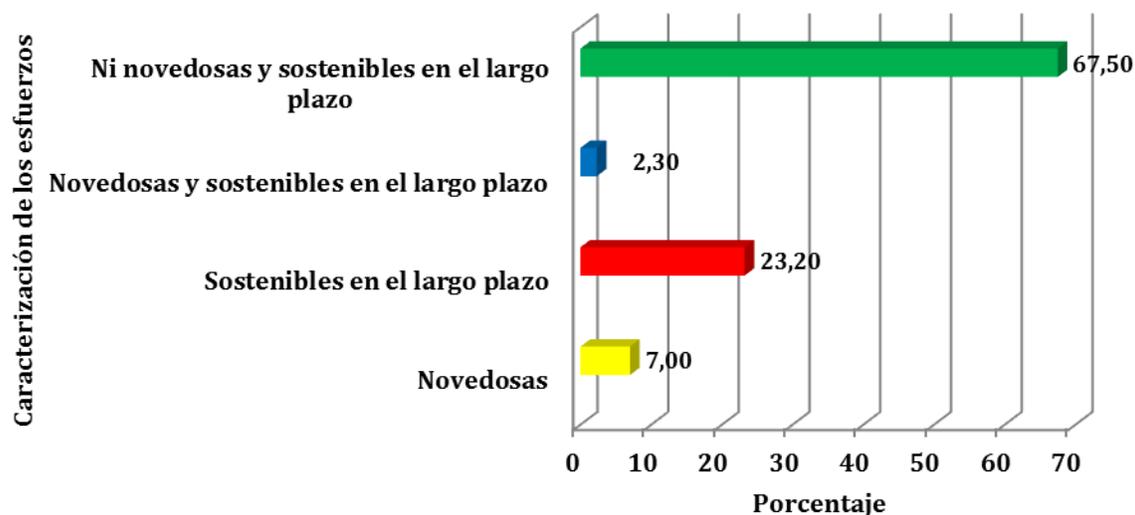
Figura 6. Objetivos que actualmente desarrollan las empresas



Fuente: Elaboración propia con base en resultados del trabajo campo

Solo el 2.30% de las empresas consideran que las acciones que emprenderá para alcanzar los objetivos son novedosas y sostenibles en el largo plazo, no así el 67.50% de las empresas, el 7.00% las consideran novedosas y el 23.20% sostenibles en el largo plazo. A partir de los resultados de las preguntas anteriores, lo social podría estar confundiéndose con el emprendimiento social; concepto que toma en cuenta tanto lo social como también lo novedoso y sostenible en el largo plazo.

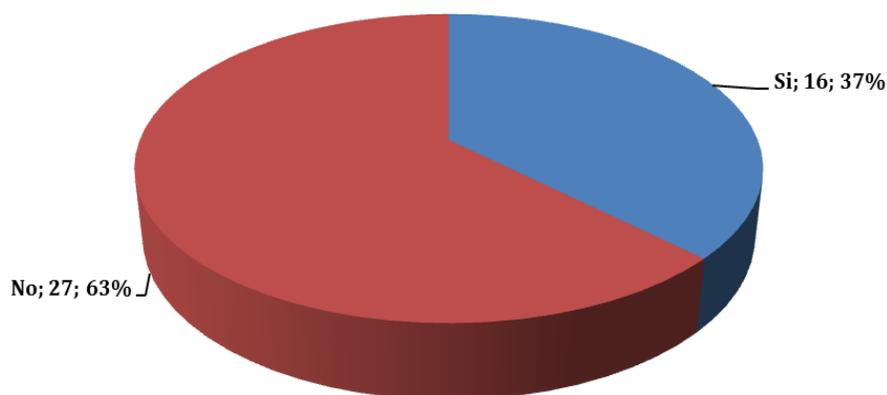
Figura 7. Caracterización de los esfuerzos que han venido realizando para alcanzar sus expectativas de Emprendimiento Social



Fuente: Elaboración propia con base en resultados del trabajo campo

Solo el 37.00% de las empresas manifiesta llevar a cabo acciones concretas para realizar los objetivos sociales y el 63.00% restante no lo externalan así. Tal situación plantea que muy pocas realizan acciones para la concreción de estos objetivos, por lo que hace suponer que los objetivos para algunas no pasarán a ser más que una buena intención.

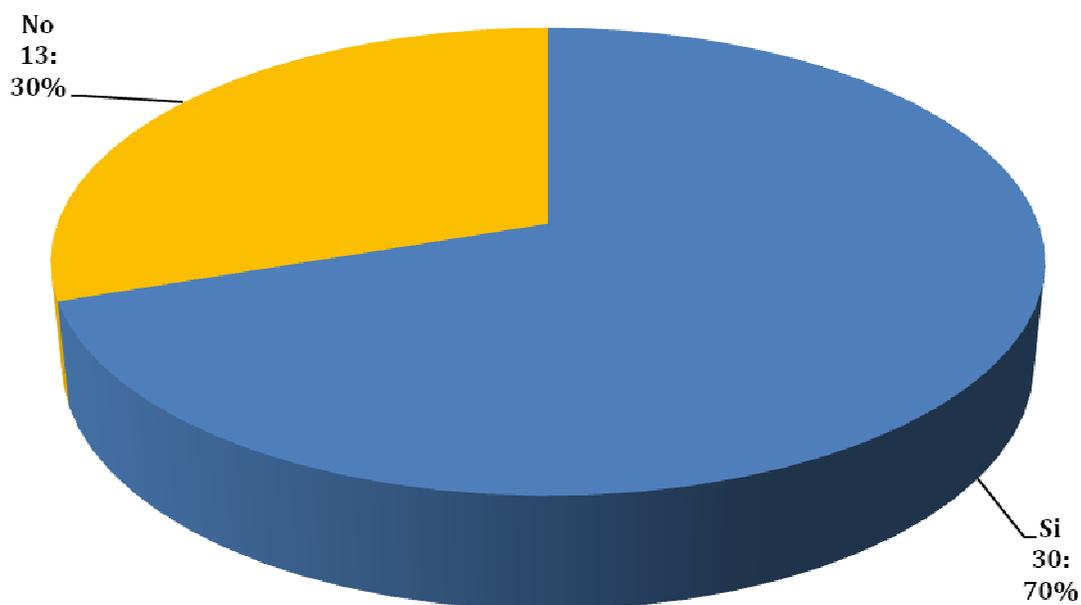
Figura 8. Realización de acciones concretas para llevar a cabo los objetivos sociales



Fuente: Elaboración propia con base en resultados del trabajo campo

Un 70.00% de las empresas ha detectado áreas en las que pueden realizar acciones sociales y el 30.00% restante, de manera opuesta. Por lo tanto, se denota un interés por parte de las empresas por encontrar áreas para hacer una contribución social.

Figura 9. Empresas que han identificado áreas para realizar acciones sociales.



Fuente: Elaboración propia con base en resultados del trabajo campo

Las empresas entrevistadas con claros objetivos sociales indican estar haciendo diferentes acciones concretas en torno a alcanzar las expectativas de emprendimiento social, dentro de las que sobresalen las siguientes:

- Se han realizado reuniones con vecinos para brindarles una inducción sobre los objetivos y planes de la empresa en pro del bienestar de la comunidad.
- Se giraron instrucciones al contador para que en la contabilidad se establezca el monto del fondo económico para fines sociales.
- Tomar acuerdo sobre porcentaje de las utilidades con el objetivo de crear empresas con fines sociales en próxima Asamblea de Accionistas.
- Se está organizando a los vecinos en torno a la creación de las empresas sociales.

- Una de las empresas, Granja Zamora, está impulsando el uso de la homeopatía en sustitución de antibióticos, para ponerla al alcance de los pequeños y medianos porcicultores organizados alrededor de este tipo de producción.

Conclusiones

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la presente investigación, se presentan a continuación las principales conclusiones:

- a. Si bien es cierto la mayoría de las empresas consideran tener una orientación social, identificación con causas sociales y la importancia que le dan a los objetivos sociales; al consultarles sobre los objetivos que están desarrollando, solo muy pocas citan los de carácter social.
- b. Se evidencia que el emprendimiento social se podría estar confundiendo por parte las empresas entrevistadas, con otros tipos de orientación social tales como la responsabilidad social; dado que en nuestro país este modelo organizativo es poco conocido y difundido como tal.
- c. Solo un 18,60% de las empresas están claras en su emprendimiento de carácter social; sobresaliendo dentro de las mismas, por su avance, la Granja Zamora que le está apostando a una nueva tecnología, sostenible y novedosa. La de sustituir los antibióticos por la homeopatía para tratar enfermedades digestivas y respiratorias de los cerdos; misma que será puesta disposición de pequeñas y medianas empresas porcinas, con grandes beneficios para los porcicultores y consumidores. De igual forma, se cree que el desarrollo, producción y comercialización de carne de cerdo, dirigida a la satisfacción de mercados especializados, es considerada una alternativa viable para poder obtener una mejor retribución por el producto
- d. El sector porcino en la zona de San Carlos presenta una importante sensibilidad social, la cual podría ser aprovechada para impulsar en un futuro cercano una mayor cantidad de emprendimientos sociales.

Lista de referencias bibliográficas

Acevedo, J.M. (2012). *Las caras del emprendimiento social*. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/opinion/las-caras-del-emprendimiento-social>.

Austin, J., Gutierrez,R., Ogliastri, E. y Refricco,E. (2006). Gestión efectiva de emprendimientos sociales. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 30,1, pp. 1-22.

Casanovas, G., y Vernis, A. (2011). Ecosistemas y emprendimientos sociales. (Spanish). *INCAE Business Review*, 2, 3, pp. 2-6.

Coodesco. (2010). Los emprendimientos sociales. Recuperado de: <http://www.coodesco.com.co/Editorial/LosEmprendimientosSociales/tabid/420/Default.aspx>.

Dees, G. (2001). *The meaning of social entrepreneurship*. Documento de Trabajo del Center for the Advancement of Social Entrepreneurship. Recuperado de http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.

Díaz, O. (2012) . *Análisis de la competitividad de la actividad porcina costarricense, en el marco de la apertura comercial bajo el concepto de agrocadena*. (Tesis para optar por el grado de Maestría en Ciencias Agropecuarias). Universidad Estatal a Distancia. San José, Costa Rica.

Farías, V. (2013). *¿Cómo vincular a las empresas privadas con el emprendimiento social?* Recuperado de <http://yopasolavoz.com/2013/01/02/como-vincular-a-las-empresas-con-el-emprendimiento-social/>

Fernández, E.L. (2011). Emprendedores sociales y empresarios: Hablamos de la misma especie. *Boletín de la Fundación Emilio Barbón*. 4, pp. 31-40.

González, J. (2010). *Nuevas estrategias para el mercadeo moderno del cerdo*. Recuperado de: <http://academic.uprm.edu/jlgonzalez/HTMLobj-74/nuevasestrategiasparaelcerdomoderno.pdf>

INEC. (2012). *Censo 2011*. San José, Costa Rica.

ITCR. (2004). *Plan de Desarrollo Cantonal: San Carlos 2005-2007*. ITCR. San Carlos, Costa Rica.

Merino, A., Ballesteros, C., Bilbao, P., Carrero,I., Contreras,D., Diaz,E., Labajo,V,Linares, P. y Valor, C. (2013). *Guía del emprendedor social: inspiraciones para la creación de empresas de servicio de la sociedad*. Universidad de Comillas. Valencia, España.

Monge, D. (1998). *Producción porcina*. EUNED. San José, Costa Rica.

Moreira, P. Urriolagoitia, L. y Vernis, A. (2011). El emprendimiento social como proceso. *Revista Española del Tercer Sector*, pp. 17.

Moroni, J. M. (2013). *Emprendedores mercantiles vs emprendedores sociales*. Recuperado de: <http://www.creadess.org/index.php/comparte/2012-02-10-21-38-04/blogs-creadess/emprendedores-mercantiles-vs-emprendedores-sociales-19033.html>

Nicolás, C y Rubio, A.M. (2012). El emprendimiento social: una comparativa entre España y países sudamericanos, *Revista FIR*, 1, 1, pp. 58-49.

Padilla, M. (2008). *Comportamiento de la actividad porcina en Costa Rica 2000-2006*. Programa Nacional de Cerdos. San José, Costa Rica: Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Palacios, G. (2010). Emprendimiento social: integrando a los excluidos en el ámbito rural. *Revista de Ciencias Sociales*, 16, 4, pp. 579-590.

Quesada, G. (2012). San Carlos y las cooperativas. *San Carlos al Día*. Recuperado de: <http://www.sancarlosaldia.com/noticias/editorial/san-carlos-y-las-cooperativas.html>

Rodríguez Z, J. (2010). *Nuevas alternativas para la industria porcina nacional*. Recuperado de <http://www.una.ac.cr/redibec-cisda/ponencias/GESTION/Jose.pdf>

Weerawardena, J y Sullivan, Gillian. (2006). Investigating Social Entrepreneurship: A Multidimensional Model. *Journal of World Business*, 41, 1, pp. 21-35.