



# ADMINISTRAR LO PÚBLICO 3



UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA



VICERRECTORÍA DE  
INVESTIGACIÓN



CICAP  
Centro de Investigación  
y Capacitación en  
Administración Pública

75

ANIVERSARIO  
UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA



351.07

A238a

Administrar lo público 3. – San José, C.R. : Universidad de Costa Rica,  
Vicerrectoría de Investigación, CICAP, [2016?].  
160 p. : il. col.

ISBN 978-9968-932

1. ADMINISTRACION PUBLICA – ESTUDIO Y  
ENSEÑANZA. 2.ADMINISTRACION PUBLICA – COSTA RICA.  
3. ADMINISTRACION PUBLICA – ESTUDIO DE CASOS.

CIP/2990

CC/SIBDI.UCR

# ADMINISTRAR LO PÚBLICO

Centro de Investigación y Capacitación en Administración Pública

## COMITÉ EDITORIAL

**M.Sc. Juan Hernández Castillo**

Coord. Gral. de Gestión, CICAP  
Costa Rica

**Dr. Orlando Hernández Cruz**

Coord. Desarrollo Municipal, CICAP  
Puerto Rico

**Lic. Elí Sancho Méndez**

Coord. Asesoría y Consultoría CICAP  
Costa Rica

**Licda. Gabriela Muñoz Lara**

Coord. Educación Continua, CICAP  
Costa Rica

**Licda. Helen Campos Rojas**

Coord. Admin.-Financiera, CICAP  
Costa Rica

## COMITÉ CIENTÍFICO

**Dra. Mayela Cubillo Mora**

Directora CICAP  
Costa Rica

**Dr. Leonardo Castellón Rodríguez**

Dir. Escuela Admón. Pública, UCR  
Costa Rica

**Dr. Rodolfo Arce Portugal**

Repr. Sist. Estudios Posgrado, UCR  
Costa Rica

**M.Sc. Andrea Vindas Lara**

Investigadora Adscrita, CICAP  
Costa Rica

**M.Sc. Olman Villarreal Guzmán**

Investigador Adscrito, CICAP  
Costa Rica

**M.Sc. Mauricio Vargas Fuentes**

Investigador Adscrito, CICAP  
Costa Rica

## COORDINACIÓN

**M.Sc. Esteban O. Mora Martínez**

Coord. Investigación e Innovación, CICAP  
Costa Rica

<http://www.cicap.ucr.ac.cr>

Tel.: (506) 2511-3748

Montes de Oca, San José, Costa Rica

Organización Certificada ISO 9001:2008

## Contenido

|                                                                                                                                                                                                                                                     |                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| <b>Gobernabilidad democrática local: un caso de estudio</b><br>Nancy Artavia Chacón<br>Melvin Obando Villalobos                                                                                                                                     | <b><u>10</u></b>  |
| <b>Simplificación de trámites en los otorgamientos de permisos municipales: caso Tibás y Vázquez de Coronado</b><br>Cristiam A. Barquero Gamboa                                                                                                     | <b><u>34</u></b>  |
| <b>Aproximaciones conceptuales sobre capital social y la utilidad del concepto para los operadores de las políticas sociales</b><br>Mayela Cubillo Mora                                                                                             | <b><u>60</u></b>  |
| <b>Redefinir la forma en que se evalúa a las Municipalidades en Costa Rica Una perspectiva amplia e integral</b><br>Sofía García Villegas<br>Cristiam Barquero Gamboa                                                                               | <b><u>68</u></b>  |
| <b>El papel del ente contralor en la modernización del servicio público: el caso del hidrógeno</b><br>Esteban O. Mora Martínez                                                                                                                      | <b><u>82</u></b>  |
| <b>Factores Previos para la Gestión del Conocimiento en la Administración Pública Costarricense</b><br>Héctor Pérez López-Portillo<br>Jorge A. Romero Hidalgo<br>Esteban O. Mora Martínez                                                           | <b><u>102</u></b> |
| <b>Fomento de la creación de valor compartido en las MIPYME y emprendimientos en Costa Rica</b><br>Juan Manuel Retana Céspedes                                                                                                                      | <b><u>133</u></b> |
| <b>La defensa de los derechos de la niñez y la adolescencia en la institucionalidad pública costarricense - Caso del Subsistema Local de Protección en el distrito de Pavas, 2009-2015</b><br>Arllery Rivera Fallas<br>Leonardo Castellón Rodríguez | <b><u>145</u></b> |

|               |                            |                          |                             |
|---------------|----------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| <b>Vol. 3</b> | <b>Marzo – Agosto 2015</b> | <b>ISBN 978-9968-932</b> | <b>San José, Costa Rica</b> |
|---------------|----------------------------|--------------------------|-----------------------------|

# Fomento de la creación de valor compartido en las MIPYME y emprendimientos en Costa Rica

Juan Manuel Retana Céspedes<sup>45</sup>

**Resumen:** El contexto socioeconómico en el que vivimos requiere no sólo de empresas que paguen impuestos y cargas sociales o generen empleos y utilidades; más bien, se precisa de empresarios y emprendedores con la capacidad de analizar las necesidades reales de las comunidades donde operan y de la sociedad, en general. De donde resulte que se enfoquen en compartir parte del valor generado. El artículo pretende incentivar al análisis y evaluación de empresas no solo por su capacidad productiva o indicadores financieros, sino por su capacidad de generar impacto positivo en la sociedad y fomentar la relación entre comunidades, medio ambiente y sector empresarial.

**Palabras clave:** Valor compartido, economía social, MIPYME, sociedad y emprendedores

**Abstract:** *The socioeconomic context in which we live requires not only companies that pay taxes and social charges or create jobs and earnings, rather, it calls for businessmen and entrepreneurs with the ability to analyze the real needs of the communities where they operate and with society in general. As a result to focus on sharing some of the value generated. The article aims to promote the analysis and evaluation of companies not only by their production capacity or financial ratios, but also by their ability to generate positive impact in society and promote the relationship between communities, environment and the business sector.*

**Key words:** *Shared value, social economy, SMEs, society and entrepreneurs*

## Introducción

La contribución de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) a la sociedad costarricense es el punto de partida para el análisis y evaluación acerca del impacto que estas generan al país. El sector empresarial se caracteriza por contribuir a la economía en la generación de puestos de trabajo, pago de impuestos, utilidades a los accionistas, cumplimiento de cargas sociales, etc. Pero, ¿es esto crear valor e impacto en la sociedad o comunidades donde operan?

Este artículo pretende cuestionar y analizar el aporte de las empresas al contexto socioeconómico, ya que muchas veces solo se evalúan por el volumen de utilidades y la generación de empleo, en donde al final se traduce en cuantos impuestos pagan y su aporte a temas de cargas sociales. Sin embargo, quedan factores por fuera muy importantes, tales como: cooperación a las zonas geográficas donde operan (calidad de bienes y servicios), desarrollo personal de los empleados y contribuciones ambientales y culturales.

Entonces, ¿se deben enfocar las empresas en crear necesidades en el mercado o atender las necesidades ya existentes? El mundo globalizado y consumista en el que vivimos, muchas veces incita a las personas a desear la mayoría de bienes y servicios que los mercados ofrecen. No obstante, una ruta más sostenible podría ser primero analizar el entorno e identificar necesidades reales de las comunidades donde se pretende operar, para enfocar los bienes y servicios a las deficiencias o carencias de las sociedades en temas de educación, cultura, innovación, salud, alimentación y entretenimiento; entre otros.

<sup>45</sup> Costarricense y profesional del área de Ciencias Económicas con grado de licenciatura. Cuenta con experiencia en el análisis y evaluación de empresas y economías en Centroamérica y el Caribe.

La historia económica de Costa Rica pone en evidencia que durante muchos años la población se ha enfocado en consumir todo aquello que venga de fuera de nuestras fronteras. Un claro ejemplo es el déficit en la cuenta corriente de la balanza de pagos del país; es decir, se importan más bienes y servicios de los que se exportan. Debido a esto, el aporte que pueden dar las MIPYME a la economía local es fundamental para el desarrollo del país a largo plazo.

Por consiguiente, fomentar la creación de valor compartido en las MIPYME y emprendimientos en el país podría traducirse en impactos socioeconómicos positivos, ya que esto contemplaría las prácticas y políticas que mejoran el desarrollo de una empresa, al mismo tiempo que apoyan las condiciones socioeconómicas de las comunidades donde operan, mediante conexiones entre progreso social, económico y ambiental (Porter y Kramer, 2011). Es decir, existe una necesidad de fomentar la relación que existe entre empresas, comunidades y políticas públicas, para crear valor real más allá de lo tangible.

La creación de valor compartido incentiva al análisis y evaluación de las empresas y negocios más allá de sus utilidades, hasta llegar a identificar sus contribuciones al entorno donde se desarrollan.

Por otro lado, la economía social se caracteriza por ser un enlace entre el sector público y el sector privado y de negocios, en donde el lucro no es el tema medular de este tipo de iniciativas y por ello agrupa a agentes económicos tales como cooperativas, asociaciones, organizaciones sin fines de lucro, fundaciones, entre otras (Elgue, 2007).

Las iniciativas que se enmarcan dentro de la economía social tienen la particularidad, la mayoría de las veces, de buscar un beneficio colectivo. Sin embargo, se tiende a dejar por fuera el sector empresarial privado, en lugar de acercarlo a las necesidades socioeconómicas del país y promover la creación de valor compartido.

Analizar y promover estrategias que fomenten la relación entre las empresas, sector público y comunidades es la intención de este artículo. Como ya se ha mencionado anteriormente, las empresas aportan a la economía de muchas formas, sin embargo, también han sido responsables de una buena parte de los problemas socioeconómicos que enfrenta el país.

La falta de estrategias, políticas o iniciativas del sector empresarial para involucrarse en problemáticas sociales, ambientales y culturales de las comunidades donde operan, es el tema medular de por qué es importante fomentar la creación de valor compartido en las MIPYME y ciudadanos emprendedores de Costa Rica. Empresas con una visión más sostenible y solidaria son las que ocupa este país para mitigar el desempleo, la desigualdad, la contaminación, el desarrollo humano y demás problemáticas que menciona el *Vigésimo Informe Estado de la Nación* (2013-2014).

Además, es importante que el sector público y sus políticas propicien un mejor clima de negocios, en donde el sector empresarial tenga la obligación de atender las verdaderas necesidades del país y crear relaciones sostenibles con su entorno.

¿Puede ser la creación de valor compartido una alternativa que promueva la economía social? Esta pregunta motiva al análisis del concepto de valor compartido y el posible impacto que tendría en la economía costarricense, ya que su enfoque contempla evaluar a las empresas desde una perspectiva de retribución a su entorno, y no tanto por el crecimiento de utilidades y empleo. Induce, también, el análisis propuesto, al establecimiento de relaciones entre el concepto de valor compartido, tal como se ha enfocado, y el concepto de economía social, promotor de agentes económicos más solidarios y consientes con su entorno.

## Estrategias de valor compartido

El concepto de valor compartido ha sido desarrollado por Michael E. Porter y Mark R. Kramer durante la última década y presentado en el 2011, con una visión crítica respecto del aporte de las empresas al contexto socioeconómico donde operan. De acuerdo con los autores, en la publicación de la revista *Harvard Business Review*, de Enero-Febrero 2011: “En los últimos años, las empresas han sido vistas cada vez más como una causa importante de los problemas sociales, ambientales y económicos. Hay una percepción muy amplia de que las compañías prosperan a costa del resto de la comunidad”.

Las empresas y la sociedad han estado trabajando por separado durante mucho tiempo, tanto así que se sostiene la idea de que las compañías deben moderar su éxito económico para generar beneficios a la sociedad (Porter y Kramer, 2011). A raíz de ideas como esta, se han creado famosos programas dentro del sector empresarial llamados Responsabilidad Social Corporativa (RSC); dichos programas se caracterizan por desarrollar estrategias reforzadas en comunicación y mercadeo.

Las estrategias de RSC se han vuelto atractivas para las empresas principalmente, por la necesidad de mejorar su reputación, a tal punto que ya las compañías enmarcan la RSC como un gasto necesario (Porter y Kramer, 2011). Basándonos en esto, la doble moral puede salir a relucir ya que estas prácticas, verdaderamente, no son para apoyar las necesidades sociales, sino para fines meramente corporativos.

Pero, ¿por qué la necesidad de las empresas de mejorar su reputación? Las firmas crean gastos y desinversión social de las cuales no se hacen cargo, como sucede con la contaminación. Además, estas acciones fomentan que los Gobiernos impongan leyes, regulaciones o sanciones para compensar el impacto negativo (Porter y Kramer, 2011). Sin embargo, en el caso de Costa Rica, algunas de las políticas públicas de esta índole no son analizadas para contrarrestar ni mucho menos para sancionar justamente a las empresas.

Según Michael Porter: “En la visión del capitalismo, las empresas contribuyen con la sociedad generando utilidades, lo que permite generar empleos, pagar sueldos, hacer compras e inversiones y pagar impuestos”. Además, analizando el contexto actual de la economía internacional, las empresas han dejado de reconocer un país o una comunidad y ahora se autodenominan compañías globales (Porter y Kramer, 2011).

El significado de empresa global involucra mover actividades de producción a lugares donde es menor el costo de mano de obra, para obtener impactos de beneficio inmediato en la disminución de sus gastos, a la vez que los márgenes de ganancia se mantienen o mejoran. Sin embargo, esto puede ser redefinido con la mentalidad de que las compañías más fuertes serán aquellas que logren crear raíces sólidas en las comunidades y se involucren con sus necesidades, de esta forma se empezaría a crear valor compartido (Porter y Kramer, 2011).

Las estrategias de valor compartido buscan expandir la conexión entre progreso económico y social, mediante prácticas operacionales con el fin de mejorar la competitividad de las empresas y al mismo tiempo que apoyan las condiciones sociales, ambientales, culturales y económicas en las comunidades (Porter y Kramer, 2011).

En un país como Costa Rica existen muchas necesidades sociales como educación, salud, reducción del daño ambiental, mejoras en las viviendas, igualdad de oportunidades, entre otras. Debido a esto surge la incógnita de, ¿cómo valorar los beneficios de las empresas a las comunidades donde operan en los últimos años? Pareciera que han estado enfocadas en crear demanda en los mercados, y algunas veces olvidan

aspectos importantes como la calidad de los productos y si son o no adecuados para sus clientes. Un claro ejemplo serían las cadenas de restaurantes internacionales de comida rápida, en donde la calidad y aportes a la alimentación humana son cuestionados.

Las empresas deberían poder identificar las necesidades, problemáticas y beneficios de la sociedad donde se desarrollan y asociar todo con los productos o servicios que ofrecen (Porter y Kramer, 2011). Más aún, sería importante que los nuevos emprendimientos logren incorporar dentro de sus objetivos empresariales el generar impactos sociales positivos relacionados con las problemáticas del país.

Crear valor compartido no se logra si siguen existiendo prácticas para reducir formas de compensaciones a los empleados, niveles bajos de salarios y direccionar inversiones hacia el extranjero. Parece que se han olvidado los efectos positivos, en la productividad de las personas, que generan las oportunidades de desarrollo para los trabajadores, el bienestar, la seguridad y mejoras en los salarios (Porter y Kramer, 2011).

Por otro lado, también se argumenta que Costa Rica cuenta con problemas serios de competitividad, según el Reporte de Competitividad Global. Problemas en torno a infraestructura ferroviaria, calidad de carreteras y puertos, tramitología, altos precios en electricidad y combustible en comparación con países de la región (Hidalgo, 2014). Se entiende que el clima para hacer negocios en este país se ha vuelto complicado debido a la falta de políticas públicas que fomenten el desarrollo del sector empresarial.

Pero, ¿por qué seguir analizando por separado al sector público del privado? Ambos agentes económicos deberían actuar en conjunto para la creación de políticas económicas que se enfoquen en atender las verdaderas necesidades de la sociedad, y a la vez, crear una interconexión entre ambos sectores, de manera que la generación de valor se pueda compartir entre empresas y comunidades.

Karl Marx mencionaba que: “la reforma de la conciencia sólo consiste en hacer que el mundo cobre conciencia de sí mismo, en despertarlo del sueño acerca de sí” (Gonzalez e Izquierdo, 2004). Compañías y empresarios con sensibilización y conciencia sobre el entorno donde operan podrían generar que las estrategias de valor compartido sean acogidas. Sin embargo, prácticas por buscar enriquecerse o camuflar estrategias de mercadeo con la RSC sólo separan al mundo de la “conciencia de sí mismo”.

No se pretende generalizar sobre las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa, porque, claro está, muchas de estas, probablemente, sí han logrado crear impactos positivos en las comunidades; pero es importante ponerlas en duda ya que tiende a ser difícil identificar cuando se realizan por intereses sociales y cuando por intereses corporativos. La cuestión está en torno a cómo las empresas pueden lograr la incorporación de las problemáticas de la localidad donde operan a sus estrategias corporativas y objetivos de los accionistas. ¿Pareciera ser está una propuesta utópica? Quizás, pero al menos deberían intentarse acciones para contrarrestar los efectos que tiene el capitalismo tan feroz en el que vivimos.

Es importante que empresarios y ejecutivos desarrollen conocimientos con una visión profunda de las necesidades de la sociedad, una comprensión de las bases de productividad de las compañías y la capacidad de trabajar con instituciones públicas (Porter y Kramer, 2011).

¿A qué hace referencia un clúster en temas empresariales? Este término ha sido desarrollado en torno al agrupamiento e interconexión geográfica entre empresas, proveedores e instituciones de un mismo sector (Porter, 1990). Es decir, es un grupo de empresas de una misma industria que mantienen entre sí lazos en torno a prestación de servicios y proveeduría. Según este autor, los clústeres tienen efecto en la competencia cuando: impulsan innovaciones en el sector, aumentan la productividad de las empresas y fomentan la creación de nuevas empresas en el clúster.

¿Por qué son importantes los clústeres en la creación de valor compartido? La falta de condiciones estructurales en torno al clúster generan costos internos para las empresas, por ejemplo: la existencia de una mala educación pública se traduce en gastos en capacitación, las deficiencias en infraestructura aumenta los costos de transporte y logística, la pobreza limita la demanda de productos, afecta la salud de los empleados e incremento en costos de seguridad. Consecuentemente, la falta de una conexión entre las empresas y comunidades desvanece el margen de acción para resolver problemas (Porter y Kramer, 2011).

La constitución de clústeres por parte de las empresas, en zonas clave de su operación, se puede traducir en una conexión entre el éxito de estas y el de la comunidad (Porter y Kramer, 2011). Las mejoras en la estructura de un clúster tienen un efecto multiplicador en la economía local, ya que conforme se crean nuevas fuentes de empleo en los sectores de apoyo, también hay apertura de emprendimientos y tiende a crecer la demanda de productos o servicios auxiliares.

Las empresas necesitan de comunidades equilibradas y en constante desarrollo social y económico, ya que esto genera crecimientos en la demanda de productos o servicios, mejoras en el entorno que apoyan los negocios y mayor lealtad de los consumidores. Las sociedades son el motor de las empresas, estas le otorgan el recurso humano, servicios básicos, recursos naturales y normalmente son fuentes primarias de demanda. Debido a esto, las compañías necesitan de una visión más integral, y sin dejar de lado las verdaderas necesidades de las comunidades. “Si una empresa puede mejorar las condiciones de la sociedad, lo más probable es que mejore las condiciones del negocio y detone así ciclos positivos de retroalimentación” Michael Porter.

El valor compartido se puede percibir cuando las empresas realizan compras locales, ya que sus proveedores se vuelven más fuertes y, por ende, incrementarán sus utilidades, crecerá la oferta laboral y los salarios mínimos. Sin embargo, muchas veces los resultados de estas prácticas se verán a largo plazo, y conforme pase el tiempo la economía local se irá robusteciendo, a la vez que la relación empresa-sociedad se fortalecerá.

Como punto medular en el desarrollo de empresas y sociedad están las políticas públicas. En el contexto en que vivimos, es necesaria la creación de regulaciones para limitar prácticas negativas e injustas con las que las compañías se benefician a costa de la sociedad (Porter y Kramer, 2011). Durante muchos años, han salido a la luz múltiples noticias acerca del impacto negativo que generan algunas empresas: destrucción ambiental, evasión de impuestos, condiciones laborales explotadoras, incumplimiento de salarios mínimos, corrupción, desinformación por parte de medios de comunicación, entre otras.

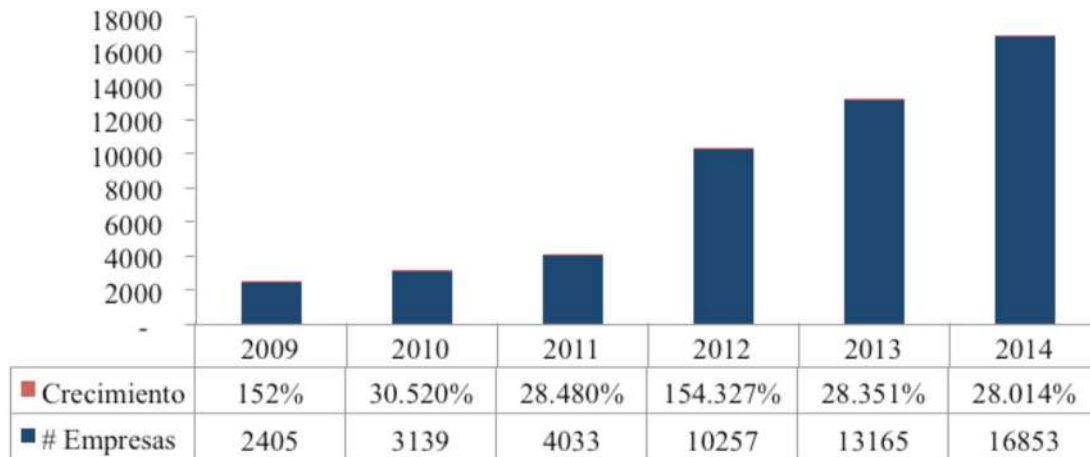
Por último, es importante analizar el sector de las MIPYME en Costa Rica, para identificar su aporte a la economía nacional, así como características específicas de estos agentes económicos en torno a la creación de valor compartido y aportes a las zonas geográficas donde operan.

## Sector de las MIPYME en Costa Rica

La ley de fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas estableció, en el 2002, al Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica (MEIC) como ente rector de las MIPYME del país; él se encarga de coordinar y fomentar las acciones que se están realizando en el sector público a favor de este otro sector. Además, el MEIC se encuentra al frente de la Política Nacional de Emprendimiento como parte de mejorar la competitividad actual del país.

El MEIC categoriza las empresas por la cantidad de trabajadores registrados de la siguiente forma: micro  $\leq 15$  personas; pequeña, entre 16 y 30 personas y mediana entre 31 y 100 personas. A continuación se muestra la evolución de las MIPYME registradas ante el MEIC.

### Evolución de la cantidad de MIPYME registradas en Costa Rica

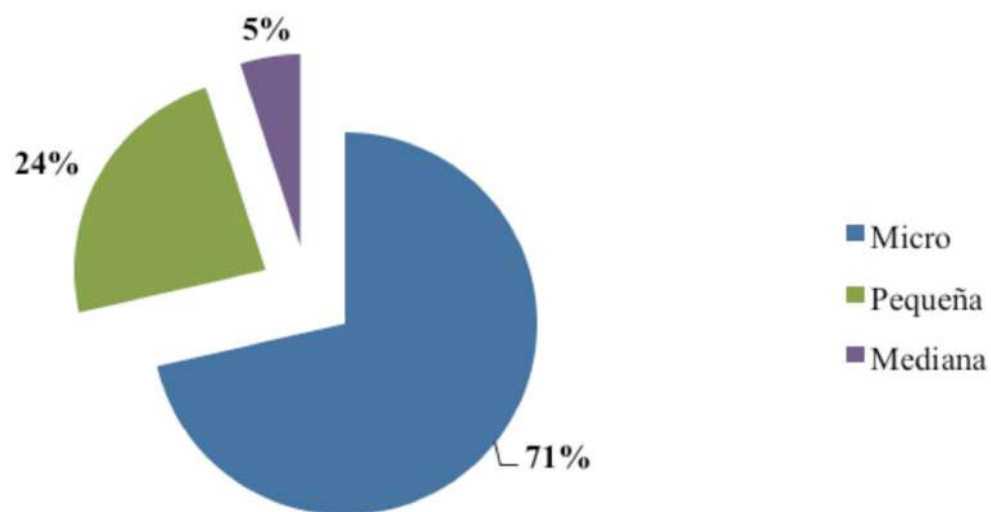


Fuente: Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica

Como se puede apreciar en el gráfico anterior, desde el año 2009 el registro de MIPYME en Costa Rica ha crecido a una tasa anual compuesta del 47.6%. Por otro lado, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, en 2014 había un total de 41,939 empresas registradas, de las cual 39,461 empresas son las que cuentan con menos de 100 trabajadores. Es decir, sólo el 43% de las MIPYME existentes en Costa Rica se encuentran registradas en su ente rector.

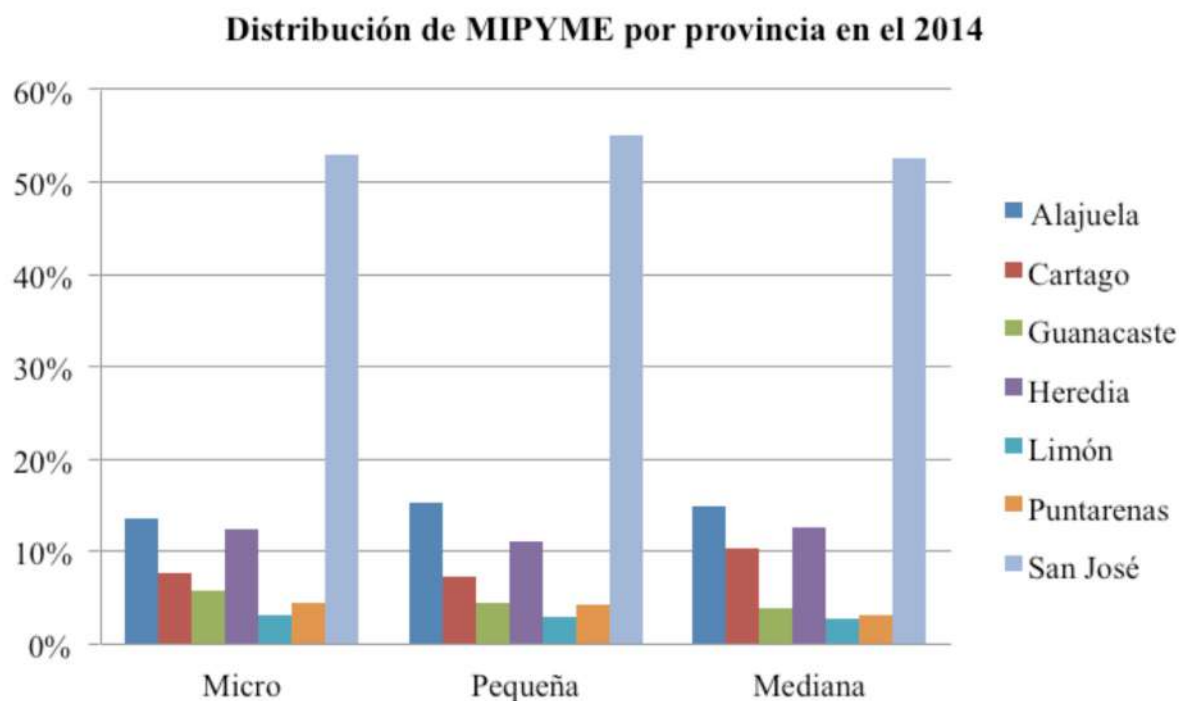
Dentro de los objetivos del MEIC se encuentra la formalización de MIPYME en el país, con el fin de que cumplan con cargas fiscales, sociales y laborales; además de que puedan acceder al sistema bancario, en caso de que requieran fondos para sus operaciones.

### Categorización de las MIPYME en Costa Rica en el 2014



Fuente: Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica

De las 16,853 MIPYME registradas ante el MEIC, más del 70% se encuentran dentro del rango de trabajadores con menos de 15 personas. Además, de acuerdo con esta institución, el 39% del parque empresarial de MIPYME pertenece al sector de servicios; el 32% al de comercio; 22% industria, y el 7% restante a actividades relacionadas con las tecnologías de información (TI).



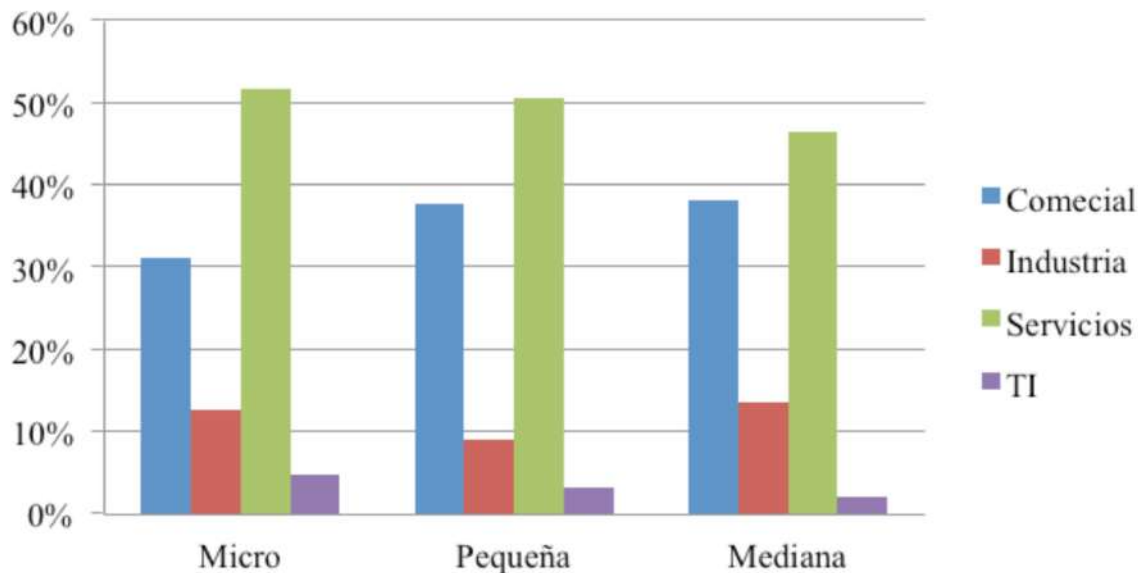
Fuente: Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica

El gráfico muestra una clara concentración de MIPYME en la provincia de San José, mientras que las zonas costeras cuentan con la menor cantidad de empresas registradas. Sin embargo, cabe destacar que esta información puede reflejar sesgos en la muestra debido a que sólo se toman en cuenta aquellas empresas que estén registradas ante el MEIC, y en Costa Rica existe una economía informal importante que agrupa agentes económicos, que muchas veces, son invisibles para el sistema; en especial aquellos empleos característicos de zonas como Guanacaste, Puntarenas y Limón (pesca, agricultura, ganadería, ventas, turismo, etc.)

Por otro lado, el aporte de las MIPYME al Producto Interno Bruto (PIB) del país, en la variable de empleo, fue del 39%, en donde el 22% son empresas medianas, y 17% restante son pequeñas. Mientras tanto, este sector representó el 30% del PIB en la variable de ingreso (Banco Central, 2012).

Registros del 2012 muestran que solo el 8.6% del crédito total del país se dirige al sector de MIPYME, y el 65% de este es otorgado por la banca estatal (El Financiero, 2013). Como dato importante, el MEIC en el estudio de situación de este sector, publicado en el 2013 menciona que las principales razones de rechazo de las solicitudes de crédito se dan por: falta de justificación de la capacidad de retorno de la inversión para el banco, bajos historiales crediticios, inexistencia de garantías y carencia de planes de negocio.

### Distribución de MIPYME por actividad económica en el 2014



Fuente: Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica

El 80% del parque empresarial de las MIPYME en el país está compuesto por empresas cuyas actividades pertenecen al sector de servicios y al comercial. Además, las actividades relacionadas con la industria y tecnología de información no llegan a superar el 15% de cada una de sus categorías.

En temas de exportación, el Censo Exportador del 2012 de la Promotora de Comercio Exterior muestra que un 80% de las empresas exportadoras de bienes cuentan con menos de 100 trabajadores; en el 2004 estas empresas representaban un 77%.

Conforme pasan los años, el sector de MIPYME ha estado creciendo, sin embargo, aún existen múltiples retos que se deben enfrentar, tales como: gran cantidad de trámites y burocracia, falta de fuentes de financiamiento que se acoplen a las exigencias de estas empresas, poca capacitación en temas de finanzas y mercadeo, factores macroeconómicos adversos y falta de apoyo por parte del consumidor local.

Las políticas públicas del país deben enfocarse en apoyar la economía local, puesto que el sector de MIPYME puede convertirse en una forma de recuperación económica y social, a la vez que ayudan a combatir el desempleo y el déficit fiscal y en cuenta corriente que dificultan el desarrollo del país en este 2015.

## El valor compartido como parte de la economía social

Las estrategias de valor compartido pueden ser sumadas al término de economía social, ya que tiende a hacer una interconexión entre las prácticas de las empresas privadas, la sociedad y el sector público. Sin embargo, este término normalmente ha sido relacionado con agentes económicos tales como: cooperativas, mutualidades, sociedades laborales, asociaciones, fundaciones, entre otras (Confederación Empresarial Española de Economía Social, 2015). Si nos basamos únicamente en esto, las empresas privadas quedan excluidas de la economía social, y como se ha analizado anteriormente, las MIPYME son un factor de suma importancia en temas de desarrollo social y económico.

Por ello, para abordar el tema de economía social es necesario analizar críticas relacionadas con este término, ya que muchas veces se relaciona con una “paradoja terminológica” por utilizar el calificativo “social” y porque el término de economía se enmarca dentro de las ciencias sociales. José Luis Monzón menciona lo siguiente cuando se hace referencia a la economía: “ésta siempre supone, en la sociedad, una actividad social”.

El calificativo de “social” en el término de economía social se ha vuelto necesario para diferenciarse del término convencional de economía, ya que ésta, en el contexto actual, como ciencia, se centra en el estudio del crecimiento económico y sistemas monetarios, que muchas veces, dejan por fuera las verdaderas necesidades sociales de un país. Los Bancos Centrales tienen como objetivo el control de la inflación por medio de políticas monetarias y el crecimiento económico se mide por el aumento del PIB.

*“En definitiva, lejos de una redundancia innecesaria, la concepción de la economía como social se sitúa en una perspectiva metodológica diferente a la de la economía ortodoxa respecto a la definición del problema económico, donde desaparece la dicotomía hombre económico-hombre social y, junto a los problemas de la asignación de recursos, se analizan también los relativos a la distribución, condiciones de la producción, desempleo, pobreza y calidad de vida. Además, la perspectiva metodológica de la economía social permite conectar los problemas económicos con el entorno natural en que estos se plantean contribuyendo a establecer conexiones teóricas entre los sistemas ecológicos y económicos” José Luis Monzón.*

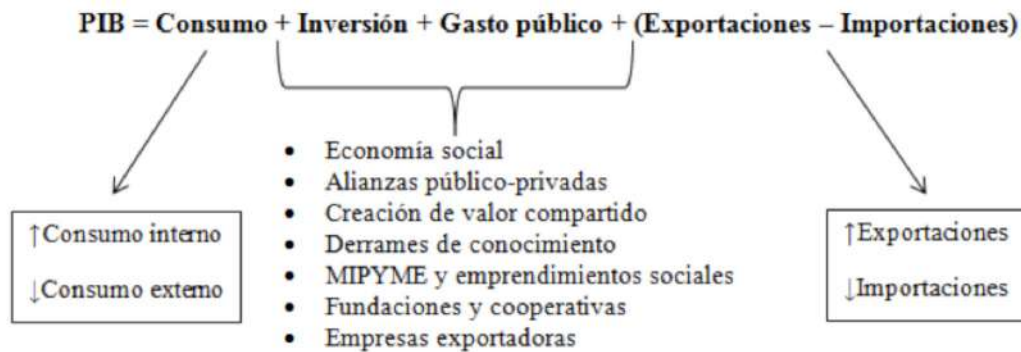
Las estrategias de valor compartido permiten crear empresas capaces de conectar la función económica y la social, mediante la creación de riquezas con eficiencia económica y que sean distribuidas equitativamente. “Todas esas empresas que integran la función económica y la función social las denominamos empresas de economía social” José Luis Monzón.

La economía social emerge por la necesidad de mejorar la asignación de recursos y la redistribución de la generación de riquezas, las cuales son parte medular para un crecimiento o desarrollo equilibrado y sostenido, en armonía con el medio ambiente (J.L Monzón, 2006). Costa Rica y el mundo ocupan de empresas más conscientes con su entorno, que busquen la manera de atender las necesidades reales de la sociedad y que logren compartir el valor generado con la sociedad.

En la actualidad, la economía social se enmarca dentro de una iniciativa separada de la economía capitalista y la pública, en donde el objetivo principal es crear una serie de actividades autónomas y eficaces que se basen en la solidaridad (J.L Monzón, 2006).

Sin embargo, las diferentes inclinaciones científicas o ideológicas toman mucho tiempo en la discusión de hipótesis y en la búsqueda de separación de términos y planes de acción, en donde lo primordial debería ser fomentar la conciencia de las empresas y empresarios en su entorno. La ideología alemana de Marx menciona: “Sólo conocemos una única ciencia, la ciencia de la historia de la naturaleza e historia de la humanidad. Sin embargo, no hay que dividir estos dos espacios mientras existan hombres, la historia de la naturaleza y la historia de los hombres se condicionan recíprocamente, pues casi toda la ideología se reduce a una concepción tergiversada de esta historia o a una abstracción total de ella. La propia ideología es tan sólo uno de los aspectos de esta historia. Mi relación con mi ambiente es mi conciencia” (J. Larraín, 2007).

¿Cómo se puede asociar la economía social y la creación de valor compartido a la fórmula de Producto Interno Bruto? A continuación se trata de mostrar cómo las iniciativas, en torno a la economía social, pueden apreciarse en la producción de un país.



La importancia de fomentar la creación de valor compartido en las MIPYME y emprendimientos en Costa Rica, nace a raíz de las principales dificultades económicas y sociales que enfrenta el país; entre ellas el desempleo, el déficit fiscal, la desigualdad de ingresos y la mala distribución de recursos. Es necesario buscar la manera de fomentar la economía local a través de la creación de nuevas empresas, y fortalecer las ya existentes, además de incentivarlas a que analicen su entorno para atender las principales problemáticas que enfrenta el país.

Si estas actividades se llevaran a cabo, en los próximos años se visualizarían variaciones importantes en el consumo de los costarricenses, ya que la oferta interna de bienes y servicios crecería a través de la innovación empresarial y de emprendedores. Además, el déficit en cuenta corriente (mayores importaciones que exportaciones) podría reducirse porque las personas consumirían menos del exterior, así como las exportaciones podrían mostrar crecimientos por el aumento en la producción interna.

Adicionalmente, es de suma importancia el análisis, de los empresarios, para determinar la oferta de bienes y servicios que la economía local demanda. Claro está que el sector público y sus políticas deberían crear un escenario propicio para la ejecución de todas estas iniciativas, pero el sector empresarial no debería limitarse a la espera de éstas acciones y sí a estar siempre a la vanguardia.

Empresas más comprometidas con el bienestar social generaría que el gasto público pueda ser mejor re-direccionado a la creación de servicios públicos de mejor calidad, tales como salud, educación, infraestructura y seguridad. Como se ha analizado en secciones anteriores de este artículo, el sector empresarial ha sido visto como uno de los grandes responsables del deterioro social y ambiental, si este sector se propusiera modificar la cualidad del impacto que genera en la sociedad, de negativo a positivo, las problemáticas podrían reducirse o crecer a menor ritmo.

Para que la creación de valor compartido pueda llevarse a cabo, es fundamental que los empresarios y emprendedores desarrollen habilidades y conocimientos, a partir de una mirada más integral hacia las necesidades de la sociedad y las posibilidades de trabajar unidos para favorecerla (Porter y Kramer, 2011).

## Conclusiones

La pregunta inicial que se plantea, en torno al desarrollo de este artículo, es sobre, ¿por qué fomentar la creación de valor compartido en las MIPYME y emprendimientos en Costa Rica? Pues, como se pudo apreciar dentro de las estadísticas tomadas del Banco Central, este sector en el 2012 representaba alrededor del 39% del PIB en la variable de empleo y el 30% en la variable de ingreso. Esto demuestra el peso de las pequeñas y medianas empresas en el acontecer socioeconómico del país; sin embargo, pareciera que los objetivos de las empresas y las problemáticas sociales no tienen una relación estrecha, ya que las metas empresariales se miden en términos de rentabilidad, dividendos, creación de empleos y ventas, lo que evidencia que no se involucran con las localidades donde operan.

Fomentar la creación de valor compartido significa que las MIPYME, tanto las ya existentes como los posibles emprendimientos, cuenten con una visión más integral acerca del significado de hacer negocios. Las problemáticas sociales no son solo responsabilidad del sector público, al contrario, se requiere que el sector privado se active e involucre con su entorno, y que tenga una perspectiva más allá de sus contribuciones con el empleo, cargas sociales e impuestos. Como menciona Michael Porter: “Las empresas deben asumir el liderazgo para unir los negocios con la sociedad”.

Para poder analizar el impacto que tendría la creación de valor compartido, dentro de MIPYME y emprendedores, en el contexto actual socioeconómico de Costa Rica, es necesario que este sector se concientice acerca de las deficiencias en el ámbito social, ambiental y económico que atraviesa el país. De este modo generaría ideas y acciones encaminadas a mitigarlas, y que al final se pueda traducir en un desarrollo sostenible a largo plazo.

Las empresas pueden crear valor social mediante la redefinición de la productividad en la cadena de valor, construyendo clústeres de apoyo para el sector donde operan y readecuando sus productos y servicios al entorno. Esto puede llegar a conectar el éxito empresarial con el progreso de la sociedad (Porter y Kramer, 2011). Sin embargo, es importante destacar que las estrategias de valor compartido pueden llegar a ser muy diferentes en cada empresa. Para una ejecución responsable se requiere de un análisis previo, en donde se consideren variables internas de cada empresa (modelo de negocio, gobierno corporativo, clima organizacional, rendimientos y objetivos), el clúster donde se desarrollan (proveedores, otras empresas e instituciones) y las relaciones comunitarias (sociedad, ambiente y economía).

Por lo tanto, para lograr estas iniciativas es importante que las compañías dejen a un lado las prácticas antiguas de Responsabilidad Social Corporativa, las que muchas veces eran pensadas más por el beneficio de las mismas empresas y no tanto por el impacto que pudieran crear en la sociedad. El ADN de las empresas debe estar relacionado con la conciencia social y ambiental, para que oferten bienes y servicios en pro de la sociedad y la cultura de cada país.

Las posibles ventajas que tendría la evaluación de empresas y negocios a partir de sus contribuciones al entorno donde se desarrollan, podría cambiar mucho la perspectiva que se tiene de las compañías, ya que permitiría identificar a aquellas que mayor impacto positivo generan en la sociedad y el ambiente para potencializarlas. Permitiría, también identificar aquellas que no lo hacen y buscar la forma de re-direccionarlas o encontrar sanciones capaces de contrarrestar su impacto negativo. ¿Qué se evaluaría? La calidad de las fuentes de empleo, temas de compensaciones, estímulo a clústeres locales y apoyo a problemáticas sociales y ambientales de las comunidades.

Tampoco debe dejarse de lado el compromiso del sector público en la creación de políticas que promuevan un clima favorable para hacer negocios en el país. Actualmente, el Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica está dándose a la tarea de inscribir a la mayor cantidad de MIPYME y emprendedores del país que puedan acceder a los beneficios de la formalización de negocios tales como: capacitaciones, fuentes de fondeo y red de contactos. Sin embargo, aún quedan muchas deficiencias por combatir en temas de tramitología, incentivos fiscales, financiamiento y asesoría profesional.

Por otro lado, “En definitiva, la empresa de Economía Social es un claro ejemplo de como la racionalidad y el progreso social son compatibles, de cómo la eficiencia empresarial puede convivir con la responsabilidad social. De cómo otra forma de hacer empresa es posible” esto tomado de la página de Internet de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social.

Las estrategias de valor compartido en las empresas se pueden incluir entre las alternativas que promuevan la economía social en un país. Crear una mejor articulación entre el sector privado, el público y la sociedad

es un reto que empresarios y emprendedores deben tomar en aras de fomentar un desarrollo sostenible dentro de las economías. Contrario al interés de lucro deberían enfocarse en contrarrestar la desinversión social, ambiental y cultural que late en las comunidades.

Jeffrey Sachs: “La búsqueda implacable de mayores ingresos está conduciendo a una desigualdad y a una ansiedad sin precedentes”.

## Referencias

- Banco Central de Costa Rica*. (2012). Recuperado el 2 de Mayo de 2015, de [http://www.bccr.fi.cr/indicadores\\_economicos\\_/Produccion\\_empleo.html](http://www.bccr.fi.cr/indicadores_economicos_/Produccion_empleo.html)
- CEPES. (s.f.). *Confederación Empresarial Española de la Economía Social*. Recuperado el 18 de Abril de 2015, de [http://cepes.es/pagina\\_cepes=24](http://cepes.es/pagina_cepes=24)
- Derrames de Conocimiento por medio de la movilidad laboral desde las Multinacionales en Costa Rica. (2012). *Presentación II Congreso Nacional de Zonas Francas*.
- Elgue, Mario, *Más allá de “lo económico” y “lo social”*, Editorial Corregidor, Buenos Aires, 2006
- Establecimientos, D. d. (2014). *Banco Central de Costa Rica*. Recuperado el 18 de Abril de 2015, de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Costa Rica: <http://www.inec.go.cr/Web/Home/GeneradorPagina.aspx>
- González E, Izquierdo I. (2003). Re: Marx, La Política y el Desarrollo Humano Sostenible. [Comentario a registro web]. Obtenido desde: [https://www.nodo50.org/cubasigloXXI/congreso04/palmira\\_200304.pdf](https://www.nodo50.org/cubasigloXXI/congreso04/palmira_200304.pdf)
- Hidalgo, J. C. (14 de Abril de 2014). *El Financiero*. Recuperado el 2 de Mayo de 2015, de [http://www.elfinancierocr.com/blogs/por\\_la\\_libre/Competitividad-Hacemos-avestruz\\_7\\_500419954.html](http://www.elfinancierocr.com/blogs/por_la_libre/Competitividad-Hacemos-avestruz_7_500419954.html)
- Larraín, J. (2007). *Concepto de ideología*. Santiago de Chile: LOM.
- Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica*. (31 de Diciembre de 2014). Recuperado el 16 de Abril de 2015, de <http://datos.meic.go.cr/dashboards/9014/siec-2014-al-31-dic/>
- Monzón, J. L. (2006). *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*. Recuperado el 12 de Abril de 2015, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17405602>
- (2014). *Vigésimo Informe*. San José, Costa Rica: Estado de la Nación.
- Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. *Harvard Business Review*, 73-91.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review* 89, 1-18.
- PYMES. (22 de Abril de 2013). *El Financiero*. Recuperado el 18 de Abril de 2015, de [http://www.elfinancierocr.com/pymes/Pymes-aportan-PIB-nacional-MEIC\\_0\\_207579835.html](http://www.elfinancierocr.com/pymes/Pymes-aportan-PIB-nacional-MEIC_0_207579835.html)