

¿Cuántas empresas en el sector turístico en Costa Rica tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlas?

**Fiorella Miranda Carranza**

*Bachiller en Administración de Empresas, opta por la Maestría en Mercadeo de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología (ULACIT), Costa Rica  
e-mail: fiomiranda@hotmail.com*

## **RESUMEN**

En el presente artículo se identifican cuántas empresas en el sector turístico en Costa Rica están teniendo expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y también se comentará cuáles esfuerzos han venido realizando para lograr alcanzarlas. También se conocerá si las empresas involucran a sus colaboradores en estos proyectos de emprendimiento social y se sabrá si estas personas se consideran a sí mismas emprendedores sociales. La investigación hace referencia a empresas turística entre ellas hoteles, agencias de viajes y tour operadores, entre otras, las cuales comparten los esfuerzos que han venido realizando alrededor del tema de emprendedurismo social y cuáles aportes han realizado para llevar a cabo estos proyectos. El planteamiento de la investigación cuenta con un enfoque cuantitativo descriptivo de diseño no experimental transeccional con alcance de tipo descriptivo.

Para obtener los resultados se le realizó una encuesta a un total de 60 empresas turísticas en Costa Rica.

**PALABRAS CLAVES:** emprendimientos sociales, emprendedores sociales, empresas turísticas, proyectos.

## **ABSTRACT**

This paper identifies how many companies in the tourism sector in Costa Rica, are having expectations of developing social enterprises and which efforts have been made towards achieving them. Also it will be stated if these companies involve their employees in this social entrepreneurship projects and whether these people consider themselves social entrepreneurs. The research refers to tourism businesses such as hotels, travel agencies, tour operators among others who share the efforts that have been conducted around the theme of social entrepreneurship and what contributions have been made to carry out these projects. The research has a descriptive quantitative approach with a transeccional non-experimental descriptive scoped.

To obtain the results, a surveyed was made to 60 tourism companies in Costa Rica.

**Key words:** Social enterprises, social entrepreneurs, tourism businesses, and projects.

## INTRODUCCIÓN

El presente artículo científico buscó delimitar cuántas empresas en el sector turismo en Costa Rica tenían expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos habían venido realizando para alcanzarlas. Para lo anterior se llevó a cabo una investigación cuantitativa.

Para entender mejor los conceptos que conciernen a ambos temas, se darán algunas definiciones claves.

Según la OMT (Organización Mundial del Turismo):

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. El Turismo está considerado como un fenómeno económico y social. Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscribe en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socio-económico. Hoy en día el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. (<http://www2.unwto.org>)

Según el Informe XVII del 2011 del Estado de la Nación, las entradas de divisas del sector turismo al país post crisis mundial han ido aumentando considerablemente, tomando en cuenta que el mejor año fue el 2008 con un ingreso de \$2174 millones para luego caer a casi \$370 millones en el 2009. Sin embargo, aun así el turismo uno de los mayores generadores de ingresos del país (p. 48, 50 y 56).

El Boletín de Cifras Turísticas del ICT en su Anuario Estadístico de Turismo 2012 informa que las divisas por concepto de turismo en el año 2012 fueron de \$2 219,2 millones de dólares y el PIB anual fue de \$45 107,4 con una variación del 4,9%. El total de llegadas de turistas internacionales fue de 2343213 (la cifra no incluye a cruceristas). Aunque la llegada de turistas al país ha ido en aumento, la

relación de divisas por ingreso de turismo en comparación con el total de exportaciones, se nota que ha ido decreciendo desde la crisis del 2008(Parte III, 45-49).

Se debe tomar en cuenta que el turista de hoy en día tiene más opciones de búsqueda y comparación y Costa Rica es percibido como un país poco económico, esto puede llevar a que la gente haga sus vacaciones más cortas y gaste menos dinero y, también, hay que recalcar que el turista corporativo ha ido en aumento, y éste no pasea tanto por el país, sino que visita el país únicamente con fines laborales.

Por otro lado y analizando el segundo tema que interesó para esta investigación, es el tema del emprendedurismo social el cual es un tema bastante nuevo, por lo que existe poca información, pero es un tema que irá cobrando más relevancia en los años venideros y llegará a ser muy importante y necesario en todas las sociedades, sobre todo para los países con una problemática social elevada.

Según la OIT (Organización Internacional del Trabajo) no existe una definición única y universal sobre el emprendedurismo social, ni tampoco existe un único tipo. Sin embargo, todo emprendimiento social incluye tres elementos claves: un objetivo social, una innovación transformadora y un modelo de negocio sostenible ( 2013).

Según la Fundación Skoll, los emprendedores sociales son "líderes probados cuyos enfoques y soluciones a los problemas sociales están ayudando a mejorar las vidas y circunstancias de incontables individuos desfavorecidos". ([www.skollfoundation.org/about/](http://www.skollfoundation.org/about/))

J. Gregory Dees plantea que "los emprendedores sociales tienen una misión social explícita en mente. Su principal objetivo es convertir al mundo en un lugar mejor. Ello afecta cómo miden su éxito, y como estructuran sus organizaciones. La mejor medida de éxito para un emprendedor social no es cuántas ganancias hizo, sino cuánto valor social creó" (Aguilar. R,2013).

Osberg y Martin definen a los emprendedores sociales como singularizados por tres componentes: 1. Identifican un equilibrio injusto que causa la exclusión, marginación o sufrimiento de segmentos del género humano, que no tienen los medios o el peso político para alcanzar por sí solos transformaciones en la situación. 2. Identifican una oportunidad de cambiar ese "statu quo" injusto, creando valor social, y traen para ello inspiración, creatividad, acción directa, coraje y fortaleza. 3. Generan un nuevo equilibrio estable, que libera el potencial o alivia el sufrimiento del grupo relegado, asegurándole un mejor futuro y contribuyendo a la sociedad en general (Klillsberg. B, 2013).

Alicia Rubio y Víctor Meseguer (2012), investigadores de la Cátedra de

Responsabilidad Social Corporativa de la Universidad de Murcia (UMU) aseguran que el emprendedor social es una persona que, guiada por una fuerte conciencia social, decide crear una empresa para dar solución a un problema generalmente no atendido por las instituciones. Son personas que aplican soluciones prácticas combinando la innovación, la captación de fondos y la oportunidad. Suponen un ejemplo de que no es necesario que una empresa tenga el único objetivo de ganar dinero para sobrevivir. Los emprendedores sociales juegan en un escenario de máxima competitividad, y pueden conseguir objetivos de rentabilidad sin descartar principios de honestidad, bien común, solidaridad o bienestar social. Martínez, M.R. ([ww.laverdad.es](http://ww.laverdad.es))

En tal sentido, el objetivo de la investigación presente en este artículo científico fue identificar cuántas empresas del sector turístico en Costa Rica contaban con expectativas de desarrollar proyectos de emprendimientos sociales. Para lograr dicho objetivo, se hizo una investigación con un enfoque cuantitativo descriptivo y tuvo un diseño no experimental transeccional con alcance de tipo descriptivo no probabilístico por conveniencia, donde se aplicó un cuestionario a 60 empresas del sector turístico en Costa Rica que nos ayudó a llegar a estas conclusiones. La muestra que participó en este estudio son empresas que actualmente ofrecen servicios turísticos con operaciones en Costa Rica.

## **REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA**

El emprendedurismo social es un movimiento relativamente nuevo que se ha ido esparciendo alrededor del mundo por medio de personas que han visto la necesidad de un cambio y que sienten que los gobiernos no están ayudando o aportando en la proporción necesaria. Por medio de la investigación de este trabajo específico, se ha visto que, aunque es un tema relativamente nuevo y poco conocido a nivel global, sí existen compañías alrededor del mundo que se dedican a proyectos de esta índole y que van desde ayuda educativa y médica, hasta ayuda a comunidades a crear sus proyectos turísticos para levantar económicamente un área específica.

Como lo comenta Luis García en Delgado M (2012):

“Aunque todo negocio necesariamente es resultado de un emprendimiento, no todo emprendimiento es un negocio; esto se refleja en los jóvenes cuya actitud emprendedora está marcada por sucesos de su vida que les brindan un alto sentido de responsabilidad social, experiencias que los impulsan a trabajar en pro de su comunidad”. Agregó que la importancia de este tipo de emprendimientos es tal, que por primera vez la revista de negocios Forbes incluyó una definición para los emprendedores sociales: “es quien utiliza los negocios para resolver problemas sociales”. ([www.elempresario.mx](http://www.elempresario.mx))

José Manuel Barroso, presidente de la Comisión Europea , citado por Ginés Haro Pastor del diario Responsable, durante la presentación de la Social Business Initiative el 18 de noviembre de 2011, afirmó que “las empresas sociales son un buen ejemplo de un enfoque responsable a la hora de hacer negocios, jugando un papel muy importante en el crecimiento económico y la creación de empleo”. Según Haro en su artículo, las empresas sociales ya representan el 10% de todas las empresas europeas y emplean a 11 millones de personas.

Haro (2011) comenta que en el presupuesto 2014-20 ya se han incluido 90 millones de euros para facilitar la financiación a empresas sociales. Además, se prioriza el acceso de emprendedores e innovadores sociales a los 375 millones de euros disponibles de los fondos estructurales.

Haro Pastor (2011) añade que la Small Business Initiative también reconoce que el sector del emprendimiento social tiene una especificidad propia, con unos problemas característicos que la definen, entre estos destaca el poco grado de reconocimiento popular del sector, su poca presencia en los sistemas de educación europeos y la existencia a lo largo de Europa de una amplia gama de definiciones.

El emprendedor social prioriza la lucha contra la exclusión socio-laboral mediante el desarrollo de proyectos empresariales en los que se unen la viabilidad técnica y financiera (negocio posible y rentable) con la utilidad social (herramienta al servicio de la inserción socio-laboral) (Sanchis, J y Melián, A, 2011).

Según Sanchis et al (2011), la exclusión socio-laboral es una de las consecuencias del desempleo que afecta a aquellos colectivos que presentan mayores dificultades para acceder al mercado de trabajo. Si en situaciones de estabilidad e incluso de crecimiento económico, la exclusión es patente, en situaciones de crisis económica se acentúa aún más.

Climent, V (2010) comenta que, a través de las empresas tradicionales (empresas de capitales), no es posible resolver el problema de la exclusión, ya que éstas desarrollan sus negocios mediante criterios de viabilidad puramente financieros y de mercado y, por lo tanto, o no tienen en cuenta o tienen en cuenta de forma muy limitada o parcial la inclusión de fines sociales como es la incorporación de personas con riesgo de exclusión (jóvenes, mujeres discapacitados, etc.). (p 11)

Según De Pablo (2005), el emprendedurismo social es el compromiso para crear nuevos modelos de actividad que desarrollen productos y servicios para satisfacer las necesidades básicas de colectivos desatendidos por las instituciones sociales y económicas convencionales.

Wennekers y Thurick (1999) definen al emprendedor como la persona o grupo de personas que manifiestan el deseo de crear nuevas oportunidades económicas (nuevos productos, nuevas formas organizativas, nuevos métodos de producción, etc.) e introducir sus ideas en los mercados (p 27-55).

Según MacMillan y Boisot (2004), el trabajo del empresario social conduce al incremento de la riqueza social, de forma que tanto la empresa como la sociedad se benefician de su actividad. Entre estos beneficios se encuentran la creación de empleo, el aumento de la productividad, la mejora de la competencia y el aumento de la calidad de vida. Pero sus efectos son aún más amplios, ya que además de contribuir a paliar los efectos del desempleo o de la pobreza, también juegan el papel de agentes de cambio en la sociedad (p 505-524).

Yunus clasifica los empresarios sociales en dos tipos:

Basados en el mercado y no basados en el mercado. La diferencia entre ambas clases de empresarios estriba en si existe o no el ánimo de lucro, de manera que las empresas sociales no basadas en el mercado son aquellas que persiguen fines sociales sin obtención de lucro o beneficios empresariales (asociaciones, fundaciones) y las empresas sociales basadas en el mercado son aquellas que persiguen fines sociales a la vez que buscan beneficios empresariales (cooperativas, sociedades laborales). (2008)

Zandonai y Pezzini (2004) aseguran:

Los directivos sociales presentan una escala de valores y de involucración emocional en sus relaciones laborales más consolidadas y estiman la confianza como el elemento crucial de su profesionalidad; el grado de satisfacción en el trabajo de los empresarios sociales es mayor, a pesar de percibir salarios más bajos, ya que valoran más positivamente la autorrealización, el reconocimiento y las relaciones laborales con los demás; y tienden a permanecer más tiempo en su puesto porque para ellos su trabajo es un estilo de vida y no sólo una opción en su carrera profesional. (p 145-166)

El autor de este trabajo concluyó que las empresas con fines sociales o de emprendedurismo social son un modelo de negocio híbrido, ya que buscan lucrar, pero no solo para que este dinero vaya a sus accionistas, dueños o fundadores, sino que estas ganancias también se reinvertirán en la misma empresa. Muchas veces se les llama a estas empresas con ganancias con propósito dado que las ganancias son usadas para un proyecto específico de emprendimiento social. De acuerdo a esto, se puede decir que un emprendedor social es una persona que ve un problema social y para solucionarlo utiliza los principios y conocimientos empresariales para poder lograr un cambio social.

Se puede concluir que la gran diferencia entre un emprendedor social y un

empresario es que el primero medirá su éxito en términos del impacto que tendrá su proyecto en la sociedad directamente, no en la retribución monetaria hacia la empresa. Por lo tanto, los emprendedores sociales deben ser innovadores, creativos, persistentes y visionarios. Los emprendedores sociales identifican oportunidades y trabajan para poder lograr los objetivos.

Po todo lo anterior, fue importante llevar a cabo la presente investigación para saber cuántas empresas turísticas en Costa Rica tenían expectativas de desarrollar este tipo de proyectos a nivel nacional, proyectos que presentarán un impacto positivo en las distintas áreas donde se ejecuten.

## **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

El presente trabajo de investigación contó con un enfoque cuantitativo descriptivo y con un diseño no experimental transeccional con alcance de tipo descriptivo no probabilístico por conveniencia como técnica de recolección de datos.

Se determinó una muestra de 60 empresas del sector turístico en Costa Rica para el proceso cuantitativo y el procedimiento de muestreo descriptivo no probabilístico utilizado fue el muestreo por conveniencia, ya que se contaba con la disponibilidad de los empresarios turísticos, esta es una muestra no representativa de las empresas del sector turístico en Costa Rica.

El diseño de la investigación es de tipo no experimental transeccional, por lo que la realidad se observa tal como está sucediendo, sin que haya manipulación de las variables. Los datos recolectados son descriptivos debido a que son analizados y discutidos tal como son.

La encuesta que se les realizó a estas 60 personas está compuesta por 10 preguntas; algunas abiertas, otras cerradas y algunas de selección múltiple; las cuales dan una idea más clara sobre la pregunta que nos llevó a realizar esta investigación. Además está dividida en 3 partes importantes: introducción, lista de preguntas y la despedida o agradecimiento. (Moví esta parte aquí)

Se realizó un pre-testeo cognitivo a 10 personas que no formaban parte de la muestra para conocer primero si las preguntas estaban formuladas de una manera clara y para recibir retroalimentación o recomendaciones. Una vez que se obtuvo dicha retroalimentación y se hicieron los cambios necesarios, se procedió a montar la encuesta final en una hoja de Word que se envió por correo electrónico a cada encuestado directamente y en la que se les solicitaba la colaboración.

El tiempo que le tomó a cada uno de los empresarios contestar el cuestionario fue de alrededor de 3 minutos.

Una vez obtenidos los datos de las encuestas, se procedió a la tabulación de las respuestas con el propósito de obtener la información necesaria que ayudará a llegar a las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

**TABLA 1**  
**MATRIZ BÁSICA DE INVESTIGACIÓN**

<b>Objetivo general de la investigación</b>		
Identificar cuántas empresas del sector turístico en Costa Rica tienen expectativas de desarrollar proyectos de emprendimientos sociales.		
Objetivo específico	Variable	Indicador
Identificar los sectores de acuerdo con los servicios ofrecidos que estén involucrados en proyectos de bien social y, a la vez, identificar si las empresas identificadas son consolidadas o relativamente nuevas.	Sectores involucrados con el bien social y longevidad de la empresa	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿En cuál sector del turismo se encuentra su empresa?               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Hotelería</li> <li>b. Agencia de viaje</li> <li>c. Tour operador</li> <li>d. Otra</li> </ol> </li> <li>2. ¿Cuántos años tiene la empresa de estar en el mercado?               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Menos de 1 año</li> <li>b. De 1 a 5 años</li> <li>c. De 6 a 10 años</li> <li>d. Mas de 10 años</li> </ol> </li> </ol>
Determinar las empresas del sector turismo que cuentan con programas de emprendedurismo social, cuántas cuentan con un presupuesto establecido para estos programas y cuantas involucran y motivan a sus colaboradores a involucrarse en dichos programas.	Empresas con programas de emprendedurismo social, su presupuesto e involucramiento de sus colaboradores	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Considera usted que su empresa tiene programas con objetivos sociales? Sí NO</li> <li>2. ¿Cuenta su empresa con un presupuesto establecido para objetivos sociales? Sí NO</li> <li>3. ¿Se involucra e incentiva a los colaboradores de su empresa a participar en proyectos de bien social? Sí No</li> </ol>
Conocer las acciones de bien social que las empresas del sector turismo han venido desarrollando.	Acciones de bien social	<ol style="list-style-type: none"> <li>a) Pintar escuelas</li> <li>b) Crear un fondo para ayudar a la creación de empresas</li> <li>c) Donar libros a niños de bajo recurso</li> <li>d) Dar empleo a personas con limitaciones físicas</li> <li>e) Contratar los servicios de micro y pequeñas empresas</li> <li>f) Optimización del uso del agua</li> <li>g) Reducción de residuos</li> <li>h) Sembrar árboles</li> <li>i) Programas de reciclaje</li> <li>j) Protección del medio ambiente</li> <li>k) Limpieza de playas</li> <li>l) Apoyo en la contratación de mano de obra de la localidad</li> <li>m) Ayuda al artesano local</li> <li>n) Limpieza de parques</li> <li>o) Empleo a mujeres jefas de hogar</li> </ol>
Dar a conocer cuantos encuestados se consideran emprendedores sociales, si tienen expectativas de emprender ideas innovadoras solos o con sus empresa, determinar cuales serian estas ideas y conocer si ya han comenzado a realizarlas.	Expectativas de emprendimiento	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Tiene expectativas de emprender alguna idea innovadora de emprendedurismo social? Sí NO</li> <li>2. ¿Podría mencionar cuáles son esas ideas innovadoras?</li> <li>3. ¿Ha comenzado ya alguno de estos proyectos de emprendedurismo social? Sí NO</li> </ol>

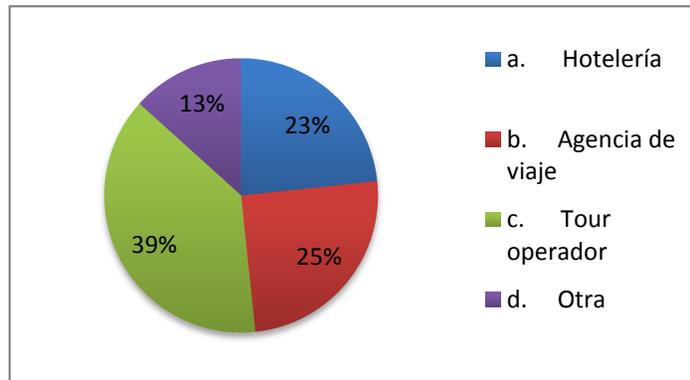
Fuente: elaboración propia a raíz de la inquietud de conocer cuántas empresas en el sector turismo en Costa Rica están incursionando en el emprendedurismo social y cuáles esfuerzos están realizando para lograrlo.

## RESULTADOS

### 1. Sectores involucrados con el bien social y longevidad de la empresa

Gráfico 1

¿En cuál sector del turismo se encuentra su empresa?

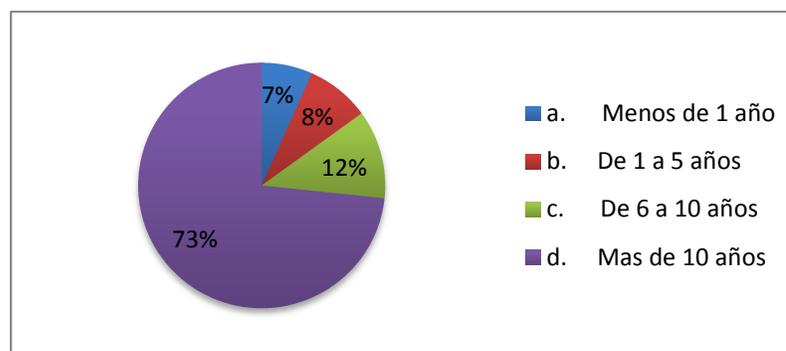


Fuente: encuesta aplicada a empresas turísticas en Costa Rica durante el año 2013

Como aspecto general es importante compartir que de las empresa turísticas que contestaron la encuesta, 23 son tour operadores (39%), 15 son agencias de viajes (25%), 14 son hoteles (23%) y 8 están catalogados como otro tipo de empresa turística (13%).

Gráfico 2

¿Cuántos años tiene la empresa de estar en el mercado?



Fuente: encuesta aplicada a empresas turísticas en Costa Rica durante el año 2013

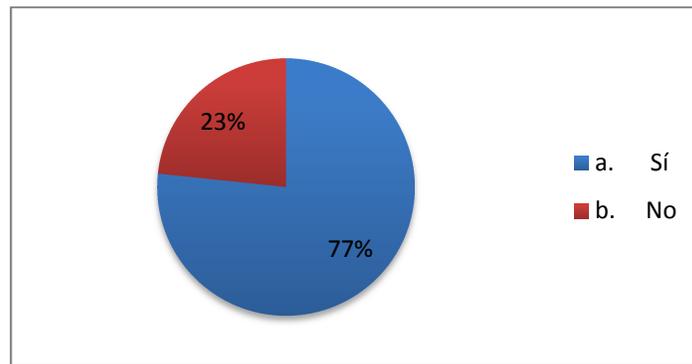
Otro dato interesante es la experiencia en el sector que tienen las empresas. El 73% tiene más de 10 años de ofrecer servicios turísticos en Costa Rica; el 12%, de 6 a 10 años; el 8%, de 1 a 5 años y solo el 7%, menos de 1 año. Esto nos puede llevar a pensar que los servicios turísticos en Costa Rica, como se mencionaba en la introducción, tienen muchos años en el mercado y es una industria muy importante para la economía del país que con los años ha ido tomando aun más relevancia, posiblemente por la gran experiencia que han ido adquiriendo estas empresas a través de los años. Las empresas turísticas en Costa Rica han estado involucradas en temas ambientales y de sostenibilidad, más desde que el ICT comenzó a certificarlas como empresas CST (Certificación de Sostenibilidad Turística), lo que ha creado aun más conciencia en temas sociales y ambientales.

## 2. Empresas con programas de emprendedurismo social, su presupuesto e involucramiento de sus colaboradores

Como se mencionaba anteriormente, en Costa Rica parece existir una conciencia avanzada con respecto a los temas de emprendimientos sociales, así como en relación con temas de conservación ambiental, por lo que es común y hasta de esperarse que el 77% de los encuestados consideran que la empresa para la cual laboran cuenta con programas con objetivos sociales.

Gráfico 3

**¿Considera usted que su empresa tiene programas con objetivos sociales?**



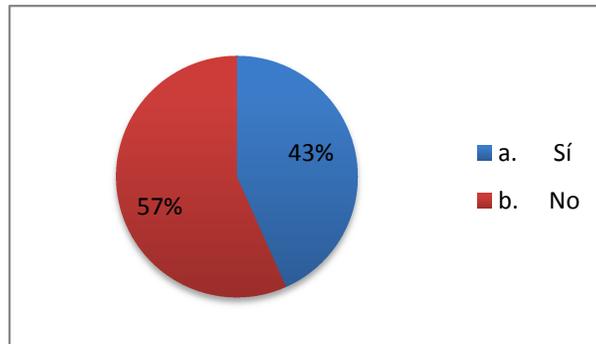
Fuente: encuesta aplicada a empresas turísticas en Costa Rica durante el año 2013

Los colaboradores de las empresas están conscientes de estos temas y los reciben como normales y como parte de su quehacer diario. Pero también vemos que estos mismos colaboradores, en este caso el 23% de ellos, dicen que la empresa a la cual representan no posee un presupuesto establecido para estos mismos objetivos sociales. Esto puede ser porque la empresa aún no

cuenta con el compromiso suficiente para establecer este presupuesto y cumplirlo a cabalidad o porque las empresas, aunque ven esto como algo importante, no creen que sea indispensable para cumplir con sus metas anuales. (Gráfico 2)

Gráfico 4

**¿Cuenta su empresa con un presupuesto establecido para objetivos sociales?**

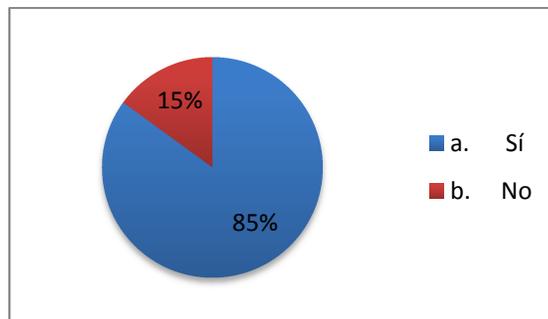


Fuente: encuesta aplicada a empresas turísticas en Costa Rica durante el año 2013

Lo que si vemos importante es que las empresas sí incentivan e involucran a sus colaboradores a participar en proyectos de bien social, ya que el 85% de los encuestas tienen esta percepción.

Gráfico 5

**¿Se involucra e incentiva a los colaboradores de su empresa a participar en proyectos de bien social?**

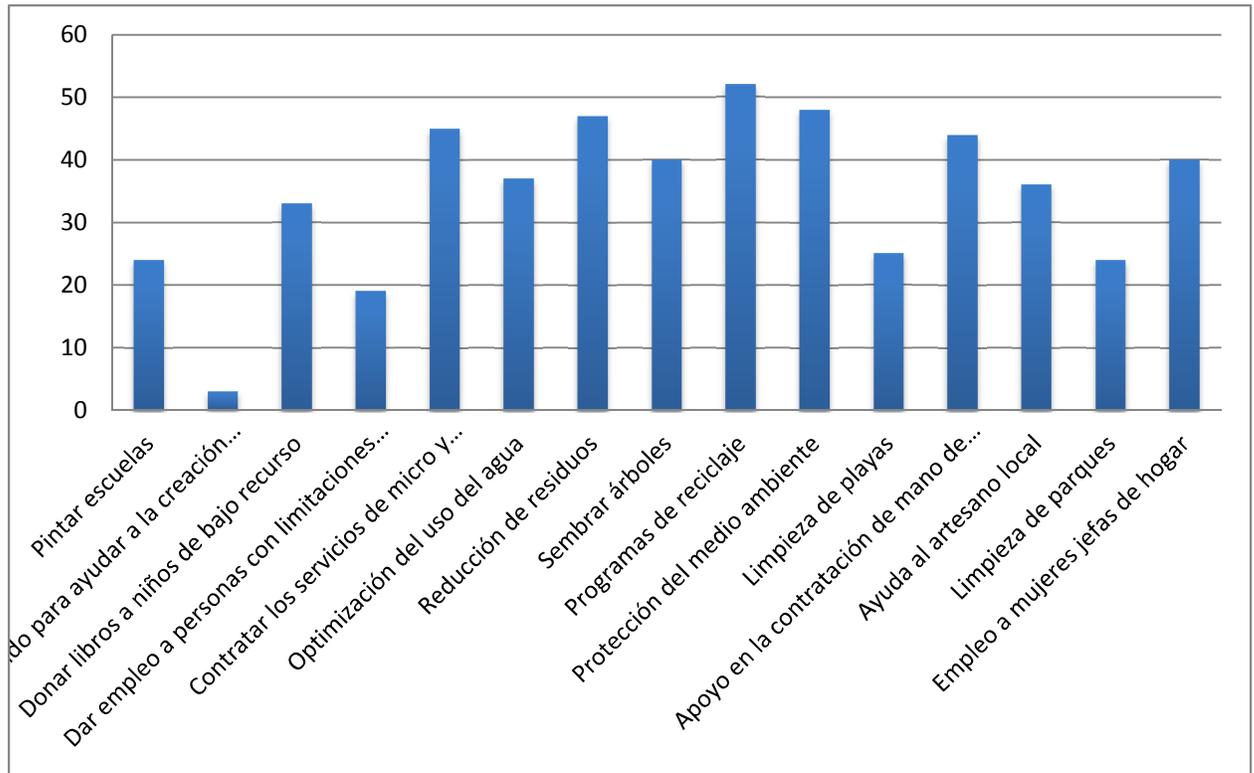


Fuente: encuesta aplicada a empresas turísticas en Costa Rica durante el año 2013

### 3. Acciones de bien social

Gráfico 6

De las siguientes acciones que se enumeran, ¿cuáles desarrolla su empresa?



Fuente: encuesta aplicada a empresas turísticas en Costa Rica durante el año 2013

De las acciones que se observan en la lista, las que más desarrollan las empresas turísticas en Costa Rica son, en primer lugar, los programas de reciclaje. Del total de empresas encuestadas, 52 compartieron que sus empresas colaboran en este tipo de programas. Se podría concluir que esto está muy relacionado con el segundo y tercer programa que más se desarrolla y que es el de protección del medio ambiente y el de reducción de residuos, 48 y 47 encuestados respectivamente admitieron participar en ellas. Nuevamente se puede ir concluyendo que Costa Rica es un país con conciencia ecológica y que se preocupa, sobre todo dentro del ámbito de las empresas, en cuidar y conservar el medio ambiente.

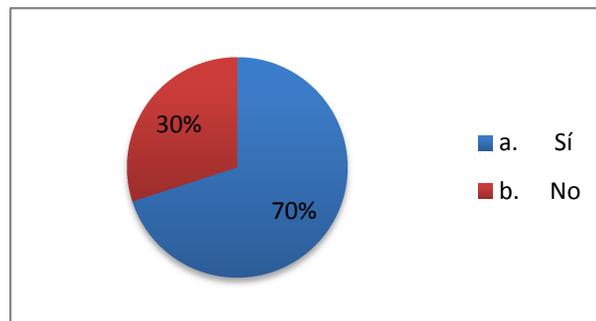
Por otro lado, 45 encuestados aseguraron contratar los servicios de micro y

pequeñas empresas ayudando así a la economía del país, donde se espera surjan mas empresas generadoras de empleos, al igual que 44 admiten contratar mano de obra de la comunidad, lo que ayuda sobre todo a las pequeñas comunidades a surgir.

#### 4. Expectativas de emprendimiento

Gráfico 7

**¿Se considera usted un emprendedor social?**



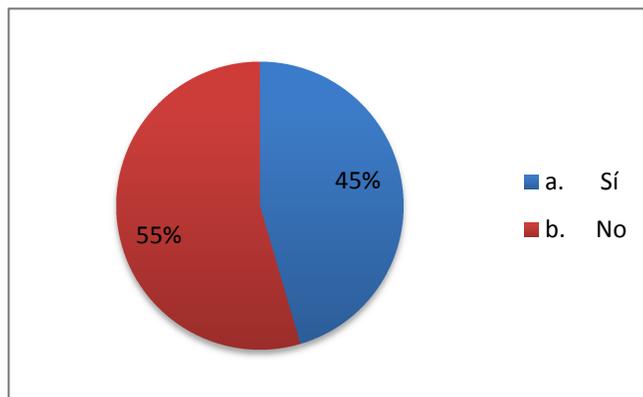
Fuente: encuesta aplicada a empresas turísticas en Costa Rica durante el año 2013

El 70% de los encuestados se consideran emprendedores sociales, lo cual es excelente, ya que esto nos dice que las personas trabajadoras están muy enfocadas en participar en actividades de emprendedurismo social. Aunque es un tema bastante nuevo y poco explorado, la gente cada vez se identifica más con él y quiere ser parte de este movimiento.

A la vez, como vemos en el gráfico 5, el 45% de los encuestados dijo tener expectativas de emprender una idea nueva y creativa en relación con el emprendedurismo social. Nuevamente se nota que las personas cada vez más se van sintiendo atraídas por esta tendencia y que a pesar de que muchas veces no se sabe muy bien exactamente que es lo que se quiere hacer, sí se tiene la intención.

Gráfico 8

**¿Tiene expectativas de emprender alguna idea innovadora de emprendedurismo social?**



Fuente: encuesta aplicada a empresas turísticas en Costa Rica durante el año 2013

Tabla 1

**Algunas ideas innovadoras**

**Programas de capacitación en distintas zonas, en especial las turísticas y marginales para ayudar a que las personas de las comunidades tengan mejores oportunidades laborales : idiomas, servicio al cliente, ventas, etc**

**Programas para incentivar a los turistas a donar (materiales escolares, ropa, etc) y participar de actividades con las comunidades durante sus viajes**

**Programas de capacitación y ayuda económica para desarrollo de proyectos turísticos a comunidades en riesgo social con potencial turístico**

**Programas de concientización en materia de sostenibilidad por medio de eventos culturales a comunidades cerca de zonas turísticas**

**Programas de apoyo a nuevas empresas turísticas ayudándolas a impulsar sus servicios por medio de publicidad y capacitación**

**Programas de capacitación, educación ambiental y proyectos de reciclaje en escuelas de zonas marginales y rurales**

**Uso de fondos de la empresa para la realización de fiesta de navidad a escuelas de bajos recursos**

**Programas para incentivar a los turistas a ahorrar agua y energía durante su viaje**

**Programas de actividades turísticas gratis para niños de bajos recursos**

**Proyecto de ayuda a niños sin hogar**

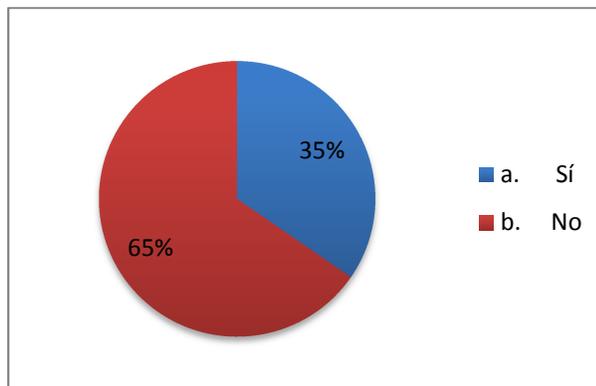
**Programas de siembra de árboles**

Fuente: encuesta aplicada a empresas turísticas en Costa Rica durante el año 2013

Podemos apreciar en la tabla 1 algunas de las ideas percibidas como innovadoras que las empresas entrevistadas tienen expectativas de emprender. Muchas están asociadas al lado social, como programas de capacitación donde la idea es capacitar a las personas de la comunidad a desarrollar alguna destreza para que este aprendizaje les ayude a mejorar su nivel de educación y de vida, ya sea por medio de un mejor trabajo o bien creando su propio negocio. También se mencionan programas donde el mismo turista es quien beneficia a la comunidad por medio de donaciones o participando en actividades en dicha comunidad. Además se señalaron programas de conservación del medio ambiente por medio de la educación y capacitación en la comunidad.

Gráfico 9

**¿Ha comenzado ya alguno de estos proyectos de emprendedurismo social?**



Fuente: encuesta aplicada a empresas turísticas en Costa Rica durante el año 2013

Aunque solamente el 35% de los encuestados ya han comenzado estas ideas o proyectos de emprendedurismo social, estamos hablando de que son 18 empresas a nivel nacional generando un cambio positivo el cual impactará a muchas personas que terminarán en contacto con estos programas.

## CONCLUSIONES

Ya integrados todos los datos de la investigación, se puede concluir en términos generales que las empresas turísticas en Costa Rica están en general mayoritariamente enfocadas a proyectos de emprendedurismo social y programas de bien social.

Como pudimos ver, el 77% de las 60 empresas encuestadas sí cuentan con programas con objetivos sociales, en total son 46 empresas involucradas haciendo un cambio positivo para la sociedad y para la economía costarricense. Que los empleados perciban tanto apoyo por parte de las empresas y que se sientan tan involucrados y apasionados por estos temas, facilita que las empresas lleven a cabo estos proyectos y se sientan motivados a realizar más y nuevos proyectos sociales. Aunque solo el 45% de las empresas encuestas (25 en total) sí tienen expectativas de emprender algunas ideas innovadoras de emprendedurismo social, esto es algo sumamente positivo, ya que demuestra que este sector está muy bien enfocado en darles solución a los problemas sociales que afectan al país.

1. Sectores involucrados con el bien social y longevidad de la empresa: el turismo en Costa Rica tiene más de 30 años de venirse desarrollando fuertemente, por lo cual se puede decir que es una industria madura y además cuenta con la ventaja de que Costa Rica es percibido como un país verde y ecológico, características que llaman mucho la atención de los viajeros. Esto llevo a muchas de las empresas, sobre todo a las empresas con más antigüedad, a irse por una línea de conservación y de conciencia ambiental y social, adoptando buenas prácticas y capacitando a sus colaboradores para que no solo apoyen estas prácticas en la empresa, sino para que las repitan en sus hogares y sus comunidades.
2. Empresas con programas de emprendimientos sociales, presupuesto e involucramiento de los colaboradores: como se mencionó ya, el 77% de los encuestados consideran que la empresa para la cual laboran cuenta con programas con objetivos sociales, mas sin embargo estos mismos colaboradores dicen desconocer que haya un presupuesto específico y anual destinado a este tipo de proyectos. Aun así, el 85% de los encuestados aseguran que las empresas los involucran y los incentivan para que participen en los proyectos en los que la empresa participe. Esto es excelente, pues es la manera de motivar, incentivar y capacitar a los colaboradores para que adopten estas prácticas más allá de sus lugares de trabajo.
3. Acciones de bien social: entre la lista de opciones de acciones de bien

social que puede practicar una empresa, se le pidió a los encuestados marcar cuál o cuáles de estas acciones practica la empresa para la cual laboran, y podemos concluir que la acción que más empresas practican es la de programas de reciclaje (52 empresas). Esto está muy relacionado con el segundo y tercer programa que más desarrollan: 48 empresas dicen practicar la protección del medio ambiente y 47 empresas dicen tener programas de reducción de residuos. Como se comentó anteriormente, se puede concluir que los habitantes costarricenses tienen consciencia ecológica y que se preocupan bastante por el medio ambiente.

Hay 45 empresas que aseguran contratar los servicios de micro y pequeñas empresas ayudando de esta forma a la economía costarricense por medio de estos empleos y esperan que más empresas adopten en el futuro esta práctica y que surjan más empresas generadoras de empleos.

Con respecto al apoyo en la contratación de mano de obra de la localidad, 44 empresas lo ponen en práctica. Esto es importante pues ayuda a las pequeñas comunidades a surgir y desarrollarse.

Tanto la siembra de árboles, como el darle empleo a mujeres jefas de hogar lo ponen en práctica 40 empresas. Nuevamente surge el tema de la conciencia ambiental, donde tal vez no son tantas las empresas entrevistadas que lo practican, pero sí es un número significativo que hace la diferencia. Con respecto a la contratación de mujeres jefas de hogar, esto es de suma importancia, les da seguridad a las mujeres de poder formar una familia y poder seguir siendo una fuerza laboral útil en la economía costarricense y ser autosuficientes.

Por otro lado, 37 empresas aseguran que tienen programas de optimización del uso del agua por medio del cual educan a sus colaboradores a ahorrar y optimizar los recursos agotables, 36 ayudan al artesano local impulsando la economía de pequeñas escalas y 33 empresas donan libros a niños de bajos recursos, lo que ayuda a que estos niños puedan seguir estudiando y aprendiendo y se sientan motivados a surgir para algún día llegar a aportar estos conocimientos cuando se inserten a la fuerza laboral del país..

Hay 25 empresas que hacen limpieza de playas como parte de sus programas de mantenimiento de las playas y, en consecuencia, de los océanos limpios, 24 practican limpieza de parques ayudando a la salud y belleza de la comunidad y 24 ayudan pintando escuelas que no tienen los

recursos para hacerlo, para que las instalaciones permanezcan en buen estado y para que los niños se sientan motivados a ser partícipes y continúen educándose.

Finalmente 19 empresas aseguran que le dan empleo a personas con limitaciones físicas, Esto es muy importante para estas personas porque los ayudan a formar parte de la sociedad y a ser independientes.

Solamente 3 empresas dicen tener programas donde se crean fondos para ayudar a la creación de empresas.

Todos los números anteriores son muy significativos y representativos, puesto que cada una de estas empresas y sus acciones están generando un cambio positivo, no solo directamente con su ayuda, sino que también por medio del ejemplo que dan a estas comunidades, escuelas y personas y el impacto que esto pueda generar.

4. Expectativas de emprendimiento: en general podemos concluir que los colaboradores y las empresas están bastante enfocadas en crear y desarrollar programas de emprendedurismo social. Es algo que las empresas desarrollan cada día más y que los colaboradores toman como algo positivo y hasta sienten orgullo de ser parte de estos proyectos. El 70% de los encuestados se considera un emprendedor, lo cual es una cifra significativa y alentadora y nos lleva a pensar que esta cifra puede llegar a aumentar en el corto o mediano plazo.

Pudimos apreciar en la tabla 1 algunas de las ideas percibidas como innovadoras que las empresas entrevistadas tienen expectativas de emprender, muchas están asociadas al lado social, como programas de capacitación donde la idea es capacitar a las personas de la comunidad a desarrollar alguna destreza para que este aprendizaje les ayude a mejorar su nivel de educación y de vida, ya sea por medio de un mejor trabajo o bien creando su propio negocio También se mencionan programas donde el mismo turista es quien beneficia a la comunidad por medio de donaciones o participando en actividades en dicha comunidad. Por otro lado se incluyeron programas de conservación del medio ambiente por medio de la educación y capacitación en la comunidad.

## RECOMENDACIONES

En general, se les recomienda a las empresas que sigan motivando e involucrando a sus colaboradores en los proyectos de emprendimiento social, ya que son estos proyectos los que poco a poco irán ayudando a las comunidades y a zonas menos privilegiadas. Muchas de estas problemáticas, el mismo gobierno no puede o no sabe como solucionarlas, por lo que es deber de la sociedad y de las empresas existentes, así como de nuevas empresas, ir solventando estas necesidades creativamente. Es importante contar con un presupuesto anual para este tipo de proyectos y se recomienda crear un comité o bien tener un departamento enfocado a este tipo de proyectos.

1. Sectores involucrados con el bien social y longevidad de la empresa: Como se mencionó anteriormente, la industria del turismo es una industria madura, la cual aporta ingresos significativos e importantes a la economía costarricense y es una gran fuente generadora de empleo en todo el país. Esto representa una ventaja para los proyectos que actualmente se desarrollan, ya que las empresas saben que el turista actual valora y busca países que cuenten con este tipo de proyectos, por lo que se les recomienda a las empresas seguir desarrollándolos y comunicándolos.
2. Empresas con programas de emprendimientos sociales, presupuesto e involucramiento de los colaboradores: Es muy importante que el 77% de los encuestados consideren que sus empresas cuentan con programas con objetivos sociales y que el 85% se sienta involucrado en estos proyectos por parte de estas empresas. Aunque los encuestados digan desconocer si hay un presupuesto específico, esto como hemos visto, no los desanima a participar en estos programas. Es importante que muchos de estos colaboradores, posiblemente, educarán e incentivarán a sus familiares, amigos y personas cercanas a participar en estos proyectos o a replicarlos en sus comunidades y más allá de sus lugares de trabajo. Las empresas están creando esa consciencia desde adentro hacia fuera.
3. Acciones de bien social: de todas las acciones de bien social que han venido realizando actualmente las empresas, cabe destacar que todas son igual de importantes y todas crean un impacto tanto social como económico, así como de conciencia en los colaboradores, en las comunidades o en las personas beneficiadas. Se les recomienda a las empresas seguir estos proyectos, pero que lo hagan como proyectos de emprendedurismo social, para que sean sustentables en el tiempo y creen un impacto aún más grande.

4. Expectativas de emprendimiento: en general podemos concluir que los colaboradores y las empresas están bastante enfocadas en crear y desarrollar programas de emprendedurismo social. Es algo que las empresas desarrollan cada día más y que los colaboradores toman como algo positivo y hasta sienten orgullo de ser parte de estos proyectos.

El 70% de los encuestados se considera un emprendedor, lo cual es una cifra significativa y alentadora y nos lleva a pensar que esta cifra puede llegar a aumentar en el corto o mediano plazo.

En la tabla 1 pudimos apreciar algunas de las ideas percibidas como innovadoras que las empresas entrevistadas tienen expectativas de emprender. Muchas de estas ideas están asociadas al lado social, como programas de capacitación donde la idea es capacitar a las personas de la comunidad a desarrollar alguna destreza para que este aprendizaje les ayude a mejorar su nivel de educación y de vida, ya sea por medio de un mejor trabajo o bien creando su propio negocio. También se mencionan programas donde el mismo turista es quien beneficia a la comunidad por medio de donaciones o participando en actividades en esa comunidad. También se señalaron programas de conservación del medio ambiente por medio de la educación y capacitación en la comunidad. Todos estos proyectos, de llegarse a realizar, crearán un impacto positivo y significativo tanto en la comunidad, como en las personas y finalmente en el país.

Se espera que este tema se esparza más por el país y llegue a tomar una relevancia importante, para que más y más empresas y personas quieran comenzar este tipo de proyectos tan beneficiosos para todos.

## BIBLIOGRAFÍA

Aguilar, R. (2013). Blog Animal Político, lo que quiso decir. Obtenido en abril del 2013 desde <http://www.animalpolitico.com/blogueros-lo-que-quiso-decir/2013/05/31/emprendedores-sociales-los-que-hacen-la-diferencia/#axzz2VJLeGDTh>

Biblioteca Bernardo, Kliksberg (2013). ¿Cómo enfrentar la pobreza y la desigualdad? Obtenido en abril del 2013 desde <http://www.pagina12.com.ar/diario/especiales/18-178116-2011-10-02.html>

Climont, V. (2010) El emprendedor social como mecanismo de inserción socio-laboral a través de la creación de empresas de la economía social. *Emprendimiento, economía social y empleo*, p 11.

De Pablo López, I. (2005): "El emprendizaje social: motor de desarrollo y cohesión social". En: V Seminario sobre creación de empresas y entorno. Universidad Autónoma de Madrid. Trujillo, octubre de 2005.

Delgado, M (25 octubre de 2012). Cobran fuerza los emprendedores sociales. Obtenido en abril del 2013 desde <http://elempresario.mx/actualidad/cobran-fuerza-los-emprendedores-sociales>

Fundación Skoll. (2013). Acerca de Emprendedores Sociales. Obtenido en Junio del 2013 desde <http://www.skollfoundation.org/about/>

Haro Pastor, G (18 de noviembre del 2011) Llegó la hora de las empresas sociales. Obtenido en abril del 2013 desde <http://www.diarioresponsable.com/portada/destacados/14819-llego-la-hora-de-las-empresas-sociales.html>

ICT. (2013). Anuario Estadístico de turismo 2012. Obtenido en mayo del 2013 desde [http://www.visitcostarica.com/ict/backoffice/treeDoc/files/Anuario de Turismo 2012.pdf](http://www.visitcostarica.com/ict/backoffice/treeDoc/files/Anuario_de_Turismo_2012.pdf)

Macmillan, I. y Boisot, M. (2004): "Crossing Epistemological Boundaries: Managerial and Entrepreneurial Approaches to Knowledge Management". *Long Range Planning* Volume 37, Issue 6, pp. 505-524.

Martínez, M.R (12 de diciembre de 2012). El emprendedor social es un ejemplo de que no todo es ganar dinero. Obtenido en abril del 2013 desde <http://www.laverdad.es/murcia/v/20121212/region/emprendedor-social-ejemplo-todo-20121212.html>

OIT. (2013). Obtenido en unio del 2013 desde <http://www.ilo.org/global/lang-es/index.htm>

Organización Mundial del Turismo. (2013). ¿Por qué el turismo? El turismo: un fenómeno económico y social. Obtenido en abril del 2013 desde <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>

Sanchis, J y Melián, A. (2013). Emprendedurismo social y nueva economía social como mecanismos para la inserción sociolaboral. Obtenido en abril del 2013 desde <http://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva2009/docs/51.pdf>

Sancho, L.A. (2013). Décimo octavo informe estado de la nación en desarrollo humano sostenible. Informe final. Desempeño del sector externo costarricense en el 2011. El caso del sector de servicios y turismo. Obtenido en Mayo del 2013 desde <http://www.estadonacion.or.cr/component/content/article/87-cr-aspectos-economicos-ponencias/1217-infome-xviii-desempeno-del-sector-externo-costarricense-en-el-2011-el-caso-del-sector-de-servicios-y-el-turismo>

Wennekers, A.r.m. y Thurick, A.r. (1999): "Linking Entrepreneurship and economic growth", Small Business Economics, no 13, pp. 27-55.

Yunus, M. (2007). El banquero de los pobres: los microcréditos y la batalla contra la pobreza en el mundo. Paidós. Barcelona.

Yunus, M. (2008). Un mundo sin pobreza. Paidós. Barcelona.

Zandonai, F. y Pezzini, E. (2004): "Nuevos directivos para nuevas cooperativas. La figura del empresario social en las cooperativas sociales italianas", CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa, no 48, pp. 145-166.