



## **El emprendedurismo social desde la perspectiva de la cultura**

**Luis Carlos Amador Brenes<sup>1</sup>**

**Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología**

**San José, Costa Rica**

**17 de marzo del 2014**

### **Resumen**

En los últimos años se han conformado diversas empresas sociales que han permitido resolver problemas de desempleo de ciertos estratos de la sociedad costarricense. En este marco, se puede afirmar que el emprendedurismo es una herramienta alternativa para la solución de problemas de carácter económico y social. El presente estudio tiene como objetivo determinar un vínculo entre la cultura y sus diferentes manifestaciones con la gestión de empresas. Esto con el fin de generar empresas sociales que sirvan de vehículo de desarrollo de las personas y de sus comunidades para afrontar y combatir el desempleo. Para obtener la información necesaria para efectos del presente informe, se aplicó una encuesta a 50 personas del sector cultura. Los resultados de la encuesta permitieron medir las posibilidades de construir empresas sociales desde el ámbito de la cultura, ligadas a las estructuras municipales del país.

**Palabras clave: emprendedurismo, empresas sociales, cultura, desempleo, manifestaciones culturales, municipalidad.**

### **Abstract**

In recent years they have formed various social enterprises that have helped to solve unemployment problems of certain strata of Costa Rican society. In this context, we can say that entrepreneurship is an alternative tool for solving problems of economic and social character. The present study aims to determine a link between culture and its various manifestations in business management. This in order to create social enterprises that serve as a vehicle for development of individuals and communities to confront and combat unemployment. To obtain the information necessary for the purposes of this report, a survey was conducted of 50 people culture sector. The results of the survey allowed us to measure the

---

<sup>1</sup>Licenciado en Música con énfasis en ejecución de viola, M. Sc. en Administración Pública. Opta por la Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Gerencia de Operaciones de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología. Email: lcamadorb@gmail.com

possibilities of building social enterprises from the field of culture, linked to the municipal structures of the country.

**Key words: entrepreneurship, social enterprise, culture, unemployment, cultural performances, municipality.**

## **Introducción**

El emprendedurismo social es un proceso por medio del cual las personas pueden participar en la dinamización de la economía de la sociedad. Mediante empresas sociales, basadas en el esfuerzo propio, los miembros de un conjunto humano pueden desarrollar sus habilidades y fundar empresas que generen ingresos. Esto con el fin de obtener mejores ganancias que redunden en una mejor calidad de vida.

La cultura es un eje transversal de desarrollo dentro de la sociedad. Esta permite que, mediante las manifestaciones artísticas u otros tipos de manifestaciones, los seres humanos puedan fundar empresas sociales capaces de participar en la economía de su entorno.

Según Ember y Ember (1997), la cultura engloba toda actividad de los seres humanos que conforman una sociedad, independientemente de dónde se encuentre esta, así como de su nivel económico. La cultura es parte de la cotidianidad de un conglomerado humano y esto es una característica que lo diferencia de los animales, pues, desde el punto de vista antropológico, el término cultura se refiere a toda conducta socialmente adquirida. Es en la sociedad dónde cada persona aprende y dónde su perfil cultural es definido (p. 18-24).

La cultura está presente en todas las actividades de los seres humanos: es parte del quehacer social. Resulta, entonces, que muchas de las manifestaciones artísticas pueden transformarse en empresas sociales y aportar réditos importantes a la economía nacional y a la individual. Es por esto que el emprendedurismo social debe desarrollarse de la mano del quehacer cultural de cualquier colectivo humano.

No obstante, el emprendedurismo social desde la perspectiva de la cultura, es un tema que no ha sido abordado en Costa Rica. Es necesario, entonces, su estudio. Este permitirá observar que la cultura puede aportar a la economía por medio de la creación de empresas sociales, que promuevan el desarrollo económico de muchas familias costarricenses.

En Costa Rica existen muchos ejemplos de este tipo de empresas: las panaderías artesanales, los ceramistas de Guaitil, en Guanacaste; los artesanos de Santa Ana y otras en diversas zonas del país. Estas pequeñas empresas sociales enfrentan muchos problemas, entre ellos, que no logran comercializar sus productos. En consecuencia, se ven obligados a recurrir a intermediarios quienes lucran con los productos que les compran, reduciéndoles así el margen de ganancia. Además, de que luego estos intermediarios elevan el precio de los productos a los consumidores.

Por último, se considera que la presente propuesta es importante porque busca determinar oportunidades económicas a los centros culturales comunitarios, mediante el apoyo de las municipalidades y de otras entidades públicas y privadas. Asimismo, busca promover la capacitación, tanto artística como empresarial, para las personas que constituyen dichos centros. De esta manera podrán fundar sus propias empresas sociales que, a su vez, les permitirá producir, comercializar y colocar sus productos de manera directa, sin la intervención de intermediarios. Así, las ganancias por las ventas de los productos podrán beneficiarlos. Esto, por consiguiente, dinamizará las empresas sociales que se logren formar.

### **Justificación**

Los crecientes problemas sociales que enfrentan los costarricenses y la ausencia de políticas públicas que mejoren su calidad de vida, han llevado a buscar alternativas para fomentar el desarrollo económico. Esto, en aras de promover la participación de los y las costarricenses en la economía nacional.

Por otra parte, se ha tratado de dinamizar la economía mediante las organizaciones no gubernamentales. No obstante, al operar dichas ONG's gracias a las donaciones internacionales y debido a la crisis económica y financiera que ha golpeado la economía global, este tipo de organizaciones no ha podido subsanar los problemas económicos de estratos de la población que vive en pobreza extrema. Las instituciones públicas han demostrado no tener la capacidad de paliar estas dificultades, ya que, al no existir políticas públicas bien formuladas, estas trabajan de manera descoordinada y no inciden en la eliminación de la pobreza. Por otro lado, las empresas privadas tienen un afán de lucro muy definido que les impide involucrarse, de manera decidida, en esta lucha contra la pobreza. Es por eso que el emprendedurismo social, mediante la creación de empresas sociales, busca insertarse en la sociedad y fomentar la creación de empresas que logren una participación bastante dinámica en la economía nacional.

De esta manera se pretende establecer un modelo de emprendedurismo social, con el fin de que las personas tengan la capacidad de promover y fundar empresas sociales y de que participen activamente en el desarrollo económico del país y en el propio.

Se puede observar, entonces, cómo una actividad cultural basada en los talentos y capacidades artísticas de las personas, unida a una formación en el campo de la administración que incluya estrategias y conocimientos sobre mercadeo, entre otros, se convierta en emprendedurismo. Esto, en consecuencia, ayudará a resolver problemas económicos colectivos e individuales al originar empresas sociales que aporten al desarrollo económico y social de las familias. Es por lo anterior que el emprendedurismo debe apuntar hacia la cultura, con el fin de lograr y fomentar negocios que puedan incidir de manera positiva en la economía nacional. Es aquí donde nace la presente propuesta y se deriva el planteamiento del problema de esta investigación.

### **Problema**

¿Puede la cultura promover el emprendedurismo social mediante acciones y estrategias que fomenten la formación de expresiones artísticas que puedan derivar en empresas sociales?

### **Objetivo general**

Proponer la formación de centros culturales comunitarios que estimulen el desarrollo de manifestaciones artísticas, con el fin de promover la creación de empresas sociales.

### **Objetivos específicos**

1. Determinar las necesidades y habilidades de los participantes con el fin de impulsar las disciplinas artísticas que puedan generar el emprendedurismo social.
2. Establecer los mecanismos idóneos para desarrollar la gestión de emprendedurismo en los participantes.

3. Diseñar estrategias de aplicación de emprendedurismo social paralelas al aprendizaje de las diversas manifestaciones artísticas.

### **Aspectos teóricos**

El emprendedurismo debe basarse en estrategias bien planificadas con el fin de lograr los objetivos planteados. Por lo tanto, es importante el abordaje de la teoría respecto a los temas de estrategias, cultura, emprendedurismo y empresas culturales. Dichos contenidos serán de gran ayuda ya que servirán para conocer e interpretar el objeto de estudio planteado.

Las estrategias son elementos o tácticas que vienen a fortalecer la gestión de una organización. La palabra estrategia, que es de origen militar, es aplicada a la administración de empresas, como un modelo en el cual se alinean las diferentes partes de una organización, en aras de conseguir un objetivo claro que venga a desarrollar y potenciar determinada organización.

Como señala Carreto (2008), una estrategia es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr determinado fin. Toda organización debe fijar las estrategias que la deben caracterizar y distinguir dentro del mercado, es por eso que las estrategias son el sello particular de cada empresa, son aquellas acciones que vienen a generar la personalización de la empresa, a definir las ventajas competitivas que harán de la organización un ente único.

En el sitio web [degerencia.com](http://degerencia.com) (s.f.) se encuentra la siguiente información que explica qué es una estrategia:

Una definición más orientada hacia el mundo de negocios, la provee Bruce Henderson: “es la búsqueda deliberada por un plan de acción que desarrolle la ventaja competitiva de un negocio, y la multiplique”. Muchas de las definiciones modernas hacen énfasis en la necesidad de una empresa de tener una ventaja competitiva, que la distinga de las demás. Según Michael Porter, la estrategia competitiva trata sobre “Ser diferente. Es decir, seleccionar una serie de actividades distintas a las que otros han seleccionado, para ofrecer una mezcla única de valor”.

Según lo anterior, las estrategias obedecen a causas muy específicas, por lo que las estrategias aplicadas en un negocio, no funcionan en otros, ya que la particularidad de la empresa hace que la estrategia tenga un sello particular en una determinada organización.

Las estrategias deben responder a necesidades que tenga la organización, puesto que cada organización es muy particular y las estrategias deben diseñarse

con base en esta singularidad. Si se logra formular bien una estrategia, esta tiene mayores probabilidades de ser bien ejecutadas.

Uno de los atributos más importantes por tomar en cuenta a la hora de elaborar una estrategia, es que estas se deben formular con el fin de lograr la ventaja competitiva de la empresa y como señala Whittington (2002:04):

Las empresas son como las especies dentro de la evolución biológica: la competencia entre los individuos selecciona a los más aptos; los demás no tienen la capacidad para renovarse lo suficientemente rápido y evitar así la extinción. Por lo tanto, desde la perspectiva evolucionista es el mercado –y no los directivos- quien toma las decisiones más importantes. Las buenas estrategias surgen únicamente como producto de la selección natural. Lo único que los directivos pueden hacer es asegurarse de estar lo mejor preparados posibles para las exigencias actuales del entorno.

Con base en un análisis del mercado, es decir, en estudios de mercado que realice la organización, es que deben diseñarse las estrategias, ya que el entorno es quien las define, y con base en el conocimiento inteligente de la organización, los tomadores de decisiones deben formular la o las estrategias necesarias que hagan relucir la ventaja.

Amador (2007), sobre el tópico de cultura expresa:

La palabra cultura es un término bastante amplio, el cual puede emplearse de diversas maneras, siendo que cualquiera de las maneras en que se emplee el término, revela un sentido. Si bien es cierto, la cultura es parte fundamental del quehacer humano, se le llama cultura a toda acción que realizan las personas (la cultura del bien, la cultura del mal...).

En este sentido, García (1982:21) señala sobre la amplitud asignada al concepto de cultura lo siguiente:

La amplitud asignada desde entonces al concepto de cultura –lo que no es naturaleza- todo lo producido por todos los hombres, sin importar el grado de complejidad y desarrollo alcanzado- fue un intento de reconocer la dignidad de los excluidos. Se consideraron parte de la cultura todas las actividades humanas, materiales e ideales, incluso aquellas prácticas o creencias antes juzgadas manifestaciones de ignorancia (las supersticiones, los sacrificios humanos), las normas sociales y las técnicas simples de quienes viven desnudos en una selva, sujetos a los ritmos y riesgos de la naturaleza.

Como bien lo señala García Canclini en la cita anterior, la cultura abarca toda actividad de los seres humanos que forman parte de una sociedad, independientemente de donde se encuentre esta, así como de su nivel económico. La cultura es parte de lo cotidiano de un conglomerado humano y esto es una característica que lo diferencia de los animales, pues desde el punto de vista antropológico, el término cultura se refiere a toda la conducta socialmente adquirida. Es en la sociedad en que vive cada persona, en donde aprende, en donde su perfil cultural es definido.

Otro aspecto importante que es necesario señalar es el hecho de que, de acuerdo con las explicaciones anteriores dadas desde el punto de vista de las Ciencias Sociales, todo ser humano es portador de una cultura, de tradiciones enmarcadas dentro de esta cultura, por lo tanto el término que señala a ciertas personas de incultas estaría completamente errado. Sobre esto Amador, Ramírez, Chase y Charpentier (1997:05) indican:

En este sentido, todo individuo es portador de cultura, pues toda persona tiene una o varias herencias culturales, las que se pueden definir de acuerdo con su ubicación socioeconómica, étnica, regional o geográfica y hasta etaria o de género, por lo que no es válido hablar de “incultos”, sino de individuos con culturas diferentes.

En conclusión, muchos de los valores culturales de una persona pueden ser diferentes de otras. Por lo tanto, hablar de inculto es negarle un bagaje cultural a un individuo. Se confunde, entonces, el concepto de persona culta con el de persona con instrucción académica, puesto que un indígena o un campesino sin instrucción, al igual que un gran intelectual, son poseedores de una cultura determinada.

Por consiguiente, un concepto de cultura no científico, calificado por algunos pensadores como “vulgar”, hace una distinción entre clases, grupos, hombres y pueblos sin cultura, más o menos cultos o bien sin cultura.

Bajo la concepción eminentemente antropológica, se observa cómo este concepto no tiene cabida, ya que la cultura tiene una acepción que abarca al ser humano, la sociedad y toda su actividad dentro del colectivo donde se encuentra ubicado.

O bien, otro significado de cultura, acotado por Bozzoli, Ibarra y Quesada (1998:105), se explica en términos de “comportamientos (costumbres, modo de ser, patrones, formas de pensar y actuar) de una comunidad humana, en el espacio y el tiempo”.

A partir de las definiciones anteriores, se puede dilucidar que la cultura comprende todos los aspectos del quehacer humano, todo lo que produce, incluyendo también

las expresiones artísticas, las cuales son identificadas como las “Bellas Artes”. A modo de paréntesis, se debe aclarar que algunos consideran que únicamente las Bellas Artes conforman la cultura de un pueblo. Al respecto Camacho (1982:53) considera:

Son las manifestaciones más elevadas del arte, la filosofía, la literatura – tanto en los “productores” como en los “portadores” de aquéllas- y un conjunto más indefinido de prácticas, pautas o actitudes, como el refinamiento en las maneras y hábitos de vida, frecuentemente inspirado en el de las clases dominantes.

Sin embargo, si se mantiene el uso sociocientífico del término, no se deben olvidar todas las expresiones artísticas que se excluyen de este concepto de bellas artes, como son las manifestaciones de la cultura popular. Por otra parte, no se debe caer en el error de aseverar que cultura es sinónimo de bellas artes, haciendo a un lado todas las demás expresiones de la cultura. Desdichadamente, en muchas ocasiones, se ha hecho esta distinción al reconocer a las bellas artes como única y valedera expresión de la cultura. Lo anterior es un concepto sumamente elitista puesto que la cultura es más amplia, ya que, como se ha mencionado con anterioridad, toda expresión del ser humano está comprendida en el concepto de cultura, inclusive aquellas que no son expresiones artísticas, tales como el patrimonio, el idioma, la cocina, las tradiciones, por citar solamente algunas.

Se puede considerar también que la cultura ha sido una de las grandes preocupaciones para la antropología, como lo señala Kottar (1997:18):

La idea de cultura ha sido fundamental desde hace mucho tiempo para la antropología. Hace más de un siglo, en su libro clásico *La Cultura Primitiva*, el antropólogo británico Edward Taylor expuso que los sistemas de comportamiento y de pensamiento humano no son aleatorios. Por el contrario, obedecen a leyes naturales y por tanto pueden estudiarse científicamente. “Cultura (...) es ese todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, la costumbre y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad.

De estas palabras se desprende que la cultura no es algo heredado biológicamente, sino que la cultura se adquiere mediante el proceso de enculturación, proceso por medio del cual una persona, desde tempranas edades, absorbe y aprende sobre la cultura en que está inmerso.

Dentro del pensamiento contemporáneo, las explicaciones de la cultura han ido tomando mayor fuerza y esta, a su vez, tiene diversos matices para caracterizarla.



Claude Lévi-Strauss ( '???' ) sostiene que la cultura es una estructura, del mismo modo que el lenguaje consta de unidades mínimas que, capa tras capa (como en la geología) se ordenan según una serie de reglas para producir un significado; la cultura, que según Lévi-Strauss es comunicación, también se constituye de unidades mínimas que se combinan según ciertas reglas en unidades mayores que forman un significado. Descomponer la cultura en sus unidades básicas y comprender las reglas mediante las cuales se combinan es entender el significado de la cultura.

Al respecto García (1982:21) señala:

Quizá Lévi-Strauss sea uno de los antropólogos que justificó más sólidamente el carácter lógico y estructurado de las culturas arcaicas, uno de los que demolió con mayor seriedad la pretensión occidental de ser la culminación de la historia, haber avanzado más en el aprovechamiento de la naturaleza, en la racionalidad y el pensamiento científico.

Como ya se conoce, el emprendedurismo es una herramienta que permite el desarrollo social y económico de las personas, las cuales pueden fundar sus propias empresas y generar ingresos mediante su actividad. El emprendedurismo es fundamental en la coyuntura actual, ya que mediante la fundación de empresas sociales se pueden paliar muchos de los problemas sociales por los que atraviesan las sociedades.

La Fundación Parque Cibernético de Santo Domingo (s.f.) señala:

El emprendimiento es una herramienta transversal que caracteriza la efectividad de los sistemas económicos del siglo XXI. Es el gen diferenciador que potencializa el crecimiento de todas las naciones, alimentándose del desarrollo de negocios y oportunidades con visión innovadora, capaces de captar los altos estándares.

En la actualidad, gracias a la crisis que experimenta la sociedad capitalista, y a que muchos países abandonan los servicios del estado benefactor y abrazan ideologías liberales que las desequilibran y amplían la brecha de la desigualdad, el emprendedurismo surge como una excelente opción para el desarrollo social y económico que arrebate a las personas de la pobreza por medio de fuentes de trabajo.

Como señala el documento marco de reflexión sobre el emprendedurismo y la innovación social, emanado del *IV Seminario sobre emprendedurismo e innovación social* (2012.05):

En un contexto como el actual, marcado por una recesión e inestabilidad económica, los territorios deben impulsar políticas que fomenten el crecimiento económico y mejoren las oportunidades sociales y laborales de sus habitantes mediante el impulso y articulación de políticas públicas dirigidas a fomentar la cohesión social y el crecimiento económico. En este marco, el fomento del emprendedurismo es un aspecto clave; pero más allá de su concepción tradicional se abren nuevas oportunidades y posibilidades que deben ser analizadas.

Es por esto que los gobiernos deben emprender la formulación de políticas públicas que fomenten y fortalezcan el emprendedurismo como herramienta para facilitar la formación de empresas sociales, con las cuales los miembros de una sociedad pueden construir con base en sus habilidades, empresas que sean capaces de generar ingresos para sus familias.

En este sentido puede decirse que las cooperativas han sido empresas sociales, donde las personas se unen por medio del trabajo con el fin de generar ingresos. En la página web de Cooperativas Agrarias Federadas de Uruguay (*s.f.*), en la Declaración de Identidad de Cooperativas, la cual fue adoptada en Manchester, Inglaterra en 1995, la II Asamblea General de la Alianza Cooperativa Internacional, define cooperativismo de la siguiente manera: "Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se ha unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada".

Se puede observar, entonces, que las cooperativas son entidades que reúnen a personas que se dedican a una determinada actividad económica, desarrollándola de manera colectiva y obteniendo beneficios para satisfacer sus necesidades.

Se ha esperado que las empresas sociales constituyan una salida a muchos problemas que afectan a los costarricenses. Por otra parte, siempre se ha sabido que las ONG's ayudan a solucionar los problemas de pobreza por medio de donaciones para la creación de estas empresas sociales, pero dado a que las ONG's dependen de donaciones de personas y países amigos interesados en colaborar con el desarrollo de los países, a quienes la crisis económica global los ha afectado, estas donaciones se han reducido, de esta manera las ONG's se quedan sin patrocinios y no pueden cumplir con su trabajo.

Las empresas sociales son clave para que las personas adquieran ingresos. El esfuerzo de las personas sumado a la creación de sus propias empresas les permitirá salir adelante. Si los países cuentan con adecuadas políticas públicas en el campo de la economía social, es muy probable que las personas puedan

construir sus propias empresas y, a la vez, contribuir al desarrollo económico de la sociedad a la que pertenecen.

### **Aspectos metodológicos**

La presente investigación empleó elementos cualitativos y cuantitativos con el fin de interpretar los datos obtenidos que, a su vez, explicarán el objeto de estudio.

El carácter descriptivo de la investigación pretende observar el fenómeno tal cual, sin manipular las variables, en donde los datos se analizan en la forma en que fueron recolectados.

En cuanto al diseño de la investigación, se puede decir que esta es de tipo no experimental-transversal-descriptiva, ya que se utilizó una encuesta para la recolección de los datos.

El muestreo de la investigación es no probabilístico, con muestras por oportunidad. Se trabajó, entonces, con una muestra de 50 personas integrantes de la Orquesta Sinfónica Nacional, de la Compañía Nacional de Teatro o de otras entidades culturales, quienes trabajan en el ámbito cultural y brindaron aportes a la presente investigación.

Para la recolección de datos se utilizó una encuesta que se aplicó a 50 personas, dividida en tres partes: una sobre aspectos de cultura y de la comunidad, otra sobre emprendedurismo y la última sobre la cultura y las empresas sociales. Las preguntas son de respuesta múltiple. Aparte de la encuesta, se realizaron entrevistas informales a diferentes personas involucradas con la cultura y empresas sociales. La observación participante del investigador también fue instrumento de la presente investigación, dada la experiencia en temas de cultura y gestión cultural de cara la formación de empresas sociales.

También se realizó un pre-testeo cognitivo a 3 personas con el fin de medir el conocimiento sobre el tema de cultura y especialmente sobre emprendedurismo, asimismo, para poder reducir el sesgo que puede generar la mala interpretación de las preguntas. Estas personas no formaron parte de la totalidad de los encuestados.

Realizada la encuesta se procedió a recolectar los datos y, estos, una vez clasificados, se utilizaron en la investigación.

## Análisis y discusión de resultados

Para realizar la presente investigación se utilizó un cuestionario conformado por 12 preguntas. Dicha encuesta fue aplicada a 50 personas pertenecientes a instituciones adscritas al Ministerio de Cultura y Juventud, personas que están involucradas en el medio cultural nacional. Fue relevante para el resultado del presente estudio conocer la percepción y el conocimiento de los entrevistados sobre temas como emprendedurismo, economía social y sobre el vínculo que se puede establecer entre la cultura y el desarrollo de las comunidades mediante empresa sociales.

Otras técnicas utilizadas durante la investigación fueron la revisión de documentos sobre desarrollo cultural, la observación participante dado que el investigador ha tenido experiencia en el desarrollo de iniciativas culturales locales, además de conversaciones informales que el investigador sostuvo con algunos actores involucrados en procesos culturales.

En el Anexo 1 se puede observar el cuestionario aplicado a estas 50 personas.

A continuación se realiza la discusión de los resultados obtenidos con la encuesta aplicada, como insumo principal de la presente investigación:



Fuente: Encuesta aplicada (2014).

Ante la pregunta realizada sobre la existencia de un centro cultural en el cantón donde habita el encuestado, un 58% de estos confirmaron la existencia de centros culturales cantonales, el resto, un 42% no los poseen. Este último dato refleja una realidad que vive el país, ya que no todas las municipalidades tienen la visión de crear centros culturales para el uso y disfrute de sus habitantes.

Es importante señalar que este 58% de los entrevistados puede disfrutar de un centro cultural en sus comunidades, lo que podría significar una descentralización del desarrollo cultural nacional y un paso hacia la regionalización de la cultura.

Gráfico 2

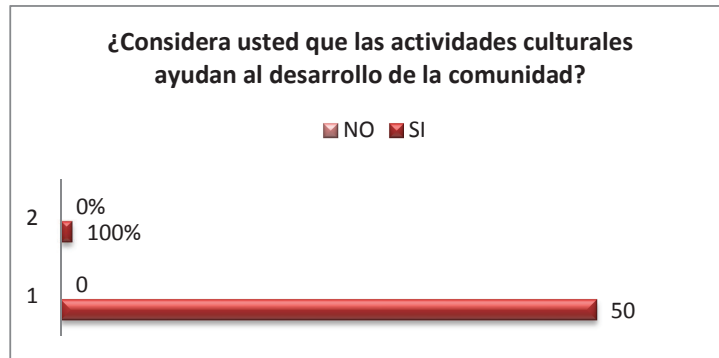


Fuente: Encuesta aplicada (2014).

De la anterior pregunta, se puede hacer una lectura acerca de la realización de actividades culturales en las diversas comunidades del país. Un 46 % de los encuestados señaló que se realizan actividades varias veces al año, contra un 20% que indicó que no se realizan. Estos datos pueden significar que existe una centralización del quehacer cultural en San José, principalmente; así como en algunas zonas geográficas dentro del Gran Área Metropolitana, lo cual ha sido la constante en los últimos años del quehacer cultural nacional.

Otro dato importante es que un 18% de los encuestados señaló que se realiza, al menos, una actividad cultural al mes en sus comunidades.

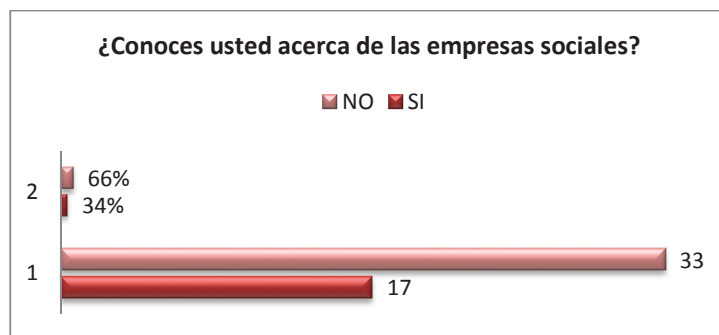
Gráfico 3



Fuente: Encuesta aplicada (2014).

La respuesta es contundente, ya que las personas participantes, en un 100%, consideraron que las actividades culturales inciden positivamente en el desarrollo de las comunidades. Este resultado es relevante puesto que se sabe que paralelo a la realización de actividades culturales, se llevan a cabo otro tipo de actividades económicas que incentivan la economía local, amén de que las actividades culturales propician conocimiento, entretenimiento y disfrute a todos. Esto permite deducir una lista importante de impactos positivos con la realización de las actividades culturales, sin olvidar la parte de reactivación o activación de la economía de las diversas comunidades. Lo importante es que las actividades culturales sean un eje transversal en el desarrollo integral de las comunidades.

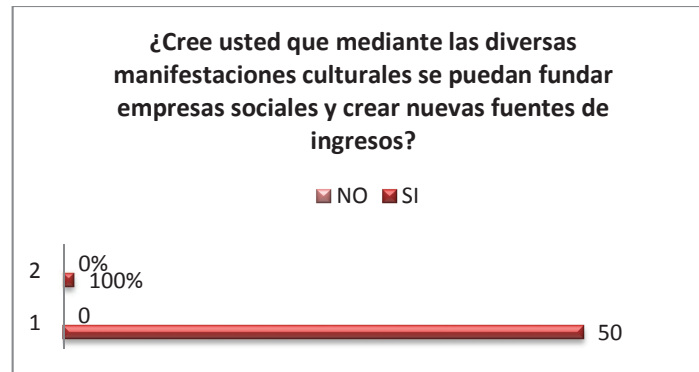
Gráfico 4



Fuente: Encuesta aplicada (2014).

El conocimiento acerca de las empresas sociales que demostraron tener los encuestados es sumamente limitado. Solamente un 34% dice conocer acerca de este tipo de empresas, contra un 66% de personas que desconocen el tema. Este resultado permite considerar la importancia de que, en las comunidades a nivel nacional, se realice una campaña de información sobre la economía social, el emprendedurismo y las empresas sociales, con el fin de incentivar este tipo de organizaciones.

Gráfico 5

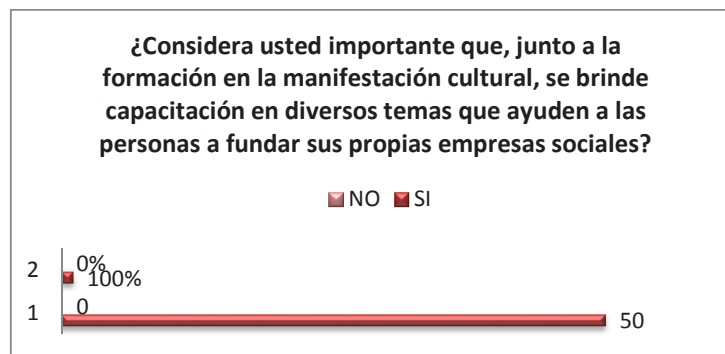


Fuente: Encuesta aplicada (2014).

A pesar del poco conocimiento que los encuestados demostraron tener sobre las empresas sociales, el 100% de las personas señala que mediante las manifestaciones culturales se pueden fundar empresas y de ellas obtener ingresos.

La importancia de este resultado radica en observar que, para las personas encuestadas, las empresas sociales pueden ser nuevas fuentes de ingreso que los motive para su fundación.

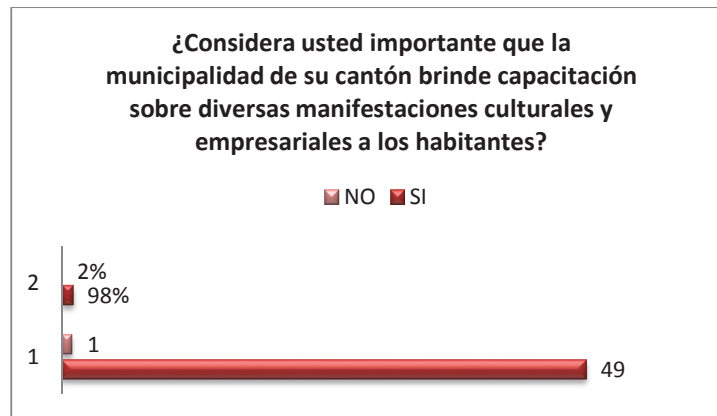
Gráfico 6



Fuente: Encuesta aplicada (2014).

El 100% de los encuestados señaló la importancia de que, paralelo a la formación de las diversas manifestaciones culturales, se les brinde también capacitación en otras áreas del conocimiento, con el fin de otorgarles herramientas con las cuales sean capaces de gestar empresas sociales, que formen parte del engranaje socioeconómico de sus comunidades, puesto que, mediante estas empresas, pueden generar ingresos para darle continuidad a su negocio y, a la vez, contribuir con la economía familiar.

Gráfico 7

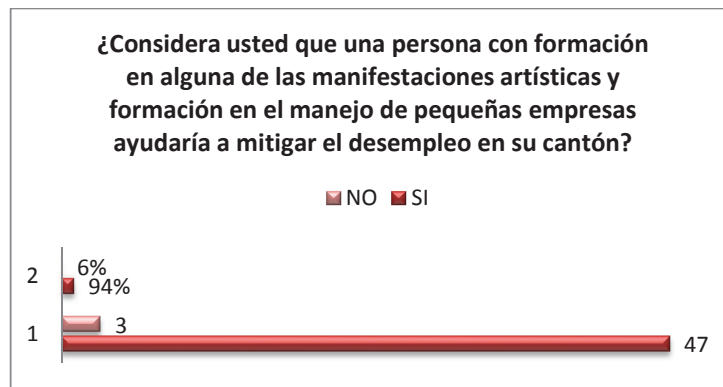


Fuente: Encuesta aplicada (2014).

Las municipalidades como gobierno local de los cantones costarricenses, son las llamadas a contribuir en la capacitación de sus habitantes. El 98% de los encuestados así lo señalan, ya que existe una mayor cercanía del ciudadano con su ayuntamiento que del ciudadano con el gobierno nacional. Resulta de suma importancia el rol que puede llegar a desempeñar una municipalidad costarricense en materia de capacitación en los campos de las diversas manifestaciones culturales, como en el campo empresarial, mediante cursos y talleres diseñados, especialmente, para personas emprendedoras del sector de la cultura, quienes contando con una capacitación adecuada en los temas empresariales podrían llegar a conformar y desarrollar empresas sociales.



Gráfico 8



Fuente: Encuesta aplicada (2014).

El 94% de los encuestados señalaron que las personas con formación en alguna de las manifestaciones culturales y con conocimiento en el manejo de pequeñas empresas, pueden contribuir a mitigar la tasa de desempleo de las comunidades. Esta percepción es contundente, ya que los encuestados consideraron a las personas capacitadas en ambas disciplinas como capaces de contribuir al desarrollo de sus comunidades, principalmente, formando empresas sociales que darían trabajo a muchos desempleados, con esto la tasa de desempleo bajaría dando paso al desarrollo integral de su comunidad.

Gráfico 9

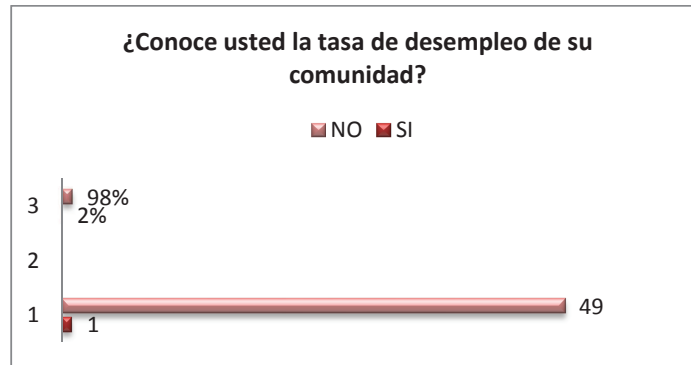


Fuente: Encuesta aplicada (2014).

El tema de las manifestaciones culturales ha generado una discusión importante, ya que, dependiendo de la formación o experiencia de las personas de cara a determinada manifestación cultural, así es la respuesta de cara a la manifestación cultural, que pueda ser enseñada por la municipalidad.

En el caso en mención se puede observar que el 46% de los encuestados opinó que la música es la manifestación cultural que puede apoyar a las personas a iniciar una empresa social. Resulta también importante que un 42% de las personas encuestadas opinó que todas las manifestaciones culturales pueden apoyar a las personas a formar una empresa social.

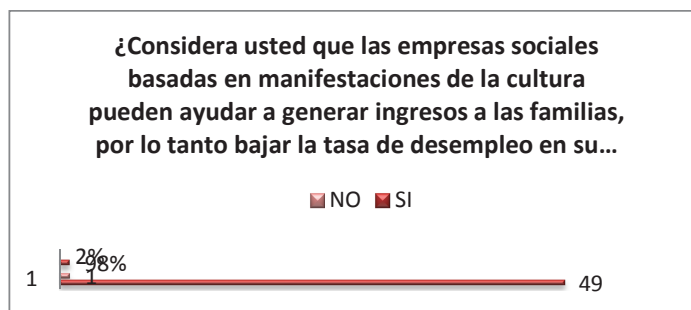
Gráfico 10



Fuente: Encuesta aplicada (2014).

El dato obtenido ante la pregunta sobre la tasa de desempleo de su comunidad es relevante, ya que el 98% de la población desconoce las condiciones socioeconómicas de su entorno. Este altísimo porcentaje de personas que desconocen la tasa de desempleo de su comunidad, es un dato muy representativo del desconocimiento de los costarricenses sobre el tema del desempleo, un tema bastante sensible del cual todos deberían estar enterados, con el fin de poder ayudar, de alguna manera, a paliar este serio problema que afecta la sociedad costarricense.

Gráfico 11



Fuente: Encuesta aplicada (2014).

La respuesta a esta pregunta fue notable ya que el 98% de los encuestados consideraron que las empresas sociales contribuyen a bajar la tasa de desempleo

de una comunidad. También se podría deducir de este resultado que las empresas sociales pueden estar basadas en manifestaciones de la cultura y que este tipo de empresas socioculturales contribuyen de manera positiva al desarrollo de una comunidad, esto, porque incentivan un aumento de la tasa de desempleo de los habitantes.

Gráfico 12



Fuente: Encuesta aplicada (2014).

El 100% de los encuestados manifestó que sí apoyaría a los gobiernos locales en la conformación de empresas sociales. Este resultado es significativo pues la totalidad consideró a las empresas sociales como un vehículo para el desarrollo y para paliar el desempleo. Existe, entonces, la disposición de las personas participantes de apoyar a una municipalidad que favorezca la conformación de empresas sociales.

## Conclusiones

A la luz de la investigación realizada y con base en el análisis de la encuesta aplicada, se develan temas importantes que pueden tener impacto en el desarrollo local de la sociedad costarricense.

Si bien es cierto el Código Municipal estipula que habrá una Comisión de Cultura en cada ayuntamiento, estas no cuentan con presupuesto asignado por dicho código, como sí lo está para los Comités Cantonales de Deportes que cuentan con un porcentaje del presupuesto municipal. La anterior situación pone en desventaja a las municipalidades en el campo del desarrollo cultural. Sin embargo, se puede decir que varios ayuntamientos han trabajado en el desarrollo de estructuras culturales locales, no obstante; el porcentaje de centros culturales debería de ampliarse a futuro, mediante una reforma al Código Municipal para que tipifique y otorgue presupuesto a los Comités Cantonales de Cultura.

Por otra parte, las actividades culturales están creciendo en las comunidades, lo cual permite una mayor accesibilidad a espectáculos de diversas manifestaciones. El hecho de que 46% de los encuestados señalen que se realizan actividades culturales varias veces al año, es un dato importante pues apunta a la descentralización del quehacer cultural. Otro indicador relevante es que un 18 % señala que se realiza, al menos, una actividad cultural al mes en su comunidad.

Además, las manifestaciones culturales se consideran un motor de desarrollo de las comunidades. Se destaca también que para los entrevistados la cultura no se observa como un accesorio o un bien de consumo suntuario o elitista, más bien la suponen un vínculo importante entre la cultura, las empresas sociales y el emprendedurismo.

Asimismo, se desprende de la opinión de los encuestados, la importancia que tiene la formación en otros campos del conocimiento, aparte de las manifestaciones culturales. Esta capacitación debe ser sobre temas de gestión cultural, administración, tópicos sobre estrategias empresariales y económicas que fortalezcan el trabajo de las personas en el campo de las empresas sociales.

Existe un desconocimiento generalizado sobre las tasas de desempleo a nivel nacional y local. Es importante que se brinde información adecuada sobre este tema y que la población tenga acceso a las cifras de desempleo tanto a nivel nacional como comunal y que los organismos encargados del manejo de estos datos, establezcan estrategias con el fin de que esta información sea de conocimiento público.

Cabe resaltar que para los encuestados las personas con capacidades artísticas pueden manejar pequeñas empresas sociales y que mediante dichas empresas las personas podrían generar ingresos importantes, con lo cual estarían participando activamente en el desarrollo integral de su cantón y, a la vez, contribuyendo a mitigar el desempleo en sus comunidades.

Es satisfactorio conocer que las personas apoyarían a las entidades municipales durante el proceso de conformación de las empresas sociales. Este respaldo es imprescindible para la realización de un trabajo conjunto, pues este no debe delegarse únicamente a los funcionarios municipales. Además, es una forma de ejercer un control ciudadano sobre los ingresos que recaudan las municipalidades y que son destinados al desarrollo de la cultura; resultantes de los tributos que pagan los ciudadanos.

Por último, se puede indicar que existe conciencia en los encuestados sobre la importancia del papel de la cultura en la vida de las personas y que la cultura y sus manifestaciones no son solamente para el disfrute de algunos sectores de la

sociedad, sino que son para todos, sin distinción alguna; y que con base en la cultura se pueden fundar empresas sociales que tienen la capacidad de mover la economía de las comunidades.

## **Bibliografía**

Amador, L. C. (2007). *Análisis de políticas públicas culturales. Estudio del caso de la Compañía Lírica Nacional*. Tesis de Magister Scientae en Administración Pública no publicada. Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.

Amador, L., Ramírez, G., Chase, A., Charpentier, J. (1997). *Plan Nacional de Cultura 1998-2002*. Documento de trabajo no publicado, Partido Liberación Nacional, San José, Costa Rica.

Bozzoli, M. Ibarra, E., Quesada, J. (1998). *Doce de octubre. Día de las Culturas*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica.

Carreto, J. (2008). *¿Qué es estrategia?* Recuperado de internet en: <http://planeacion-estrategica.blogspot.com/2008/07/qu-es-estrategia.html>

Cooperativas Agrarias Federadas (s.f.). *¿Qué es una Cooperativa? ¿Cuáles son sus valores y principios?* Recuperado de internet en: <http://www.caf.org.uy/Que-es-una-Cooperativa-Cuales-son>

IV Seminario sobre emprendedurismo e innovación social (2012): *Documento marco de reflexión sobre el emprendedurismo y la innovación social*. Recuperado de internet en: [http://www.urba3.eu/uploads/documentos/documento\\_marco\\_emprendedurismo.pdf](http://www.urba3.eu/uploads/documentos/documento_marco_emprendedurismo.pdf)

De Gerencia (s.f.). *Estrategia empresarial*. Recuperado de internet en: [http://www.degerencia.com/tema/estrategia\\_empresarial](http://www.degerencia.com/tema/estrategia_empresarial)

Ember, C., Ember, M. (1997). *Antropología Cultural*. 8 ed. México: Prentice Hall.

Fundación Parque Cibernético de Santo Domingo (s.f.). *Emprendedurismo*. Recuperado de internet en: <http://fundacionpcsd.org/emprendedurismo>

García Canclini, N. (1982). *Las culturas populares en el capitalismo*. La Habana, Cuba: Ediciones Casa de las Américas.

Kotttar, C. (1997). *Antropología Cultural. Espejo para la humanidad*. Madrid: Mc Graw Hill.

Whittington, R. (2002). *¿Qué es la estrategia? ¿Realmente importa?* 2 ed. Madrid: Thomson.

## Anexo 1

La presente encuesta es un insumo importante del trabajo final de graduación para obtener el MBA con énfasis en Gerencia de Operaciones. Este instrumento permitirá conocer la opinión de los encuestados acerca del papel que juega la cultura en la conformación de empresas sociales, como forma de sustento económico de un sector de la población. El cuestionario se contesta de manera fácil y puede tardar 10 minutos máximo en hacerlo.

Su participación en este estudio es voluntaria y es anónima. Los resultados serán de uso estrictamente interno de la ULACIT y se presentan en forma de cuadros y gráficos con datos totales y porcentuales. Le solicitamos se sirva contestar de forma objetiva, pues propósito es contar con un diagnóstico acertado de la forma como la cultura puede aportar a la economía de una comunidad, mediante el emprendedurismo.

Si tiene alguna pregunta sobre la naturaleza y los objetivos de la encuesta, o sobre el cuestionario propiamente dicho, puede comunicarse con Luis Carlos Amador, estudiante de postgrado de la Escuela de Negocios de ULACIT, quien está a cargo del estudio. Correo electrónico: [lcamadorb@gmail.com](mailto:lcamadorb@gmail.com), celular 83611075.

1. ¿Cuenta su cantón con un centro cultural?
  - a. Sí
  - b. No
  
2. ¿Conoce usted acerca de las empresas sociales?
  - a. Sí
  - b. No
  
3. ¿Cree usted que mediante las diversas manifestaciones culturales se puedan fundar empresas sociales y crear nuevas fuentes de ingresos?
  - a. Sí
  - b. No
  
4. ¿Considera usted importante que, junto a la formación en la manifestación cultural, se brinde capacitación en diversos temas que ayuden a las personas a fundar sus propias empresas sociales?
  - a. Sí
  - b. No

5. ¿Considera usted importante que la municipalidad de su cantón brinde capacitación sobre diversas manifestaciones culturales y empresariales a los habitantes?
- Sí
  - No
6. ¿Considera usted que una persona con formación en alguna de las manifestaciones artísticas y formación en el manejo de pequeñas empresas ayudaría a mitigar el desempleo en su cantón?
- Sí
  - No
7. ¿Cuál manifestación cultural considera usted que puede ser impartida por su municipalidad, con el fin de poder iniciar una empresa cultural?
- Artesanías
  - Manualidades
  - Música
  - Teatro
  - Danza
  - Bailes Populares
  - Todas
8. ¿Conoce usted la tasa de desempleo de su comunidad?
- Sí
  - No
9. ¿Considera usted que las empresas sociales basadas en manifestaciones de la cultura pueden ayudar a generar ingresos a las familias, por lo tanto bajar la tasa de desempleo en su comunidad?
- Sí
  - No
10. ¿Apoyaría usted a una municipalidad que apoye la conformación de empresas sociales?
- Sí
  - No

Comentarios: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



---

---

---

---