

**Universidad Nacional de Costa Rica
Facultad de Ciencias Sociales
Escuela de Sociología**

Tesis para optar por el grado de licenciatura en Sociología

**Emprender o morir: Análisis de la influencia del capital económico,
social y cultural en la conformación de los agentes emprendedores en
Costa Rica (2014-2018)**

Danilo Ramírez Chaves

Heredia, Costa Rica

Junio, 2021

Tribunal Examinador

Ph. D. Armando Torres Fauaz
Representante del Decano

MBA. Laura Brenes Arce
Representante de la Escuela de Sociología

M.Sc. Luis Diego Soto Kiewit
Director de Tesis

PhD. Martín Parrada Gómez
Lectora

M. Sc. Ángel Jesús Porras Solís
Lector

Tabla de contenido

| | |
|--|-----------|
| Capítulo 1..... | 7 |
| 1.1 Tema | 7 |
| 1.2 Introducción..... | 7 |
| 1.3 Justificación Académica | 8 |
| 1.4 Antecedentes Socio-históricos | 10 |
| 1.4.1 Contexto político mundial..... | 10 |
| 1.4.2 Contexto costarricense | 12 |
| 1.5 Planteamiento del Problema | 21 |
| 1.6 Objetivos | 26 |
| 1.6.1 Objetivo General | 26 |
| 1.6.2 Objetivos Específicos..... | 27 |
| 1.7 Estado de la Cuestión..... | 27 |
| 1.7.1 Estudios fuera de la sociología..... | 28 |
| 1.7.2 Estudios con enfoque sociológico | 32 |
| 1.7.3 Espacio para la investigación propuesta..... | 36 |
| Capítulo 2..... | 38 |
| 2.1 Marco Teórico-Conceptual | 38 |
| 2.1.1 Teoría de los Campos..... | 41 |
| 2.1.2 Habitus..... | 42 |
| 2.1.3 Teoría de los Capitales | 45 |
| Capítulo 3..... | 53 |
| 3.Estrategia metodológica | 53 |
| 3.1 Tipo de Investigación | 53 |
| 3.2 Enfoque de la Investigación..... | 53 |
| 3.3 Perspectiva Metodológica | 55 |
| 3.4 Población | 57 |
| 3.5 Fuentes de Información | 62 |
| 3.6 Descripción de técnicas e instrumentos | 62 |
| Capítulo 4: ¿Por qué emprender?..... | 64 |
| 4.1 Características de los agentes | 64 |
| 4.2 Actividad económica de los agentes | 71 |
| 4.3 Motivaciones de los agentes | 72 |
| 4.4 Percepción de los agentes sobre sí mismos | 75 |
| Capítulo 5: ¿Qué conforma a un agente emprendedor?..... | 80 |
| 5.1 Capital Social..... | 80 |
| 5.1.2 Red de apoyo de los agentes..... | 81 |
| 5.1.2.1 Apoyo institucional..... | 82 |
| 5.1.2.2 ¿Dónde está el apoyo que reciben los agentes? | 87 |

| | |
|--|------------|
| 5.2 Capital Económico | 89 |
| 5.2.1 Experiencia en la solicitud de créditos | 90 |
| 5.2.2 Condiciones del emprendimiento | 98 |
| 5.3 Capital Cultural | 102 |
| 5.3.1 Capital cultural institucionalizado de los agentes..... | 102 |
| 5.3.2 Capital cultural incorporado y objetivado de los agentes | 106 |
| Capítulo 6: ¿Cómo operan los capitales en la conformación de un agente emprendedor? | 112 |
| 6.1 Capacidad de agencia | 112 |
| 6.2 Conformación del habitus de los agentes emprendedores | 116 |
| Conclusiones | 119 |
| Recomendaciones | 123 |
| Bibliografía | 126 |
| Anexos | 133 |
| Anexo 1 | 133 |
| Anexo 2 | 135 |

Índice de Gráficos:

| | |
|--|----|
| Gráfico 1:Elaboración propia con datos del BCCR y de INEC | 16 |
| Gráfico 2:Elaboración propia con datos de INEC, Encuesta Continua de Empleo (ECE), 2019 | 16 |
| Gráfico 3: Elaboración Propia con datos de ENAHO, 2018..... | 18 |
| Gráfico 4: Elaboración propia con datos de ENAHO, 2018..... | 19 |
| Gráfico 5: Elaboración Propia con datos de ENAHO, 2018..... | 19 |
| Gráfico 6:Elaboración propia con datos de ENAHO 2016, 2017, 2018 y 2019 | 21 |
| Gráfico 7: Elaboración Propia con datos de ECE 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 y I trimestre 2019 | 21 |
| Gráfico 8: Grupo de edad por motivación emprendedora. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018..... | 64 |
| Gráfico 9: Grupo de edad por sexo. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018..... | 65 |
| Gráfico 10:Motivación para emprender por sexo. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018..... | 68 |
| Gráfico 11: Motivación emprendedora. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018 | 69 |
| Gráfico 12: Sector de actividad económica por motivación emprendedora. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018. | 71 |

| | |
|--|-----|
| Gráfico 13:Sector de actividad económica a ocho grupos. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018..... | 72 |
| Gráfico 14: Razón para emprender por motivación emprendedora. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018 | 75 |
| Gráfico 15: Inscrito en alguna instancia por motivación emprendedora. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018..... | 83 |
| Gráfico 16: Ha recibido apoyo de alguna institución en los últimos 12 meses por motivación emprendedora. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018 | 83 |
| Gráfico 17: A quién solicitó el préstamo más reciente por motivación emprendedora. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018 | 91 |
| Gráfico 18:Obtuvo el préstamo solicitado por motivación emprendedora. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018..... | 92 |
| Gráfico 19: Motivo que dio la entidad para no otorgarle el préstamo. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018 | 93 |
| Gráfico 20: Cuenta con acceso a internet para llevar a cabo las actividades del negocio. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018. | 99 |
| Gráfico 21: Tenencia de establecimiento. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018 | 100 |
| Gráfico 22: Tamaño del negocio. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018 | 101 |
| Gráfico 23: Último nivel aprobado por motivación emprendedora. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018 | 104 |
| Gráfico 24: Horas que trabaja por semana en el negocio. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018..... | 110 |
| Gráfico 25: Emprendimiento como principal fuente de ingreso por Motivación emprendedora. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018 | 111 |
| Gráfico 26: Rango de salarios asignados por motivación económica. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018 | 113 |
| Gráfico 27: Duración del negocio por motivación económica. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018 | 114 |
| Gráfico 28: Piensa continuar durante los próximos 12 meses con este negocio o actividad. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018 | 115 |

| | |
|---|-----|
| Gráfico 29: Qué piensa hacer o a qué piensa dedicarse. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018..... | 115 |
| Gráfico 30: Para los próximos 12 meses, usted considera que la cantidad de personas que trabajan permanentemente en su actividad. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018 | 117 |
| Gráfico 31: Para los próximos 12 meses, usted considera sus ventas. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018 | 118 |

Índice de Ilustraciones:

| | |
|--|----|
| Ilustración 1: Esquema Estudios Basados en la Personalidad. Elaboración Propia..... | 29 |
| Ilustración 2: Espacio de interés investigativo en Costa Rica. Elaboración Propia..... | 32 |
| Ilustración 3: Espacios de Interés en Europa y América Latina. Elaboración Propia..... | 34 |

Índice de Cuadros:

| | |
|--|---------------|
| Cuadro 1: Políticas sobre emprendimiento. Fuente: Elaboración propia con datos de los Planes Nacionales de Desarrollo de cada periodo mencionado. | 22 |
| Cuadro 2:Programas asociados a la capacitación para el empleo. Fuente: Elaboración propia con datos del MTSS, INAMU e IMAS. | 24 |
| Cuadro 3: Razón para emprender. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018 . | Error! |

Bookmark not defined.

| | |
|--|----|
| Cuadro 4: Apoyo de personas al negocio. Elaboración propia con base en las entrevistas aplicadas. | 88 |
|--|----|

Capítulo 1

1.1 Tema

Análisis de la influencia del capital económico, social y cultural en la conformación de los agentes emprendedores en Costa Rica (2014-2018).

1.2 Introducción

La problemática investigada se centró en el análisis de los emprendimientos por necesidad y por oportunidad. Señalando que el éxito radica en los capitales que los agentes poseen a la hora de emprender, haciendo de relevancia el estudio de las características de los agentes.

El presente documento expone el planteamiento del problema, la justificación académica, una revisión bibliográfica sobre el tratamiento del emprendimiento como objeto de estudio, el marco teórico y metodológico propuesto, la discusión y conclusiones extraídas de los resultados finales. En el primero de ellos se exponen los motivos académicos que argumentan la necesidad y el interés de llevar a cabo la investigación. En el segundo apartado se realiza un recorrido socio-histórico que muestra el desarrollo de la temática sobre el emprendimiento. En este apartado se siguen dos vías una mundial que explica el contexto en el que se genera el emprendimiento como una solución económica para combatir el desempleo. En una segunda vía se explica el desarrollo de este fenómeno en Costa Rica, para explicar esto se utilizan datos macroeconómicos y se exponen los principales programas que se han propuesto para impulsar el emprendimiento desde el gobierno. En el tercero se expone la pregunta a investigar, lo que se pretende abordar y por qué. Se da la exposición de un breve estado de la cuestión para ubicar la temática y el espacio dentro del que se inscribe el presente trabajo final de graduación. Seguido de esto se exponen el marco teórico y metodológico

desde dónde se abordará la discusión. Por último, se establece la discusión de los resultados y las conclusiones.

1.3 Justificación Académica

La justificación que se plantea en este apartado está guiada por dos elementos, el primero de ellos es la novedad del tema y el segundo es un aporte a las políticas públicas por medio de un análisis de las características del emprendedor, entendidas desde el acceso a los distintos tipos de capitales existentes y cómo estos influyen en el momento de iniciar un emprendimiento.

La revisión realizada en el estado de la cuestión permitió revelar un vacío en cuanto a las discusiones sobre el emprendimiento y la poca presencia de la sociología en estos debates. El tema toma relevancia debido a que abre un nuevo espacio de investigación para la academia sociológica costarricense, al mismo tiempo que genera la posibilidad de debate e intercambio de ideas con otras disciplinas como son la economía y las ciencias empresariales. La importancia de la sociología en estos debates está en que funciona como herramienta desmitificadora (Elias, 1999) y capaz de sacar a la luz mecanismos ensombrecidos en las dinámicas. En este caso entender al emprendimiento más allá de una actitud individual y económica y abrir su espacio de comprensión y discusión a elementos relacionales sobre los que la sociología coloca el acento. Existiendo la posibilidad de generar un reajuste conceptual en la manera en la que se ha trabajado el tema de la microempresa y la informalidad de subsistencia y dinámica, siendo el aporte la discusión desde el enfoque de los emprendimientos por necesidad y por oportunidad. Entendiendo bajo esta premisa la diferencia que existe entre las motivaciones por las que un agente emprendería, unos por falta de empleo e ingresos y otros porque identifican una oportunidad en el mercado, existiendo así una diferencia importante de estudiar entre ambos. Logrando esta actualización

conceptual se agrega un nivel extra de análisis sociológico en tanto el emprendimiento se puede analizar como un campo social mismo y no como una acción social que ejecuta un agente ante un escenario económico específico.

En segundo lugar, abre un espacio para la discusión de política públicas desde la sociología, en este caso las de emprendimiento y desarrollo de PYMES. Dotando a la discusión de un sentido crítico que permite mejorar las formas de abordaje no sólo a un nivel discursivo y político, sino en la manera en la que se formulan las políticas públicas. Es importante precisar que el presente trabajo no implica una revisión de las mismas, si no que se posiciona como un insumo de información que debe ser tomado en cuenta en el diseño de instrumentos de política en el campo.

Ejemplo de la labor que puede realizar la sociología en esta temática se encuentra en la definición misma que da la Ley N° 8634 del Sistema de Banca Para el Desarrollo, en donde se define al emprendedor como:

“[...] persona o grupo de personas que tienen la motivación y capacidad para detectar oportunidades de negocio, organizar recursos para su aprovechamiento y ejecutar acciones de forma tal que obtiene un beneficio económico o social por ello. Se entiende como una fase previa a la creación de Mipyme.” (Artículo 6, Ley N° 8634).

Esta definición anula por completo el contexto del agente y los tipos diferentes de capital a los que pueden o no tener acceso. Dejando de esta manera una definición que anula la desigualdad de oportunidades y determinando que cualquiera con motivación suficiente puede emprender. La labor de la sociología radica en desmitificar estos elementos que se dan como naturales, discutirlos y generar definiciones más completas y apegadas a la realidad. Esto generaría una mejor atención desde las políticas públicas, debido a que en la actualidad instituciones como el Instituto Mixto de Ayuda Social (IMAS) o Instituto Nacional de la

Mujer (INAMU), parten de esta concepción del emprendedor que no es realista, en tanto no toma en cuenta las condiciones y el contexto de las personas. Es por ello que la delimitación de esta investigación resulta pertinente, debido a que permite construir un análisis más concreto desde los cuáles construir política pública, a la vez que se presenta un acercamiento a la forma de interpretar los datos disponibles respecto al emprendimiento en Costa Rica.

1.4 Antecedentes Socio-históricos

Los antecedentes socio-históricos están divididos en dos secciones, la primera de ellas se enfoca en explicar el contexto político mundial en el que se dan los cambios que producen la dinámica del emprendimiento. En la segunda sección lo que se pretende es ubicar el problema dentro del contexto costarricense.

1.4.1 Contexto político mundial

El modelo laboral ha entrado en crisis desde finales de los años ochenta con la consolidación de las políticas neoliberales en los gobiernos de Margaret Thatcher en Reino Unido y el de Ronald Reagan en Estados Unidos, así como la expansión de las tesis neoliberales de Milton Friedman y Friderich Hayek (Laval y Dardot, 2015). Esta dinámica de la economía mundial modificó los planteamientos y formas de operar que se tenían con el Estado de Bienestar. Iniciando así un proceso hacia la individualización de la economía y a un mercado laboral que se rige por dinámicas de habilidades y actividades específicas que se necesitan para poder ser parte de dichos espacios (Moruno, 2015).

Es en este escenario que se inicia un proceso de mayor incertidumbre, flexibilidad y precarización de la dinámica laboral. Volviéndose cada vez más complicado acceder a un empleo estable y de largo plazo. Surgen así discursos que buscan justificar estas dinámicas como la precarización, la flexibilidad y la incertidumbre laboral (Laval y Dardot, 2015).

Convirtiendo a la inseguridad en una oportunidad, haciendo del desempleo una oportunidad para emprender más que como un fallo del sistema.

Otro elemento de escala mundial que es necesario identificar es el de la financiarización de la economía, lo que provoca es que el sistema actual produzca riqueza sin la necesidad de emplear a personas (Moruno, 2015), haciendo mención al sector de finanzas y servicios y su proceso de automatización. Esta apreciación es tomada en cuenta dentro de este trabajo porque permite observar la manera en la que se ha explicado la dinámica económica desde contextos europeos¹. De acuerdo con autores como Laval y Dardot (2015) y Moruno (2015), el empleo ha perdido el elemento central que tenía con el Estado de Bienestar, otra autora que se posiciona en esta línea es Medea (1998). Lo que estos autores plantean es que se ha roto el contrato social establecido posterior a la Segunda Guerra Mundial, el trabajo era la forma de acumulación de la riqueza, hoy día esto se concentra en las finanzas (Moruno, 2015).

De la Garza (2000) reconoce la presencia de estos argumentos, pero realiza una matización necesaria de considerar. En su análisis determina que la idea de la financiarización tiene sentido, pero para el contexto europeo y estadounidense. Señalando para el caso del sudeste asiático, Canadá y América Latina el comportamiento económico no se ha dado así (De la Garza, 2000). Sin embargo, De la Garza (2000) determina que a partir de 1980 el autoempleo ha aumentado, “[...] esto último como forma de la precariedad más que de búsqueda de satisfacciones y enriquecimiento de las tareas o flexibilidad creativa como algunos han supuesto” (De la Garza, 2000 p. 761).

¹Es importante mencionar que la presente investigación se aleja de estas posiciones.

Es importante concluir esta sección con un planteamiento de De la Garza (2000) apoyándose en Boissonnant (1996), en donde se señala que la problemática que se enfrenta hoy día no es el fin del trabajo, sino que, por el contrario, lo que se enfrenta es una reducción del trabajo formal y estable. El cual en el primer mundo está siendo sustituido por formas diversas de trabajo, pero que sin embargo es una dinámica que para el caso de los países en vías de desarrollo no funciona igual.

Otro elemento a considerar es el debate sobre informalidad en América Latina. Esto principalmente porque es donde se puede ubicar el antecedente inmediato sobre la discusión en relación al emprendimiento desde las Ciencias Sociales. El economista peruano Hernando De Soto, en su texto *El otro sendero* (1986), defiende a la informalidad como una forma innovadora de producción de riqueza, ubicando al Estado como el enemigo. La cercanía con el tema del emprendimiento parte del hecho que De Soto (1986) plantea a las personas informales como agentes imaginativos capaces de crear sus propios espacios de acción económica. Señalando de esta manera a la microempresa informal como el antecedente histórico del emprendimiento.

Los planteamientos de De Soto (1986), fueron ampliamente debatidos desde los sectores intelectuales de América Latina, principalmente desde estudios realizados por FLACSO Guatemala, sin embargo es importante de considerar como parte de la construcción histórica del concepto emprendimiento dentro del discurso que lo legitima como una salida económica para la ciudadanía.

1.4.2 Contexto costarricense

Para el análisis de la situación costarricense lo que se realiza es una caracterización macroeconómica de la cual se desprende el análisis sobre el emprendimiento. Esta relación

se realiza debido a que existe una concordancia entre el aumento del desempleo y la informalidad con la generación de políticas que fomentan el emprendimiento.

El modelo de desarrollo costarricense actual ubica su génesis a inicios de los años ochenta, momento histórico en el que las ideas neoliberales toman fuerza. El historiador David Díaz (2019) afirma que la aparición política neoliberal en Costa Rica se puede encontrar desde 1966, pero es en el periodo de la crisis económica del año 1980 que toma fuerza, especialmente como medida económica a partir de 1982. Este proceso estuvo guiado por lo que Rovira (2020) llama una resultante histórica de la contraposición de proyectos políticos. En el caso de análisis, el Partido Unidad Social Cristiana (PUSC) y el Partido Liberación Nacional (PLN), los cuales como se analizará son quienes introducen las políticas de emprendimiento en Costa Rica. Desde el análisis de Rovira (2020,) es el PUSC el principal promotor de las ideas del liberalismo político y económico, así como la defensa de la libre empresa y la iniciativa privada.

Sobre esto, Rovira (2020) afirma que a partir de los años setenta pero especialmente a partir de los ochentas, se forman alianzas liberales y relaciones entre empresarios y políticos que irán guiando la toma de decisiones del país. Esto dependía del desarrollo de ideas y de grupos que las llevaran a los círculos de toma de decisiones, es en este punto que la Asociación Nacional de Fomento Económico (ANFE) toma relevancia en el periodo 1970-1990 (Marchena, 2016). ANFE fungía en una doble realidad, la de ser empresarios y además como escuela de pensamiento para partidos políticos. Esto es especialmente relevante porque se pueden detectar a partir de esto las injerencias en términos de liberalización de la economía (Marchena, 2016). De acuerdo con Marchena (2016) ANFE fue nutriendo a partidos políticos como el PLN y el PUSC de intelectuales formados en las ideas neoliberales.

Rovira (2020) y Marchena (2016) coinciden en el éxito del PUSC en términos políticos de finales del siglo XX e inicios del siglo XXI como un punto clave para comprender la liberalización de la economía costarricense. En el Cuadro 1 se puede apreciar como durante el gobierno de Abel Pacheco de la Espriella (2002-2006) es que aparecen las primeras políticas de emprendimiento. Arias (2019) identifica como el acuerdo entre el presidente Miguel Ángel Rodríguez y el empresario Samuel Yankelewitz marca el camino del proyecto empresarial de inicios del siglo XXI. Este elemento es central para el análisis del presente trabajo puesto que identifica de manera concreta la relación entre la política y los proyectos empresariales que fueron impulsados a inicios del siglo XXI. El análisis de Arias (2019) identifica que Pacheco de la Espriella al no ser del agrado de los grupos económicos dominantes, fue presionado por estos grupos para que hubiera control comercial en sus decisiones económicas. La relación entre política y empresarios con enfoque neoliberal marcan un cambio en las políticas económicas, las cuales como queda marcado en el Cuadro 1 es el periodo presidencial en el que se inician las políticas de fomento al emprendimiento.

Estos elementos se pueden asociar al cese de la inversión social y, también, a la idea del emprendimiento como gobierno de sí mismo planteado por Laval y Dardot (2015) en donde cada individuo debe salvarse a sí mismo. Esto debido a que el proyecto neoliberal de inicios del S. XXI se asocia a la menor intervención estatal y a la presión constante sobre el gasto público.

Lo anterior permite comprender la relación entre la política y los empresarios de corte neoliberal que dan forma al modelo de desarrollo costarricense para finales del siglo XX e inicios del siglo XXI, siendo este el contexto dentro del cual se inscribe el inicio del emprendimiento como política pública. Teniendo claro el esquema de origen de las ideas que guían el desarrollo de Costa Rica es importante comprender cómo se refleja la modificación

de su modelo económico, entendiendo al mismo como las relaciones entre los factores de producción y la consecuente generación diferenciada de bienes y servicios, empleo y espacio de inversión (Garretón, 2004) –el cual sin embargo no tuvo un cambio total- a finales de la década de los ochentas, en donde se acercó más a la integración al mercado mundial y se alejó del proteccionismo. Lo cual ha mantenido a Costa Rica con una relativa estabilidad macroeconómica, pero sin una vinculación dinámica con la economía mundial, debido a que como señala Weller (2014) no ha habido una buena articulación entre la apertura comercial y la diversificación productiva.

A pesar de lo anterior, el Producto Interno Bruto (PIB) ha mantenido un crecimiento sostenido a lo largo del tiempo. Lo cual en términos económicos vendría a significar que se ha dado un crecimiento constante de la productividad nacional y de la economía como un todo. Esto de acuerdo con el modelo de desarrollo actual y el crecimiento sostenido de la economía, se registran altas tasas de desempleo. El desempleo se ha mantenido en los últimos años rondando entre el 8% y el 12% (INEC, 2019). El Gráfico 1 muestra la poca relación real entre el crecimiento del PIB y el mejoramiento en las condiciones de empleo de la población en general.

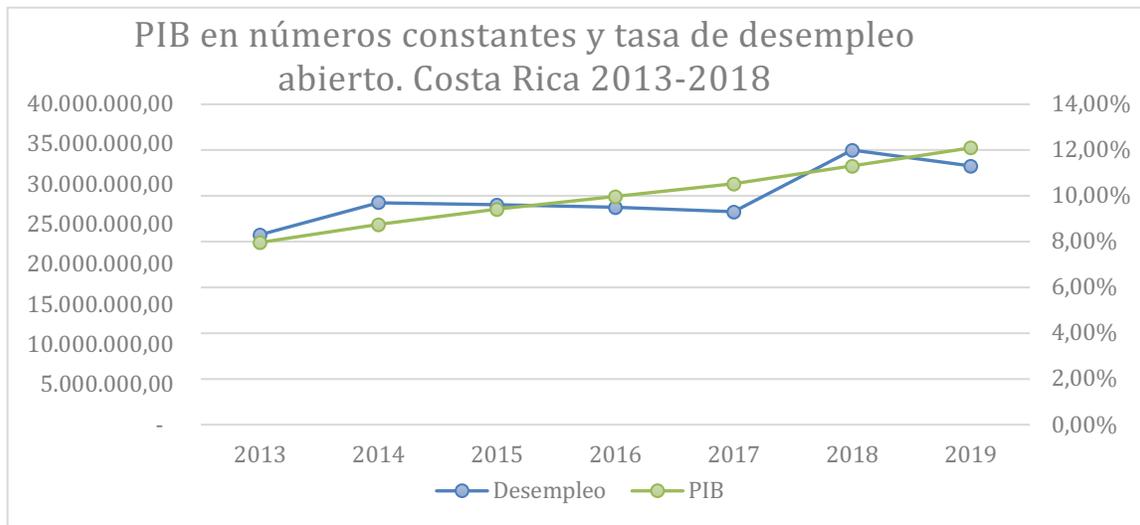


Gráfico 1:Elaboración propia con datos del BCCR y de INEC²

De acuerdo con la Encuesta Continua de Empleo realizada por el INEC para el primer trimestre del 2019 se pueden encontrar datos interesantes. Principalmente si se utiliza para ver la evolución del porcentaje del desempleo.

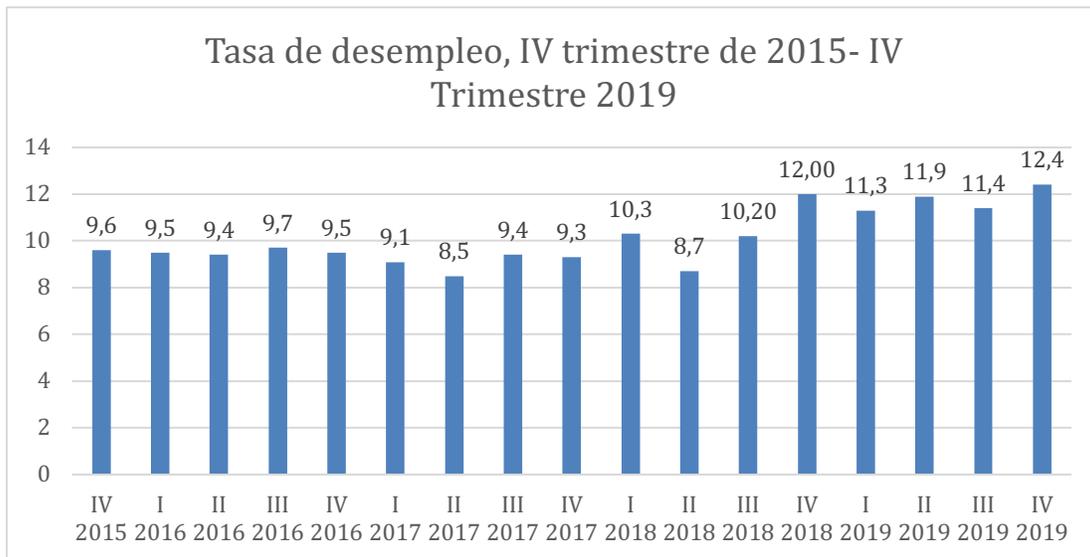


Gráfico 2:Elaboración propia con datos de INEC, Encuesta Continua de Empleo (ECE), 2019

Se puede apreciar en el Gráfico 2 que, si bien se nota un descenso en el desempleo, de acuerdo con datos de la ECE del II trimestre del 2018 elaborado por el INEC, se dio este

² El dato correspondiente al 2018 se extrae del la Encuesta Continua de Empleo del I trimestre del 2019.

cambio pero no por mayor acceso al mercado formal de empleo, si no por un aumento en la informalidad como se ve en el Gráfico 7, hecho que se repite para III trimestre 2018 hasta I del 2019 . Este mismo informe del INEC señala que en términos reales la tasa de participación neta disminuyó, lo cual se debe a un aumento de la población fuera de la fuerza de trabajo. Siendo la zona urbana la más afectada por estos cambios (57,5% de tasa de participación laboral, y disminuyendo 3,6 puntos porcentuales con respecto al mismo periodo del 2016), mientras que en el caso de la zona rural se mantiene sin cambios estadísticamente significativos.

Existen dos elementos más que es necesario considerar dentro de este esquema de análisis, que son: la pobreza y la desigualdad. Autores como Piketty (2015), Pérez y Mora (2009) y Pérez (2004) señalan la importancia de los estudios del tema de la pobreza y desigualdad como ejes centrales. En el caso de Piketty (2015) su abordaje se aleja del tema en cuestión en este trabajo, sin embargo resulta importante tener en cuenta que la discusión sobre la desigualdad y la concentración de la riqueza continua siendo actual.

Pérez y Mora (2009) hablan de los cambios económicos que han ido creando un sistema en el que la desigualdad es tolerable, especialmente bajo un sistema de empresariedad y empleabilidad. Se señala que el tema de la desigualdad es medular de la historia latinoamericana, así como necesaria la relación que se debe establecer entre el poder, mercados y grupos sociales (Pérez y Mora, 2009). El presente trabajo, se suscribe a lo planteado por Pérez (2004), quien señala la importancia de la relación entre las dinámicas económicas y sociales. Estos datos se incluyen dentro del trabajo porque buscan aportar a la imagen general dentro de la cual se inscribe el emprendimiento como salida económica, tanto por parte de las personas como por parte de la política pública.

El coeficiente de Gini³ es el indicador que se utiliza para medir la desigualdad, en el caso costarricense se puede apreciar que se ha mantenido cercano en la línea del 0,5 a nivel país. Sin embargo, esto se comporta de forma fluctuante y cambiante a lo largo del tiempo, a pesar de esto, es necesario señalar que si se toma una serie mayor de años sí se puede apreciar el crecimiento de la desigualdad. A pesar de esto se puede ver una tendencia hacia el aumento, en el Gráfico 3 se puede apreciar cómo es un país más desigual para el año 2018 de lo que éramos de acuerdo con el dato del 2010.

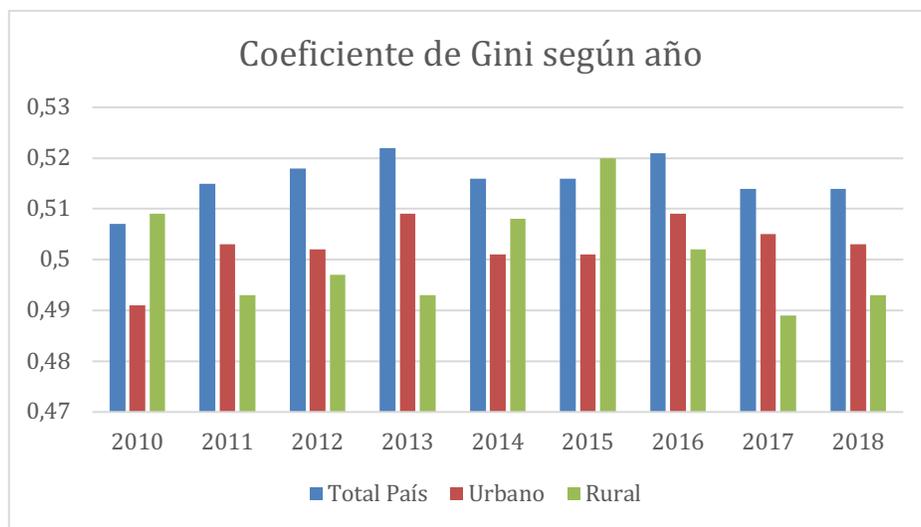


Gráfico 3: Elaboración Propia con datos de ENAHO, 2018

Por otro lado, la pobreza se mide de acuerdo con el INEC de dos maneras distintas, la primera es mediante la línea de pobreza y la segunda es mediante el índice de pobreza multidimensional.

³ Entre más cercano a 1 más desigual es un país.

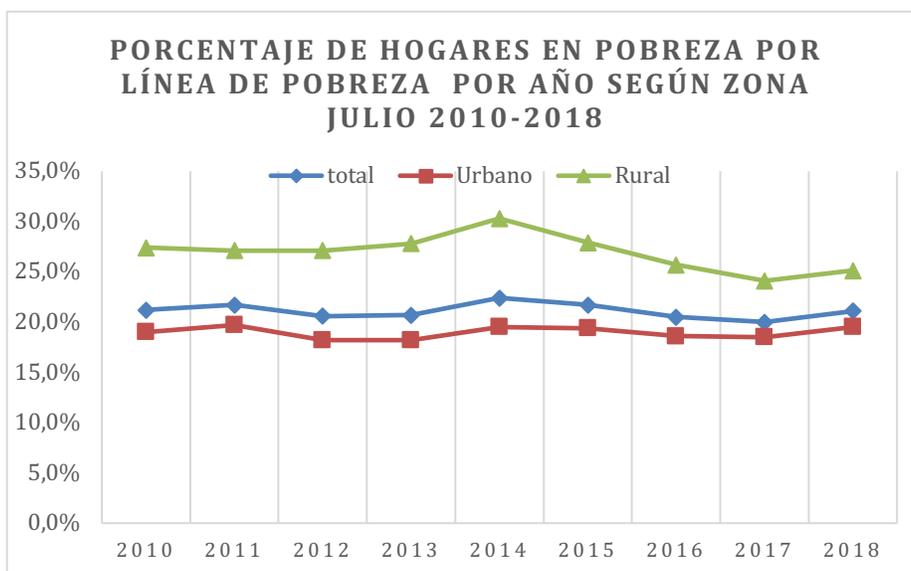


Gráfico 4: Elaboración propia con datos de ENAHO, 2018

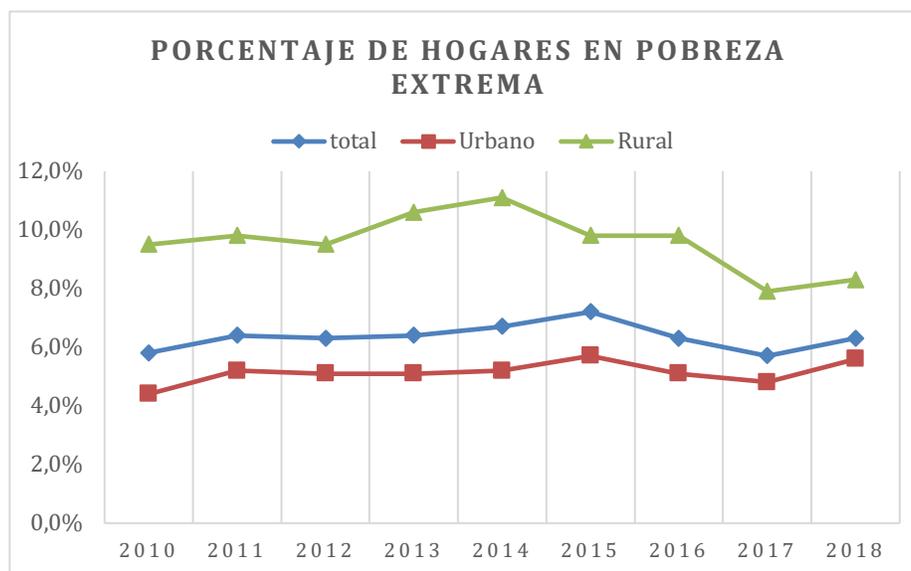


Gráfico 5: Elaboración Propia con datos de ENAHO, 2018

De acuerdo con estos datos de igual manera se puede observar como se mantiene cercano al 20%. Esta última afirmación plantea un espacio de estudio interesante debido a que de acuerdo con datos del Estado de la Nación (2016), se determina que el 61% de la reducción de la pobreza se debe a las transferencias económicas estatales desde los programas sociales. Por lo tanto, abre un espacio para preguntarse el papel que están teniendo los programas sobre emprendimiento en el combate contra la pobreza y la desigualdad.

El índice de pobreza multidimensional se refiere a más acceso a servicios, trabajo y protección social, no tanto con los ingresos de las personas. Es un índice que resulta más complejo porque permite comparar el acceso a estos servicios dependiendo de la zona. De esta manera, se pueden analizar diferencias entre las zonas, elemento que es esencial para el análisis de los agentes emprendedores, debido a que permite preguntarse si la zona de residencia es un factor que afecta su acción.

Los datos sobre informalidad presentados en el Gráfico 7, muestran un crecimiento sostenido. En donde se puede ver que desde el año 2014 se ha mantenido por encima de un 40%, la informalidad se ha comportado a la alza. Según la ECE (2019), se determina que se llegó al millón de personas en informalidad, siendo un 46% de la fuerza laboral. Se desprende de estos datos el hecho que la mayoría de personas independientes – que tienen una empresa o actividad- están en el empleo informal⁴, correspondiente a 466mil personas independientes (ECE, 2019). Estas transformaciones en el mercado laboral en cierta manera sirven para explicar cómo los modelos de autogestión, autoempleo y los programas de emprendimiento se posicionan cada vez más como una alternativa para muchas personas.

⁴ El INEC define al empleo informal como el total de empleos que cumplen con las siguientes características: según la posición en el trabajo de la persona: i) Personas asalariadas que no están inscritas en la seguridad social a través de sus patrones, ii) Ayudantes no remunerados, iii) Trabajadores por cuenta propia y empleadores que tienen empresas no constituidas en sociedad (no están inscritas en el Registro Nacional de la Propiedad y no llevan contabilidad formal) (ECE, 2019).

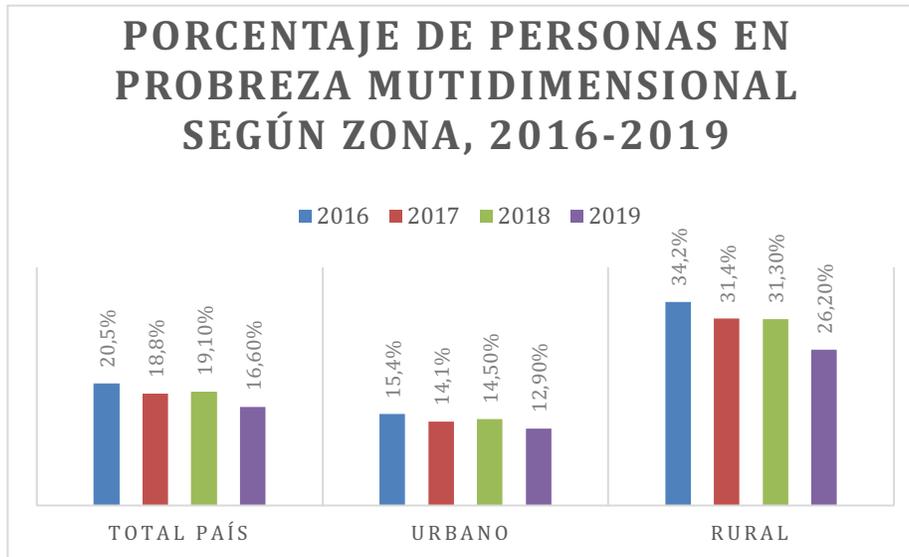


Gráfico 6:Elaboración propia con datos de ENAHO 2016, 2017, 2018 y 2019

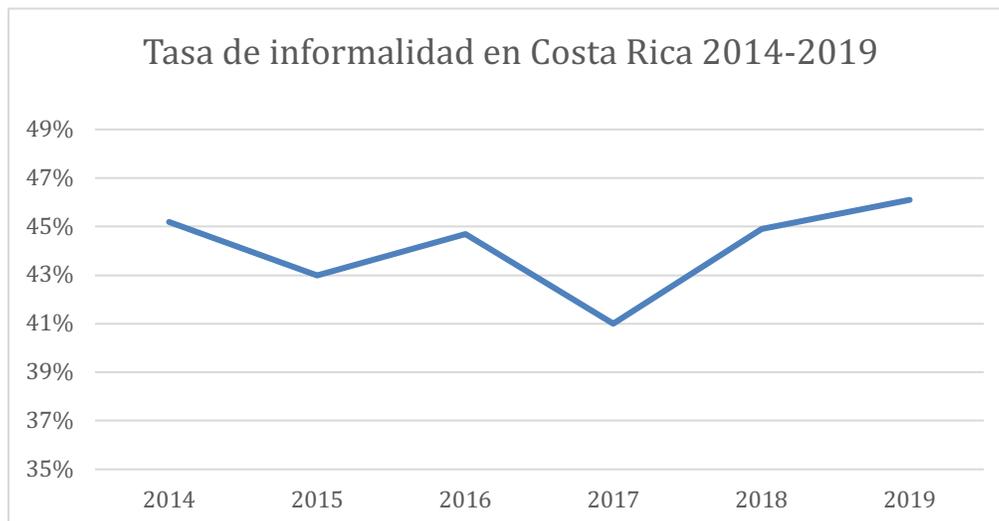


Gráfico 7: Elaboración Propia con datos de ECE 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 y I trimestre 2019

1.5 Planteamiento del Problema

Los datos presentados en el apartado anterior lo que buscan es crear una imagen sobre el panorama económico y social que vive Costa Rica en la actualidad. Las iniciativas por parte de los distintos gobiernos han sido guiadas por formas alternativas de vincularse a la economía como es el emprendimiento.

| Gobierno | Políticas sobre emprendimiento |
|---|--|
| Abel Pacheco de la Espriella (2002-2006) | <ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento y capacitación en la gestión empresarial mediante el Proyecto de Emprendedores • Promoción de Proyectos de incubación de empresas para jóvenes emprendedores con apoyo de instituciones como el INA |
| Óscar Arias Sánchez (2006-2010) | <ul style="list-style-type: none"> • Promover el emprendimiento empresarial para un número cada vez mayor de costarricenses • Programas de prevención de la violencia y el debate dirigidos a adolescentes y jóvenes en riesgo social. Para atender a esta población se introducirán procesos de emprendimientos para el desarrollo de PYMES y cooperativas, así como procesos de capacitación y certificación de destrezas laborales. • Plan de mejoramiento de la capacidad productiva y emprendedora de las poblaciones estudiantiles. |
| Laura Chinchilla Miranda (2010-2014) | <ul style="list-style-type: none"> • Política Nacional de Emprendimiento: Costa Rica Emprende |
| Luis Guillermo Solís Rivera (2014-2018) | <ul style="list-style-type: none"> • Política de Fomento al emprendimiento en Costa Rica. |

Cuadro 1: Políticas sobre emprendimiento. Fuente: Elaboración propia con datos de los Planes Nacionales de Desarrollo de cada periodo mencionado.

El Cuadro 1 permite ilustrar el desarrollo que ha tenido el emprendimiento como parte de la formulación de políticas gubernamentales. De acuerdo a la revisión de las propuestas de los distintos gobiernos, se logra determinar que el emprendimiento aparece como propuesta con el presidente Pacheco de la Espriella en el año 2002. Manteniéndose como un elemento importante a partir de ahí y más bien ampliando su importancia como se puede apreciar en las administraciones Chinchilla Miranda y Solís Rivera en donde pasa de ser propuestas específicas a una política propiamente.

De acuerdo con el informe sobre emprendedurismo del Estado de la Nación (Petry y Lebendiker, 2011), se logra identificar como la ayuda a emprendedores es promocionada por

la Política Pública de Fomento a PYMES y al Emprendedurismo, identificando así una voluntad política para el fomento del emprendimiento. Las instituciones que concentran mayor peso en el impulso y ejecución de las políticas sobre emprendimiento son el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones y el Ministerio de Economía, Industria y Comercio; cuyo financiamiento proviene de los fondos estatales de PROPYME y de la Ley de Banca para el Desarrollo (Petry y Lebendiker, 2011). Con un menor peso están presentes el Ministerio de Educación Pública, Instituto Nacional de Aprendizaje, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social y universidades públicas –principalmente mediante la creación de incubadoras- (Petry y Lebendiker, 2011), estas instituciones están más enfocadas en la capacitación para generar emprendimientos.

Es a partir del año 2002 que se puede apreciar como el emprendimiento se empieza a considerar una alternativa para solventar problemas como la violencia, el desempleo juvenil y se posiciona como un horizonte de sentido para los proyectos de vida de la población. Estableciendo una alternativa a la labor que se hacía anteriormente, en donde las instituciones atendían directamente estos problemas sociales, se pasa entonces a una dinámica en donde el Estado proporciona herramientas para que la persona emprenda. Recayendo sobre el agente el peso del fracaso o del triunfo, sin considerar elementos como el contexto, acceso a oportunidades o características propias de cada persona; limitando de esta manera la posibilidad real que podrían tener las políticas públicas a la hora de abordar la problemática. Es por ello que la aplicación de teorías sociológicas sobre el análisis de los diferentes tipos de capitales se vuelve vital para la comprensión del emprendimiento.

| Programa del Gobierno | Objetivo y Población que atiende |
|--|--|
| Empléate | Es un programa del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social dirigido a personas en el rango de los 17 a los 24 años, que no estudian ni trabajan y que, además; se encuentran en una condición socioeconómica desfavorable. Opera mediante transferencias condicionadas para apoyar capacitación técnica-ocupacional, según las necesidades del mercado de trabajo. El Programa opera en alianza con organizaciones y empresas del sector productivo, así como con centros de formación públicos y privados. (Fuente: Página web MTSS) |
| PRONAE | Mejorar las condiciones de vida de la población desempleada o subempleada en condición de pobreza y pobreza extrema, mediante una ayuda económica temporal, por su incorporación en proyectos de interés comunal, procesos de capacitación, apoyo de grupos de personas con ideas o proyectos productivos. (Fuente: FODESAF, 2017) |
| Mi Primer Empleo | Mi Primer Empleo es un programa del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social que promueve la creación de nuevas oportunidades laborales para jóvenes, mujeres y personas con discapacidad, por medio de un beneficio económico que el Estado otorgará a las empresas que se inscriban en el Programa y aumenten su planilla. Mi Primer Empleo impulsa la incorporación de más empresas en el programa de Formación Dual liderado por el INA (Fuente: Página web MTSS) |
| Programa Avanzamos Mujeres (Ley 7769) | Tiene como objetivo garantizar el mejoramiento en las condiciones de vida de las mujeres, mediante un proceso de formación integral que comprenda al menos: capacitación y formación humana, capacitación técnico laboral, inserción laboral y productiva, acceso a vivienda digna y un incentivo económico ligado a los procesos de capacitación. Fuente: Art.2 de la Ley 7769 |

Cuadro 2: Programas asociados a la capacitación para el empleo. Fuente: Elaboración propia con datos del MTSS, INAMU e IMAS.

Lo que interesa para el presente trabajo es la lógica del emprendimiento, razón por la cual se exponen algunos datos específicos para el caso costarricense. Se parte de la administración Solís Rivera porque es durante esta administración se planteó una política nacional de fomento para el emprendimiento (MEIC, 2014). Si bien en el documento se habla de cómo el emprendimiento se puede convertir en un dinamizador de la economía, el tipo de emprendimientos que se promocionan son los emprendimientos por necesidad. Las propuestas gubernamentales buscan posicionar el emprendimiento como una alternativa laboral para reducir la pobreza.

Es relevante señalar en este punto no solo que el desarrollo de estas políticas responde a un programa de desarrollo anclado en las ideas neoliberales y en la relación con grupos empresariales, si no que también coincide con las negociaciones de Costa Rica para su ingreso a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). De

acuerdo con Laval y Dardot (2015) la OCDE [...] serán agentes muy potentes al servicio de su transmisión [discurso sobre el individuo-empresa], haciendo de la formación en el «espíritu emprendedor», por ejemplo, una prioridad de los sistemas educativos occidentales.” (p.156)

Por lo tanto, no es casualidad que la política nacional de fomento al emprendimiento señala que se debe generar una cultura emprendedora y que el mayor obstáculo para el emprendimiento son las condiciones de financiamiento. De acuerdo con el Índice Global de Emprendimiento del 2018, Costa Rica es el sexto país con mayor presencia de emprendimientos Latinoamérica y el Caribe. Es importante matizar estos datos con la información que aporta el Informe Nacional de Emprendimiento presentado por INCAE en el año 2016, en donde se señala que solo el 0,5% de los emprendimientos sobrevive a los primeros 3 años de existencia (INCAE, 2016).

Sobre este contexto surge la necesidad de realizar una investigación desde la sociología sobre el emprendimiento en Costa Rica. Hace necesario que se discuta la diferencia entre un emprendimiento por necesidad y uno por oportunidad, debido a que en los documentos oficiales se posicionan como iguales sin analizar las condiciones de existencia de cada uno de ellos. Se construyen políticas públicas sin considerar los capitales que poseen los agentes (Bourdieu, 2001), lo cual hace que no se contemplen los vacíos en habilidades necesarias o las condiciones para que el agente pueda emprender.

Una limitante adicional, asociada a la anterior es que el no abordaje del emprendimiento como un campo social en el que interactúan distintos agentes, brindaría un nivel de comprensión más amplio, dejando de lado la visión de que el emprendimiento es una acción aislada de un agente. Como se discutirá en los resultados, el hecho de emprender

involucra una gama de relaciones sociales diversas que pueden potenciar la acción de emprender.

Con el interés de desarrollar conocimientos sobre estos aspectos, en esta investigación se realiza una caracterización de los capitales económico, social y cultural del agente emprendedor en Costa Rica, logrando identificar la existencia de dos tipos diferenciados de emprendimiento, el que es por necesidad y el que es por oportunidad. Con esto se buscan ilustrar las diferencias entre los capitales de los distintos agentes y cómo estos se manifiestan en el tipo de emprendimiento que construyen. Esto bajo la hipótesis de que el acceso diferenciado a oportunidades emprendedoras y de éxito vienen mediadas por el acceso a capitales diferenciados a lo largo de la vida de las personas.

En razón de lo anterior se analiza a partir de la teoría de Pierre Bourdieu (2011) la manera en la que los agentes dentro del campo del emprendimiento tienen una mayor capacidad de éxito dependiendo de los capitales que posean. Considerando como esenciales el capital económico, social y cultural. La pregunta general de esta investigación es: ¿Cuál es la influencia de los distintos tipos de capital en la conformación de los agentes emprendedores y en los tipos de emprendimiento que realizan?

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo General

Analizar la influencia de los distintos tipos de capital en la conformación de los agentes emprendedores y en los tipos de emprendimiento que realizan en Costa Rica en el periodo 2014-2018.

1.6.2 Objetivos Específicos

1. Caracterizar los motivos que llevan a que los agentes decidan seguir el camino del emprendimiento como forma de generar ingresos en Costa Rica.
2. Identificar los capitales que poseen los agentes que toman la vía del emprendimiento como forma de generar ingresos en Costa Rica.
3. Determinar el papel que juegan los diferentes tipos de capital en la conformación de los agentes emprendedores y el tipo de emprendimientos que realizan, oportunidad o necesidad.

1.7 Estado de la Cuestión

Este estado de la cuestión está dividido en tres secciones, el criterio de división se da a partir de la forma en la que los diferentes estudios han abordado y entendido el tema del emprendimiento. La forma de análisis que se plantea de la producción académica es la de ubicar los espacios de interés que existen entorno al tema del emprendimiento, señalando de esta manera las formas de estudio que existen y las posibilidades que existen para la presente investigación. Es decir, lo que se identifican son las líneas de investigación que abordan directamente el tema del emprendimiento. La primera sección se enfoca en el análisis de los trabajos que han visto al emprendimiento desde el enfoque individual, mientras que la segunda sección se desprende a partir de los estudios con enfoques más sociológicos. Para cada sección lo que se hará es en un primer momento explicar las líneas teóricas que guían a ese enfoque y posteriormente se mencionaran las formas en las que se han utilizado y las perspectivas metodológicas que se han aplicado. Por último, la tercera sección se enfoca en analizar el espacio que tiene la investigación propuesta dentro del marco investigativo.

1.7.1 Estudios fuera de la sociología

Los estudios posicionados desde el individuo para el entendimiento del emprendimiento han sido los de mayor producción, principalmente desde las ciencias económicas, empresariales y psicológicas. Los estudios posicionados desde esta perspectiva pueden ser resumidos en los estudios del *personality trait approach*.

1.7.1.1 Estudios basados en la personalidad

Los estudios basados en la personalidad tienen dos elementos centrales de análisis: la personalidad y la conducta. En estos acercamientos se determina que este tiene habilidades o capacidades especiales que le permiten emprender de manera exitosa. Como se puede apreciar en la Ilustración 1, existen seis escuelas principales. Se incluye a la escuela de la organización dentro de ese esquema debido a que se enfoca en cómo el individuo afecta la dinámica de la organización y no cómo la organización construye un individuo emprendedor. Es importante mencionar que la producción académica desde este enfoque ha sido pobre y ha funcionado más como una manera clásica de explicar la conducta emprendedora y como guía para impulsar a esta figura.

Desde este enfoque, imperan los estudios sobre formación de líderes y los estudios que se preguntan por la influencia de la personalidad en el emprendimiento. En cuanto a la formación de líderes con habilidades emprendedoras se puede identificar el artículo de Castellanos, Chávez y Jiménez (2003), es importante mencionar que es un documento sin mayor discusión teórica o metodológica. Los estudios que se ocupan de establecer la influencia de la personalidad en el emprendimiento han tenido un mayor recorrido en la producción académica. Ejemplo de esto es la aplicación constante de los postulados de Ajzen (1987 y 1988), siendo el caso de Mora (2011) un ejemplo de estas investigaciones. Así mismo

mercado, señalando además que esto no es lo único que necesitan estas personas, sino que deben a la vez poseer capital y tierras. Dentro de la microeconomía se han realizado acercamientos al tema del emprendimiento, a pesar de esto Barreto (1989) señala que se ha dado sin realizar una conceptualización del emprendimiento, en donde el concepto prácticamente desapareció de los estudios.

La teoría clásica y neoclásica de la economía sostiene al emprendedor como un agente económico que toma riesgos en busca de ganancias, estableciendo al emprendimiento como una decisión racional, debido a que quien toma esta vía tiene acceso a información y recursos para hacerlo.

Son estudios que se enfocan en análisis de casos con el fin de desprender un modelo de negocios replicable o bien trabajos que buscan resaltar la importancia del emprendimiento, cómo generarlo y potenciarlo. Estos son los estudios que tienen mayor presencia académica tanto a nivel internacional como nacional. Uno de los autores más importantes para considerar dentro del estudio del emprendimiento, desde un enfoque de las microempresas y la informalidad es Hernando de Soto (1986), quien con sus postulados logró posicionarse como uno de los grandes intelectuales en este estudio y desde donde partieron la creación de políticas públicas, principalmente en Perú.

Para el caso latinoamericano se identificó que la mayoría de estudios giran en torno a dos temas: éxito y fracaso. Trabajos como el de Schnarch (2014) sobre los mitos y realidades sobre el emprendimiento en América Latina son bastante representativos de lo que se produce en el área.

Para el caso chileno trabajos que se enfocan en la formación de estudiantes emprendedores, esto con el fin de potenciar sus habilidades creativas y de imaginación, para que estas sean aplicadas en la creación de proyectos (Olivos, Álvarez y Díaz, 2013). Desde

Uruguay estudios sobre los factores de éxito basados en técnicas de *data mining* (Messina y Hochztain, 2015). En el caso colombiano, aparecen estudios similares, pero en dos líneas diversas. La primera línea de estudios se enfoca en la relación emprendimiento-resultados económicos y la segunda se mueve sobre la línea de qué genera el emprendimiento más allá de lo económico (Cárdenas, Guzmán, Sánchez y Vanegas, 2015). Dentro de estos trabajos priva el análisis de la relación emprendimiento-desarrollo económico, casos como el de Ebner (2005) y Watson (2013) y estudios sobre el ecosistema emprendedor (García y García, 2010). Un caso interesante es la aproximación que realiza Orego (2000), quien, para analizar las debilidades teóricas del emprendimiento, combina el análisis administrativo con aportes de la fenomenología, buscando de esa manera estudiar las implicaciones culturales y del “sentido humano” que tiene el emprendimiento.

El caso costarricense no se escapa de esta dinámica y es desde esta posición donde mayor producción académica⁵ hay. El trabajo académico costarricense se ha basado en las condiciones para desarrollar emprendimientos (Chaves y Fonseca, 2015 y Ferreto, Lafuente y Leiva, 2019), análisis sobre la conformación por género dentro del emprendimiento costarricense (Brenes y Bermúdez, 2013), estudios de economistas para crear emprendimientos productivos desde los programas de extensión universitarios (Parada, 2015 y Stradi, 2016). Siguiendo la revisión del caso costarricense, encontramos tres trabajos de posgrado que abordan temas cercanos al emprendimiento. En el caso de Monge (2017) y Leiva (2014) abordan casos específicos de emprendimientos –en el caso de Monge (2017) la empresa DIT Space y Leiva (2014) la empresa Dos Amigos Homebrewing Co.- para analizar

⁵ Se realizó una revisión de la Revista de Ciencias Económicas de la Universidad de Costa Rica y no se encontraron artículos relacionados con la temática del emprendimiento.

sus modelos de negocios. Por último, está el caso de Arce (2015) quien se enfoca en las maneras de financiamiento de emprendimientos, enfocándose en el *crowdfunding*.

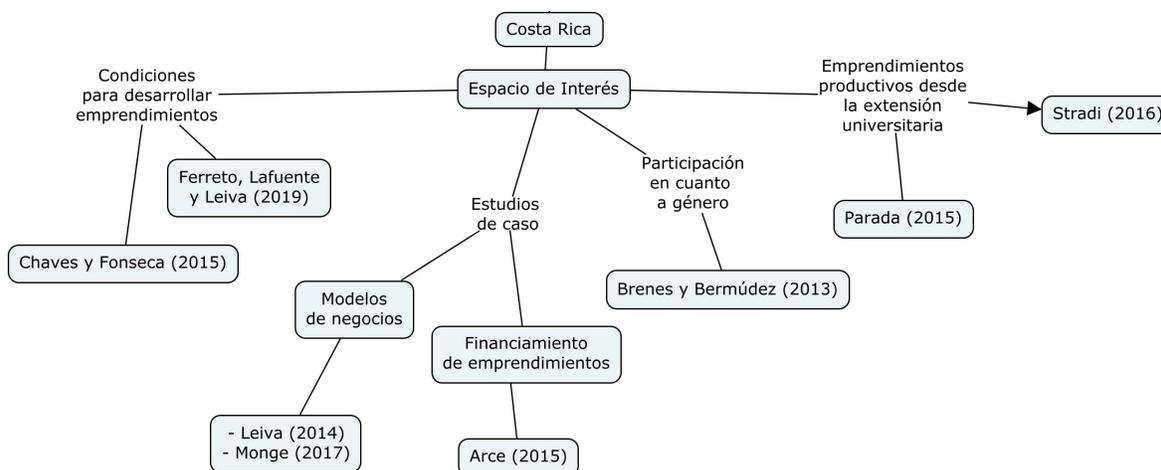


Ilustración 2: Espacio de interés investigativo en Costa Rica. Fuente: Elaboración Propia.

1.7.2 Estudios con enfoque sociológico

Cuando se hace a un enfoque sociológico a lo que refiere es a la aplicación de marcos teóricos y líneas epistemológicas cercanas a la sociología. Debido a que como se vio en la sección anterior, se puede tomar en cuenta la cultura, el contexto o ideas como ecosistema, pero en el fondo son estudios que se siguen enfocando en el individuo y no en el desarrollo del emprendimiento como proceso social. Thorton (1999), plantea la división de la teoría sociológica aplicada al emprendimiento en dos: *supply side* y *demand side*.

1.7.2.1 Estudios anglosajones

1.7.2.1.1 Supply Side

Thorton (1999) plantea como el *supply side* se encuentran teorías cercanas a las analizadas anteriormente, las cuales han sido criticadas por ser unicasales, tener falta de rigurosidad y ausencia de un método claro. El acercamiento desde esta teoría lo que plantea es que el emprendimiento es causado por individuos especiales (Thorton, 1999). McClelland

(1989) es un claro ejemplo de esto, pues este autor plantea el esquema *nAch* (*Need for achievement* por sus siglas en inglés). Este autor sostiene que las motivaciones de las personas son las que hacen que puedan ser emprendedoras, esto sin importar el contexto. Esta posición argumenta que toda sociedad necesita cierta cantidad de estos individuos especiales para poder tener crecimiento económico (Thorton, 1999).

Desde la sociología se han presentado ciertos acercamientos desde esta posición. De acuerdo con Thorton (1999), lo que impera, es el análisis de factores a los cuales se les puede atribuir la diferencia del emprendedor, específicamente, psicológica, social, cultural y étnica. Dentro de las corrientes que atribuyen factores culturales a la construcción del emprendedor se puede identificar a Weber (1991) y Shane (1993). Siendo un aporte interesante el planteado por Shane (1993), debido a que realiza un estudio de 1975 a 1980 en donde analiza datos de 33 países con el fin de respaldar sus planteamientos teóricos. Autores como Aldrich y Waldinger (1990) y Light y Rosenstein (1995), plantean que estas diferencias se deben a factores étnicos. Thorton (1999) señala que sus argumentos de predicción de ubicación y características del emprendedor, han sido fuertemente debatidos y dejados de lado.

1.7.2.1.2 Demand Side

Esta perspectiva fue iniciada desde el marxismo con aportes de geógrafos y economistas (Thorton, 1999). Esta es la perspectiva que más ha intentado realizar teóricamente puntos de encuentro con los planteamientos de las ciencias económicas, sin embargo no se han presentado grandes avances en la unificación de perspectivas (Thorton, 1999). Glade (1967) señala que esta perspectiva es una estructura de oportunidad, una estructura objetivada de oportunidades económicas dentro de la cual los agentes tienen acceso diferenciado a dichas oportunidades. Esta perspectiva se pregunta qué es lo que

realmente hace un emprendedor. Dentro de estos análisis encontramos los estudios de Romanelli (1989) quien determina que la disponibilidad de recursos hace que los emprendedores aparezcan y el caso de Freeman (1986), a partir de estudios de casos analiza a los emprendedores que surgen dentro de organizaciones y cómo estos aprovechan el conocimiento aprendido dentro de estas organizaciones para emprender sus propios negocios. De acuerdo con Thorton (1999) se ha dado una proliferación de estos estudios, sin embargo, no considero pertinentes abordarlos para este estado de la cuestión debido a que se han enfocado en análisis de organizaciones. Es importante mencionar que estas formas de analizar la dinámica emprendedora tuvieron impacto en la academia anglosajona, debido a que como veremos en la siguiente sección esta no ha sido la forma de abordar el tema desde América Latina y España.

1.7.2.1.3 Estudios en América Latina y España

En el caso de los países hispanohablantes el interés se enfoca más en entender las dinámicas económicas que hacen surgir a esta figura. A pesar de que de igual manera existen una serie de estudios cercanos a los planteados desde los enfoques anglosajones.

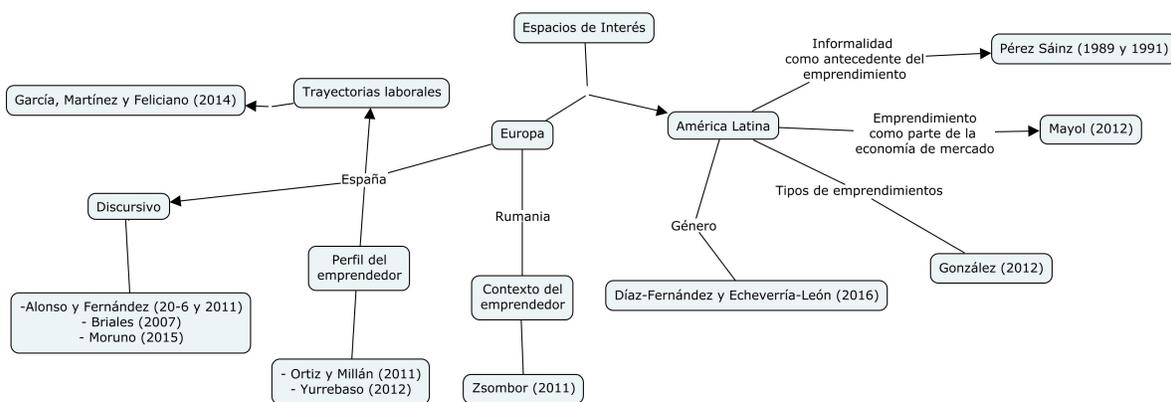


Ilustración 3: Espacios de Interés en Europa y América Latina. Fuente: Elaboración Propia.

Como se aprecia en la Ilustración 3, la mayoría de los estudios en el caso español se han enfocado en análisis discursivos sobre la figura del emprendedor y la construcción del mismo. Dentro de estos estudios se realiza una crítica a la fascinación por lo emocional y cómo esto construye el éxito laboral a partir del dominio de la personalidad. Otro acercamiento se ha dado mediante la construcción de perfiles de los emprendedores, asociado a su educación, en donde se inscriben los estudios sobre las trayectorias laborales, como es el caso de Ortiz y Millán (2011) y Yurrebaso (2012). En el caso latinoamericano se lograron ubicar dos trabajos sobre el emprendimiento y que se enfocan en el contexto, en un caso debido a la situación de género y en el otro al emprendimiento desde los sectores urbanos vulnerabilizados. Los estudios de Alberto Mayol (2012), si bien enfoca sus trabajos en el análisis económico chileno y la crisis de la economía de mercado, el autor plantea una mirada crítica a la figura del emprendedor.

Como un antecedente de lo que se pretende estudiar, están los trabajos sobre informalidad presentados desde FLACSO-Guatemala por Juan Pablo Pérez Sáinz (1989 y 1991). Si bien la discusión sobre informalidad es muy extensa y amplia dentro del contexto centroamericano, estos estudios funcionan como base dentro del pensamiento latinoamericano para la discusión sobre los emprendimientos por oportunidad y por necesidad. Esto último debido a que el autor presenta la discusión sobre la informalidad de subsistencia y la informalidad dinámica (Pérez Sáinz, 1989 y 1991).

Por último, el caso costarricense como vimos ha estado imperado por los estudios desde la teoría económica, aunque es importante resaltar que existen programas y redes que se han interesado por el estudio de temas cercanos como lo es la innovación, siendo lo más rescatable de estos trabajos sus aportes teóricos. La elaboración teórico conceptual ha girado en torno al concepto de capital social con sus respectivas discusiones. Esta idea es aplicada

por Soto y otros autores (2017), en este trabajo se aborda al capital social como un elemento central dentro del desarrollo de la innovación dentro del sector agroalimentario, esto se logró estudiar a partir de la construcción y análisis de historias de vida. Otro trabajo que realiza un acercamiento desde esta posición es el realizado por el Programa Comercio, Tecnología e Innovación en conjunto con la Red Mundo (2011). En este trabajo se forja una base teórica que luego se aplica para analizar casos empíricos, aplicándose a casos de mecanismos de gestión y responsabilidad social, construcción de las redes sociales y redes de capital social (Red Mundo, Programa Comercio y Tecnología e Innovación, 2011).

1.7.3 Espacio para la investigación propuesta

Con base en la información anterior se puede argumentar que el aporte de la sociología no ha sido importante dentro de las discusiones académicas sobre emprendimiento, a pesar de ser un agente dentro de las discusiones sobre innovación. Sin embargo, sí ha sido un tema explorado principalmente desde las ciencias empresariales y económicas –inclusive recientemente desde los aportes de Muhammad Yunus (2011)-, con sus ya señaladas deficiencias en cuanto al método y anulación de los agentes y del contexto.

La presente investigación se ubica desde un análisis relacional en el que se entiende al emprendimiento como un campo social dinámico, en el que su estudio debe darse entendiéndolo desde sus relaciones y no como una acción aislada. Así mismo, se comprende al campo del emprendimiento como un espacio dentro del cual agentes con acceso a capitales distintos luchan por recursos escasos -capacitaciones, financiamiento, incluso reconocimiento-. Siendo así esta investigación una contraposición a los estudios de análisis de características individuales que determinan el éxito del agente emprendedor.

Es por ello que la presente investigación aparece como relevante y novedosa en el contexto costarricense y latinoamericano. El espacio para la investigación se encuentra tanto en la discusión teórica sobre cómo abordar el campo del emprendimiento, en un contexto económico en el que cada vez toma mayor relevancia, así como un aporte temático a la sociología costarricense que se ha alejado de las discusiones económicas y del mundo del trabajo. El aporte empírico que surge de esta investigación permitiría aportar a las políticas públicas, en el tanto podrá dar insumos para soluciones más adecuadas para la promoción del emprendimiento como trayectoria laboral y forma de generar ingresos. Construyendo un acercamiento teórico y metodológico distinto a la construcción de indicadores desde los cuales se analizan los datos sobre emprendimiento en Costa Rica, los cuales son la base las políticas públicas y la toma de decisiones.

Capítulo 2

2.1 Marco Teórico-Conceptual

El estudio del emprendimiento ha contado con escasos avances desde la sociología en América Latina y en menor medida en el caso costarricense, en ambos casos no se ha avanzado hacia una teorización propia, si no que su estudio se ha concentrado en investigaciones descriptivas⁶. Es por ello que la realización del marco teórico del presente trabajo final de graduación supone un ejercicio de imaginación sociológica. El abordaje del emprendimiento se dará bajo el dualismo estructura-agencia, en donde lo que se propone es una explicación a partir de causas y razones, estableciendo la estructura como ente regulador de las acciones ejercidas por los agentes. Desarrollando cómo el agente reacciona ante un contexto específico.

Se parte de un análisis en el que la estructura económica es el elemento estructurante de las relaciones en juego. Este elemento plantea que son los factores económicos los que definen cuáles son las condiciones de las que se parte, qué puede hacer el agente y además cuáles son sus posibilidades dentro de la estructura económica. Es así como surge el campo del emprendimiento, como un campo dentro de la estructura económica. Esta idea se aleja de los planteamientos que comprenden al emprendimiento como una estrategia dentro del campo económico, debido a que este enfoque no permite comprender las estrategias y características de los agentes en el caso específico del emprendimiento. Entiendo entonces la estrategia de los agentes como una manifestación de disposiciones interiorizadas (habitus desde Pierre Bourdieu) y como esto genera acciones específicas, que estarán guiadas por los capitales de los agentes emprendedores.

⁶ Ver Ilustraciones 1 y 2 presentadas en la sección Estado de la Cuestión.

Se aplicó la teoría a la comprensión del campo del emprendimiento y cómo los agentes utilizan sus capitales dentro de ese campo. Estableciendo así la relación entre una estructura social -la conformación de los capitales- y la acción del agente dentro del campo del emprendimiento.

Dentro de la investigación esto es ejemplificado mediante las preguntas ¿cuál es la estructura que hace que el emprendimiento se convierta en una respuesta económica? Y ¿cómo el agente reacciona y por qué decide emprender? Para el estudio de esta problemática se partirá de la teoría de Pierre Bourdieu, específicamente utilizando conceptos como: campo, habitus, capital social, capital cultural y capital económico.

La teoría de la agencia de Pierre Bourdieu es pertinente debido a que permite entender y analizar las metas particulares de los agentes. Esto porque permite un acercamiento a la comprensión de la motivación de un agente emprendedor y para entender cómo están conformados los capitales de dichos agentes. Así como acercarse a la manera en la que los utilizan dentro del campo del emprendimiento. Para el cumplimiento de estas metas los agentes utilizan estrategias, las cuales pueden o no funcionar dependiendo del contexto social y de los recursos con los que cuentan. El esquema teórico general que se utilizará es similar

2.1.1 Teoría de los Campos

La teoría de campos de Bourdieu resulta de interés para la presente investigación pues permite analizar el campo del emprendimiento. Un campo es definido como un estado de relaciones de fuerza entre los agentes o las instituciones, en donde quienes están inmersos se encuentran en la lucha por la distribución de un capital específico (Wacquant y Bourdieu, 2005). Esta lucha que se da en el campo trae consigo estrategias de “combate”.

El campo trata de la posición que ocupan los agentes, como espacios estructurados de posiciones, lo cual permite que esos espacios puedan ser analizados con independencia de las características de los ocupantes (Wacquant y Bourdieu, 2005). Esto último aporta a la investigación realizada el hecho de que al ser los agentes emprendedores un grupo tan diverso, permite analizarlos en un nivel general, enfocándose en las instituciones específicas y sus leyes de funcionamiento internas (Wacquant y Bourdieu, 2005). Se constituye al emprendimiento como un campo en sí mismo, en tanto como es definido por Wacquant y Bourdieu (2005), hay una lucha de agentes con capitales diversos buscando un mismo objetivo, en este caso, el éxito de un negocio. Considerando así que existen condicionantes dentro del campo del emprendimiento, que hacen que ciertos agentes tengan mayor éxito a partir de los capitales que poseen. Comprendiendo de esta manera al campo del emprendimiento como un espacio independiente y no como una suma de agentes.

En el caso de la presente investigación se encuentra para cada agente la búsqueda de las mejores condiciones para su negocio. Esto plantea una lucha por acceso a las mejores capacitaciones, a la mayor cantidad de apoyo financiero, por ejemplo del Sistema Banca para el Desarrollo, elementos que como se discutirá en los resultados son de acceso limitado y regidos por un marco jurídico específico que le da forma al campo del emprendimiento. Así mismo queda claro que los agentes en el campo buscan una perpetuación del campo del

emprendimiento, esto en tanto no es una situación previa o momentánea, si no como quedará comprobado en los resultados, los agentes por oportunidad sí tienen un habitus de emprendedores, contrario a los agentes por necesidad, quienes entran al campo del emprendimiento con condiciones diferentes. El campo del emprendimiento trae consigo un lenguaje específico y una comprensión de las acciones distintas a otros campos, ejemplo de esto es la lógica del riesgo, del empoderarse para hacer y la contraposición a ser asalariado, elementos que permiten la construcción del emprendimiento como un campo.

2.1.2 Habitus

El habitus es uno de los conceptos más relevantes, debido a que permite hacer la conexión entre agencia y estructura. El habitus es definido como un conjunto de disposiciones, las cuales como resultado generan prácticas específicas, es la estructura social incorporada. Bourdieu y Passeron (2003) señalan que cada clase tiene su propio habitus, a la vez que el habitus de cada individuo es el de su clase. Como lo explica Gutiérrez (en Bourdieu, 2010), el habitus es un estado que adquieren las condiciones objetivas incorporadas y que se transforman en disposiciones duraderas. Estas disposiciones se ven manifestadas en las forma de hablar, caminar, pensar y sentir, lo interesante del análisis de las mismas es que se presentan como “naturales” (Gutiérrez en Bourdieu, 2010). Puede ser entendido como las estructuras objetivas generan disposiciones subjetivas, las cuales resultan en acciones estructuradas. Identificar el habitus en el campo del emprendimiento es de especial importancia, debido a que devela la visión de mundo del agente, de comportarse, de percibir y de actuar (Bourdieu y Passeron, 2003). Considerando este elemento se puede identificar cómo las diferencias en las acciones y comportamiento de los agentes dentro del campo del emprendimiento, dan cuenta de un esquema desigual de acceso a capitales.

En la investigación el espacio que encuentra es en tanto la capacidad explicativa que tiene el habitus para dar cuenta de un esquema generador y organizador de prácticas sociales (Gutiérrez en Bourdieu, 2010). El habitus es así el instrumento de análisis de lo que Bourdieu (2010) llama estructuras de exigencias, “cosas por hacer” ante una situación determinada. Bourdieu (2010) agrega que el habitus permite identificar las prácticas de los agentes en términos de estrategias, abriendo espacio para dar razones sin hablar de prácticas racionales.

El habitus es un esquema generador y organizador (lo que Bourdieu llama estructura estructurante). Las prácticas sociales no son *per se* condiciones objetivas presentes ni las condiciones objetivas pasadas que son producidas por el habitus (Bourdieu, 2010). Si no que son producidas a partir de la relación de las condiciones sociales en las que se constituyó el habitus. Para el caso de estudio, el concepto de habitus permitiría comprender al agente emprendedor desde su historicidad, en tanto producto de la historia colectiva que se deposita en los cuerpos y las cosas (Bourdieu, 2010). De esta manera el concepto de habitus engloba al sistema económico, cultural, político y social y cómo este es incorporado y asimilado por los agentes a la hora de emprender.

Resulta importante realizar una aclaración ontológica con respecto a la presente investigación, específicamente en cuanto al concepto de agencia. La discusión radica entre las posiciones de Pierre Bourdieu y Anthony Giddens. Ambas posiciones conciben una relación entre agencia y estructura, entendidas como partes que constituyen y son constitutivas de lo social (Jamarillo, 2011).

Desde Giddens (2003), la agencia plantea que poseen una conciencia práctica y una discursiva, este elemento les permite reflexivamente dar razones o motivos de lo que hacen, siendo esto determinado por un espacio-temporal determinado. Se entiende a los agentes y a la estructura como una dualidad, estableciendo a la estructura social como coercitiva, pero a

la vez habilitante de la acción humana (Giddens, 2003). Desde su planteamiento la agencia es entendida como una capacidad de hacer más que con la intención de hacerlo (Giddens, 2001). Se puede así señalar que desde Giddens existe una capacidad del agente para producir diversidad y como esto genera contingencia en la acción, debido a que en cualquier fase del proceso el agente puede actuar diferente a como lo ha hecho. Giddens (2001) piensa en un análisis institucional, su explicación va en la línea de macro sistemas dentro de los cuales se reproducen prácticas regulares, contrario a lo planteado por Bourdieu (2005) quien analiza más en términos de campos.

Para la presente investigación se plantea una comprensión de la agencia distante de la planteada por Giddens (2001), debido a que la comprensión que se establece es desde la agencia como capacidad del agente, entendiendo a esa capacidad en términos relacionales. Dentro del campo del emprendimiento y el enfoque de esta investigación lo relevante no es “de qué es capaz” el agente, si no más bien “cómo hace” el agente y qué le permite ejecutar esas acciones. Permitiendo así la perspectiva bourdieusana un mejor acercamiento, debido a que la agencia puede comprenderse más como una posibilidad de hacer dentro de un campo específico. Además, cuando se comprende al emprendedor como agente desde la perspectiva bourdieusana, es posible entender la agencia no como algo que se posee individualmente, sino más bien como interrelación de elementos. Esto porque desde Bourdieu (2011) se entiende que se actúa en un mundo social que está presente y permite al agente actuar con un sentido práctico, el cual forma parte del habitus.

La explicación de Bourdieu está más dada por la relación agente-campo, en tanto los campos determinan a los agentes a la vez que estos afectan la historia y producción del campo (Jaramillo, 2011). En el caso de Bourdieu, no se construye una lógica societaria, lo que busca es explicar la forma en que operan los distintos cambios dentro de una sociedad. Busca

explicar cómo opera la lógica interna de esos campos; desde la perspectiva bourdieusana, la labor del investigador debe enfocarse en descubrir la lógica del funcionamiento de los campos.

2.1.3 Teoría de los Capitales

Bourdieu (2001) tiene un amplio desarrollo de su teoría de capitales, la cual resulta pertinente y novedosa para el estudio de la problemática establecida en esta investigación. En términos generales el capital es definido por Bourdieu (2001) como trabajo acumulado tanto materialmente como en un estado interiorizado. Señala que el capital –en sus diferentes formas- es un principio fundamental de las regularidades, que evita el azar y se comporta como una fuerza inherente a las estructuras objetivas y subjetivas (Bourdieu, 2001).

Lo relevante de este esquema teórico para el estudio del emprendimiento radica en que para acumular capital se requiere tiempo y acceso a oportunidades, las cuales como lo plantea Bourdieu (2001) no suceden por azar. Este concepto es importante por el hecho de que se aleja de lo planteado desde la teoría económica neoclásica. Bourdieu (2001) señala que el capital desde la teoría económica reduce el universo de estudio y oculta las relaciones sociales existentes. Esto último en el sentido de que plantea a las relaciones como si fuesen relaciones no económicas y desinteresadas, por el contrario, Bourdieu (2001) señala que el concepto de capital no debe reducirse a lo económico y debe considerar las relaciones sociales existentes. Bourdieu (2001) plantea la existencia de tres formas en las que se puede presentar el capital: social, económico y cultural.

2.1.3.1 Capital Social

Para la discusión sobre el capital social y con motivos de generar un concepto de trabajo más adecuado, se presentarán en este apartado las discusiones de los autores Coleman (2000a y 2000b) y Putnam (1993a, 1993b y 2005) y posteriormente a Pierre Bourdieu.

El caso de Coleman (2000a y 2000b) parte de una preocupación central por encontrar soluciones teóricas, mediante un modelo cercano a las teorías neoclásicas de la economía. El concepto capital social en Coleman (2000a) logra una conciliación entre el sociologismo y el economicismo, lo planteado es la incorporación de la acción racional como parte del análisis del sistema social.

Coleman (2000b) explica que ahí donde exista un elemento de la estructura social que beneficie a un actor, existe capital social, además de señalar que el capital social debe ser mantenido porque si no se extinguen estos vínculos. Todas las relaciones y estructuras sociales facilitan alguna forma de capital social. Coleman (2000a y 2000b) señala algunas características específicas que tiene el capital social, entre las que se pueden nombrar: obligaciones y expectativas (*credit slip*), potencial de información, normas y sanciones y efectivas, relaciones de autoridad, organizaciones sociales apropiables para otros fines y organizaciones intencionales.

Con apoyo en el análisis de Ramírez (2005), se identifica que este concepto se aleja de lo que se pretende estudiar. Coleman fue poco cauteloso con su concepto de capital social, en tanto no logró separar lo que podría considerarse capital social de lo que podría ser básicamente un beneficio o un efecto asociado (Ramírez, 2005).

Putnam (1993a) incorpora el concepto de capital social en su estudio sobre las instituciones representativas, los factores que influyen en el desempeño y por qué unas instituciones tienen más éxito que otras. Putnam (1993a) señala que la diferencia

socioeconómica no basta como elemento explicativo, por lo que propone incorporar la variable de comunidad cívica.

De acuerdo con Putnam (1993a) el factor que explica un buen gobierno es uno en el que la vida política y social se acercan al ideal de comunidad cívica. Y es en este punto donde Putnam realiza la conexión entre civilidad y capital social desde Coleman. Putnam se acerca al concepto de Coleman para construir uno propio, la diferencia principal es el valor que le da a la confianza y la importancia de la sociabilidad, entendiéndola como normas de reciprocidad y redes sociales que tejen las personas.

Al igual que el concepto de Coleman, el de Putnam no es una construcción teórica pertinente para el estudio del emprendimiento. En el caso de Putnam no lo es debido a que se concentra en el estudio institucional y el desarrollo de instituciones fuertes. Razón por la cual se aleja del objeto de estudio, el cual lo que pretende es estudiar desde la perspectiva de los agentes.

El caso de la construcción teórica de Bourdieu (2001) tiene un sentido más sociopolítico. El capital social en Bourdieu tomó relevancia hasta que se utilizó en su texto *La Distinción*, en donde lo definió como un capital de relaciones mundanas que pueden proporcionar apoyos útiles, los cuales son indispensables para asegurarse la confianza de la buena sociedad (Bourdieu, 2006). Pero es hasta *Las formas del capital* que Bourdieu logra darle la fuerza explicativa que había desarrollado con las otras formas del capital. El logro principal es la capacidad explicativa de por qué personas con cantidades equivalentes de capital económico o cultural, obtienen beneficios distintos (Bourdieu, 2001), esto desde la agencia.

El capital social desde Bourdieu (2001) se entiende como el total de recursos potenciales o actuales que se asocian a la posesión de una red duradera de relaciones, la

totalidad de recursos basados en la pertenencia a un grupo. Bourdieu (2001) señala cuatro elementos principales: pertenencia a un grupo, existencia de relaciones de intercambio material y simbólico, grado de institucionalización y recursos del grupo. El concepto implica que la red de capital social tenga la capacidad de movilizar recursos, si bien Bourdieu no especifica los recursos, sí habla de beneficios. Estos beneficios refieren a beneficios materiales (favores) y simbólicos (pertenencia a un grupo prestigioso) (Bourdieu, 2001). Es importante mencionar que solo es posible conocer los beneficios a partir de los casos situados.

De acuerdo con Ramírez (2005) se establece como elemento central de estos tres autores el hecho de que afirman que las relaciones sociales garantizan recursos para conseguir fines. Para el interés de esta investigación se utiliza el concepto de capital social presentado por Pierre Bourdieu. Esto último debido a que se concentra en el agente social y en como este aprovecha la estructura social, además de que el concepto de Bourdieu (2001) establece que el capital social es una relación que surge y se mantiene por intercambios recíprocos entre agentes. En el caso del campo del emprendimiento, se aplica para comprender qué otros agentes cooperan en el desarrollo del emprendimiento y además cuáles elementos aportan al proceso. Buscando así identificar cómo las diferencias en acceso a capital social pueden afectar o potenciar el desarrollo de un emprendimiento.

2.1.3.2 Capital Económico

El capital económico es definido por Bourdieu (2001) de manera sencilla como capital que tiene forma directa e inmediatamente convertible en dinero. Para el interés de esta investigación dentro del concepto de capital económico se incluye lo que Bourdieu (2001) llama las transformaciones del capital.

La importancia de este elemento se debe a que a partir del capital económico se pueden obtener los otros tipos de capital, esto sumado a un esfuerzo de transformación. El capital económico sirve de base para todos los demás, pero no son reducibles al capital económico. El tiempo es un elemento vital, especialmente en cuanto al capital cultural, es en este punto donde se ve la relevancia del capital económico desde el esquema teórico de Bourdieu (2001). Esto debido a que la tenencia de tiempo implica inversión de capital económico.

Para el interés de la presente investigación es relevante debido a que el capital económico es el que posibilita la capacidad del emprendedor tanto de conseguir conocimientos, como para iniciar sus proyectos. El capital económico es la base diferenciadora entre los emprendimientos por oportunidad y los emprendimientos por necesidad. Esto se vincula directamente con la capacidad que tenga el agente emprendedor para captar recursos de financiamiento, esto cuando en términos de Bourdieu (2001) hacemos referencia a lo inmediatamente convertible en dinero. Sin embargo, para el interés de esta investigación, se le aplica un nivel más al capital económico y esto es tanto a su poder de transformación en otros capitales. El capital económico brinda un elemento diferenciador entre los tipos de agentes y emprendimientos que realizan, porque permite tener acceso a mayor información y acceso a mayores redes de contactos. Es así, como el capital económico se convierte en un factor que brinda una diferencia dentro del campo del emprendimiento.

2.1.3.3 Capital Cultural

El concepto de capital cultural en Pierre Bourdieu se ha concentrado en los estudios sobre éxito educativo. El principal aporte de Bourdieu (2001) es que rompe con lo planteado por las escuelas de capital humano. Esto lo logra en tres puntos específicos, el primero es la

medición de rendimiento de la inversión-beneficio, el segundo es que las escuelas de capital humano no veían las relaciones de estrategias y, por último, estos estudios ignoran la transmisión de capital cultural en el seno de la familia (Bourdieu, 2001).

2.1.3.3.1 Capital Cultural Incorporado

Este tipo de capital está ligado al cuerpo, presupone interiorización. El proceso de interiorización presupone tiempo y no es posible ser transmitido de un agente a otro, excluye el principio de delegación (Bourdieu, 2001). El coste personal de este tipo de capital es la persona misma, debido a que se convierte en parte del agente (*habitus*).

Esta transmisión se da por herencia social y define lo que Bourdieu (2001) llama competencia cultural, lo cual tiene relación con el valor de la escasez. Esto refiere a que no todos los agentes disponen de medios para prolongar la educación de sus hijos más allá de lo básico. Este elemento mencionado es esencial para el abordaje del agente emprendedor, pues el conocimiento es un elemento importante. Dentro del campo del emprendimiento, el agente emprendedor adquiere conocimiento que convierte en herramientas.

El conocimiento previo en una profesión le brinda herramientas que le facilitan desarrollar su negocio. De igual manera, su trayectoria académica puede potenciar su emprendimiento. Sin embargo, esto funciona a la inversa, la falta de este conocimiento dificulta el acceso a oportunidades. Ejemplo de esto es la falta de conocimiento en finanzas o bien la falta de conocimientos técnicos que permitan generar un valor agregado al producto o servicio que se ofrece.

2.1.3.3.2 Capital Cultural Objetivado

El capital cultural objetivado es dependiente del capital incorporado de la familia, la acumulación de capital cultural depende de cuando la familia tiene capital cultural sólido y de la socialización y la cual a la vez es parte de la acumulación (Bourdieu, 2001).

El capital cultural objetivado hace referencia a lo material, establece que el capital cultural objetivado puede ser transmitido materialmente, mediante libros, pinturas y demás (Bourdieu, 2001). Pero solo es posible la transmisión de propiedad, porque para ser verdadera apropiación son necesarias capacidades culturales. Sobre este tipo de capital, es importante mencionar el papel que juega la familia dentro de las habilidades de un agente, el contexto y trayectoria de vida afectan el desarrollo del agente y cómo este adquiere conocimientos que convierte en herramientas. Un agente con una familia culturalmente diversa, tiene acceso a mayor cantidad de opiniones y visiones de mundo; la trayectoria educativa de las personas cercanas al agente, ejercen influencia sobre el mismo.

2.1.3.3.3 Capital Cultural Institucionalizado

Cuando se habla de capital cultural institucionalizado se refiere a la objetivación del capital cultural incorporado. Desde Bourdieu (2001) es entendido desde la titulación, como un certificado de competencia cultural, un reconocimiento institucional al capital cultural poseído.

Bourdieu (2001) establece una relación entre el capital económico y el capital cultural institucionalizado. Esta relación se da en términos de cuánto paga el título que se pagó y el tiempo invertido. Señala que la inversión académica no tiene sentido si no tiene esta reversibilidad entendido esto como: Capital Económico => Capital Cultural => Capital Económico (Bourdieu, 2001).

Desde el campo del emprendimiento este tipo de capital se manifiesta en los agentes de diversas formas, por ejemplo, en la manera en la que las capacitaciones o estudios universitarios se convierten en acciones que generan una mayor rentabilidad del negocio. Permitiendo establecer diferencias entre el acceso a las oportunidades técnicas y educativas que limitan el desarrollo de ciertos agentes emprendedores y que marcan una distancia a lo interno del campo del emprendimiento.

Capítulo 3

3. Estrategia metodológica

En el presente apartado se establece y expone la manera en que se dio el acercamiento al objeto de estudio. Planteando así la relación existente entre los objetivos, el marco teórico y la forma en la que se estudió el objeto y su conexión con lo empírico.

3.1 Tipo de Investigación

La investigación se posiciona desde el tipo de investigación relacional, conocida como investigación explicativa o causal. Una de las características principales de esta es que el investigador se plantea el porqué de las cosas, hechos, fenómenos o situaciones (Bernal, 2010). Es por ello que seleccionó este tipo de investigación, debido a que el propósito investigativo se encuentra en el análisis de causas y efectos de la relación entre variables (Bernal, 2010).

Contemplando de esta manera como parte del estudio la posibilidad de constatar relaciones entre las variables, en este caso cómo los capitales económico, social y cultural influyen en la conformación de los agentes emprendedores.

3.2 Enfoque de la Investigación

El enfoque elegido para efectuar esta investigación se basa en un enfoque mixto. El criterio de selección se da a partir de la coincidencia que existe entre el marco conceptual y el enfoque, esto en tanto permite extraer una serie de postulados que señalan relaciones entre variables (Bernal, 2010). Además de lo anterior, el enfoque cuantitativo permite generar un mayor manejo de datos, los cuales funcionan para generar una imagen más completa del universo de estudio.

Sin embargo, siguiendo la lógica de análisis de Pierre Bourdieu en concordancia con los objetivos de la presente investigación, se plantea un análisis de los datos más cualitativo. Lo que se busca es una combinación de la recolección de datos tanto cuantitativa como cualitativa, con una lectura cualitativa de los mismos. Estableciendo de esta manera, un análisis de regresión lineal básico, con variables que se desprenden del análisis teórico o del contexto de los agentes de estudio. Se plantea así un esquema de trabajo mixto secuencial, en el cual se aplica primero una encuesta y luego una entrevista en profundidad. En cuanto a la sección cuantitativa del trabajo, se hizo uso de la ENAMEH del año 2018, en donde se puede tener una imagen generalizada de las características del campo del emprendimiento en Costa Rica. Lo novedoso en el abordaje de esta investigación se dio al cruzar la variable tipo de emprendimiento con las características que responden a los tipos de capital, y de esta manera lograr una imagen adecuada entre los tipos de emprendimiento. Esto debido a que la encuesta permite ver un momento específico en el tiempo, mientras que la entrevista permite enfocarse en la trayectoria del agente y profundizar en ella.

Para hacer más comprensible el enfoque que se pretende en la investigación es necesario hacer mención a un elemento señalado por Pierre Bourdieu sobre la relación existente entre la estadística y la sociología. De acuerdo con Bourdieu (2006) la investigación debe estar guiada por la significación sociológica y no por la significación estadística. El análisis estadístico contribuye a descubrir relaciones entre indicadores (Baranger, 2012), pero no por ello anula el análisis propiamente sociológico entre estas relaciones, más bien es el elemento central. La implicación que esto tuvo en el trabajo se centra en la forma de construir las preguntas con las que se hizo revisión de los datos estadísticos. Así como la manera en la que se aplicaron los cruces, buscando siempre una significación sociológica que permitiera encontrar elementos nuevos, que el dato estadístico no brindaba.

3.3 Perspectiva Metodológica

La perspectiva metodológica dentro de la cual se inscribe la presente investigación corresponde al estructuralismo constructivista de Pierre Bourdieu. Esta perspectiva está constituida por dos elementos, por un estructuralismo y por un constructivismo.

Cuando Bourdieu (1996) habla del elemento estructuralista de su perspectiva, hace referencia a que existen en el mundo social mismo y no únicamente en sistemas simbólicos, que son estructuras objetivas que existen independientemente de los agentes y que al mismo tiempo son capaces de orientar y determinar prácticas o formas de pensamiento de los agentes. En cuanto al elemento constructivista, a lo que se refiere es que existe una génesis social de una parte de estos esquemas, los cuales son elementos constitutivos, como por ejemplo el habitus, campos o clases sociales (Bourdieu, 1996). Son unidades de análisis empíricas, las cuales no pueden ser asumidas como independientes o previas a las relaciones en las que son producidas (Emirbayer, 1997). Radicando su análisis en buscar el sentido que las genera, siendo consideradas configuraciones relacionales y no como entidades predeterminadas (Emirbayer, 1997).

Desde Bourdieu (1987) se concibe a la estructura objetiva como un momento previo y el cual es fundamento del momento subjetivo, teniendo en cuenta que ese momento subjetivo apunta a transformar o conservar la realidad. Para el caso de la presente investigación esto se puede apreciar claramente en la relación existente entre el contexto macroeconómico y sociopolítico en el que se inscriben los agentes emprendedores y cómo estos reaccionan dentro de dicho esquema, formando así tanto el campo del emprendimiento como sus estrategias dentro del sistema. Entendiendo así a la agencia dentro de este trabajo no como una capacidad intencional de medios-fines, si no más como una forma de actuar explicada en términos históricos y temporales (Emirbayer y Mische, 1998). Otorgando a los

agentes una capacidad de acción que está mediada por ideales colectivos e individuales (Emirbayer y Goodwin, 1994). Añadiendo a esto que el habitus de los agentes está formado por principios generadores, los cuales funcionan como respuesta a situaciones específicas (Corcuff, 2014).

Es por ello que Bourdieu (1996) plantea que para acercarse al fenómeno social se debe construir un modelo en el cual se identifique la estructura de relaciones en la cual el agente se encuentra inmerso. Siendo el resultado de esta perspectiva metodológica la construcción de esquema de trabajo donde se incluyan a los agentes y sus disposiciones dentro del espacio social. Esto se ve reflejado en el trabajo en tanto se construye un espacio contextual dentro del cual se ubica el campo del emprendimiento y posteriormente se aborda cómo están constituidos los agentes y cómo sus capitales generan acciones diversas. Para el trabajo realizado, existe un elemento que Bourdieu (1996) señala y que distancia al trabajo del que podría realizar un economista y es el hecho de que se considera necesario determinar empíricamente las condiciones sociales de producción del objeto de estudio, en este caso el emprendimiento, así como las condiciones de interés de los agentes por ser agentes emprendedores.

La centralidad de esta investigación está puesta sobre la agencia emprendedora, esto porque es un acercamiento metodológico que permite analizar las estrategias del agente directamente. Esto se ve reflejado en las preguntas aplicadas en las entrevistas en profundidad, en donde lo que se busca es conocer de primera mano las acciones que ejecutaron los agentes en su proceso de emprendimiento. Se toma en cuenta que el habitus es central, en tanto posición de clase del agente y cómo esta está interiorizada y guía sus acciones y le da condiciones diferentes a los agentes por necesidad y los agentes por oportunidad. Sin embargo, un análisis centrado solo en el habitus generaría un acercamiento

que no permite comprender las acciones diferencias entre los agentes dentro del campo del emprendimiento, entrando así a jugar los capitales y cómo el agente los utiliza como un elemento central en la investigación.

En relación con el tipo y enfoque de investigación presentado, es necesario mencionar el señalamiento que hace Baranger (2012) sobre la perspectiva de Bourdieu. Baranger (2012) señala que “[...] lo cualitativo y lo cuantitativo deben ir necesariamente de la mano, puesto que, así como la frecuencia estadística de un comportamiento o de una opinión no lo hace inteligible, tampoco de la inteligibilidad de un fenómeno cabe deducir su importancia estadística” (p. 96). Dentro del trabajo realizado esto funciona como elemento para comprender la relación entre el análisis de la encuesta, la forma de realizar los cruces de variables y la información que se desprendió de las entrevistas en profundidad. La combinación de distintas fuentes de información junto con el análisis teórico es lo que le da fuerza a la argumentación.

3.4 Población

La población objetivo del presente estudio corresponde a agentes emprendedores costarricenses. La escogencia de esta población se da porque bajo este esquema se pueden analizar tanto los emprendimientos por oportunidad como los emprendimientos por necesidad. Permitiendo al mismo tiempo establecer un modelo comparativo entre ambos tipos de emprendimiento. Lo que se realizará como método para segmentar la base de datos es aplicar criterios de selección basados en el tipo de emprendimiento (en el caso de ENAMEH 2018, esto se llama motivación emprendedora).

3.4.1 Entrevista

Existe una dificultad para identificar a los agentes emprendedores, debido a la difusión y uso simplista que se da de la palabra “emprendedor”. Hecho que se constató en la revisión documental de noticias y artículos en periódicos, en donde se utiliza sin la mayor rigurosidad. Esto porque se confunde a líderes empresariales con agentes emprendedores. Como se apuntó en el apartado metodológico, se entiende al agente emprendedor como la persona que desarrolla, en la figura de dueño o dueña del negocio, alguna actividad económica o productiva, además de cumplir con la característica de ser una microempresa. La estrategia utilizada para localizar a estos agentes emprendedores se da mediante la revisión documental de periódicos y la identificación de listas de participación en ferias de emprendimiento publicadas por instituciones gubernamentales. En cuanto a la revisión documental lo que se aplicó fue una revisión de la sección “Emprendedores” del periódico El Financiero en su versión digital y una revisión de la subsección Negocios del medio digital CRHoy. Esta elección de medios se realizó debido a su enfoque en cuanto a público de consumo, con el fin de obtener una muestra variada de tipos de emprendimiento. Las listas de participación que se utilizaron corresponden a informes presentados por el Ministerio de Agricultura y Ganadería titulado *Nuestra Finca (2018)* y la lista de participantes en la Feria del Gustico 2019.

La forma de selección de los emprendimientos se realizó mediante una división por sectores económicos (determinados por los aspectos metodológicos de ENAMEH 2018) y se fueron colocando en orden de aparición en la revisión documental hasta alcanzar un mínimo de 3 emprendimientos por sector. La forma de construir el cuadro para construir la lista de posibles consistió en una primera fila en donde se coloca el sector económico al que pertenece y la definición del mismo. Esto porque las características de la definición son lo que permiten la ubicación y diferenciación entre emprendimientos. Seguido de esto se colocan 4 columnas,

la primera de ellas es para colocar el nombre del emprendimiento, la segunda toda la información de contacto, la tercera una descripción del negocio -permite contraponer a la definición del sector- y por último, una columna que permite llevar el proceso de contacto.

En cuanto al sector agropecuario se ubicaron 8 agentes emprendedores. Se intentó contactar a todos, sin embargo sólo se recibió respuesta por parte de tres. De estos tres, solo en un caso se logró aplicar la entrevista, un otro agente emprendedor indicó que no podía atender a la solicitud por razones personales⁷, mientras que el otro señaló que no podía cooperar debido a que se encontraba en un proceso similar con otro estudiante. El sector industria tuvo una realidad distinta en cuanto a la facilidad para contactarlos, condición que se repite en el sector comercio y servicios. De igual manera se construyó una lista de posibles entrevistados que constó de 9 agentes emprendedores. En los primeros 3 contactos se logró establecer la comunicación y la aplicación de las entrevistas en profundidad.

Dentro del sector comercio se construyó una lista de 5 posibles entrevistados, de los cuales se aplicó la entrevista a uno. Se estableció contacto con otro agente emprendedor, sin embargo a la hora prevista para aplicar la entrevista no contestaron⁸.

Por último, en el sector servicios se construyó una lista de 4 posibles entrevistados, a los cuales se entrevistó a 2 y se estableció contacto con uno más que no pudo ser entrevistado debido a que se encontraba de gira.

Es importante aclarar que las entrevistas en profundidad se realizaron en el espacio y forma que el agente entrevistado escogió. En el primer contacto se dio la posibilidad de aplicar la entrevista por video-llamada o bien de forma presencial. 5 de las 7 entrevistas

⁷ Señaló que acababa de tener un bebé y que no estaba laborando.

⁸ En este caso, lo que se aplicó fue llamar dos veces más y posteriormente escribir un correo electrónico, el cual no tuvo respuesta.

aplicadas fueron aplicadas por video-llamada en el horario elegido por el agente emprendedor. Las otras dos se establecieron de forma presencial.

Se decidió detener el proceso de entrevistas al contar con 7 aplicadas, debido a que se encuentra una saturación de información y repetición de información. Determinando de esta manera que el sector en el que se emprende no genera una diferenciación en el habitus del agente emprendedor, si no que por el contrario existe una similitud en la trayectoria de los agentes dependiendo de su motivación emprendedora, ya sea por oportunidad, necesidad o por tradición.

Se tomó la decisión de mantener el anonimato de los agentes entrevistados, debido a que la información que comparten en muchos momentos es personal y sensible. Teniendo estos elementos en cuenta, el cuadro de trabajo sobre las entrevistas quedó de la siguiente manera:

| Sector Agropecuario: Son todas aquellas actividades productivas de explotación de recursos vegetales y animales; es decir las actividades de cultivo, cría, reproducción de animales, la explotación de madera y la recolección de otras plantas, de animales o de productos animales en explotación agropecuaria o en su hábitat natural. | |
|--|--|
| Nombre | Descripción del negocio |
| G.F. Producción de leche de cabra. | Pyme costarricense dedicada a la producción de leche de cabra y a la elaboración de subproductos de la leche de cabra. |

| Sector de la Industria: son las actividades que abarcan la transformación física o química de materiales, sustancias o componentes en productos nuevos. Estas actividades pueden realizarse manualmente o mediante máquinas, y pueden ser vendidas o no en el lugar de su fabricación. se incluyen las industrias manufactureras, la construcción y las agroindustriales (que son aquellas en las que el negocio produjo el insumo -recurso natural- básico y lo transformó -industria- para su venta). | |
|---|---|
| Nombre | Descripción del negocio |
| FrutyLac | Empresa Agro-industrial de productos lácteos, jugos y pulpas naturales |
| M.C. Empresa que fabrica productos de bambú | Vivimos bajo la filosofía de •zero waste•, así ayudamos a disminuir el consumo de plástico de un solo uso, únite vos también. |
| F.R. Fabricación de | Somos una empresa dedicada a la venta y fabricación de bicicletas |

| | |
|------------------------|--|
| bicicletas eléctricas. | eléctricas por Internet. Entregamos nuestros productos en cualquiera de las 7 provincias de Costa Rica. |
|------------------------|--|

Sector Comercio: son las actividades de venta al por mayor y al por menor (sin transformación) de todo tipo de productos y la prestación de servicios relacionados a la venta de estos productos. Se incluye mantenimiento y reparación de vehículos automotores.

| Nombre | Descripción del negocio |
|--|---|
| A.V. Venta de productos para viajeros. | Artículos para viajeros y para viajar. De venta en Costa Rica, hacemos envíos a todo el país. |

Sector de servicios: son las actividades dedicadas a producir servicios, o bienes no tangibles, orientados a satisfacer ciertas necesidades de la población. Entre estos se incluyen los servicios de alimentación (servicios para consumo inmediato), transporte, comunicaciones, servicios profesionales, de belleza, entretenimiento, alojamiento, entre otros.

| Nombre | Descripción del negocio |
|---|---|
| M.M. Empresa consultora en temas de mercadeo. | Somos una firma consultora que día a día, propone soluciones eficaces para las necesidades de sus aliados estratégicos. |
| J.V. Espacio de Coworking | <i>Coworking spaces</i> : espacios compartidos, individuales y salas de 4 a 24 personas. Internet de altísimo nivel con conexión simétrica y redundancia. Parqueo exclusivo para 25 vehículos |

3.4.2 Encuesta

En cuanto a la información de la encuesta ENAMEH 2018, esta fue procesada mediante el programa estadístico SPSS. La muestra identificada por la ENAMEH 2018 consta de 3198 microempresas, para lograr esta muestra se extrajo de una submuestra de la Enaho. Dentro de esta investigación se utilizó el dato por factor expandido, lo cual generó un N = 361404 agentes emprendedores encuestados. Se generó un cruce de variables tomando como base la motivación emprendedora.

La información tanto para la encuesta como la entrevista fue dividida entre los tres tipos de capital que se estudiaron, social, económico y cultural. Al concluir el proceso de recolección de la información, se generó una agrupación de la información para cada tipo de

capital con el fin de llenar los vacíos que cada instrumento dejaba y genera un complemento para el análisis.

3.5 Fuentes de Información

Las fuentes de información desde las cuales se trabajó corresponden a dos tipos diferentes, debido a que se utilizarán tanto fuentes primarias como secundarias. Ambas son utilizadas en momentos diferenciados. Las fuentes secundarias se utilizaron en un primer momento, debido a que son las que permiten construir una imagen sobre el contexto dentro del cual se mueve el agente emprendedor, dentro de este trabajo entendido como el campo del emprendimiento. En términos concretos de la presente investigación, mediante fuentes secundarias es que se va a construir el marco general tanto económico como sociopolítico dentro del cual surge y se mueve el emprendimiento. Al mismo tiempo que estas fuentes permitieron construir el campo del emprendimiento.

La fuente primaria con la que se trabajará es la base de datos de ENAMEH 2018. Estas fuentes permitieron nutrir tanto la primera parte del marco contextual y funcionar de partida para el análisis de los agentes emprendedores. Siendo los agentes emprendedores fuentes primarias que se utilizaron, cuya información fue recopilada mediante la entrevista en profundidad.

3.6 Descripción de técnicas e instrumentos

Por la naturaleza de la investigación y en coherencia con los apartados anteriormente planteados, las técnicas de recolección de información que se utilizaron fueron la encuesta y la entrevista en profundidad.

Si bien, la encuesta que se utilizó en la investigación no fue construida y aplicada por el investigador, conviene explicar los elementos y características que este instrumento aporta.

La encuesta tiene como característica la capacidad de recopilar una mayor cantidad de información a partir de las baterías de preguntas que se planteen (Bernal, 2010). La forma mediante la cual se entiende a la encuesta en esta investigación, corresponde con la presentada por Corbetta (2007). En donde se señala a la misma como un modo de obtener información preguntando a los agentes que son objeto de investigación; esto mediante un instrumento estandarizado que se pretende someter a un estudio de relaciones existentes (Corbetta, 2007). Entre las ventajas que se encuentran en el uso de la encuesta se pueden señalar, que permite un acceso más generalizado a miembros de una población y se evita un contacto “cara a cara” lo cual da mayor libertad a las personas encuestadas (Bernal, 2010). Se plantea así mismo una encuesta tanto con preguntas cerradas como abiertas.

Al mismo tiempo, como se mencionó anteriormente, se hizo uso de un esquema de trabajo mixto secuencial. La entrevista en profundidad es entendida desde un enfoque biográfico, esto es planteado desde Delgado y Gutiérrez (1999), como la capacidad que tiene el instrumento de reconstruir acciones pasadas. Esto implica el uso de una entrevista en profundidad con un esquema estructurado (Niño, 2011), desde la cual lo que se pretende conocer de manera más específica la trayectoria del agente emprendedor. La combinación de instrumentos permitió establecer una imagen de un momento específico apoyado en la encuesta, mientras que con la entrevista se lo que logró fue conocer actitudes hacia el futuro y como forma de comprender en un nivel más subjetivo la trayectoria de los agentes. En los anexos se adjunta el instrumento aplicado, así como la batería de preguntas de la ENAMEH 2018.

Capítulo 4: ¿Por qué emprender?

El propósito que tiene esta sección inicial es la de caracterizar los motivos que llevaron a que los agentes decidieran emprender como una forma de generar ingresos. Con el fin de lograr esto, se aplicaron cruces de variables a la encuesta ENAMEH 2018, manteniendo como variable dependiente a la motivación emprendedora. La cual para el sentido de la encuesta ENAMEH 2018, se divide en tres tipos: necesidad, oportunidad y tradición. Antes de abordar la discusión sobre los motivos de los agentes para emprender, es necesario realizar una interpretación descriptiva sobre algunos datos sociodemográficos que permiten caracterizar a los agentes.

4.1 Características de los agentes

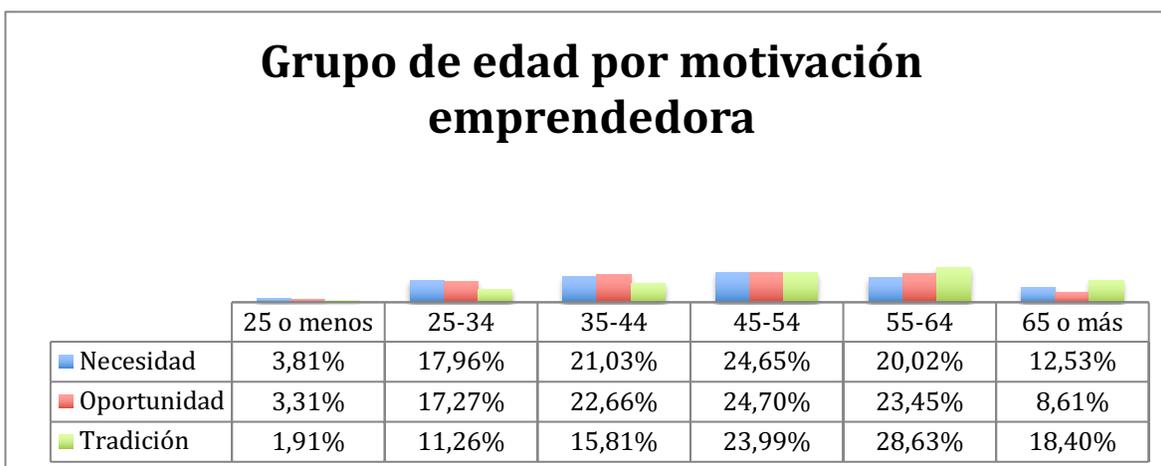


Gráfico 8: Grupo de edad por motivación emprendedora. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018.

En cuanto a los grupos de edad, se logra identificar un movimiento similar entre todos los tipos de motivación. Los grupos de 35 a 44 años, 45 a 54 años y 55 a 64 años son los grupos de edad en donde hay más agentes. Sin embargo, es un elemento interesante la mayor presencia de agentes emprendedores por oportunidad y por tradición con una presencia

mayor en el grupo de 55 a 64 años. Esta diferenciación podría estar dada por el acceso a recursos como el ahorro, experiencia o tiempo disponible.

En cuanto al sexo por grupo de edad, existe una diferenciación interesante, en donde las mujeres son mayoría entre el grupo menor a los 44 años. Elemento que cambia a partir de los 45 años, en donde los hombres tienen una mayor presencia. Para estos grupos la cantidad absoluta de mujeres es de 36317, mientras que los hombres 36717, lo cual resulta más llamativo si se tiene en cuenta que los hombres representan un 62,46% de la población total y las mujeres el 37,54%.

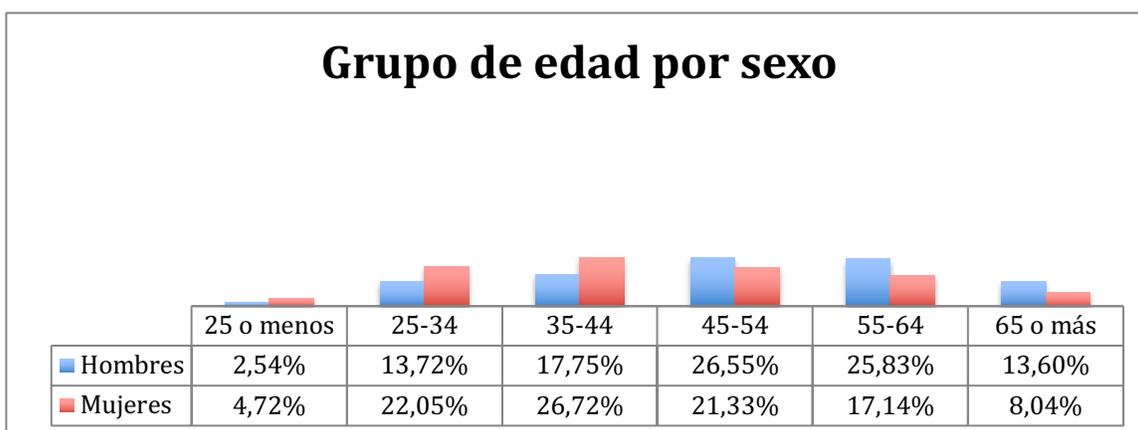


Gráfico 9: Grupo de edad por sexo. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018

Las diferencias entre hombres y mujeres se acentúan cuando se analiza la relación entre sexo y motivación emprendedora. Del total de la población de mujeres encuestadas, el 57,62% corresponde a la motivación por necesidad, mientras que para el mismo caso en los hombres es un 35,58%. Implicando una presencia del doble de hombres en la motivación por oportunidad.

| Razón para emprender por sexo | | | |
|--|---------------|--------------|---|
| ¿Cuál es la principal razón por la que inició este negocio/actividad? | Hombre | Mujer | % que representa la razón por la que se inició del total de la población |
| Tradición familiar/herencia | 10% | 2% | 12% |
| No encontró trabajo como asalariado(a) | 7% | 2% | 9% |
| No tenía trabajo | 7% | 4% | 11% |
| Complementar el ingreso familiar | 8% | 14% | 21% |
| Encontró una oportunidad en el mercado | 13% | 7% | 20% |
| Deseaba organizar su propia empresa/ser su propio jefe | 16% | 7% | 23% |
| Tener mayor flexibilidad horaria | 1% | 2% | 3% |
| Otra | 1% | 0% | 1% |
| Total | 62% | 38% | 100% |

Cuadro 3: Razón para emprender. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018

Estos datos reflejan un espacio interesante de abordar e importante de profundizar, indagando más sobre las condiciones diferenciadas en el acceso de capitales entre los hombres y las mujeres como agentes emprendedores. Una forma de analizar las condiciones diferenciadas entre los dos sexos, es si son analizados desde la razón para emprender. Analizarlo por esta vía permite entender los condicionantes iniciales a los que se expone un agente emprendedor y que además establecen las vías de ingreso al campo del emprendimiento. Las mujeres en su mayoría se encuentran en la categoría de “complementar el ingreso familiar”, como se ve en el Cuadro 3, el total de las personas que aseguraron pertenecer a esta razón, corresponde a emprendimientos por necesidad. El hecho de ser

emprendimientos por necesidad implica dentro del campo del emprendimiento una diferenciación en el acceso a ciertos beneficios institucionales.

Además de esto, en términos de la conformación de sus agentes emprendedores, esta motivación emprendedora suele tener mayor dificultad en el acceso a oportunidades. El tipo de emprendimiento está relacionado con las condiciones de la sociedad y en la distribución que hace de los capitales, siendo así una sociedad patriarcal una limitante para que las mujeres cuenten con mayor acceso a los recursos y a la distribución de los capitales.

Si se tiene en cuenta que en términos de la población total no existe una diferencia significativa entre la cantidad de hombres y la cantidad de mujeres, el Cuadro 3 genera interés sobre los grupos dentro de los cuales se ubican las mujeres. Dejando en evidencia la diferenciación dentro del campo del emprendimiento en cuanto al acceso a oportunidades. Como se analiza en los capítulos siguientes, las características que conforman la posibilidad de emprender por oportunidad, se ven limitados en una sociedad patriarcal para las mujeres. Siendo los grupos que representan emprendimientos por oportunidad, en su mayoría conformados por hombres.

Motivación emprendedora por sexo

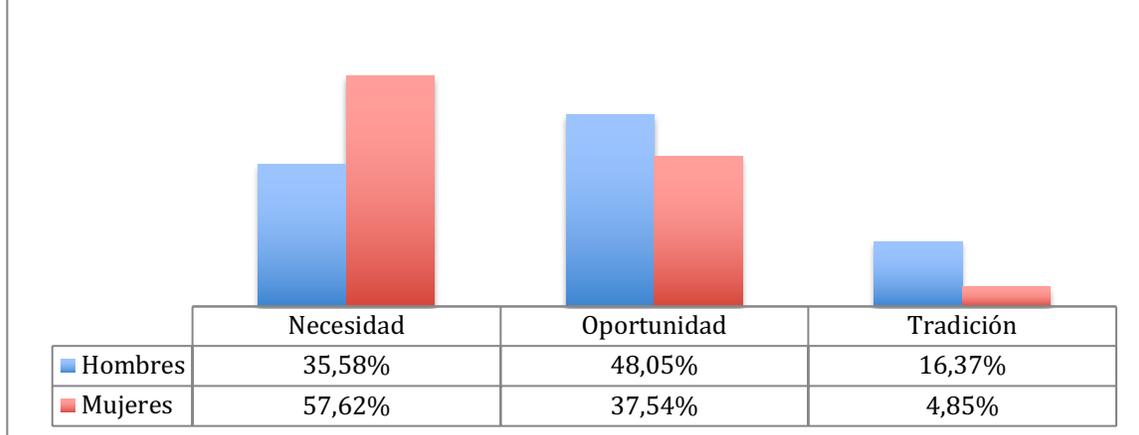


Gráfico 10: Motivación para emprender por sexo. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018

De acuerdo con los datos recopilados por INEC para la ENAMEH 2018, el 43,85% de los emprendimientos entrevistados corresponden a la categoría de necesidad, 44,1% a oportunidad y 12,04% a emprendimientos por tradición. Estos emprendimientos se distribuyen en distintos sectores económicos (ver Gráfico 12), los cuales es importante tener en cuenta, debido a que permiten apreciar ciertas diferencias entre los tipos motivación emprendedora.

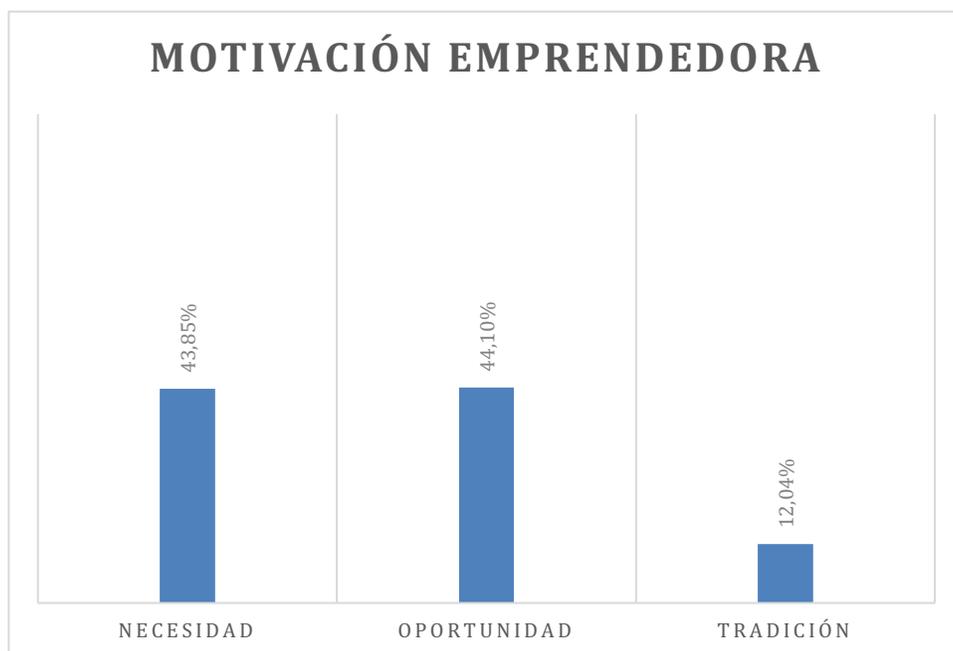


Gráfico 11: Motivación emprendedora. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018

En cuanto al sector agropecuario, la motivación que impera es la tradición, seguido de la motivación por necesidad. Sin embargo, es importante mencionar que este sector representa el 13,1% del total de la población. Además, como se analizará en el capítulo siguiente, es el sector que presenta los ingresos más bajos.

El sector industria representa un 25% de la población total, está en su mayoría conformado por la motivación por necesidad. En cuanto a los emprendimientos por tradición estos se mantienen en su mayoría entre el sector agropecuario y el industrial.

En cuanto al sector comercio, una mayoría de los emprendimientos son por oportunidad, hecho que se repite en el sector servicios. Siendo estos dos sectores los que generan mayores ingresos cuando se establece la relación sector e ingresos. En los emprendimientos por necesidad y oportunidad se puede apreciar que la mayoría se concentran en el sector servicios. Representando dentro del emprendimiento por necesidad un 39,99% y dentro del emprendimiento por oportunidad un 43,25%.

Lo anterior ya nos señala espacios de análisis sugerentes desde el planteamiento teórico de Pierre Bourdieu (2005 y 2013). En donde se puede apreciar la conformación del campo del emprendimiento y con la presencia capitales distintos para cada uno de los tipos de emprendimiento, señalando así características diferenciadas entre sus agentes. Los emprendimientos por oportunidad y por tradición implican una acumulación previa de capital económico, la cual genera una oportunidad cuando esta es combinada con el capital social y cultural del agente emprendedor. Estos dos tipos de emprendimientos responden a cómo el agente emprendedor es capaz de generar una reproducción de las condiciones que posee (Bourdieu, 2013). En este hecho radica la distinción con los emprendimientos por necesidad, debido a que si bien el habitus de los agentes puede guiarlos a una acción similar, esta acción no va acompañada de los mismos capitales. Empezar por tradición y oportunidad implica reproducir una acumulación de capitales o por medio de los capitales que poseen pueden apropiarse de una oportunidad, mientras que empezar por necesidad implica una acción para generar ingresos.

4.2 Actividad económica de los agentes

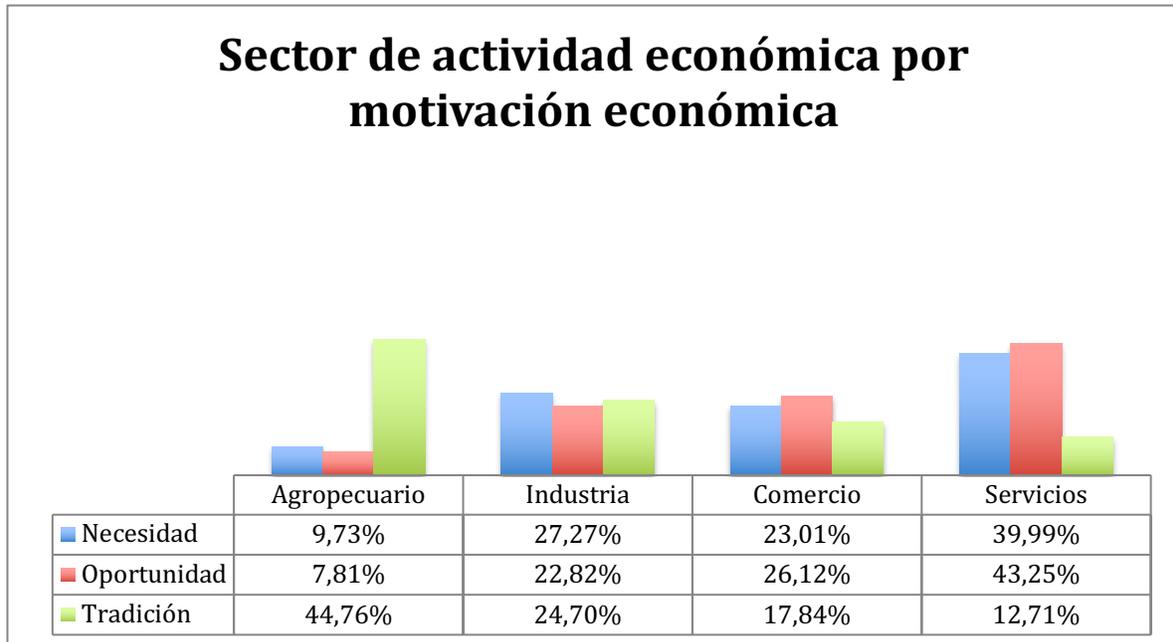


Gráfico 12: Sector de actividad económica por motivación emprendedora. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018.

Con la desagregación a ocho sectores (ver gráfico 14), se pueden analizar elementos más interesantes con respecto a las actividades que realizan los agentes emprendedores. Principalmente porque se apreciar de mejor manera en qué actividades se ubican las diferentes motivaciones. Este último elemento es vital para la construcción de la hipótesis del trabajo, identificando cómo las diferencias en el contexto social y trayectoria de los agentes se manifiestan en prácticas específicas y diferenciadas (Bourdieu, 2011). Un ejemplo de esto la rama de servicios técnicos-profesionales y otros servicios a personas, en donde hay una presencia mayor de la motivación por oportunidad. Se ahondará más en esta discusión en los siguientes capítulos del trabajo.

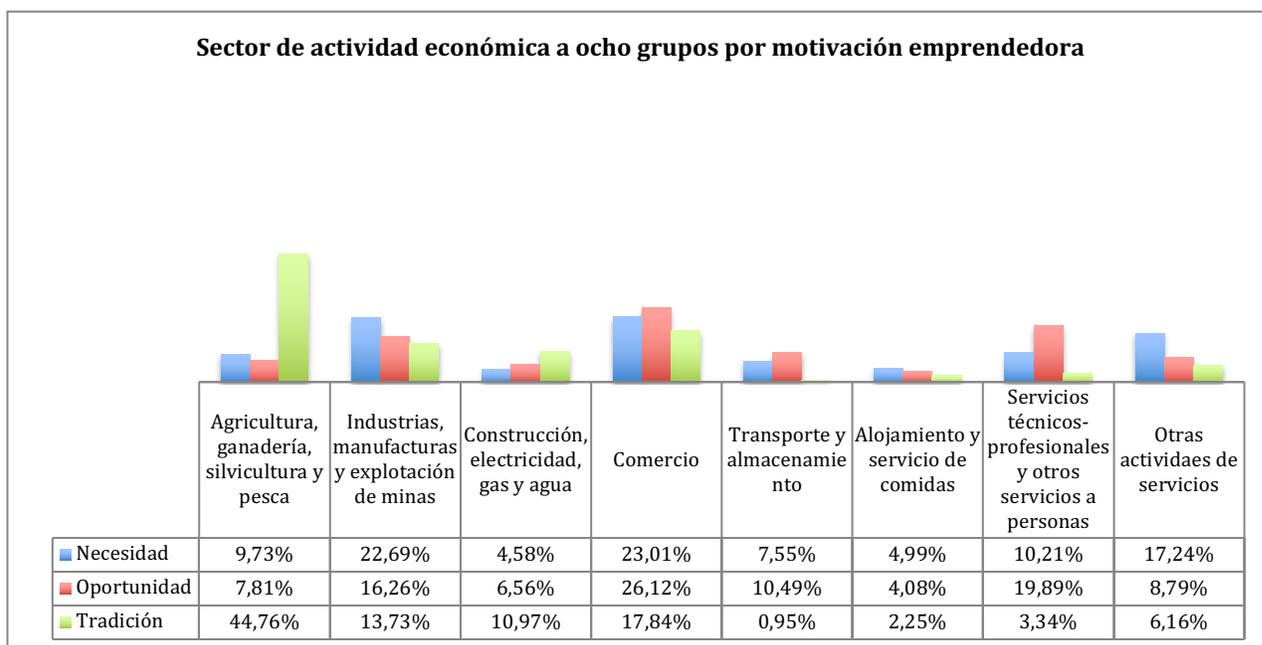


Gráfico 13: Sector de actividad económica a ocho grupos. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018

4.3 Motivaciones de los agentes

Las diferencias entre los motivos que llevan a los agentes a emprender se acentúan cuando se indaga sobre la razón que ellos mismos dan. Principalmente entre la motivación por necesidad y la motivación por oportunidad. Dentro de los datos de ENAMEH 2018, la tradición es colocada como una razón para emprender, entendiéndola como una herencia y reproducción de una actividad familiar previa. Implicando de esta manera para el agente emprendedor por tradición una dependencia de capital económico previo y una capitalización de la relación familiar como fuente de capital social. Inclusive se puede agregar la necesidad de capital cultural en tanto debe conocerse previamente lo que se hace en la actividad económica. Y es sobre este punto que la categoría de agencia desde Bourdieu es esencial para la comprensión de las motivaciones de los agentes.

Como se irá construyendo en los siguientes capítulos, el habitus es un concepto esencial desde Pierre Bourdieu, debido a que es entendido como un elemento que identifica las disposiciones que generan prácticas específicas, es decir acciones. Tomando en cuenta

los datos presentados en la sección de antecedentes, los cuales ubican al emprendimiento en un contexto socioeconómico específico, señalan la base de la existencia del emprendimiento como una forma de generar ingresos. Junto con los datos presentados en la problematización y los datos iniciales de este capítulo, se logra construir el campo del emprendimiento. En donde se tiene definido un espacio en el que operan tanto fuerzas económicas, sociales y políticas que median las relaciones entre los agentes en ese espacio específico (Wacquant y Bourdieu, 2005). De esta manera, el campo del emprendimiento quedaría delineado a partir de condiciones macroeconómicas que lo convierten en una salida para generar ingresos, a la vez que existe una presencia de lineamientos políticos que enmarcan a la actividad económica y que la potencian.

Aunado a lo anterior, hay que agregar las razones que definen que un agente entre a este campo ya delineado económica y políticamente. Entre las cuales están, la tradición o herencia, no encontrar un trabajo, no tener trabajo, usar el emprendimiento como un complemento del ingreso familiar, encontrar una oportunidad económica en el mercado, deseos de ser su propio jefe, tener una empresa propia, mayor flexibilidad horaria, entre otros. Esto permite agrupar a los agentes emprendedores dentro de un mismo campo de acción, permitiendo así un análisis situado de las acciones y estrategias que los agentes ejecutan en el campo del emprendimiento, además de la diferencia entre las acciones que realizan dependiendo de la conformación de sus capitales. Iniciando en este caso con la motivación que los lleva a emprender, siendo esta la acción principal a analizar en esta sección.

Entendiendo así que el motivo para emprender está mediado por el contexto social en el que se ubica el agente, es una decisión mediada. Siendo la acción una posibilidad de hacer dentro de un campo, ante condiciones específicas de lo social (Bourdieu, 2011). La decisión de emprender que parece una decisión aislada y sin contexto, más bien responde a

condiciones específicas de lo social y a una acción del agente dentro de ese campo específico. Los datos de ENAMEH 2018 y las entrevistas, dan sustento a cómo las estrategias dentro del campo del emprendimiento son diferentes dependiendo del contexto social que tenga el agente emprendedor, elemento que se ve reflejado en el siguiente apartado.

En cuanto a la motivación por necesidad, las razones se concentran en tener mayor flexibilidad horaria, no encontró trabajo como asalariado, no tenía trabajo y complementar el ingreso familiar. En cuanto a la flexibilidad horaria este motivo representa un 4,66%. El motivo de no encontrar trabajo representa un 21,23% y es la tercera razón en importancia dentro de la motivación por necesidad. No tener trabajo representó un 25,12%. Siendo así complementar el ingreso familiar es la que impera en la motivación por necesidad, además de ser la segunda en importancia de la población total con un 48,98%.

Ubicando de esta manera que para el caso de los agentes emprendedores por necesidad, su motivación se encuentra principalmente asociada a temas laborales y de generación de ingresos. Su acción de emprender está mediada por un contexto de falta de oportunidades laborales. El aumento en el desempleo que ronda el 12,4% y la informalidad que se ubica cercana al 46% (ECE, 2019), le dan más sentido a que se busque una forma alternativa de generar ingresos, siendo el emprender su estrategia desde los términos bourdieusanos.

La motivación por oportunidad se centra en dos elementos. El primero es haber encontrado una oportunidad en el mercado y el segundo es la posibilidad de organizar su propia empresa y ser su propio jefe⁹. La razón principal que dan los agentes por motivación de oportunidad es que deseaba ser su propio jefe u organizar su propia empresa, siendo un

⁹ Además se contempla la opción de otra razón, sin embargo en ENAMEH 2018 no se especifica cuál podría ser.

52,86% de la población total. Por otro lado, un 44,35% señaló que encontró una oportunidad en el mercado.

Continuando con el análisis sobre la estrategia del agente emprendedor para actuar dentro del campo del emprendimiento, el enfoque desde este tipo de motivación cambia. La estrategia se centra en cómo capitalizar las herramientas que se poseen, cómo se reproduce y se aprovechan los capitales acumulados (Bourdieu, 2013).

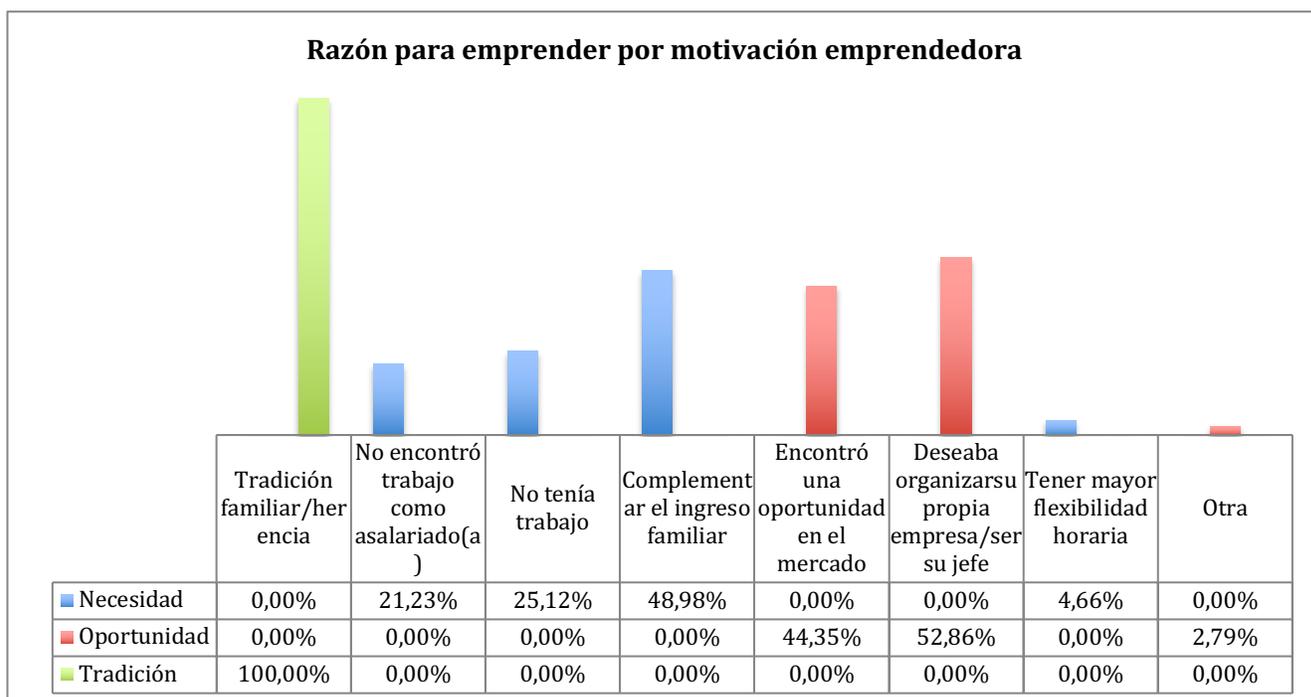


Gráfico 14: Razón para emprender por motivación emprendedora. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018

4.4 Percepción de los agentes sobre sí mismos

Como forma de identificar la manera en la que los mismos agentes se ven a sí mismos, en la entrevista aplicada se les consultó por características que consideran esenciales para emprender. Esto es relevante porque permite identificar la manifestación de una estructura incorporada y cómo se manifiesta en prácticas específicas (Bourdieu, 2006). Entre los principales elementos que se mencionan como esenciales para un agente emprendedor, es que sea capaz de arriesgarse, de perseverar, además que el emprendimiento nace como una

autorealización, más que como la búsqueda de un ingreso (G.F, entrevista, 23 de octubre de 2019 y M.M, entrevista, 31 de mayo del 2019).

Para el caso de estos agentes emprendedores y por como se expresan, el hecho de emprender es una actitud. Lo manifestado por estos agentes emprendedores se acerca a lo planteado por McClelland (1989), quien señala que el emprender es una necesidad de tener logros que poseen algunos agentes, elemento que responde a las condiciones de agentes emprendedores por oportunidad, quienes en emprender encuentran una satisfacción más allá de lo material. Sin embargo, esta posición anula el contexto desde el cual se emprende y elimina la experiencia de quienes buscan emprender como una forma de generar ingresos. Y que si bien, los agentes plantean esos elementos como esenciales para un agente emprendedor, señalan lo que motivó el emprendimiento. El cual para el caso de M.M y su consultora proviene de no encontrar un empleo en el que pudiera auto-realizarse y encontrar que las opciones laborales eran restrictivas (M.M., entrevista, 31 de mayo del 2019).

“La idea de emprender... es una necesidad... que también... más que una necesidad económica fue una necesidad de autorealización. En periodismo, los medios tradicionales y también los digitales en Costa Rica, están pasando por una crisis de modelo de negocios, no solo me refiero a que ya la gente no compra papel o que ya la gente no ve tele o no escucha radio. Si no a que hay muchísimas personas en las salas de redacción y en las empresas periodísticas que no saben tomar decisiones porque no entienden de finanzas o que no saben tomar decisiones porque no entienden de periodismo. Entonces estas son empresas que están siendo dirigidas por personas que no son las adecuadas, eso causa cualquier cantidad de despidos, cualquier cantidad de ineficiencia en las empresas o delegan ciertas decisiones a mandos medios o en general les da miedo invertir en cosas porque creen que las proyecciones financieras van a ser terribles, no tienen como este chip empresario de que a veces uno tiene que invertir ya para generar ganancias en corto plazo. Eso al contrario, toda inversión la ven como una pérdida y ya” (M.M., entrevista, 31 de mayo del 2019).

Hecho similar se manifiesta en el caso de G.F. quien tuvo como motivación para emprender el hecho de no conseguir un empleo. Laboró inicialmente en un call center, G.F. señala que su idea inicial era la de poner un negocio de hongos, sin embargo por suerte - como lo llama ella- terminó siendo un negocio de lácteos de cabras; las cuales inicialmente estaban en el terreno para consumir desechos (G.F., entrevista, 23 de octubre del 2019).

En ambos relatos -M.M y G.F- existe una anulación propia del contexto desde el cual se emprende. Si bien en ambos casos, son personas con un capital cultural que les permitió desarrollar su negocio, la razón principal por la que inician no es una oportunidad o una reproducción de una acumulación previa.

En el caso de M.M. la crítica al modelo de negocios de empresas de comunicación, responde a condicionantes macroeconómicos que generan una menor tasa de contratación y de espacio para figuras jóvenes. El motivo de su acción de emprender es generar ingresos y una vez en el campo aprovechar sus capitales. Lo mismo sucede con G.F. quien emprendió debido a que no tenía empleo y necesitaba generar ingresos. En ambos casos, la motivación fue generar ingresos al no tener empleo y en ambos casos fue aprovechar el capital cultural para generar negocios con un valor agregado. La trayectoria educativa (Bourdieu, 2005) de ambos agentes es lo que hizo posible su estrategia para emprender, sin embargo dentro del campo general del emprendimiento, se ubican como emprendimiento por necesidad por la motivación inicial.

Se presentan casos en donde la motivación no estuvo asociada a una necesidad directa de generar ingresos, si no que como algunas de las personas entrevistadas, fue una oportunidad que vieron en el mercado.

“Nosotros hicimos un viaje juntos a Europa y después del viaje, bueno allá vimos un montón de cosas chivas y pensamos que en Costa Rica no hay ninguna tienda que ofrezca o que diseñe todas las cosas que uno necesitaría para viajar. Entonces bueno, pensamos en el emprendimiento, casi que en una mañana ahí desayunando y a los 3 días ya teníamos el nombre, la marca, el logo y abiertas las redes sociales. Que aquí es una de las cosas importantes que me parece clave. Y es que mucha gente cuando quiere emprender tal vez lo piensa mucho y dice que va a ver cuáles pueden ser los proveedores y voy a ver cuáles son los canales de venta y ciertas cosas que si bien son importantes, al final de cuentas, si usted tiene una buena idea y un público meta que va a consumir su producto y servicio, la verdad, mándese. Lo que uno pierde es muy poco y lo que puede ganar es muchísimo.” (A.V., entrevista, 18 de noviembre del 2019).

Otro caso similar es el de F.R., quien tiene un emprendimiento que se especializa en la fabricación de bicicletas eléctricas.

“Ok, bueno yo... la idea empezó cuando estaba en el colegio, más o menos como en noveno, ya en los últimos años del colegio. Bueno aparte de que siempre me ha gustado el tema de vehículos eléctricos y medio ambiente. Me entró la idea de dar una solución a la gente para que pudiera transportarse como una forma rápida, o sea eficiente, pero ecológica a la vez. Entonces di, busqué opciones y en ese tiempo me gustaba mucho andar en bici -aún me gusta-. Decidí que algún día sería una buena idea, pues tener una empresa de vehículos eléctricos empezando por bicicletas.” (F.R., entrevista, 12 de noviembre del 2019).

Estos elementos permiten establecer que el campo del emprendimiento es diverso. Se aprecia una diferencia notable entre la motivación emprendedora por necesidad y por oportunidad, en el sentido que cuando la motivación es por oportunidad, median elementos como la búsqueda de autonomía, la capacidad de asumir riesgos, demostrarse que es capaz de ser su propio jefe y que sea un negocio rentable. Mientras que cuando se analiza a partir

de los datos presentados el caso de la motivación por necesidad, son condicionantes externos los que llevan a la toma de decisión de emprender; asociados a elementos económicos de generación de ingresos.

Como forma de cerrar este apartado, es necesario establecer una discusión sobre la agencia, debido a que como se apreció existe espacio para que el agente actúe dentro de las posibilidades de una estructura. Desde Bourdieu (2011) se entiende a la agencia como la capacidad de hacer cuando existe una interrelación de elementos, generar una acción bajo condiciones específicas. El hecho que un agente emprendedor identifique una oportunidad es ejercer su agencia, porque además involucra poner en acción todos los capitales que posee. La estrategia de M.M. de iniciar su propia consultora, responde a una acción ejecutada en contraposición a la tasa de desempleo y a la puesta en acción de su capital cultural. El caso de A.V. y F.R. demuestran la capacidad de los agentes de pensar ideas novedosas dentro de la estructura. La agencia dentro del campo del emprendimiento se constituye entonces como esa capacidad de hacer a pesar de los condicionantes estructurales, a la vez que es la capacidad de reproducir y generar nuevas oportunidades.

Estableciendo de esta manera la presencia de agentes diferenciados dentro de un mismo campo, siendo así relevante abordar los capitales –económico, social y cultural- que poseen los agentes, en tanto ahí se pueden encontrar elementos que definen las estrategias que los agentes desarrollan dentro del campo del emprendimiento y que finalmente definen el tipo de emprendimiento que realizan.

Capítulo 5: ¿Qué conforma a un agente emprendedor?

En este capítulo se identifican los diferentes tipos de capitales que poseen los agentes, esto enfocándose en el capital social, económico y cultural.

En el social lo que se busca es identificar la red de apoyo del agente. Esto se realiza mediante la identificación de pertenencia a organizaciones y lo que estas le aportan. A estos elementos se agrega personas que tuvieron un impacto en el desarrollo del emprendimiento. Para esto último, se utilizan los datos recopilados en la entrevista aplicada. Este apartado se reforzará con ENAMEH 2018, específicamente con la sección de apoyo institucional, solicitud y el tipo de apoyo.

En cuanto al capital económico, se busca identificar el acceso que financió el inicio del emprendimiento y las condiciones económicas que posee el agente. Para lograr esto se aplicó la entrevista enfocándose en el proceso que ha tenido la persona en su proceso de acceso al financiamiento – de dónde viene el dinero-, la experiencia en la solicitud de créditos y condiciones del emprendimiento.

En el capital cultural, se busca identificar la forma en que la trayectoria laboral y la educación de la persona influyen el emprendimiento que realiza; así como abordar el tema de las capacitaciones, tiempo invertido y trayectoria de la familia.

5.1 Capital Social

El capital social en el presente trabajo se identifica a partir de la construcción de la red de apoyo del agente emprendedor. Desde Bourdieu (2001) se entiende al capital social como el total de recursos potenciales o actuales que posee el agente. Estos recursos se asocian a la posesión de una red duradera de relaciones, la totalidad de recursos basados en la pertenencia a un grupo (Bourdieu, 2001).

5.1.2 Red de apoyo de los agentes

Para la identificación de esta red de apoyo de los agentes emprendedores, se utilizan como indicadores la pertenencia a organizaciones, el apoyo de instituciones y personas que han tenido un impacto en el negocio. En cuanto a las instituciones, se logra su identificación por medio de ENAMEH 2018, en donde se visualiza si el agente está inscrito en una institución y el apoyo que ha recibido. Estos elementos se profundizan por medio de las entrevistas aplicadas.

Bajo el concepto de capital social de Bourdieu (2001), lo que se puede identificar es el hecho de que para un agente entre más cercanía y contacto tenga con instituciones, mayores oportunidades va a tener. Tal y como lo mencionó G.F., en donde señaló que el apoyo de instituciones –en su caso el Ministerio de Economía, Industria y Comercio y la Universidad Estatal a Distancia- le ha traído el beneficio de acceso a capacitaciones y ofertas que de otro modo no tendría acceso, por ejemplo la posibilidad de establecer redes de agentes emprendedores (G.F., entrevista, 23 de octubre de 2019).

A pesar de que se reconoce ese beneficio de contar con una red de apoyo institucional, a partir del análisis de ENAMEH 2018, se detecta que existe una relación desigual entre las instituciones y los tipos de emprendimiento. Se detecta así que el 64,51% de los emprendimientos por oportunidad están inscritos ante alguna institución gubernamental, mientras que solo un 32,06% de los emprendimientos por necesidad se encuentran inscritos.

Este último hallazgo abre otro espacio de discusión sobre la informalidad a la que se exponen los agentes emprendedores por necesidad, mas si se establece la relación con la motivación emprendedora señalada en el capítulo anterior y el contexto en el que se inscribe el campo del emprendimiento.

La informalidad persigue al agente en todo momento. A pesar de su capacidad de agencia y de toma de decisiones, como bien lo señala Bourdieu (2011), no se puede huir enteramente de las ataduras estructurales. La informalidad se reproduce en otros espacios, en este caso el emprendimiento. Ejemplo de esto es el caso de M.M. quien no tiene su empresa inscrita ante ninguna institución y opera desde la informalidad (M.M., entrevista, 31 de mayo del 2019). Caso totalmente contrapuesto al de J.V. quien como se analizará más adelante, tenía capital económico que le permitió capitalizar ese apoyo institucional tras pagarle a abogados para que se encargaran de los trámites . (J.V., entrevista, 19 de noviembre de 2019).

5.1.2.1 Apoyo institucional

De acuerdo con el gráfico 16 se puede apreciar la manera en la que los emprendimientos por oportunidad logran casi el doble de capitalización del apoyo institucional. Este elemento les abre mayores de acceso a ferias de emprendimiento, acceso a mayor financiamiento y, en general, a una mayor red de contactos, como se identificará con la exposición de la información de las entrevistas.

Otro elemento a rescatar de la información del gráfico 16 es el hecho de que se puede argumentar que los emprendimientos por tradición, al implicar una acumulación previa y siendo reproducción de la misma, corresponden a una desagregación de los emprendimientos por oportunidad. La diferencia entre los capitales de los agentes permiten acceder a condiciones distintas desde su emprendimiento.

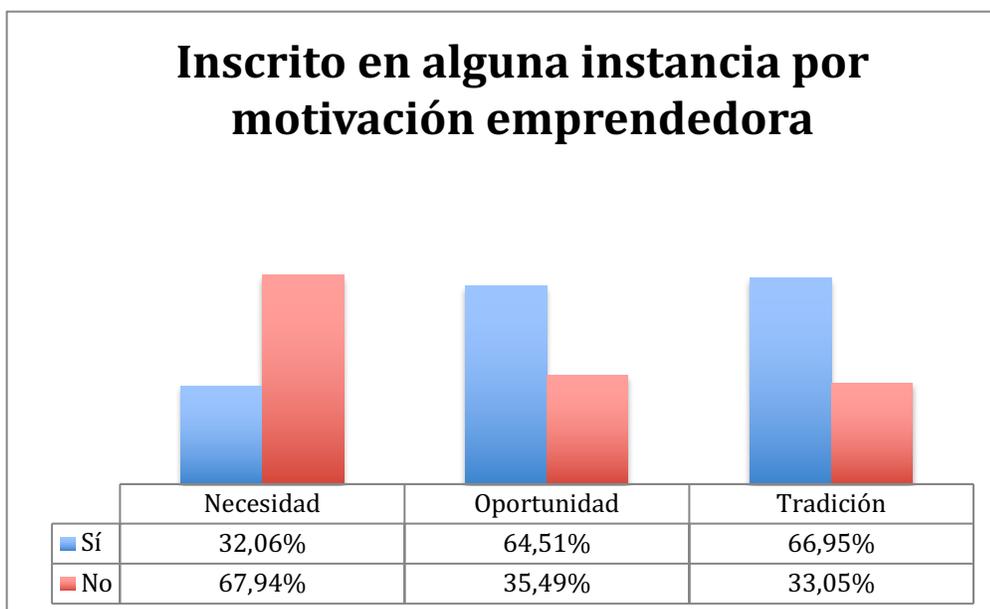


Gráfico 15: Inscrito en alguna instancia por motivación emprendedora. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018

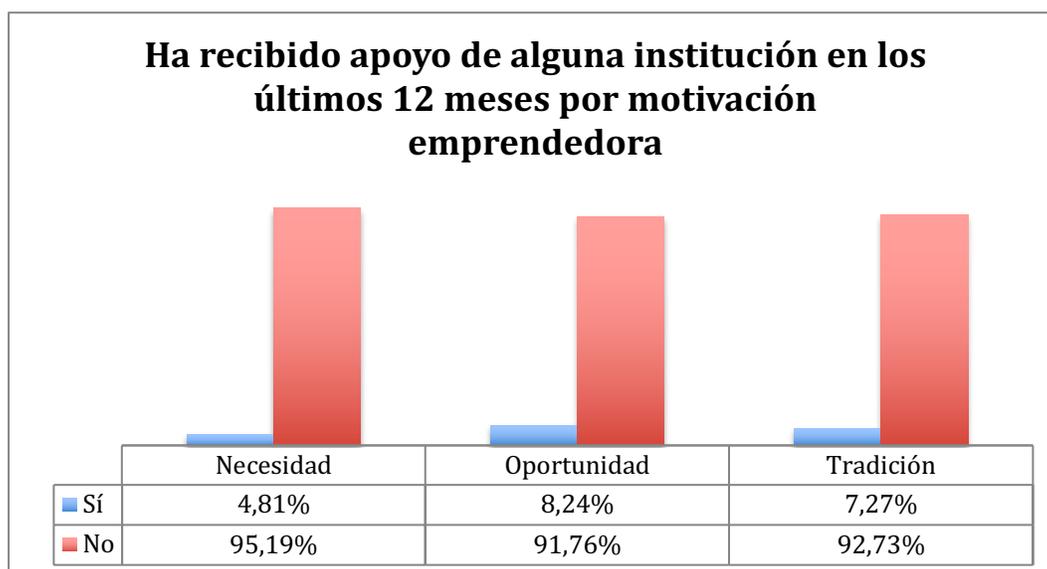


Gráfico 16: Ha recibido apoyo de alguna institución en los últimos 12 meses por motivación emprendedora. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018

Otro elemento que sustenta la identificación de la red de apoyo a partir de las relaciones cercanas de los agentes emprendedores es el hecho de que la ayuda por parte de las instituciones es mínima. Como se puede apreciar en el gráfico 17, sólo un 8,24% de los emprendimientos por oportunidad recibieron apoyo de alguna institución en los últimos 12

meses. Dato que resulta esclarecedor sobre la relación entre las instituciones y los agentes emprendedores, si tenemos en cuenta que el 64,51% de los agente emprendedores por oportunidad afirmaron estar inscritos ante alguna instancia. Este dato disminuye cuando se analizan los emprendimientos por necesidad, donde solo el 4,81% recibieron apoyo de alguna institución.

En relación a este mismo punto, si se observa con mayor detalle el gráfico 17, resalta el hecho que tanto el emprendimiento por oportunidad como por tradición, tiene una capitalización de apoyos de casi el doble de lo que tienen los emprendimientos por necesidad. Es un escenario dentro de la lucha en el campo del emprendimiento en el que los agentes por oportunidad y por tradición logran mediante sus capitales obtener una ventaja sobre los agentes por necesidad. Las condiciones de capitales previos a emprender, marcan una distancia en cuanto al acceso a apoyo por parte de instituciones. Teniendo esto en cuenta, se rechaza la idea de que la motivación de emprender es suficiente para hacer que un negocio sea exitoso.

En cuanto a las entrevistas aplicadas, hay situaciones diversas en relación al apoyo de las instituciones, las cuales se acoplan al tipo de emprendimiento que se tiene. Para el caso de G.R. sí ha contado con un apoyo mayor por parte de las instituciones.

“Sí hubo apoyo, lo que pasa es que se ignora al principio cómo llegar a esas instituciones, cómo lograr acceder a la información. Entonces qué sucede, empieza uno a hacer algo y empieza uno a, como le enseñan a uno... bueno yo me especializo en la parte de mercadeo y entonces es vacilón porque los emprendimientos empiezan creando su logo antes de saber si lo que van a vender tiene demanda o no. Eso suele suceder con los emprendimientos y en el caso nuestro pasó igual. Quiero hacer algo que genere ingresos, que me ayude a aportar ingresos al hogar y así empezó mi hermana. Entonces, siempre hay como ese sin sabor de por qué no o cómo informarse uno. Pero obviamente las instituciones del Estado no saben quien

quiere ser, desarrollar un emprendimiento pero creo que la información falta mayor divulgación. Una vez que mi hermana empezó a conocer, ya se fue acercando a las instituciones. Apoyo directo de las instituciones... yo diría que una de las principales instituciones de las que puedo decir que puedo nombrar de primera es el INA en el tema... porque el INA es el que le ayuda a uno en la parte técnica de qué es lo que quiero hacer, en la parte de capacitaciones y demás. El MEIC es una entidad que está ahí, para mí es un poco invisible pero está ahí. Si uno llega, pero por eso, si yo no sé que voy a ir a buscar ahí, me parece que ellos no se promocionan. Tal vez en el evento anual que hacen, que es en el que yo asistí, que ya uno conoce muy bien. Pero básicamente la labor de ellos es certificarlo PYME, cumplir con los requisitos y que lo certifiquen a uno PYME. El MAG que nosotros tenemos mucha relación, es otra institución muy ausente diría yo, incluso aquí en la Región Brunca en la oficina que tenemos, o sea uno se acerca, hoy día que yo soy la que me encargo de toda esa parte de estar buscando enlaces y alianzas y todo lo demás, es mínimo el aporte. Por supuesto, en el tema de supervisión sí, en el Ministerio de Salud igual. Nosotros sí estamos cumpliendo con todo lo que se requiere a nivel de patentes, permisos, en el caso con el MAG como trabajamos con leche, necesitamos un CBO que tiene que ver con SENASA. Todas las auditorías y todo sí, ellos cumplen perfectamente con eso pero a raíz de que uno pueda solicitar ayuda es bastante limitada, diría yo.” (G.R., entrevista, 9 de noviembre de 2019).

De igual manera es el caso de A.V. quien señala que en un principio no buscaron ese apoyo, pero que luego de la certificación como PYME encontraron beneficios. Siempre dejando claro que la cercanía con las instituciones no es tanta.

“Tampoco tan alejados, pero igual como otra gente no sabía que iba a crecer, nosotros tampoco. Nosotros por supuesto dice que ojalá que esto crezca, pero puede ser algo de un año o de un día, nosotros no consideramos un financiamiento o algo así. Porque en ese momento digamos que no lo necesitábamos y no sabíamos para donde iba la cosa. Sin embargo ya más adelante, diay, nosotros nos inscribimos como PYME, ya oficializamos todas las cosas de la marca. Con el Ministerio de

Economía ellos dan cursos y nosotros hemos asistido a varios, con la ayuda del INA fuimos a la Expopyme, que bueno dí, es la feria más grande que hay en el país de emprendimiento. Y estuvo muy bien. Pero apoyo estatal ha sido eso, ferias y alguno que otro curso y hasta ahí. Bueno y los beneficios que recibe uno como marca cuando es PYME, que se ahorra algunos pagos.” (A.V., entrevista, 18 de noviembre del 2019).

Sin embargo, hay que considerar que un emprendimiento en su etapa inicial en términos generales no es sujeto de crédito y por la naturaleza del surgimiento de los emprendimientos, en su mayoría operan desde la informalidad.

Teniendo en cuenta la diferencia que puede existir entre agentes que emprenden por necesidad y quienes emprenden por oportunidad o por tradición. Los segundos cuentan con una acumulación previa de diversos capitales que les permite desenvolverse de forma más sencilla en este campo. Desde la perspectiva de J.V., las instituciones son una traba para el funcionamiento de un emprendimiento, a pesar de esto J.V. tenía tanto un capital cultural que le permitía conocer sobre el funcionamiento del mundo financiero y capital económico que le permitió capitalizar ese apoyo institucional y formalizar su emprendimiento. La forma de manifestación del habitus de cada agente en la toma de decisiones, devela posibilidades distintas dependiendo de la trayectoria, contexto y capitales que tiene o no el agente.

“No al revés, en algún momento me di cuenta que estaba dedicando muchísimo tiempo a los permisos y que no estaba culminando mi proyecto ni saliendo a venderlo y entonces me gasté un poco de plata en abogados a los que básicamente les dije “Vean, necesito patente, necesito permiso del Ministerio de Salud, necesito la Caja, necesito esto, inscribame en todo eso”. Al final, me gasté un montón de plata en eso, todos esos permisos para que me dejaran operar. Qué yo sé que existe el Sistema Banca para el Desarrollo, sí, sin embargo diversas consultas informales que hice me llevan a la conclusión de que no soy sujeto

crédito, porque es una empresa nueva, porque no tengo ninguna experiencia, porque es una industria no tradicional, no conocida, que no debe estar descrita en uno de los tantos ítemes de estos programas. Y al final, a ver, llego al convencimiento, puedo estar equivocado, es mi convencimiento o conclusión, más o menos similar a lo que te decía, ¿por qué le pague a los abogados para que me hicieran todo el trabajo de los permisos? Porque mi decisión como empresario es hacer crecer a la empresa, no dedicarme a lo administrativo porque sino no hubiera inaugurado en agosto (2019), si yo no hubiera pagado legalmente -pagado no significa que hice ningún chulo-, si yo no hubiera pagado a los abogados para que ellos se encargaran de todo eso, capaz que todavía seguiría haciendo trámites.” (J.V., entrevista, 19 de noviembre de 2019).

5.1.2.2 ¿Dónde está el apoyo que reciben los agentes?

Estos datos lleva a considerar que la red de apoyo de los agentes emprendedores se encuentra en otro espacio social, alejado de la institucionalidad gubernamental. Es por ello que se recurre a las entrevistas semiestructuradas con el fin de conocer como estos agentes emprendedores conforman sus redes de apoyo y los beneficios que las mismas aportan al desarrollo de sus negocios.

Al realizarse la consulta sobre las personas de las cuáles recibieron apoyo, no hubo duda en ninguno de los casos de mencionar a sus parejas, familiares o amistades cercanas. Caso contrario a la pregunta sobre las instituciones (ver cuadro 4).

| Persona entrevistada | ¿De cuáles personas recibió apoyo? | ¿Cuál fue el aporte específico? |
|--|--|---|
| G.F. Empresa: Lácteos de cabra | Familia y su pareja | La familia aportó un terreno para iniciar su emprendimiento. |
| J.V. Empresa: Espacio de coworking | Esposa, Red de compañeros del colegios y universidad, amigos cercanos. | Apoyo psicológico, apoyo para dar a conocer el negocio y en ciertos casos dinero. |
| M.C. Empresa: Productos de bambú | Apoyo de la familia | Aceptación de sus ideas de negocio, guía en los negocios |
| A.V. Empresa: Artículos para viajeros | Novia (también es su socia), familia cercana | Apoyo financiero y logístico |
| G.R. Empresa: Productos lácteos | Familia | Apoyo económico, logístico y aporte de una propiedad |
| F.R. Empresa: Bicicletas eléctricas | Familia | Cuenta con familia en Bélgica que le aportó conocimiento y apoyo en la importación. Apoyo psicológico de su madre y apoyo financiero de su padrastro. |
| M.M. Empresa: Consultora | Su socio y amistades que le colaboran | Apoyo operativo y emocional |

Cuadro 4: Apoyo de personas al negocio. Elaboración propia con base en las entrevistas aplicadas.

El cuadro 4 deja claro el hecho de que el primer grupo de apoyo y donde se centra el capital social de los agentes emprendedores está en su grupo más cercano. Son quienes aportan las necesidades inmediatas para que el negocio pueda surgir y este elemento es transversal al tipo de emprendimiento. Como menciona Bourdieu (2001), entre mayor cercanía se tenga a las instituciones mayores oportunidades se tienen. El hecho es que esta cercanía está mediada por elementos estructurales que se reproducen a lo interno del campo del emprendimiento. Este elemento marca una distancia entre los emprendimientos, debido a la informalidad y costos que tiene lograr inscribirse ante alguna instancia.

Así se manifiesta el habitus de los agentes, marcando una diferencia entre sus acciones y su comportamiento en cuanto las instituciones. El habitus difiere en cuanto visión del agente sobre la situación, el caso de J.V. que ve el apoyo de instituciones como una traba, el caso de M.M. que mantiene la informalidad porque le es rentable, el caso de A.V., G.R. y G.F, quienes identifican beneficios al estar inscritos ante estas instituciones y el caso de F.R. y M.C. quienes no es algo que consideran necesario para su negocio.

El habitus marca las cosas por hacer, la estrategia (Bourdieu, 2010) y sin importar el tipo de emprendimiento, el agente busca capitalizar los beneficios del capital social. Bien por medio de su círculo cercano o bien por el apoyo de instituciones.

El cómo logra el agente esa capitalización está mediada por su capacidad de agencia, contexto estructural y los capitales que posee previamente (Bourdieu, 2011). Por ello, J.V. toma la decisión de pagar abogados para que se encarguen del proceso. Mientras que G.F. se acercó a instituciones académicas y para A.V. y G.R. el camino se dio por la vía de la participación de ferias y formalización de sus negocios.

Inclusive, la diferencia entre los tipos de emprendimientos y los capitales de los agentes quedan diferenciados en los apoyos que reciben de su círculo cercano. Esta es otra manera de marcar distancias dentro del campo del emprendimiento y que el mismo Bourdieu (2011) señala, el capital social se potencia en tanto esa red genere beneficios, no es simplemente contar con una red amplia. El capital social analizado desde el círculo cercano de acuerdo con el cuadro 3, aporta apoyo emocional y psicológico. Mientras que en el caso de otros agentes, ese capital social se materializa en la obtención de terrenos, apoyo financiero o conocimiento. Las acciones que ejecuta el agente están mediadas por su capitalización previa de capital y por la manifestación de su habitus a la hora de elegir cómo actuar.

5.2 Capital Económico

El capital económico es esencial para el análisis de un emprendimiento, principalmente porque es el que permite dar inicio al negocio. Cuando se analiza el capital económico desde Bourdieu (2001), este es identificado como el capital que tiene forma directa e inmediatamente convertible en dinero.

Dentro de este trabajo, se busca identificar la forma en la que se financia el emprendimiento y cuáles son las condiciones económicas del mismo. Para lograr dicho acercamiento se utilizan como indicadores la experiencia en la solicitud de créditos, la tenencia o no de un local, el uso de tecnología (computadora, internet, celulares, tabletas, etc) y la cantidad de colaboradores con los que cuenta el negocio. En cuanto al tratamiento más cualitativo de este concepto, se da un acercamiento mediante la entrevista en la cual se indaga sobre la procedencia de los recursos que financian el inicio del emprendimiento y la situación económica previa del agente emprendedor.

5.2.1 Experiencia en la solicitud de créditos

La solicitud de créditos es uno de los elementos clave en la construcción de un emprendimiento que se mantenga en el tiempo, es por ello que es un factor diferenciador entre las condiciones de los emprendimientos. Lo planteado anteriormente salta a la vista con los datos de ENAMEH 2018, debido a que de 62641 agentes emprendedores que en los últimos 12 meses hicieron la solicitud de un préstamo, el 56,03% corresponden a agentes emprendedores por oportunidad. Además que se identifica a la banca pública como la que más crédito aporta a esta población, representando un 44,06%.

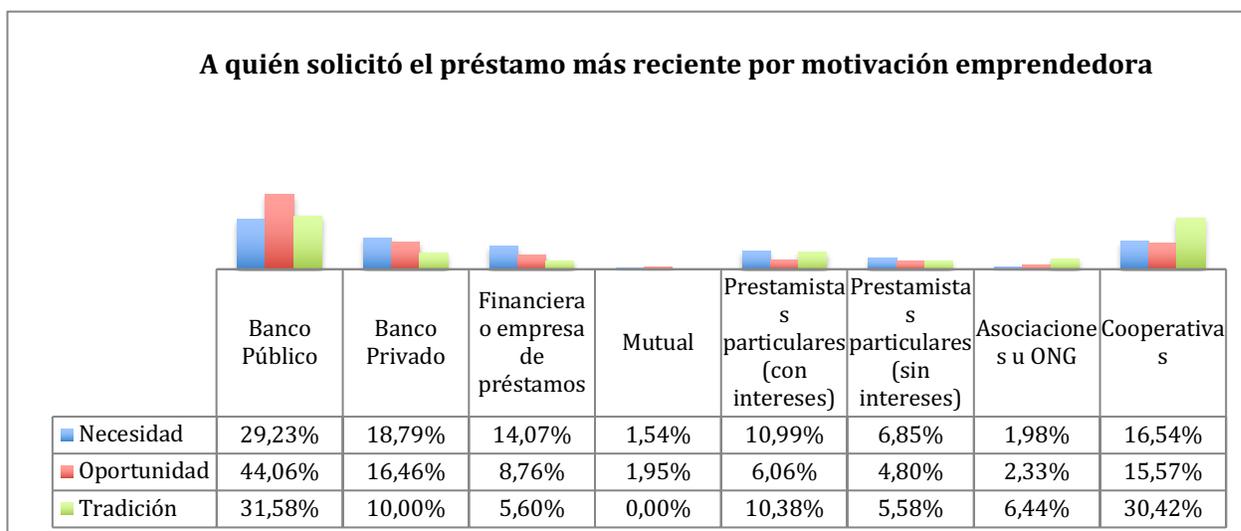


Gráfico 17: A quién solicitó el préstamo más reciente por motivación emprendedora. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018

El gráfico 17 permite analizar el factor diferenciador en el acceso a capital económico dependiendo del tipo de emprendimiento que se tiene. Si tenemos en cuenta que el habitus es una estructura social interiorizada que genera acciones y prácticas específicas (Bourdieu, 2010) esto se manifiesta en los espacios en los que los agentes emprendedores buscan su capital económico de apoyo. Como se analizó en el capítulo anterior, inicialmente, la familia es el primer grupo al que se le solicita este capital económico cuando se necesita ayuda. Sin embargo, hay un elemento estructural que determina el acceso a préstamos, la informalidad del emprendimiento. Ante este elemento, el agente emprendedor -principalmente por necesidad-, debe buscar forma de conseguir apoyo.

La agencia de cada agente lo lleva a considerar el acceso a préstamos como una estrategia dentro del campo del emprendimiento, a pesar de esto, el acceso es diferenciado. Ejemplo de esto es que en su mayoría los emprendimientos por oportunidad -incluyendo en esto a los emprendimientos por tradición- acceden a préstamos mediante la banca pública, privada y cooperativas, quienes en sus requisitos son más fuertes (ver gráfico 17). Mientras que por otro lado, los agentes emprendedores por necesidad quedan excluidos de este

mecanismo y recurren a espacios menos formales de acceso al préstamo. En su mayoría recurren a financieras o empresas prestamistas o bien a prestamistas particulares (ver gráfico 17).

Este último elemento habla sobre el capital social de los emprendimientos por necesidad, su red de apoyo no cuenta con la capacidad de aportar capital económico que potencie el negocio. Contrario a los emprendimientos por oportunidad y tradición, quienes por acumulación previa y su red de apoyo sí cuentan con ese acceso. La agencia del emprendedor lo lleva a la misma conclusión de necesitar capital económico, sin embargo el habitus del emprendedor permite identificar diferencias en las acciones y el comportamiento.

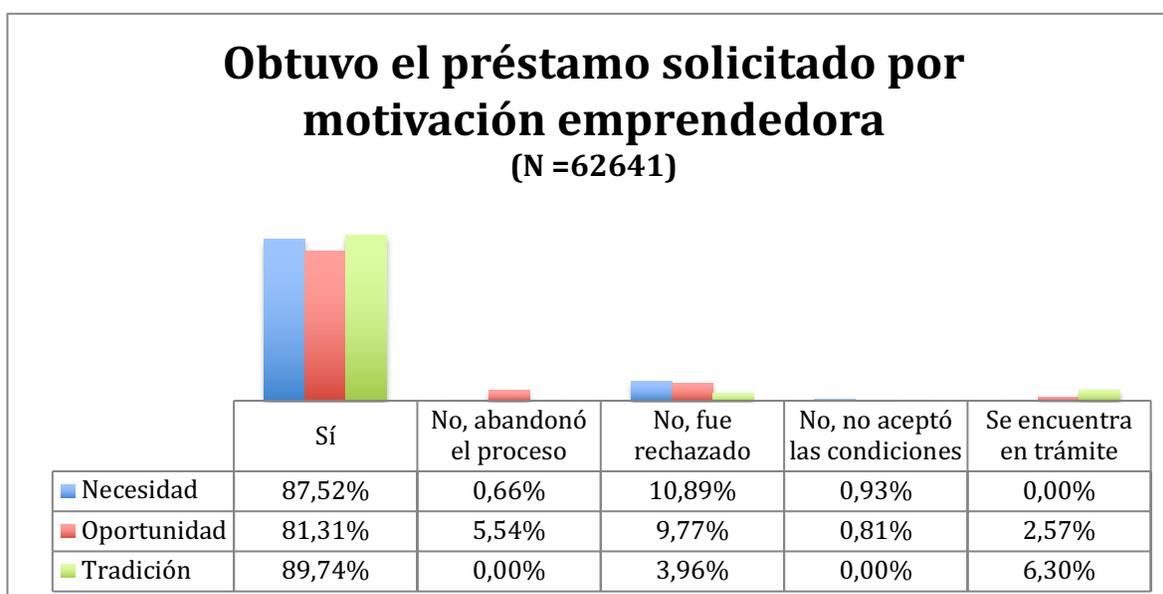


Gráfico 18:Obtuvo el préstamo solicitado por motivación emprendedora. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018

De acuerdo con los datos presentados, el 87,52% de los agentes emprendedores por necesidad afirmaron haberlo obtenido, el 81,31% de los agentes emprendedores por oportunidad y en cuanto a los emprendedores por tradición el 89,74%. Lo cual indicaría facilidad en el acceso al crédito; siempre teniendo en cuenta lo discutido previamente, existe

una diferencia marcada sobre a quién se le solicita el préstamo y las condiciones de acceso al mismo.

Se debe tener en cuenta que quienes solicitaron un préstamo representan solo el 17,3% de la población encuestada, quedando sin datos la mayoría de los agentes. Indicando de esta manera que para cierto sector de los agentes emprendedores resulta sencillo el acceso al crédito pero no así para la totalidad de la población.

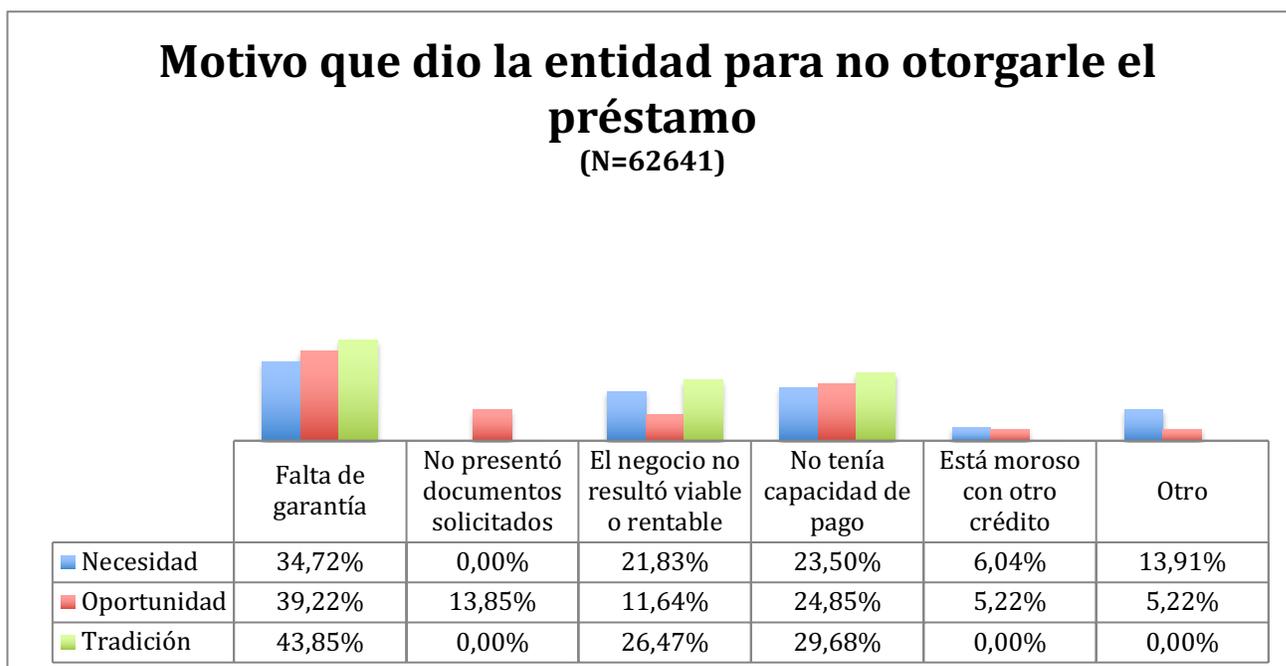


Gráfico 19: Motivo que dio la entidad para no otorgarle el préstamo. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018

Entre los motivos principales que dan las entidades para rechazar la solicitud de un préstamo están la falta de garantía y la falta de capacidad de pago. Ambos motivos asociados a la liquidez económica que tenga el agente emprendedor previo a la solicitud del préstamo, es por eso que resulta tan relevante conocer las condiciones económicas con las que se inicia un emprendimiento.

Al analizar este tipo de datos, debe tenerse en cuenta lo discutido en el gráfico 18, debido a la diferencia que existe entre las entidades a las que se solicitó el préstamo,

marcando esto la diferencia entre los emprendimientos. Siendo el dato más interesante el caso del motivo en el cual el negocio no resultó viable o rentable. Esto último porque los emprendimientos por necesidad presentan casi el doble de rechazo que los emprendimientos por oportunidad. Esta inviabilidad o falta de rentabilidad, puede venir dado por el tipo de negocio que se tiene.

Como se analizó en el gráfico 13, la mayoría de los emprendimientos por necesidad están en el área de comercio y servicios, los cuales por su naturaleza no necesitan de una inversión grande para ser iniciados. El motivo por el que se inicia el negocio, si la razón está concentrada en no tener un trabajo, no ser asalariado o bien complementar el ingreso familiar, su acceso a capital económico previo es limitado. Esto señala una diferencia entre agentes emprendedores, debido a que la acumulación previa de capital económico, permite una reproducción del mismo. El acceso diferenciado a capital económico entre agentes emprendedores construye una distancia entre la posibilidad de éxito y las condiciones de los emprendimientos.

Es importante conocer de primera mano lo que los mismos agentes emprendedores señalan de su experiencia en la solicitud de préstamos o bien de las razones por las cuáles no lo hacen.

“Y el mismo razonamiento aplica para las opciones de fondeo. Lo que yo conozco de cuando era banquero, los trámites para Banca a Desarrollo, de lo que yo he visto, he conversado con mi esposa que trabaja en un banco, mi esposa tiene un puesto importante en un banco privado, relacionado con análisis de crédito. Va a ser tal el tedio, la dificultad y el desánimo, sobre todo esa última opción, tratando de que me apoyen, que preferí dedicarme a hacer crecer el negocio, hacer crecer, crecer, salía mejor hacer crecer la fuente de pago del crédito, que pedir el crédito. O sea mi razonamiento es, si yo sigo tratando de buscar capital, préstamo, lo que sea, no voy a emprender nunca o no voy a poder darle mi 100% de dedicación y de impulso al

negocio y yo lo que necesito es que mi negocio salga adelante, para eso es que pedí el préstamo o para eso necesito capital. Entonces por eso me dedico a que mi negocio salga adelante y si sobrevivo 6 meses, un año que son los mínimos que he visto que piden, entonces ya podré llegar con mi historial financiero de 6 meses o un año y decir, vean en 6 o en 12 meses la empresa ha venido creciendo así sus ingresos y ha controlado así sus gastos y por lo tanto yo creo que financieramente hablando, es viable. Ahora sí, con esta defensa vengo a pedir plata. En ese momento posiblemente, recurra a préstamos o apoyo de entidades.” (J.V., entrevista, 19 de noviembre de 2019).

El caso de J.V. es ilustrativo de un emprendimiento por oportunidad con un capital económico previo fuerte, con una red de apoyo que también cuenta tanto con conocimiento como con capital económico. En este caso, el agente emprendedor no necesita de capital económico para que su negocio exista, porque ya lo tiene y puede trabajar con el que tiene. Además de esto, por su trayectoria cuenta con información que no todo agente emprendedor cuenta. Al haber sido banquero y que una persona cercana a él trabaje en esto mismo, le da información que le permite tomar decisiones distintas a las que toman otros agentes emprendedores. Su habitus de agente emprendedor, está fortalecido por su habitus previo de banquero. Este ejemplo muestra lo que un agente emprendedor logra al tener una acumulación previa de capital, sumado a capital cultural sobre el funcionamiento del crédito y una red de apoyo que aporta información y capital económico.

Contrario al caso de J.V. que considera que su emprendimiento no necesita tramitar un préstamo y prefirió acudir a un préstamo personal de una amistad, está el caso de A.V., quién señala que,

“Nosotros ya estamos en proceso de financiamiento con Banca para el Desarrollo porque ya ocupamos y no nos dio más con reinvertir ni con préstamos de familiares, ocupamos más capital y estar los dos a tiempo completo con la marca -porque actualmente soy solo yo- digamos full time. Entonces ya estamos optando por esa

opción de financiamiento con banca para el desarrollo, para crecer más porque ya no nos da más. Por supuesto nosotros queremos que la marca crezca lo más que se pueda y con el dinero actual no podemos y ya ocupamos una inyección de capital más fuerte. Vieras que eso apenas está como empezando, pero igualmente siento que el proceso es rápido. Porque yo fui al banco a consultar y ahí ellos como que me indicaron lo que necesito y ya me explicaron y me explicaron las tasas de intereses y más o menos por donde iba la cosa. Que yo no tenía ni idea, no sabía qué cosas me podían ofrecer y qué era lo que más me servía, ya luego ese día con lo que ellos me indicaron me quedó más claro y ya estamos con el requisito y estamos viendo a ver qué nos falta y que la falta de dinero no nos frene para crecer. En realidad es lo que uno quisiera, tener toda la plata del mundo para tener todos los productos ya y tener todo disponible, pero no se puede. Eso es con el Banco Nacional y me pareció bastante bien y las tasas de interés eran las más bajas de todos los bancos. De nuestra parte está decidido, lo que nos falta es concretar todo el proceso administrativo para que ya nos abran el crédito.” (A.V., entrevista, 18 de noviembre del 2019).

El caso de A.V. muestra una posición distante de la de J.V. y esta está mediada por el desconocimiento sobre el funcionamiento del proceso bancario. Además, si se relaciona con el gráfico 18, se puede apreciar que A.V. optó por la vía de la banca pública y el Sistema Banca para el Desarrollo, ambos implican que este sea un emprendimiento formal. Un elemento a rescatar es que al igual que J.V. el acceso a capital económico, es para potenciar un negocio ya establecido, no es para iniciar el negocio, ese elemento marca un factor diferenciador como agentes emprendedores.

Otro escenario que existe es el de G.F., quien prefiere evitar el endeudamiento,

“En cuanto a lo de los fondos, bueno. El no querer endeudarme es una gran traba, porque bueno... es una percepción personal pero yo considero que el país en este momento no está para que uno se endeude o uno haga un gran compromiso económico, verdad. Entonces he ido como creciendo muy lento, si yo hubiera optado ya por un

préstamo, tal vez estaría en otra fase pero estaría endeudada. Tal vez esa ha sido la traba más grande, la traba económica pero porque yo no he querido optar por un préstamo y así” (G.F., entrevista, 23 de octubre de 2019).

El ejemplo de G.F. permite señalar una diferencia en la toma de decisiones y de estrategia, contrario al caso de A.V. y J.V., su trayectoria ha construido un habitus que genera un rechazo a tomar un préstamo como una acción viable. A pesar de señalar que lo reconoce como un elemento que podría potenciar su negocio, buscar capital económico por esta vía no es parte de su estrategia. Sin embargo, su habitus como agente emprendedora y las condiciones de su negocio, coinciden con los dos ejemplos previos, en que el capital económico se utiliza para potenciar un negocio, no para iniciarlo. Elemento que marca una distancia con los emprendimientos por necesidad, quienes en su mayoría no cuenta con una acumulación previa de capital económico, razón por la que en los análisis de crédito resultan inviables o no rentables.

Por último está la experiencia de F.R., quien buscó un préstamo personal desde una cooperativa con el fin de mantener su historial crediticio limpio. Es importante mencionar que para este caso, el agente emprendedor solicitó el préstamo mientras tenía un empleo formal, elemento que cambia la situación a la hora de solicitar el préstamo.

“Lo que hice fue pedir préstamos a Coopeservidores porque buscando y todo, vi que es importante en Costa Rica tener un record crediticio. Fueron dos millones y medio nada más, por lo mismo para tener un record crediticio, y en caso de que más adelante vaya a necesitar un préstamo tener como una hoja que diga que Frederick Ramírez ha pagado y ha cumplido con sus cuotas. Lo saqué y lo metí al negocio, igual para aprovecharlo. No, más bien me salió todo bien y fue súper rápido. Se llama CSJoven, eso es otra cosa también, los bancos no prestan a personas menores de 25 años por lo mismo porque son jóvenes, porque cómo van a hacer para pagarlo. Buscando y buscando me encontré a Coopeservidores y me dieron ese CSJoven que es de dos

millones y medio. Tuve que presentar mi orden patronal, dónde vivía... En quince días ya tenía la plata en mi cuenta, fue súper rápido.” (F.R., entrevista, 12 de noviembre del 2019).

Un elemento general a rescatar con el análisis de las entrevistas es la forma de comprender el capital económico como agentes emprendedores. Para esta caso solo se utilizó a estos agentes debido a que fueron los únicos con experiencia en la solicitud de créditos de cualquier tipo. En todos los casos, el capital económico otorgado por una institución o ente bancario, funciona para potenciar un negocio y esto se asume porque ya se tuvo una acumulación de capital previa que permitió el inicio del negocio. Estos agentes emprendedores previamente contaban con dinero, ahorros, herencia -dinero o terreno-, que les permitieron iniciar con su emprendimiento. Este elemento les permitió formalizar sus negocios y esto les permitió pensar en acceso a préstamos para potenciarlos.

Esto marca una diferencia a lo interno del campo del emprendimiento y nuevamente, una distancia entre los agentes y los emprendimientos que realizan. La diferenciación entre el acceso a capital económico, además de interrelacionado con los otros tipos de capital, obliga a los emprendedores por necesidad a buscar estrategias y formas de acceso que no permiten que sus negocios crezcan de la misma forma.

5.2.2 Condiciones del emprendimiento

Cuando se habla de las condiciones del emprendimiento, lo que busca discutir es la posesión de tecnología, tenencia de local y cantidad de colaboradores. Esto porque mediante estos indicadores, se puede construir mejor la imagen de cómo es el emprendimiento, además de ser una manifestación del capital económico que posee el agente emprendedor.

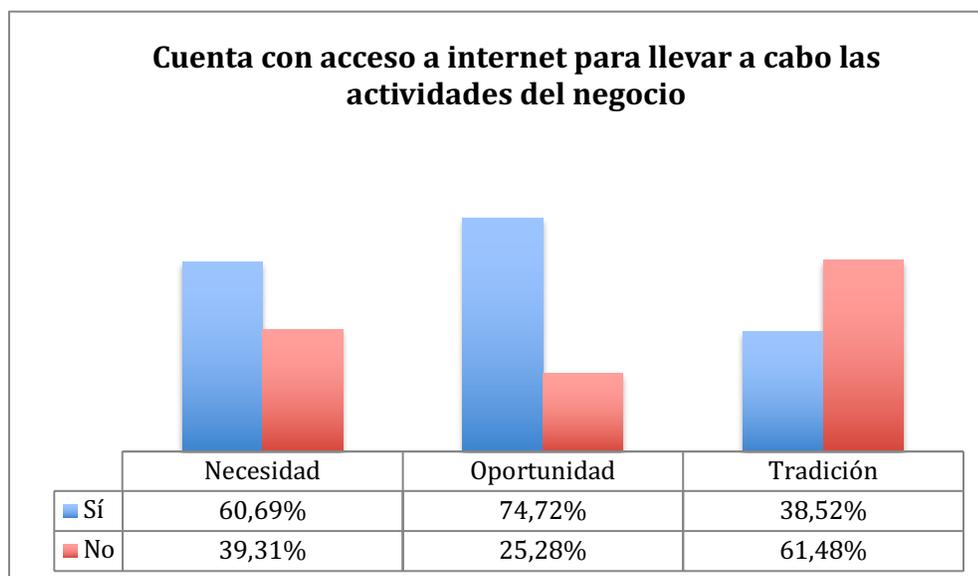


Gráfico 20: Cuenta con acceso a internet para llevar a cabo las actividades del negocio. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018.

El acceso a internet es un indicador clave, más si se tiene en cuenta que de acuerdo con ENAHO (2018), el uso de internet es la dimensión que más contribuye en el cálculo de la pobreza multidimensional, con una representación del 26,8%. Para el caso de los emprendimientos por motivación de necesidad, se cuenta con un acceso del 60,69%, mientras que para el caso de la motivación por oportunidad, el acceso alcanza un 74,72%.

Si tenemos en cuenta que a nivel nacional, el acceso a internet en los hogares no pobres se encuentra en 80,7%, existe una severa deficiencia para los emprendimientos por necesidad (ENAHO, 2018). Para los emprendimientos por necesidad, su dato se acerca al brindado por ENAHO (2018) para los hogares pobres, los cuales tienen un acceso del 50,5%. Manifestándose de esta manera otra desigualdad entre los tipos de emprendimiento.

Esta última idea puede asociarse con la tenencia de un establecimiento, debido a que en su mayoría los emprendimientos analizados, no cuentan con un local, las condiciones del establecimiento del emprendimiento, son similares a las de los hogares del país. El 64,24%

de los agentes emprendedores encuestados afirmaron no tener un establecimiento en el cual realizan sus actividades.

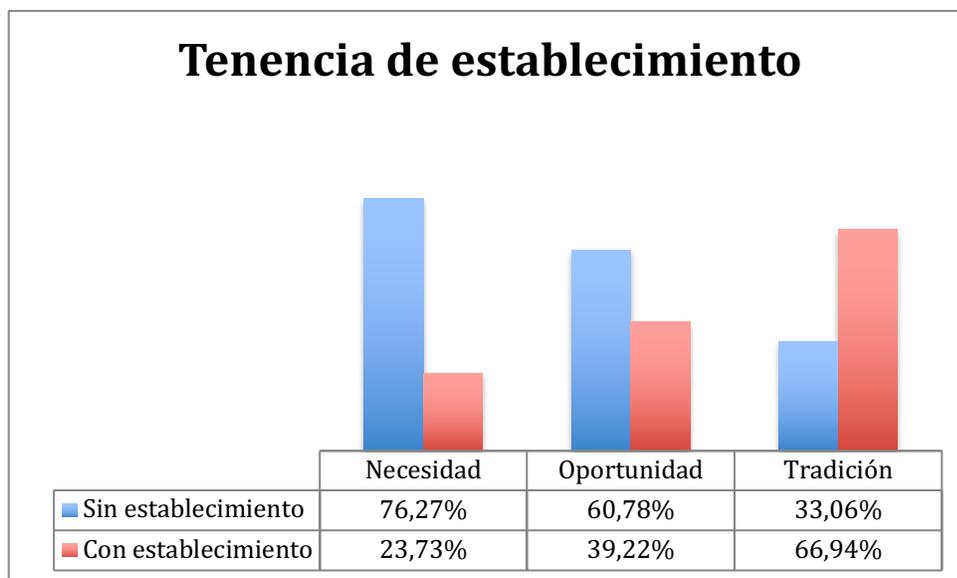


Gráfico 21: Tenencia de establecimiento. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018

Es importante tener en cuenta que la tenencia de un establecimiento para desarrollar la actividad emprendedora implica dos elementos. El primero de ellos es la posibilidad económica de rentar un espacio a un tercero, o bien implica la tenencia de un espacio propio separado de la vivienda. En cualquiera de los casos, esto implica la posesión de cierto capital económico que permite el alquiler, o bien la tenencia de capital económico previo que le permitió tener acceso a ese establecimiento – elemento que puede manifestarse en la forma de herencia de un terreno-.

Para el caso de los emprendimientos por motivación de necesidad, el 23,73% reportaron tener un establecimiento, mientras que por motivación por oportunidad el 39,22% reportó tener un establecimiento. Esto implica una diferencia de casi el doble si se analiza en términos absolutos y relativos. En cuanto a los emprendimientos por tradición, el dato del establecimiento resulta más alto debido a que como se vio en el primer capítulo, este tipo de

negocio está asociado a prácticas agropecuarias para las cuales la tenencia de un terreno es esencial.

El tamaño del negocio tiene una relevancia importante cuando se analiza el capital económico porque habla de la capacidad de contratar personal externo. Como puede apreciarse en el gráfico 23, la mayoría de los emprendimientos solo cuentan con una persona, la persona dueña, a quien en este trabajo se conoce como agente emprendedor. Resultando los emprendimientos por necesidad quienes menos personal externo tienen, siendo el 87,45% emprendimiento con una sola persona. Los emprendimientos por oportunidad con dos personas, representan un 16,14% y con tres o más personas 14,35%, mostrando así su mayor capacidad para la contratación y reflejando una mayor capacidad económica. Sin embargo, son los emprendimientos por motivación de tradición quienes tienen mayor porcentaje en cuanto a tres personas o más (32,18%), lo cuál probablemente esté asociado a que son labores más manuales y agropecuarias, en donde se necesita una mayor mano de obra¹⁰.

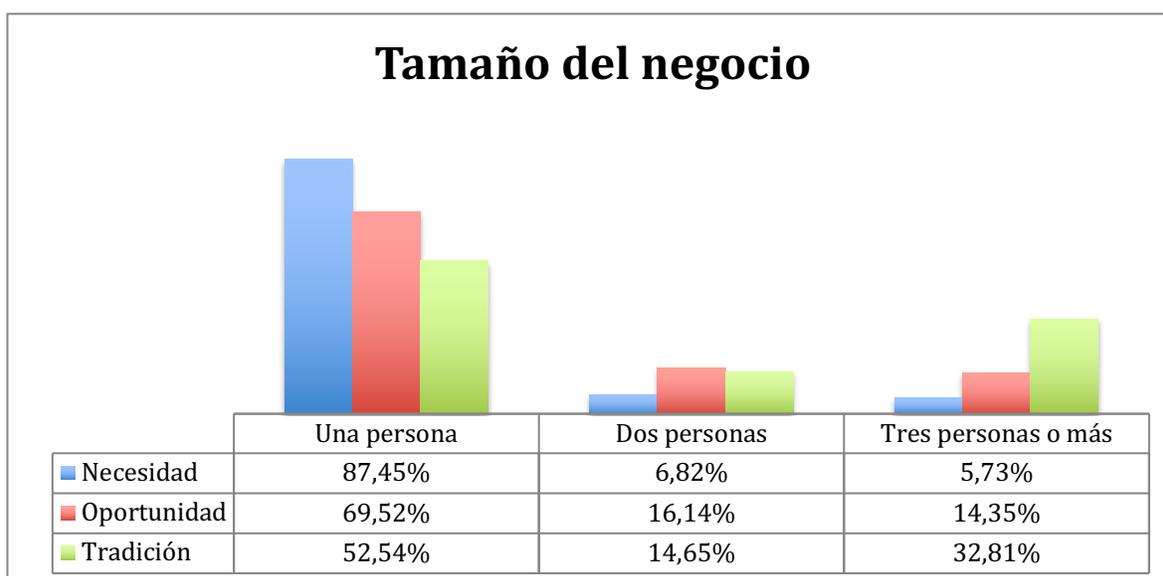


Gráfico 22: Tamaño del negocio. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018

¹⁰ Un elemento que quedaría abierto para la investigación sería el grado de formalidad con el que se contrata a estas personas en los diferentes tipos de emprendimiento.

5.3 Capital Cultural

El capital cultural es el tercer concepto que se analiza en la identificación de las características de los agentes emprendedores. Desde Bourdieu (2001) este concepto se divide en tres elementos distintos, el capital cultural incorporado, el objetivado y el institucionalizado. En el caso del incorporado, este se refiere a un proceso de interiorización, que el agente lo posee (Bourdieu, 2001). El caso del capital cultural objetivado está asociado a lo material, en este caso, el capital puede ser transferido materialmente, por ejemplo mediante libros, pinturas y demás (Bourdieu, 2001). Por último, Bourdieu (2001) plantea el capital cultural institucionalizado. El institucionalizado es entendido como un certificado de competencia cultural, una suerte de reconocimiento institucional al capital cultural poseído. Es lo que se equipara a una formalización del conocimiento que se tiene y además de ser el que legitima los conocimientos aprendidos. Por otro lado, el capital cultural tiene como elemento que para ser conseguido requiere de una inversión de tiempo y dinero para ser obtenido (Bourdieu, 2001), elemento que funciona para identificar agentes diferenciados.

5.3.1 Capital cultural institucionalizado de los agentes

El capital cultural institucionalizado, puede ser visto en el gráfico 23, en este tipo de capital lo que se busca es analizar la titulación, un reconocimiento institucional al capital cultural poseído (Bourdieu, 2001). Como se puede apreciar, el 30,92% de la población tiene un nivel de primaria completa. Siendo el rubro de primaria completa en el que más agentes emprendedores con motivación por necesidad hay.

Otro elemento interesante que puede desprenderse del gráfico 23 es el hecho de que entre los niveles más bajos de escolaridad, es en donde hay mayor presencia de agentes emprendedores por motivación de necesidad. Mientras que entre más se eleva el nivel de escolaridad, existe una mayor presencia de agentes emprendedores por oportunidad.

Este elemento genera una distancia a lo interno del campo del emprendimiento, debido a que la falta de conocimiento e información restringe el acceso a oportunidades tanto de acceso a espacios como de innovación en los negocios.

Otro elemento que se puede rescatar es que el hecho de estar en una trayectoria larga de formación implica acceso a capital económico que permite que el agente tenga el tiempo para estudiar. Y por otro lado, la trayectoria académica más larga proporciona que el agente construya una red más amplia de contactos que eventualmente pueden convertirse en apoyo para sus negocios. Lo importante no es la red en sí misma, lo relevante es que son agentes con trayectorias similares y acceso a capitales que potencian los del agente (Bourdieu, 2001).

De esta manera, se identifica como el capital cultural institucionalizado genera diferencias entre los agentes, no solo por los conocimientos y la profundidad de los mismos. Si no que el capital cultural institucionalizado ejemplifica una combinación de capitales que se construyen. Si se observa el gráfico 23, se puede apreciar como entre más larga es la trayectoria académica del agente emprendedor, mayor presencia hay de emprendedores por oportunidad. Al tener una mayor trayectoria académica, se adquieren mayores habilidades y conocimientos reconocidos socialmente. A la vez que señala una presencia de capital económico mayor que le permite mantenerse en esa trayectoria.

Caso contrario sucede con los emprendimientos por necesidad, quienes se concentran en los niveles educativos más bajos. Un punto interesante a resaltar del gráfico 23, es con respecto a los emprendimientos por tradición. Si bien se argumentó que son una segmentación del emprendimiento por oportunidad, se debe señalar que esto no se da por la oportunidad del mercado o la acumulación de conocimiento del agente y la puesta en práctica del mismo. Más bien, se determina así que el emprendimiento por tradición refiere a un

elemento meramente económico en el que el agente reproduce una acumulación previa que se obtuvo por una herencia, principalmente.

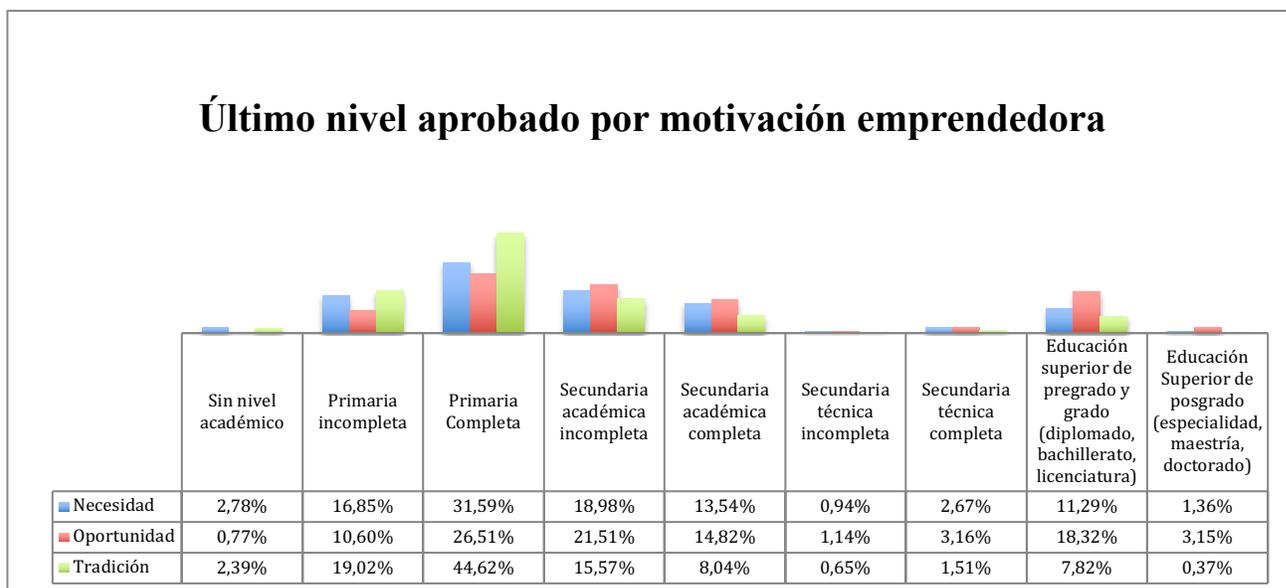


Gráfico 23: Último nivel aprobado por motivación emprendedora. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018

Esta diferencia en escolaridad marca la trayectoria de los agentes, debido a elementos como acceso a información, redes de apoyo y crecimiento de los negocios. Siendo esto un elemento que se puede rescatar con mayor profundidad cuando se realiza el análisis de las entrevistas aplicadas. Desde las entrevistas se rescata que la totalidad de las personas entrevistadas cuentan con estudios universitarios, además de estar conscientes de la ventaja que esto les brinda a la hora de iniciar su negocio. Principalmente porque el haber tenido acceso a una educación superior les permite tener información y contactos que agentes con educación más baja, no tienen. Así como desarrollo de habilidades que en el área de negocios son beneficiosas, como: servicio al cliente y manejo financiero.

Un caso ilustrativo de lo mencionado anteriormente es el de J.V., quien señala que,

“He notado que lo que más les cuesta a la mayoría de los emprendedores es la parte financiera y 22 años de experiencia como el responsable de las finanzas en entidades

financieras, evidentemente me da un background, un conocimiento importante. Entonces sí, yo hice mi plan financiero, sabía exactamente cuánta plata pedirle a este amigo, sabía qué pedirle. Identifico como algo positivo, no sé cómo son tus valores socioeconómicos, políticos y demás, yo identifico como algo positivo que no perdí tiempo tratando de lograr apoyo gubernamental o apoyo institucional. Porque me hubiera desgastado y no hubiera podido atender a los clientes, lavar platos, lavar baños, no pretendo, yo estoy aquí en el negocio y no gasté tiempo. Ahora no te estoy hablando como economista, -soy economista y administrador de empresas-, los economistas usamos un concepto muy importante, que es el concepto de costo de oportunidad. Yo he identificado a tiempo, gracias a la experiencia, gracias a la educación a qué me debo dedicar y a qué no me debo dedicar. El haber dedicado estos montón de plata a los abogados para que estos se encargaran y bueno, la parte mía de que sí tengo la oportunidad de poder hacerlo, puedo contratar abogados para que se encarguen de eso, tremendo privilegio, lo tengo clarísimo. Creo que otra gente que también tiene ese recurso, lo dedica a mercadeo y a otras labores, mientras se atrasa y se atrasa en permisos. Las mismas dueñas de acá del restaurant, que ellas también en su respectivo año, pretendieron inaugurar en agosto y lo hicieron en diciembere. Yo cuando planteé mi idea en abril, hice mis números y decidí que abría en agosto y abrí el 5 de agosto. Contra viento y marea, con todos los permisos y no lo hubiera logrado si no hubiera tomado esas decisiones atípicas. Otro amigo, con Buena intención me decía, mirá pero no renuncies, no dejés tu empleo. Contratá un administrador. Eso hubiera sido un error también. Son producto de mis años de experiencia, yo sé que las cosas funcionan cuando uno está ahí, esa famosa expresión de que el ganado crece cuando el dueño está. Creo en ella, creo que uno debe estar aquí, para explicar al equipo cuál es mi visión, para atender a los clientes y ellos sientan que mi visión es correcta, es positiva y satisface las necesidades de ellos. Es importantísimo. A ver, saber a qué me dedico y a qué no me dedico, tomar decisiones apropiadas teniendo en cuenta el recurso tiempo y el recurso dinero, saber contratar, importantísimo. Yo he tenido que contratar y he tenido que despedir. Y ya en esta empresa, nosotros somos tres y hay dos que pueden ser contratados y despedidos, porque yo no me voy a despedir y ya he tenido que despedir al 50% del personal. O

sea una de dos. Y fue una decisión buena y correcta y en el momento apropiado. Yo dije, esta persona tiene una serie de características positivas pero no vende como yo quiero que venda. Entonces tuve que cortar por lo sano, despedirla y contratar a otra persona. Lo cual significa plata, riesgos y demás. Los contactos nacen de mi trabajo, de muchos años de experiencia laboral y de interactuar con muchas personas y ser bien conocido, en otro medio, no en el de coworking pero día a día una cosa jala hacia la otra. Y sí, estudios académicos y experiencia laboral, son cruciales para el éxito de mi negocio. El haber laborado durante tantos años es crucial para mi negocio, el haber construido una red de contactos, importantísimo y se la debo mucho a mis estudios y a mi trabajo.” . (J.V., entrevista, 19 de noviembre de 2019).

En las entrevistas aplicadas y en el gráfico 23 se logra apreciar como el capital cultural que un agente emprendedor posee hace que las oportunidades de su negocio aumenten. Más allá de brindar habilidades técnicas, los espacios donde se acumula el capital cultural están mediados por elementos económicos y sociales que hacen que su emprendimiento tenga mejores oportunidades. Elementos que difícilmente pueden equipararse a asistir a capacitaciones institucionales o bien al hecho de “tener una buena idea”.

5.3.2 Capital cultural incorporado y objetivado de los agentes

El elemento central en este sentido, más allá del capital cultural institucionalizado - que es el que permite identificar el gráfico 23, es como el capital cultural incorporado y objetivado se adhieren al habitus del agente emprendedor y es lo que genera esas acciones diferenciadas entre agentes. El solo hecho de haber cursado capacitaciones o una carrera universitaria no garantiza que se tenga el conocimiento, estas deben ponerse en práctica.

Bourdieu (2001) argumenta que el capital cultural objetivado depende de la socialización del agente, el contexto familiar del agente aporta al desarrollo del agente en términos culturales. Esto es un elemento que se cruza con el capital social del agente

emprendedor, no se trata de tener una red amplia de contactos, si no que esa red posea habilidades y conocimiento; sin embargo, esta no es una transmisión de propiedad, para que haya un verdadero aprovechamiento de la red de apoyo y los conocimientos de la misma el agente debe saber lo que necesita y el aporte que le puede brindar, entendido esto como capacidad cultural (Bourdieu, 2001). Ejemplo de esto es el caso de J.V., su trayectoria previa como banquero le generó habilidades financieras que como él menciona, no todos los agentes emprendedores tienen y eso le da una ventaja. Al mismo tiempo, ese conocimiento le generó ahorros y al crear su propio plan financiero sabía lo que necesitaba y por su red de apoyo construida a lo largo del tiempo, supo a quien pedirselo. Este tipo de habitus, solo es posible si el agente tiene cierta acumulación de capitales y genera una distancia significativa con otros agentes emprendedores.

La distancia en cuanto a capital cultural entre agentes que se aprecia en el gráfico 23 y que se puede detectar con J.V. es lo que Bourdieu (2001) señala como competencia cultural. Esto refiere a la herencia social y como la ubicación social del agente emprendedor le da ventajas sobre otros. El capital cultural incorporado no se puede heredar a otro agente, sin embargo sí depende de una acumulación previa.

La competencia cultural interiorizada, que se convierte en habitus, genera una desigualdad entre los agentes emprendedores, debido a que no todos los agentes sociales disponen de medios para prolongar la educación de sus hijos más allá de lo básico. Capitalizar conocimiento y una red de apoyo se convierte así en un elemento mediado por la acumulación económica previa. El tiempo para formalizar o adquirir conocimientos cuesta dinero, para quienes ingresan al campo del emprendimiento en busca de la generación de ingresos por no tener un trabajo o agregar más dinero a las finanzas del hogar, esto se convierte en un gasto que no pueden asumir. Si bien los agentes emprendedores están en el mismo campo, sus

habitus están conformados por acceso a capitales diferenciados y esto genera oportunidades, toma de decisiones y acciones distintas.

El tiempo dedicado al negocio es otra forma de conocer la relación que tiene el agente emprendedor con su negocio. Si bien lo relevante para construir el capital cultural objetivado e institucionalizado, tiene más que ver con el acceso a capacitaciones y tiempo dedicado a informarse sobre temas relacionados a la actividad, el dato presentado en el gráfico 24 permite un acercamiento. Este acercamiento se da a partir de la fórmula planteada por Bourdieu (2001), en la que el capital cultural debe generar capital económico. Esta relación se construye a partir de los datos aportados por los gráficos 24 y 25, en donde se establece las horas trabajadas y si el emprendimiento es la principal fuente de ingreso o no. El primer elemento a reflexionar es que hay una diferencia importante entre los tipos de emprendimientos. Mientras que los emprendimientos por motivación de oportunidad dedican de 41 a 60 horas por semana, los emprendimientos por motivación de necesidad en su mayoría le dedican 20 o menos horas. Entre más horas se trabaja por semana, es mayor la presencia de emprendimientos por motivación de oportunidad.

En las entrevistas no se encontraron elementos que contradigan este dato, si no que por el contrario lo refuerzan. Elemento que se asocia a las características que un agente emprendedor debe tener, según la literatura y los mismos agentes, frases como *“hay que trabajar lo que haya que trabajar porque el negocio es de uno”*, son constantes.

A.V. por ejemplo señala para su caso,

“Sí digamos, yo que estoy full. Diay casi que a veces yo trato como de ponerme un horario. Pero yo estoy tiempo completo incluso fines de semanas, digamos un lunes normal. Digamos me levanto ya sé los pedidos que se hicieron los pedidos del viernes al domingo, entonces preparo las guías de correos, empaco todo, me lo llevo a correos

y reviso si hay algún punto de ventas que necesita mapas” (A.V., entrevista, 18 de noviembre del 2019).

También es el caso de J.V., quien además brinda un dato cercano sobre sus horas trabajadas,

“El espacio de coworking lo planteo de 8am a 6pm de lunes a Viernes y los sábado de 8 a 12. Sin embargo, como lo primordial en estos momentos es la supervivencia, simplemente si se me requiere más tarde, me quedo más tarde. Ayer entré a las 7:20 de la mañana y me fui a las 10 de la noche. Si tengo que trabajar de lunes a domingo. Los domingos... a ver... antes uno podía separar el tiempo de trabajo y el tiempo de casa y el tiempo con mi familia. Hoy yo, muchas veces estoy en mi casa, viendo tele con mis hijos o lo que sea, disfrutando de mi tiempo y *sonido de celular* mensaje en Facebook, “cuánto cobran por tal cosa”, estimada fulanita, le contesta J.V., tatatata. Estoy trabajando, se desdibuja mucha la frontera con el resto. No es normal que me vaya a las 10 de la noche, pero si es normal que me vaya entre 7 y 8. Entonces hablamos de que es una jornada de 60 horas de lunes a viernes y 8 horas los fines de semana, unas 68 horas.” (J.V., entrevista, 19 de noviembre de 2019).

Lo mismo se replica en el caso de G.R., donde se intenta tener una jornada laboral, lo más ordenada posible.

“Nosotros hemos tenido cambios de horario, pero aquí la jornada laboral empieza desde las 7, los que trabajan en el campo en las pequeñas plantaciones. Los administrativos y producción a las 7, tratamos de trabajar 8 horas. Igual se trata de darle a la gente las 8 horas mínimas, hay momentos que hay que trabajar menos si la producción se baja pero por un tema incluso de cumplimiento con la Caja, porque si no cumplen las horas, también me cobran sobre el mínimo establecido. Entonces tratamos de cumplir 8 horas. Es de lunes a sábado, sábados se hace el esfuerzo de terminar a medio día pero si no está listo, se termina a las 3 de la tarde. Eso es básicamente la jornada de nosotros” (G.R., entrevista, 9 de noviembre de 2019).

Dos casos que se alejan de la dinámica general de los entrevistados son F.R y M.C.. En el caso de F.R. trabaja a distancia (reside en Bélgica actualmente) por lo que su horario difiere con el de Costa Rica y le obliga a tener una rutina distinta. Y en el caso de M.C., tiene otro trabajo, por lo que trabaja 10 horas semanales en su emprendimiento.

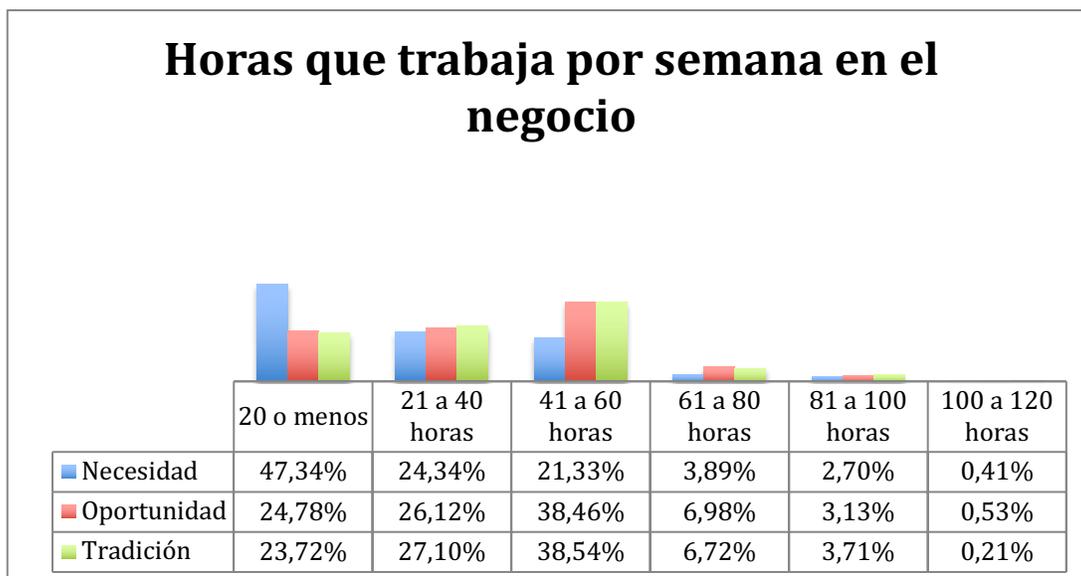


Gráfico 24: Horas que trabaja por semana en el negocio. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018

Esto que se plantea anteriormente tiene una relación con el hecho de que el 58,09% de los emprendimientos por necesidad no tienen a esa actividad como principal fuente de ingresos, el 47,34% trabajan 20 o menos horas por semana en su negocio, lo cual indicaría que muchos de los agentes emprendedores por necesidad tiene una doble jornada laboral. Caso contrario a los emprendimientos por motivación de oportunidad, en donde el 67,98% afirma que el negocio que tiene constituye su fuente principal de ingresos y en su mayoría trabajan 41 horas o más por semana.

Emprendimiento como principal fuente de ingreso por Motivación emprendedora

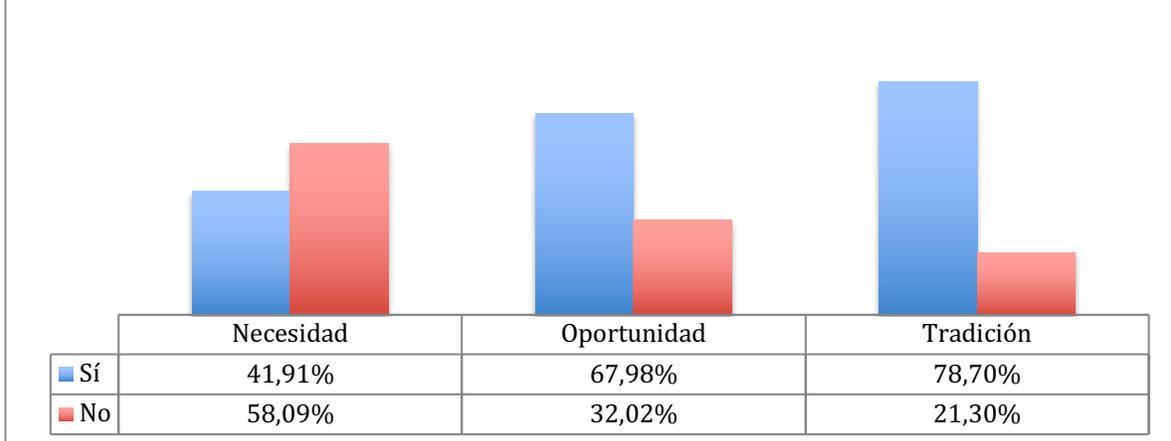


Gráfico 25: Emprendimiento como principal fuente de ingreso por Motivación emprendedora.
Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018

La discusión anterior tiene sentido desde el capital cultural porque como se mencionó previamente, tiene una relación entre la inversión para adquirir ese capital y la futura generación de capital económico. El hecho de emprender por oportunidad señala una apuesta completa en el negocio, en donde se va a poner en uso todo el conglomerado de capitales del agente emprendedor, principalmente su capital cultural, para hacer más rentable el negocio. Eso se traduce en tiempo y en si este es la principal fuente de ingresos para el agente. Caso contrario con los emprendedores por necesidad, quienes emprenden para generar ingresos, en su mayoría optarían por un puesto como asalariados, su habitus no es el de un emprendedor.

Una vez identificados los capitales, se identifican agentes emprendedores con capitales diferenciados que los llevan a generar estrategias y acciones diferenciadas entre sí. Estos elementos llevarían a que en el siguiente capítulo se construya el concepto de capacidad de agencia dentro del campo del emprendimiento.

Capítulo 6: ¿Cómo operan los capitales en la conformación de un agente emprendedor?

En este último capítulo se analiza la manera en la que operan los capitales en el agente, determinando que el acceso a diferentes capitales genera diferencias entre los emprendimientos por oportunidad y los emprendimientos por necesidad. Esto se aborda desde lo que este trabajo se llama “capacidad de agencia emprendedora”, la cual está mediada por los capitales que el agente posee.

La agencia desde Bourdieu (2013) se entiende como la manera en la que los agentes tienen metas particulares y cómo estos generan estrategias para conseguirlas, pero esto está mediado por los recursos con los que cuenta el agente y el campo en el que se desarrolla. La capacidad de agencia emprendedora es entonces definida por la posición social de los agentes y cómo esta se manifiesta a través de su habitus (Bourdieu, 2013). Quedando de esta manera constatado con los datos del segundo capítulo que existe un acceso diferenciado a los recursos, lo cual genera que los agentes utilicen estrategias diferentes y que se manifiestan en prácticas diferenciadas.

6.1 Capacidad de agencia

Una forma de generar un acercamiento material a la capacidad de agencia, es analizando el rango de salarios que los agentes emprendedores se asignan a ellos mismos. Es importante tener en cuenta que la mayoría de estos negocios sólo tienen una persona contratada -ellos mismos-, lo cual indica que los ingresos, son su salario. El rango inferior de salarios que se aprecia en el gráfico 26, hay casi el doble de presencia de emprendimientos por necesidad. Siendo los emprendimientos por oportunidad quienes tienen mayor presencia conforme se mueve hacia los rangos de salarios más altos.

Otro elemento relevante a señalar en el gráfico 26, es que los agentes emprendedores por necesidad asignan esa condición del emprendimiento si bien por una motivación material inicial, este elemento no se reproduce necesariamente en los ingresos. Esto señala una necesidad de mejorar la recolección de datos institucionales y la construcción de conceptos que se hace desde el campo del emprendimiento, puesto que lo importante sería ubicar a los emprendimientos en sus condiciones materiales actuales del negocio y no desde las condiciones subjetivas del agente previo a emprender.

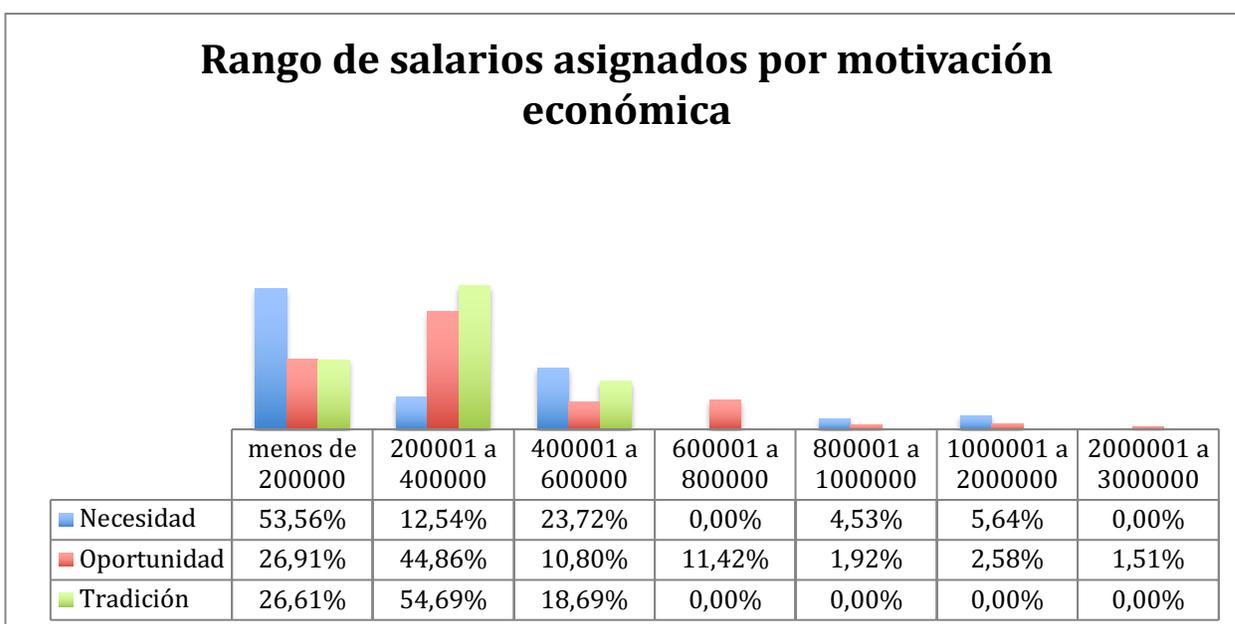


Gráfico 26: Rango de salarios asignados por motivación económica. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018

Una forma de analizar el papel que juegan los diferentes capitales analizados en la trayectoria emprendedora de los agentes, tiene que ver con las expectativas y cambios del mismo negocio. Esto porque es un indicador de la materialización de las estrategias que los agentes han construido para que sus diferentes negocios se mantengan con vida.

Ejemplo de esto último es la duración que tiene el negocio. Esto tiene especial importancia si se compara con datos de INCAE (2016), en donde se señala que solo el 0,5%

de los emprendimientos sobreviven a los 3 años de vida. Para el caso de los agentes emprendedores encuestados para ENAMEH 2018, se logra identificar que la mayoría de emprendimientos por motivación de necesidad se encuentran entre 1 y 4 años de duración, además de que el 28,45% de la totalidad de emprendimientos encuestados se encuentran en ese periodo crítico. Factor que difiere con los emprendimientos por motivación de oportunidad, en donde la mayoría se encuentra en los rangos más altos de duración del negocio.

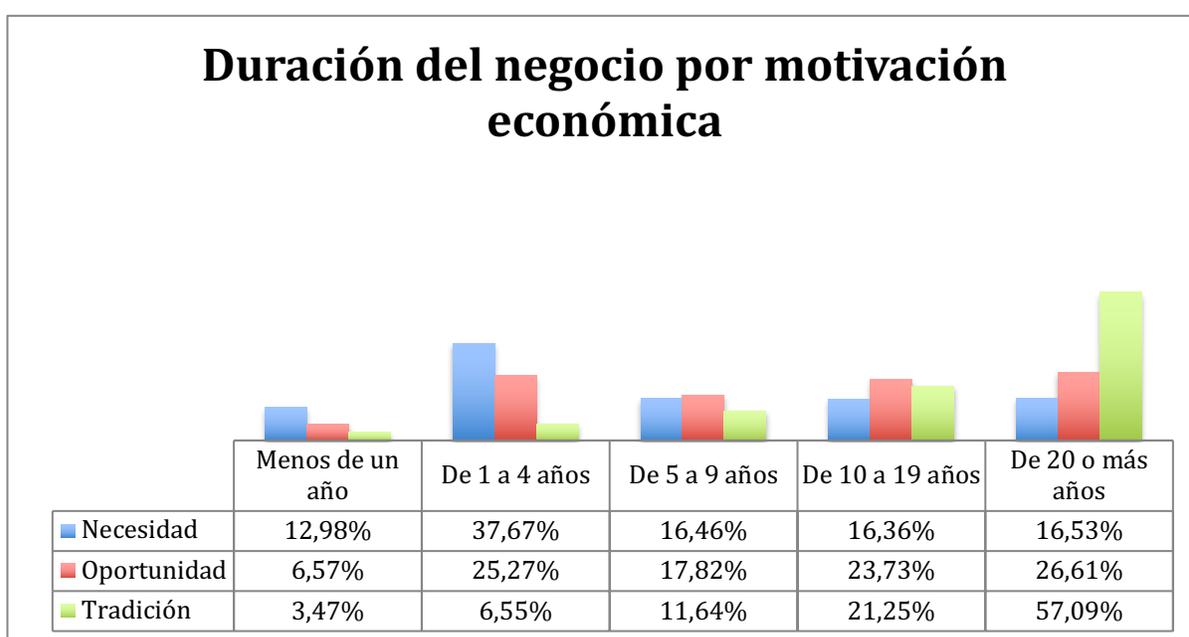


Gráfico 27: Duración del negocio por motivación económica. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018

Lo expuesto anteriormente se acentúa en la manera que proyectan su situación futura los agentes emprendedores. Que si bien el 95,70% asegura querer continuar con su emprendimiento, lo interesante está en lo que señalan quienes dijeron que no, debido a que se permite visualizar una diferencia clara entre los agentes. Cuando se le preguntó a quienes aseguraron no querer continuar con su negocio, se presentó una diferencia entre lo que plantean los agentes dependiendo de su motivación emprendedora.

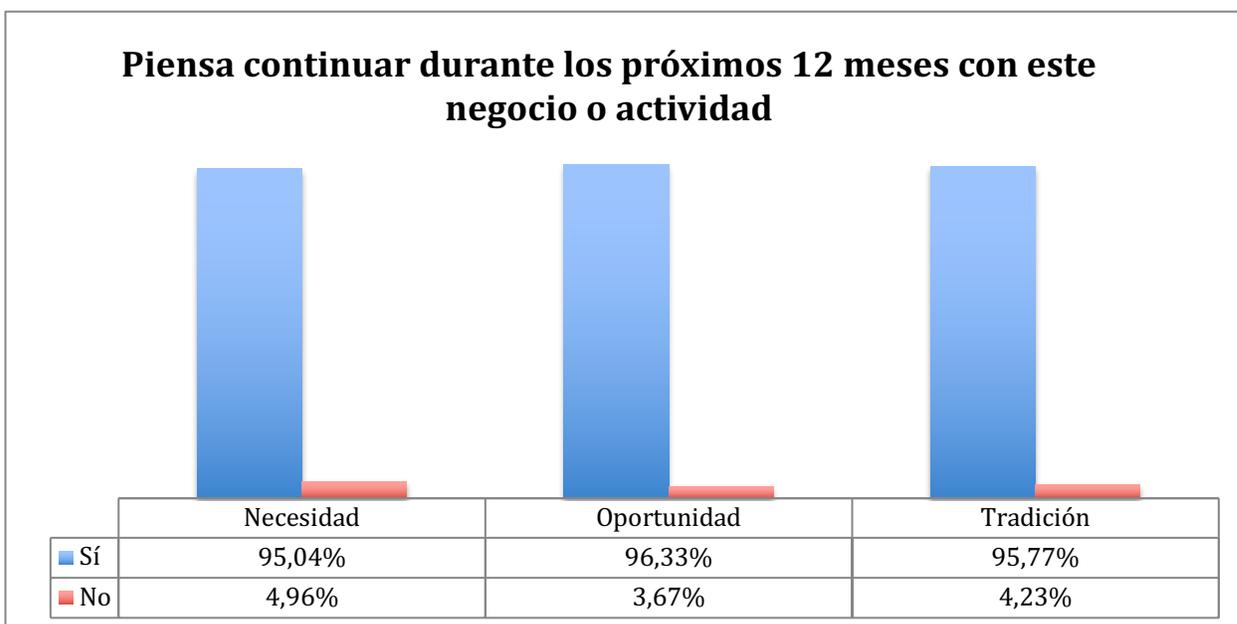


Gráfico 28: Piensa continuar durante los próximos 12 meses con este negocio o actividad. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018

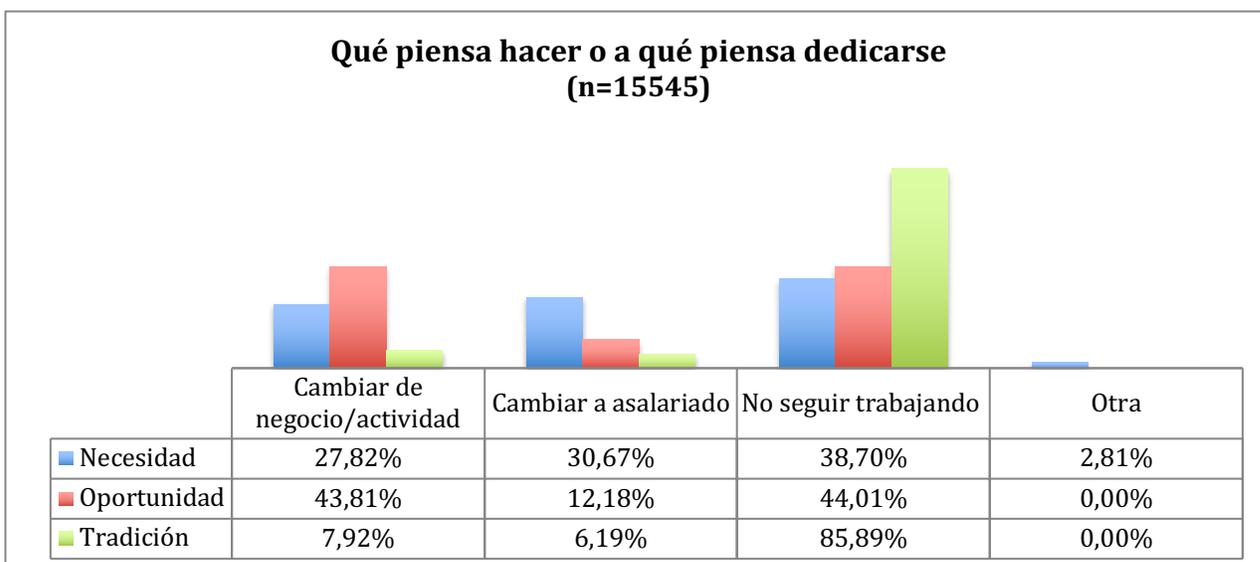


Gráfico 29: Qué piensa hacer o a qué piensa dedicarse. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018

Esto principalmente a dos variables, cambiar de negocio o actividad y cambiar a asalariado¹¹. Mientras que en la variable cambiar de negocio/actividad, existe cierta igualdad de criterios entre los agentes –siendo de igual manera los agentes por motivación de

¹¹ Se deja de lado la variable no seguir trabajando porque no se explicita a qué se referían los agentes al contestar esto.

oportunidad quiénes más presencia tienen-. Se debe tener en cuenta que para el caso de los agentes por motivación de oportunidad este rubro representa el 43,81% del total de los agentes por motivación de oportunidad que no quieren seguir con su negocio. No cierran las puertas al camino del emprendimiento como una forma de generar ingresos.

Por otro lado, los agentes por motivación de necesidad, además de ser quienes más afirmaron no querer seguir con su negocio, son quienes en su mayoría quieren cambiar su condición a asalariados. Lo cual implica una mayor estabilidad de ingresos y de condiciones laborales. Esto corresponde al 30,67% de los agentes emprendedores por motivación de necesidad.

6.2 Conformación del habitus de los agentes emprendedores

Estos últimos datos muestran una diferencia en la conformación del habitus de los agentes emprendedores y en la construcción de estrategias que generan estos agentes para generar ingresos. En el caso de los agentes por motivación de oportunidad existe esa disposición a seguir en el mundo del emprendimiento. En cuanto a los agentes por motivación de necesidad, queda plasmado que el hecho de emprender es una estrategia temporal de generación de ingresos, pero que su interés real es conseguir un puesto de asalariado. Esta información revela la conformación de un habitus diferenciado. Mientras que los agentes emprendedores por oportunidad mantienen como visión de mundo el emprender como forma de generar ingresos de forma permanente, los agentes por necesidad identifican emprender como una estrategia para generar ingresos.

Tomando en cuenta a quienes afirman que sí quieren continuar con su actividad, se pueden utilizar dos elementos para acercarse a cómo está creciendo el negocio y los beneficios que le aportan a los agentes. El primero de ellos es el crecimiento en el área de

colaboradores. En donde el 87,48% del total de los agentes emprendedores señala que se van a mantener igual, lo cual no es de extrañar si se tiene en cuenta los datos del capítulo anterior en donde se señaló que la mayoría de emprendimientos están conformados por una persona.

Esto es de especial importancia si se contrapone a la comparativa del gráfico 31, que es la que permite analizar la conformación del habitus diferenciado entre agentes emprendedores a la hora de reflexionar sobre su actividad. Con los gráficos 32 y 33, se puede apreciar que cuando el agente emprendedor se plantea continuar con su actividad, las condiciones de contrato y comportamiento de las ventas no difiere en mayor manera, las acciones planteadas como agentes son coherentes con su habitus de emprendedor. Mientras que cuando su intención es cambiar de actividad, las diferencias en la conformación de un habitus diferenciado sí saltan a la luz como se aprecia en el gráfico 31.

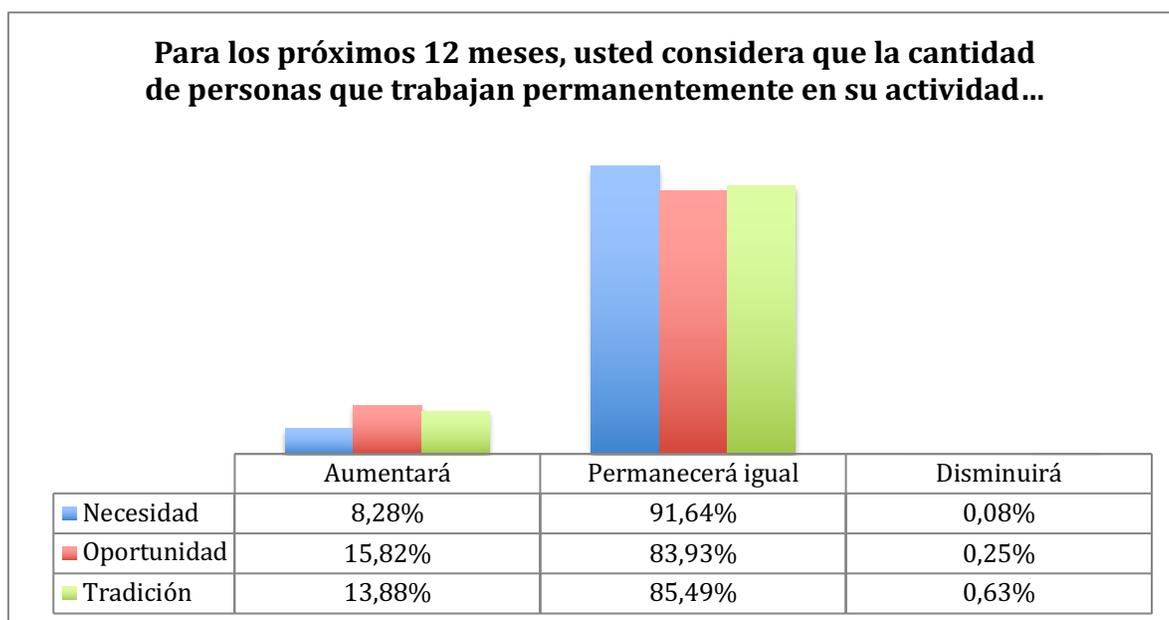


Gráfico 30: Para los próximos 12 meses, usted considera que la cantidad de personas que trabajan permanentemente en su actividad. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018

En cuanto a las ventas de servicios o productos, el 44,57% de los agentes emprendedores señala que aumentarán. Siendo los agentes por motivación de oportunidad quienes más afirman esto. El 45,03% de los agentes emprendedores señala que sus ventas

permanecerán igual para los próximos 12 meses. Estas manifestaciones que realizan los agentes emprendedores llevan a que se pueda afirmar que existe un grado alto de satisfacción con sus negocios y una percepción de estabilidad hacia el futuro de sus negocios. Teniendo en cuenta que en el espacio que tiende hacia lo negativo, son los emprendimientos por motivación de necesidad quienes son mayoría, marcando así la tendencia general de que son estos agentes quienes en peores condiciones se encuentran.

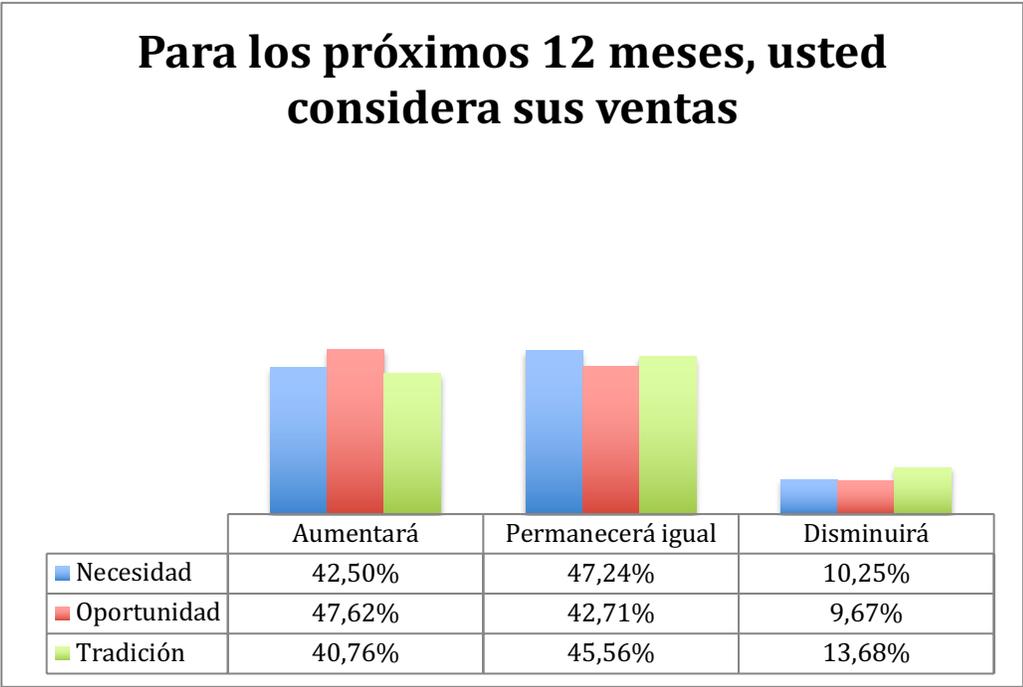


Gráfico 31: Para los próximos 12 meses, usted considera sus ventas. Elaboración propia con datos de ENAMEH 2018

Conclusiones

Comprender el campo del emprendimiento se presentó como un interés central para acercarse a las nuevas formas que configuran el mundo del trabajo. Esto se logró constatar desde el análisis de los planes de gobierno recientes, en donde el emprendimiento ha ido tomando un papel cada vez más central. Por lo tanto, su análisis desde una perspectiva sociológica se hizo necesario. El uso del marco teórico desarrollado por Pierre Bourdieu permitió comprender al agente emprendedor dentro de su campo y las acciones que ejecuta. Así mismo, permitió entender el contexto de la acción del agente. Logrando de esta manera ampliar la comprensión del emprendimiento más allá de una actitud individual y económica para así abrir la discusión sobre los elementos relacionales sobre los que la sociología coloca mayor atención. Esta forma de análisis permitió agregar un nivel extra al análisis del emprendimiento, debido a que se puede analizar como un campo en sí mismo y no como una acción social que ejecuta un agente aislado en un escenario económico específico.

El enfoque teórico que se aplicó en la investigación hizo posible que se detectara la influencia de los diferentes tipos de capital en la conformación de los agentes emprendedores y específicamente cómo esta influencia genera una diferencia entre los tipos de emprendimientos que desarrollan. Ejemplo de esto es como la red de apoyo de un agente emprendedor es esencial para su desarrollo. Dentro de la investigación se identificó a partir del capital social cómo esa red de apoyo está conformada más por otros agentes cercanos que por apoyo institucional. De igual manera se encontró que la trayectoria educativa tiene una injerencia en el tipo de emprendimiento que realiza un agente, entre más larga es su trayectoria educativa más probable es que desarrollen un emprendimiento por oportunidad.

La investigación logró caracterizar los motivos que dan los agentes para tomar la decisión de emprender un negocio, teniendo como conclusión que dependiendo del tipo de capitales que conforme al agente, su motivo será distinto. Esta forma de análisis ubica al agente emprendedor en la complejidad del campo del emprendimiento y del contexto en el que se desarrolla. Este elemento resulta un aporte importante para la discusión sociológica sobre el emprendimiento y un insumo para la política pública costarricense, en tanto brinda un marco teórico desde el cual se puede contextualizar al agente tanto en la estructura social como en su posición dentro del campo del emprendimiento. La forma de análisis de esta investigación es un aporte directo a la comprensión legal que otorga la Ley 8634 del Sistema Banca para el Desarrollo, en su artículo 6, brindando un soporte de conocimiento que amplía la comprensión tanto del agente emprendedor como de la capacidad emprendedora. Sacando a la luz el hecho de que en Costa Rica no sólo se emprende porque se detectó una oportunidad en el mercado, si no porque existe una necesidad para generar ingresos. Tal y como lo reportan los datos de esta investigación no tener un trabajo y complementar los ingresos están entre los mayores motivos para emprender. Así mismo, se logró identificar la agencia de los emprendedores, en tanto son acciones que se ejecutan en un contexto específico y haciendo uso de los capitales que poseen, entendiéndola como la capacidad de hacer dentro de condicionantes estructurales. De esta manera es que se logró identificar la presencia de agentes diferenciados dentro del mismo campo, lo cuál hizo necesario el análisis de los capitales específicos de estos agentes y rastrear dónde estaban los elementos diferenciadores.

Mediante el análisis de las características de los agentes emprendedores, se lograron identificar los capitales que estos poseen y esto generó la conformación de los agentes emprendedores. A partir de este análisis de los capitales se encontró una distancia dentro del campo del emprendimiento entre los agentes, así como los capitales que generan esa

distancia. Uno de los elementos a resaltar es la conformación de la red de apoyo, la cual resultó ser uno de los elementos que los agentes emprendedores más mencionaron. Además de que el descubrimiento de la presente investigación es que se aleja del enfoque tradicional en el que el apoyo está en las instituciones que generan política pública o entes financieros. Si no que más bien el apoyo está con agentes cercanos que son capaces de aportar a las necesidades inmediatas de los agentes emprendedores. La informalidad en el análisis de la distancia entre agentes generó una división marcada, puesto que si un agente tiene un emprendimiento informal, esto le cierra las puertas de apoyo institucional. Elemento que como argumentó Bourdieu (2001) es esencial, entre más cercanía se tenga a las instituciones mayores oportunidades se tienen.

El análisis de la conformación del agente emprendedor permitió comprender el habitus emprendedor. Esto porque su habitus diferenciado estableció diferencias entre la acción y el comportamiento que tenía. Por ejemplo, hay quienes veían a las instituciones como una traba y quienes ven rentabilidad en la informalidad. La decisión final que toma el agente es comprensible desde el análisis de sus capitales y la manifestación de su habitus y la presente investigación fue capaz de identificar estos elementos.

Este aporte permite establecer mejores herramientas a trabajar con agentes emprendedores y un marco de análisis de los proyectos sobre emprendimiento que tienen las distintas instituciones. Principalmente en cuanto al tema de la informalidad, el cual reveló ser uno de los elementos que mayor distancia crea entre los agentes a lo interno del campo del emprendimiento.

Se identificó el concepto de capacidad emprendedora, el cual desde esta investigación se construye y queda abierto para una mayor discusión y construcción en conjunto. Dicho concepto se determina mediante la identificación de un habitus diferenciado entre los agentes

emprendedores el cual es construido mediante la identificación de los diferentes tipos de capital que conforman al agente emprendedor. Determinando así, la relación inseparable que existe entre la estructura social y la trayectoria de un emprendedor, resultando clave el concepto de agencia de Pierre Bourdieu como factor central para explicar la relación dentro del campo del emprendimiento. En términos teóricos, la capacidad de agencia emprendedora está definida por la posición de los agentes y cómo esta se manifiesta a través de su habitus y en términos prácticos como quedó constatado en el trabajo, se manifiesta en la trayectoria de los agentes y en las acciones que ejecutan los agentes dentro del campo del emprendimiento.

Sobre la línea de lo anteriormente señalado, se logró demostrar que los agentes emprendedores por necesidad son quienes con más frecuencia afirman no querer seguir con su negocio y nombrando como cambiar su condición a asalariados lo que más aspiran. Esta conclusión genera un espacio para discutir sobre los beneficios reales de enfocar la política pública en el emprendimiento bajo las condiciones actuales en las que se desarrolla.

Recomendaciones

1. Se debe continuar con estudios apoyados en la recolección de datos de ENAMEH y analizar las políticas públicas desde esta mirada que busca comprender al emprendimiento como un campo. Esto porque permite entender las relaciones que se dan a lo interno y los elementos que generan acciones diferenciadas entre los agentes. El análisis sociólogo es capaz de generar ese aporte tanto en la comprensión estructural del campo del emprendimiento, como del análisis del agente emprendedor. Un aporte del presente trabajo es la idea de la “capacidad emprendedora”, desde la cual se pueden generar investigaciones que sirvan de insumo para que instituciones o programas de emprendimiento, fortalezcan sus programas de emprendimiento. Este paso es esencial para tomadores de decisiones debido a que el análisis brindado por las investigaciones desde esta perspectiva brindan el análisis del campo del emprendimiento, la comprensión de cómo se constituye un agente emprendedor y cómo se entiende la capacidad emprendedora. De esta manera, podrían generar programas y políticas más robustas que apoyen al agente emprendedor en su contexto y no en abstracto.
2. Es necesaria una revisión desde la perspectiva de género que brinde un aporte sobre las condiciones específicas de las mujeres en el campo del emprendimiento. Condiciones que desde este primer acercamiento se visualizan como precarias. De acuerdo con este acercamiento preliminar sobre la situación de las mujeres en el emprendimiento, se logró detectar que existe una mayoría de mujeres en edades menores a los 35 años que están emprendiendo, las cuales en su mayoría lo hacen por necesidad. Como quedó constatado en la investigación no existe una diferencia

significativa entre la cantidad de hombres y la cantidad de mujeres. Sin embargo, sí existe una clara desigualdad en cuanto a dónde se ubican en el campo del emprendimiento. Las características que conforman la posibilidad de emprender por oportunidad, se ven limitados en una sociedad patriarcal para las mujeres. Siendo los grupos que representan emprendimientos por oportunidad, en su mayoría conformados por hombres. Es debido a este panorama que se hace esencial en términos académicos ahondar en este tema y más aún en términos institucionales pensando en cómo se pueden mejorar las condiciones de la mujer en el campo del emprendimiento.

3. Desde las instituciones gubernamentales establecer una revisión sobre los emprendimientos que se apoyan y las condiciones en las que lo hace. Como se demostró en esta investigación, la vinculación es lejana, por no decir prácticamente nula. En esta investigación se logró identificar como en la mayoría de casos los agentes emprendedores depende de una acumulación previa de capitales que hacen posible el apoyo por parte de las instituciones. Más aún si se tiene en cuenta que la capitalización del apoyo institucional es de 64,51% para emprendimiento por oportunidad y solo de un 32,06% en el caso de emprendimientos por necesidad. Este factor condena a que la mayoría de emprendimientos por necesidad estén condenados a la sobrevivencia desde la informalidad, limitando así su acceso a créditos formales y oportunidades de capacitación y crecimiento. De ahí que exista la urgencia desde la institucionalidad de comprender al emprendimiento como un concepto más amplio de cómo es entendido en la Ley 8634 del Sistema Banca para el Desarrollo, en su artículo 6. En este concepto solo se habla de personas con motivación y capacidad para detectar oportunidades de negocio, dejando anuladas por completo a un sector

importante. Ampliando el artículo a una comprensión del campo del emprendimiento desde la idea de emprendimientos por oportunidad y emprendimientos por necesidad, es posible generar una ley más justa. Debe quedar constatado en esta ley que existen agentes emprendedores que lo hacen bajo la motivación de encontrar una forma de generar ingresos o complementar su salario. Logrando esta ampliación será posible construir políticas, programas y apoyos más direccionados para los agentes emprendedores.

Bibliografía

- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, Personality and Behaviour*. Chicago: Dorsey.
- Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits and actions: dispositional prediction of behaviour in social psychology. *Advances in Experimental Social Psychology* (20), 1-63.
- Aldrich, H., & Waldinger, R. (1990). Ethnicity and entrepreneurship. *Annu. Rev. Sociol.* (16), 111-135.
- Alonso, L., & Fernández Rodríguez, C. (2006). El imaginario managerial: El discurso de la fluidez en la sociedad económica. *Política y Sociedad* , 43 (2), 127-151.
- Alonso, L., & Fernández Rodríguez, C. (2011). La innovación social y el nuevo discurso del management: Limitaciones y alternativas. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura* , 187 (752), 1133-1145.
- Alonso, L., & Fernández Rodríguez, C. (2011). La Innovación social y el nuevo discurso del management: Limitaciones y alternativas. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura* , 187 (752), 1133-1145.
- Aragón, A. (2009). *Historias de jóvenes emprendedores*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Arce Serrano, J. (2015). *Crowdfunding: Financiación colectiva como alternativa en Costa Rica de capital de emprendimiento para el programa UNA-Emprendedores*. Maestría en Gestión de la Innovación Tecnológica . Heredia, Costa Rica: Universidad Nacional de Costa Rica.
- Arias, E. (2019). Estado, neoliberalismo y empresarios en Costa Rica: La coyuntura del TLC. *Revista Ciencias Sociales*, 164, 69-86.
- Baranger, D. (2012). *Epistemología y metodología en la obra de Pierre Bourdieu*. Posadas, Segunda edición (Primera edición electrónica).
- Barreto, H. (1989). *The entrepreneur in Micro-economic Theory: Disappearance and Explanation*. New York: Routledge.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Pearson.
- Bourdieu, P. (2005). *Capital cultural, escuela y espacio social*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología del gusto*. Argentina: Siglo XXI Editores.
- Bourdieu, P. (2006). *La Distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.

- Bourdieu, P. (2013). *Las estrategias de la reproducción social*. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno.
- Bourdieu, P. (2001). *Poder, Derecho y Clases Sociales*. Bilbao, España: Editorial Desclée de Brouwer.
- Bourdieu, P. (2011). *El sentido práctico*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Siglo Veintiuno.
- Bourdieu, P. (1987). *Cosas Dichas*. Buenos Aires, Argentina: Gedisa Editorial.
- Bourdieu, P., & Passeron, J.C. (2013). *Los Herederos: Los estudiantes y la cultura*. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno.
- Bourdieu, P., & Passeron, J.C. (1996). *La Reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*. Barcelona: Editorial Laia.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. (2005). *Invitación a la sociología reflexiva*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Brenes Bonilla, L., & Bermúdez Mesén, L. (2013). Diferencias por género en el emprendimiento empresarial costarricense. *TEC Empresarial* , 7 (2), 19-27.
- Briales, Á. (2017). Emprendedores fracasados: individualización neoliberal en los discursos sobre el desempleo. *Revista de Pensament i Análisi* (20), 79-104.
- Briales, Á. (2017). Emprendedores fracasados: individualización neoliberal en los discursos sobre el desempleo. *Revista de Pensament i Análisi* (20), 79-104.
- Cárdenas, J., Guzmán, A., Sánchez, C., & Vanegas, J. D. (2015). ¿Qué se crea al fomentar el emprendimiento? Los principales impactos de la formación en este campo. *Universidad & Empresa* , 17 (28), 173-190.
- Carsud, A., Olm, K., & Eddy, G. (1996). Entrepreneurship research in quest of a paradigm. In D. L. Sexton, & R. Smilor, *The art and science of entrepreneurship*. Cambridge: Ballinger Publishing Company.
- Castellanos, Ó., Chávez, R., & Jiménez, C. (2003). Propuesta de formación en liderazgo y emprendimiento. *INNOVAR: Revista de ciencias administrativas y sociales* (22), 145-156.
- Coleman, J. (2000). *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Belknap Press of Harvard University Press.
- Coleman, J. (2000). Social Capital in the Creation of Human Capital. In E. Lesser, *Knowledge and Social Capital. Foundations and Applications*. Boston: Butterworth Heineman.
- Corbetta, P. (2003), *Metodología y técnicas de la investigación social*. México: McGraw Hill.

- Corcuff, P. (2014). *Las nuevas sociologías: Principales corrientes y debates, 1980-2010*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Cunningham, B., & Lischeron, J. (1994). Defining Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management* , 1 (29), 45-78.
- De la Garza Toledo, E. (2000). Fin del trabajo o trabajo sin fin. In E. De la Garza Toledo, & J. M. Hernández, *Tratado Latinoamericano de Sociología del Trabajo* (pp. 755-774). México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Delgado, J. & Gutiérrez, J. (1999). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*. Madrid: Síntesis.
- Díaz-Fernández, I., & Echeverría-León, D. (2016). El emprendimiento en Cuba: un análisis de la participación de la mujer. *Entramado* , 12 (2), 54-67.
- Díaz, D. (2019). *Historia del Neoliberalismo en Costa Rica: la aparición en la contienda electoral 1977-1978*. San José: CIHAC.
- Ebner, A. (2005). Entrepreneurship and economic development. *Journal of Economic Studies* , 32 (3), 256-274.
- Edewor, P., Abimbola, O., & Ajayi, M. (2014). An Exploration of some sociological approaches to entrepreneurship. *European Journal of Business and Management* , 6 (5), 18-24.
- Emirbayer, M., & Mische, A. (1998). What is Agency? *The American Journal of Sociology* , 99, 962-1023.
- Emirbayer, M. (1997). Manifesto for Relational Sociology. *The American Journal of Sociology* , 103 (2), 281-317.
- Emirbayer, M., & Goodwin, J. (1994). Network Analysis. Culture and the problem of agency. *The American Journal of Sociology* , 99 (6), 1411-1454.
- Ferreto, E., Lafuente, E & Leiva, J. (2019).Capital humano y factores sociológicos como determinantes del emprendimiento. *TEC empresarial*, 12 (3), 43-49.
- Flachsland, C. (2003). *Pierre Bourdieu y el capital simbólico*. Madrid: Campo de Ideas.
- Freeman , J. (1986). Entrepreneurs as organizational products: semiconductor firms and venture. *Advance Studies of Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth* (1), 33-52.
- García Cabrera, A., & García Soto, M. (2010). Ecosistema emprendedor para las empresas de base tecnológica: visión basada en los recursos. *TEC Empresarial* , 4, 8-21.

- García Moreno, J., Martínez Martín, R., & Feliciano Pérez, L. (2014). Es el emprendimiento una alternativa para el desempleado joven? Seguridad frente a inseguridad en el empleo por cuenta propia. Departamento de Sociología, Universidad de Granada , 1-14.
- Giddens, A. (2001). Las nuevas reglas del método sociológico: Crítica positiva de las sociologías comprensivas. Buenos Aires, Argentina: Editorial Amorrortu.
- Giddens, A. (2003). La constitución de la sociedad: bases para la teoría de la estructura. Buenos Aires, Argentina: Editorial Amorrortu.
- Goss, D. (2005). Entrepreneurship and "the social": Towards a deference-emotion theory. *Human Relations* , 58 (5), 617-636.
- Jamarillo, J. (2011). Bourdieu y Giddens. La superación de los dualismos y la ontología relacional de las prácticas sociales. *Revista Ciencias Sociales de la Universidad Javeriana*, 7, 409-428.
- Jenkins, R. (1992). Pierre Bourdieu: Key Sociologists Series. New York: Routledge.
- Jung, D., Ehrlich , S., De Noble, A., & Baik, K. (2001). Entrepreneurial Self-Efficacy and its Relationship to Entrepreneurial Actions: A comparative Study between the US and Korea. *Management International* (6), 41-53.
- Kao, R. (1989). Entrepreneurship and Enterprise Development. Toronto: Holt, Rinehart and Winston Limited .
- Knight, F. (1921). Risk, Uncertainty and Profit. New York: Houghton Mifflin.
- Lachman, R. (1980). Toward measurement of entrepreneurial tendencies. *Management International Review* , 2 (20), 108-116.
- Leiva Rojas, M. (2014). Rompiendo el paradigma de la cerveza en Costa Rica: Emprendimiento de Dos Amigos Homebrewing Co and Pub . Maestría en Gestión de la Innovación Tecnológica . Costa Rica: Universidad Nacional de Costa Rica.
- Light, I., & Rosenstein, C. (1995). Race, Ethnicity, and Entrepreneurship in Urban America. New York: Aldine de Gruyter.
- McClelland, D. (1989). Estudio de la motivación humana. Madrid: NARCEA Ediciones.
- Marchena, J. (2016). Rastreado los orígenes del (neo) liberalismo costarricense. La influencia de la Asociación Nacional de Fomento Económico (ANFE) como centro intelectual, 1970-1990. *Revista Estudios* , (33), 1-28.

- Messina , M., & Hochsztain, E. (2015). Factores de éxito de un emprendimiento: Un estudio exploratorio con base en Técnicas de data mining. *Tec Empresarial* , 9 (1), 31-40.
- Monge Solano, L. (2017). Emprendimiento basado en el desarrollo de aplicaciones de tecnología Geoespacial, el caso DIT Space Costa Rica . Maestría en Gestión de la Innovación Tecnológica . Costa Rica: Universidad Nacional de Costa Rica.
- Moriano León, J.(2005). El perfil psicosocial del emprendedor. Madrid: CES.
- Moruno Danzi, J. (2015). La fábrica del emprendedor: Trabajo y Política en la empresa-mundo. Madrid, España: Akal Ediciones.
- Niño Rojas, V. (2011). Metodología de la Investigación. Bogotá: Ediciones de la U.
- Olivos , F., Álvarez , I., & Díaz, F. (2013). Impacto de la educación para el emprendimiento en la creatividad: Una experiencia en Chile con Propensity Score Matching. *Revista Electrónica EDUCARE* , 17 (3), 259-276.
- Orrego Correa, C. (2009). La Fenomenología y el emprendimiento. *Pensamiento y Gestión* (27), 235-252.
- Ortiz García, P., & Millán Jiménez, A. (2011). Emprendedores y Empresas. La construcción social del emprendedor. *Lan Harremanak* (1), 219-236.
- Ortiz García, P., & Millán Jiménez, A. (2011). Emprendedores y Empresas: La Construcción Social del emprendedor. *Lan Harremanak* (1), 219-236.
- Parada Gómez, Á. (2015). Metodología de extensión para crear emprendimientos productivos: caso de la Isla Venado, Golfo de Nicoya, Costa Rica. *Economía & Sociedad* , 20 (48), 1-22.
- Pawar, P. (2013). Social Sciences Perspectives on Entrepreneurship. *Developing Country Studies* , 3 (9), 35-38.
- Pérez Sáinz, J.P., Poza, M.A. y Mora Salas, M. (2004). La sociología económica: una lectura desde América Latina. Costa Rica: FLACSO.
- Pérez Sáinz, J.P., & Mora Salas, M. (2009). Excedente económico y persistencia de las desigualdades en América Latina. *Revista Mexicana de Sociología* , 71 (3), 411-451.
- Petry, P. y Lebendiker, M. (2011).El emprendedurismo en Costa Roca. San José, Costa Rica: Decimoséptimo Informe Estado de la Nación.
- Piketty, T. (2015). El capital en el siglo XXI. España: Fondo de Cultura Económica
- Pittaway, L. (2000). The Social Construction of Entrepreneurial Behaviour. Tesis para obtener el grado de Doctor en Filosofía . Reino Unido: University of Newcastle.

- Putnam, R. (2003). El declive del capital social. Un estudio internacional sobre las sociedades y el sentido comunitario. Barcelona: Galaxia Gutenberg-Círculo de Lectores.
- Putnam, R. (1993). Making Democracy work. Civic Traditions in Modern Italy. New Jersey: Princeton.
- Putnam, R. (1993). The Prosperous Community. Social Capital and Public Life. *American Prospect* , 4 (13).
- Ramírez Plascencia, J. (2005). Tres visiones sobre capital social: Bourdieu, Coleman y Putnam. *Revista Acta Republicana Política y Sociedad* (4), 21-36.
- Renau , J. (1994). Creación de empresas. De la idea al proyecto empresarial. Valencia: IMPIVA.
- Romanelli, E. (1989). Organization birth and population variety: a community perspective origins . *Research Organizational Behavior* (11), 211-246.
- Rovira, J. (2020). Costa Rica en los años 80. San José: Editorial UCR.
- Samaniego Alcántar, Á., & Reyes Ruiz, G. (2016). Factores que influyen sobre la conducta de una persona frente al riesgo de emprender un negocio en América Latina. *Journal Business* , 8 (1), 57-71.
- Salkind, N. (1998). Métodos de Investigación. México: Prentice Hall.
- Schnarch, A. (2014). Sobre el emprendimiento en América Latina: Mitos y realidades . *Caderno Profissional de Marketing-UNIMEP* , 2 (1), 35-41.
- Schumpeter, J. (1984). Capitalismo, socialismo y democracia. Barcelona : Folio.
- Shane, S. (1993). Cultural influences on national innovation rates. *Journal of Business Venturing* , 8 (1), 59-73.
- Shapero, A. (1987). Los profesionales creativos en la empresa: cómo elegirlos, valorarlos y motivarlos. Barcelona: Planeta.
- Shapero, A. (1975). The Displaced, Uncomfortable Entrepreneur. *Psychology Today* , 9 (6), 83-88.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton, & K. H. Vesper, *Encyclopedia of entrepreneurship* . New Jersey: Prentice Hall.
- Soto Kiewit, L., Segura Jiménez , A., Aguilar Mata, G., Medina Díaz, R., Díaz Fallas, N., & Arias Alfaro, K. (2017). El capital social en el desarrollo de la innovación: El caso del sector agroalimentario costarricense . *Cooperativismo y Desarrollo (Artículo sin editar)* , 25 (110).

- Steyaert, C., & Katz, J. (16 de mayo de 2004). Reclaiming the space of entrepreneurship in society: geographical, discursive and social dimensions. *Entrepreneurship & regional development* , 179-196.
- Stradi, S. (2016). El emprendedurismo universitario en estudiantes de Administración de Empresas de la UNED de Costa Rica. *Revista Nacional de Administración*, 7 (2), 81-102.
- Thornton, P., Ribeiro-Soriano, D., & Urbano, D. (2011). Socio-cultural factors and entrepreneurial activity: An overview. *International Small Business Journal* , 2 (29), 105-118.
- Thornton, P. (1999). The Sociology of Entrepreneurship. *Annu. Rev. Sociol.* (25), 19-46.
- Watson, T. (2013). Entrepreneurship in action: bringing together the individual, organizational and institutional dimensions of entrepreneurial action. *Entrepreneurship & Regional Development* , 25 (5-6), 404-422.
- Weber, M. (1991). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. México: PREMIA.
- Yunus, M. (2011). *Las empresas sociales: una nueva dimensión del capitalismo para atender las necesidades más acuciantes de la humanidad*. Madrid: Paidós.
- Zsombor, C. (2011). *The sociological aspects of entrepreneurship in Transylvania . Summary of the Doctoral Dissertation . Romania: Universitatea Babes-Bolyai*.

Anexos

Anexo 1

Estructura de la entrevista semi-estructurada que será aplicada a las personas emprendedoras del sector industria, comercio y servicios que han recibido apoyo gubernamental en el periodo 2014-2018.

Descripción: Esta entrevista tiene un enfoque biográfico, es decir, se va a enfocar más en la trayectoria del emprendedor.

Objetivo de la Investigación:

Analizar la elección del emprendimiento como una manera de generar ingresos a partir de la influencia de los distintos tipos de capitales en agentes vinculados a programas gubernamentales en el periodo 2014-2018.

| Parte 1: Capital Social | | |
|--|----------------|----------------------|
| Preguntas | Chequeo | Observaciones |
| Para iniciar, coménteme sobre su emprendimiento. ¿Cuál es el nombre? ¿Qué servicios brinda? | | |
| ¿De dónde viene la idea de emprender? ¿Qué motivó el inicio del emprendimiento? | | |
| ¿Qué profesión/labor realizaban las personas con las que creció? | | |
| ¿Cuáles considera usted que son las principales características de un emprendedor y cuáles considera usted que posee? | | |
| ¿De cuáles personas o instituciones recibió ese apoyo? | | |
| ¿Qué aporte específico le brindaron esas personas o instituciones? | | |
| ¿Ha asistido a ferias de emprendimiento? (Si no ha asistido, preguntar por la opinión sobre las ferias y si considera que puede aportarle algo a la empresa) | | |

| | | |
|---|--|--|
| ¿Cómo es el ambiente de las ferias de emprendimiento? | | |
| ¿Considera que realizan un aporte al empresa? | | |

| Parte 2: Capital Económico | | |
|---|----------------|----------------------|
| Preguntas | Chequeo | Observaciones |
| ¿Cuáles fue el proceso que ha seguido para emprender? | | |
| ¿Qué tipo de apoyo buscó y recibió? | | |
| ¿Cuáles son las mayores dificultades que ha enfrentado en el proceso de emprender? Se busca indagar en el área financiera y procedencia de los recursos para iniciar el emprendimiento | | |
| ¿Cuál es el estado actual del emprendimiento? | | |
| ¿Cuáles son las dificultades prevé que puede tener a futuro? | | |
| ¿Cuáles son las oportunidades que prevé que puede tener a futuro? | | |
| Parte 3: Capital Cultural | | |
| Preguntas | Chequeo | Observaciones |
| ¿Qué aporte le ha dado su experiencia laboral en su emprendimiento? | | |
| ¿Qué aporte le ha dado su trayectoria académica en su emprendimiento? | | |
| ¿Qué considera que lo/a ha ayudado para que su emprendimiento se mantenga activo? | | |
| ¿Considera que se debe mantener una capacitación constante? ¿Qué tipo de capacitación, en qué áreas? | | |
| ¿Cuánto tiempo aproximado dedica usted a capacitación o consumo de información sobre | | |

| | | |
|---|--|--|
| emprendimiento o bien sobre información relacionada directamente con su emprendimiento? | | |
|---|--|--|

Anexo 2

Para completar esta investigación se utilizó la Encuesta Nacional de Microempresas de los Hogares (ENAMEH), los datos fueron recopilados entre agosto-setiembre del año 2018 ¹², en esta sección se detalla cuáles preguntas se utilizaron por sección del cuestionario.

II: Datos de la persona dueña

Edad, sexo, Identificado en la ENAHO como, NivInst.

Sección A: Condición de actividad actual

A1, A2, A5, A6.

Sección B: Características de la Actividad

B2a, B3a1, B5a, B7, B7c, B8, B9, B10a, B11, B12a, B14a, B14b, B15, B17, B18,.

Sección C: Ventas y servicios

C1, C2, C4, C5, C6, C7, C12.

Sección D: Apoyo Institucional

D1, D2.

Sección E: Tecnologías de información y comunicación

E1, E2, E3, E5, E6, E7.

Sección H: Activos y existencias de la actividad

H1

Sección J: Financiamiento

J1, J2, J3, J4, J5, J6, J7, J8, J13, J14, J15.

Sección K: Expectativas

K1, K2, K3, K4.

¹² Se puede revisar el cuestionario completo en: <https://www.inec.cr/sites/default/files/documetos-biblioteca-virtual/meeconomenameh2018-01.pdf.pdf>