

¿Qué factores o condiciones explicarían que diversas empresas costarricenses no puedan calificarse como emprendimientos sociales y qué acciones deberían realizar para calificarse como tales?

Marileydi Castro Vargas¹

Resumen

El objetivo principal de esta investigación es conocer los factores que afectan negativamente el establecimiento de emprendimientos sociales en las empresas costarricenses y cuáles acciones se deben de tomar para clasificarlas como emprendedoras sociales.

Se debe tomar como base el hecho de que el emprendedurismo social es una nueva forma de hacer negocios y que existe una diferencia importante en la misión de las empresas, que buscan el beneficio social, la inclusión y una nueva apertura de oportunidades a la sociedad.

Además de aclarar el concepto, la definición y la importancia se detallan los factores que demuestran por qué las empresas costarricenses no califican como tales y por qué no existen proyectos de alto impacto. Por lo tanto, también se determinan las acciones a desarrollar para fomentar más líderes empresariales y promover estas actividades en Costa Rica, tanto a nivel técnico como académico y financiero. Ello con el fin de iniciar nuevos agentes de cambio e incentivar la creación de proyectos y alternativas viables para fortalecer la economía costarricense; este es un modelo sostenible e innovador, que muchas culturas desarrolladas han implementado y en las que han logrado grandes cambios utilizados de modelo en esta investigación.

Se concluyó que, si se logra trabajar y planear estratégicamente en estas acciones tanto a nivel personal y de gobierno, se alcanzaría restablecer la economía costarricense y disminuir muchos de los problemas sociales que afectan al país. Cabe destacar que por su naturaleza esta investigación es cualitativa y que los resultados derivados se obtuvieron de referencias bibliográficas de libros, artículos científicos más el aporte de cinco expertos en el tema.

¹ Bachiller en Administración de Empresas, ULACIT. Candidata a la Licenciatura en Mercadeo, contacto: marileydicastro@hotmail.com

Palabras clave:

Emprendedurismo social, emprendedor social, Costa Rica, valor social, emprendimientos.

Abstract

The main objective of this research paper is to understand the factors that negatively affect the development of social entrepreneurship in Costa Rican companies and what actions should be taken for them in order to qualify as such. All of this based on the fact that social entrepreneurship is a new way of doing business and that there is a significant difference in the business mission since these companies seek social benefit, inclusion and the opening of new opportunities for society.

In addition to clarifying the concept, the definition and the importance of the factors listed, it is evident that those Costa Rican businesses do not qualify as socially oriented and there are no high-impact projects. Therefore actions are also to be taken in order to develop more business leaders to foster and promote these activities in Costa Rica, both technical, academic and financial, so as to start new agents of change and encourage the creation of projects and viable alternatives to strengthen Costa Rican economy. This is a sustainable and innovative model that many cultures have developed and have successfully implemented major changes, ideas that are used in this research.

It is concluded that if these actions could be worked out and planned strategically both personally and from the government, then the Costa Rican economy could be restored and thus reduce many of the social problems that affect the country. Note that by its nature this research is qualitative and derived its results were obtained from bibliographies of books, scientific papers plus the contribution of five experts in the subject.

Keywords:

Social entrepreneurship, social entrepreneur, Costa Rica, Social Value, Social Awareness.

Introducción

Emprendedurismo social es un conjunto integral de acciones, donde se ejecuta la actitud solidaria, el compromiso comunitario, que principalmente es generado para producir riqueza o beneficios, los cuales incitan a mayores oportunidades

sobre las problemáticas de una sociedad. Dichas acciones permiten integrar y reforzar a una comunidad o a personas, al desarrollo local; y de tal manera, ampliar nuevas economías sociales (Poncio, 2010). Esto contribuye a que los emprendedores o empresas introduzcan nuevos y mejores productos o servicios para así aumentar sus ingresos, pero que se vinculen comercialmente para potencializar su estructura a una social y generar una distribución de la riqueza uniformemente.

Las empresas que incluyen estos procesos o acciones a sus políticas empresariales son aquellas que realmente tienen como objetivo o meta que sus labores diarias generen impacto sobre sus clientes, empleadores, comunidades, medio ambiente; y en general, buscan soluciones a problemas, impactando positivamente a toda una comunidad. De manera que no solo cumplan con los requerimientos legales que exigen en cada país sino que además cooperen con un valor agregado. Esto incluye también fomentar este tipo de valores en el ambiente universitario para transformar y mejorar las prácticas benefactoras con el fin de poder enfrentar el modelo de responsabilidad social en cada uno de los principios de una educación más responsable; desarrollar más líderes empresariales y; mejorar y equilibrar la economía. (Rodríguez Jiménez, 2012).

En esta nueva forma de hacer negocios, existe una diferencia marcada en la misión de las empresas, el beneficio social, la inclusión y una nueva apertura a oportunidades, que a la hora de hacerlo realidad se modifica.

La forma de operar es importante en su perfil de gobierno, en la cadena productiva, en la definición de precios, en la manera de distribuir sus excedentes, en la formación de equipos de trabajo; todo esto lleva a una nueva dimensión, algunos van más allá provocando una nueva conciencia de consumo. Además, cualesquiera de ellas enfrentan desafíos de una empresa tradicional; como los factores estructurales, accesos a financiamientos, necesidades específicas del mercado, capital, inversiones y; de igual manera, pretenden mejorar la calidad de vida del sector, por lo que deben hacer un balance importante en sus tareas para alcanzar un punto de equilibrio económico con el fin de generar un impacto sustancial. (Carnau, 2013)

A nivel nacional, son pocas las empresas que se caracterizan por emprendedurismo. Por lo tanto, se desarrolla la investigación realizada en ULACIT sobre cuántas y cuáles empresas realizan emprendedurismo social o si tienen expectativas de realizarlo en algún momento; dicho estudio, elaborado en la provincia de San José y Cartago, pudo determinar que desconocen el tema a nivel general, en su mayoría no cuentan con la experiencia y el conocimiento necesario;

aun así las que conocen las ventajas y utilidades de este modelo pueden estar dispuestas a invertir en el desarrollo de proyectos con fines sociales. El sondeo desatacó que un 35% de las empresas consultadas indican que tienen expectativa de llevar a cabo acciones para implementar el modelo de emprendedurismo social en un futuro cercano, un 25% tiene las características reales y algunas de ellas están dispuestas a invertir en el desarrollo de proyecto a terceros. (Martínez, 2013).

Lo señalado anteriormente es importante desarrollarlo en esta investigación debido se deben analizar los procesos, enfocarse, abordar un problema social y, potencializar la innovación transformadora y los objetivos sociales de las empresas, para que efectivamente generen beneficios importantes a la sociedad; se debe de observar detalladamente para así tener un punto de comparación que permita comprender de una manera más amplia y dar conocer los desafíos que enfrentan las compañías con estas características; además de hacer una transformación en el modelo económico costarricense, con el fin de que sean más emprendedores los quienes quieran hacer el cambio para mejorar los aspectos que afectan a una sociedad, tales como la pobreza, delincuencia, drogas, problemas ambientales. Lo anterior con el propósito de generar mayores oportunidades dar una estabilidad y solvencia económica.

En tal sentido, los objetivos de esta investigación presentada en este artículo científico, son: determinar qué factores explican por qué diversas empresas costarricenses no puedan calificarse como de emprendimiento social y qué acciones deben realizar para acreditarse como tales; identificar que se debe hacer y en qué sentido hay que trabajar para adaptar este modelo a más empresas y; determinar la dirección o rumbo en que debe enfocar el país para fomentar estas prácticas y solventar problemas sociales para fortalecer la economía costarricense.

Revisión Bibliográfica

Según lo estudiado por Hisrich, Peters y Dean (2005), el emprendimiento social se puede definir desde diferentes puntos de vista tales como: Visión del Comportamiento, este se basa en emprendedurismo de iniciativa que puede organizar y reorganizar las estructuras sociales y económicas de una sociedad para así transformar los recursos en algo más práctico, además de aceptar el riesgo de fracaso. Otro punto de vista es la Visión Economista que convierte los recursos, los trabajos, las materias y demás insumos, y establece mejoras con el fin de optimizar su valor económico. Por lo tanto, implanta innovaciones y nuevas estructuras socioeconómicas. Enseguida, se puede observar como una Visión

Psicológica, cuando los individuos impulsados por la fuerza de alcanzar una meta, buscan experimentar, con la capacidad de no depender de otros. Por consiguiente, la Visión Generalista es el proceso de crear algo nuevo con valor, dedicando el esfuerzo y tiempo necesarios, asumiendo riesgos financieros, psicológicos y sociales con el objetivo de obtener recompensas de satisfacción, independientemente de si son económicas o personales, como se menciona en Moreno y Olmos (2010).

Al igual que los empresarios cambian la visión de los negocios, los emprendedores sociales actúan como agentes de cambio para la sociedad, aprovechando las oportunidades que otros pierden, mejoran los sistemas, innovan en nuevos enfoques, buscan soluciones creativas para una sociedad. Un empresario crea industrias, sectores, pero un emprendedor social aporta nuevas soluciones a problemas sociales y las aplica a gran escala. (Ashoka, 2013). Según Martín (2008) se ha encontrado que es un factor importante para fomentar el crecimiento económico, un medio que puede ayudar a las economías a salir de sus crisis. Al fomentar esta actividad, surgirán nuevos negocios lo que redundará en un mayor número de bienes y servicios, y mayor empleo lo cual logra frenar muchos problemas sociales.

La aspiración de crear un nuevo negocio va a depender de la cultura, la subcultura, la familia, la educación y el círculo social del individuo. En los países desarrollados, se da gran valor a las personas que crean su propio negocio, se les considera más hábiles, visionarias e innovadoras y se motiva enormemente a que establezcan nuevas empresas. (Moreno y Olmos, 2010). Existe el ambiente para crear nuevos negocios que está limitado por diversos factores: la actitud de las políticas económicas, los antecedentes familiares o sociales para la creación de empresas, la comprensión de la dimensión del mercado y el potencial de consumo, las facilidades o dificultades de conseguir financiamiento, y los modelos familiares con relación a las conductas que se presentan asertivas o negativas para el fomento de la creación de empresas.

En la historia del mundo, han existido grandes emprendedores sociales como Susan B. Anthony de los Estados Unidos, gran luchadora de los derechos de las mujeres en esa nación; asimismo, Vinoba Bhave de la India, fundador y líder del movimiento Regalo Tierra, hizo la redistribución de más de 7.000.000 de hectáreas de tierra para ayudar a los más necesitados y; Jean Monnet de Francia, el responsable de la reconstrucción de la economía francesa después de la Segunda Guerra Mundial, incluido el establecimiento de la Comunidad Europea.

Por otra parte, María Montessori de los Estados Unidos desarrolló el enfoque Montessori a la educación de la primera infancia (Asoka, 2013). El Premio Nobel de la paz al profesor Muhammad Yunus quien creó el Banco Grameen, para prestar dinero a los pobres y especialmente a las mujeres del medio rural (Grammen, 2013). Otro caso es Jeff Skoll, quien creó la Fundación Skoll en 1999 para perseguir la visión del mundo de paz duradera y la prosperidad, cuyo objetivo es impulsar un cambio a gran escala mediante la inversión de conectar y celebrar los emprendedores sociales (Skoll fundation, 2013).

A nivel mundial, hay una red de emprendedores sociales, llamada Asoka y fundada por Bill Drayton en 1980 con cerca de 3,000 becarios en 70 países quienes ponen su sistema de cambio de ideas en práctica; han proporcionado financiamiento inicial, servicios de apoyo profesional, conexiones a una red global todo ello a través de los sectores empresariales y sociales, también una plataforma para personas dedicadas a cambiar el mundo. Esta empresa lanzó la iniciativa empresarial social y ha activado socios multisectoriales en todo el mundo, mira el talento empresarial y las nuevas ideas para resolver los problemas sociales. Su misión ha evolucionado más allá de catalizar a los empresarios individuales para permitir un agente de cambio total; buscan equipar a más personas-incluyendo jóvenes- y crean la infraestructura necesaria como el acceso al financiamiento (Ashoka, 2013).

A nivel latinoamericano, según Moreno y Olmos (2010), el desarrollo del emprendimiento es más por la necesidad, en comparación de los países del G7 (Canadá, Estados Unidos, Francia, Reino Unido, Italia, Alemania y Japón) cuyos emprendimientos son con base en las oportunidades de mercado. Recae, principalmente, en la actividad emprendedora, en la dinámica de la firma y la propiedad, como también en el empleo, en la asociación del número de empleados, en la actividad económica, en el espíritu emprendedor y la propensión hacia determinadas habilidades, las barreras emprendedoras hacia la actividad y el ambiente de los negocios, la obtención del conocimiento, la innovación mediante la presentación de productos modernizados, nuevos mercados y nuevas aplicaciones a productos ya existentes. La falta de proyectos de alto impacto, es, hasta cierto punto, consecuencia de un círculo vicioso pues los inversionistas no ven alternativas viables dónde colocar sus capitales (Villalobos, 2012).

Por lo anteriormente mencionado, hay que trabajar más para expandir el bienestar económico y promover más actividades de emprendimiento social. Es un proceso que se trabaja paulatinamente pero sin duda, creará un impacto positivo a futuro. Como ejemplo, en la ceremonia de entrega del Emprendedor Social de Centroamérica del año 2011, realizada en la ciudad de Guatemala, se ha

nombrado al empresario guatemalteco Philip Wilson como ganador del año por su idea de Ecofiltro que ofrece acceso a agua limpia y potable mediante el uso de un filtro de agua, producto que se vende a través del modelo de negocio pirámide que permite a las poblaciones con una amplia gama de nivel de ingresos acceder a él. Desde al año 2009, el Emprendedor social del año es juzgado con base en tres criterios: la innovación, la sostenibilidad y el impacto social de su trabajo (World Economic Forum, 2013).

Entre algunos de los finalistas están Biopersa-Guatemala que ofrece gestión de residuos de cocinas industriales y de negocios para transformarlo en biodiesel; Partnerships-Nicaragua, su trabajo es conectar el conocimiento, las redes sociales y el capital para que los emprendedores sociales puedan hacer sus negocios y así crear un impacto social (World Economic Forum, 2013). A nivel nacional, la empresa costarricense Recyplastic del empresario Samuel Yankelewitz: su objetivo es reciclar residuos plásticos de las plantaciones bananeras, de fuentes agrícolas y residenciales al transformar el plástico en una resina que se utiliza como madera plástica para ayudar a resolver el problema de contaminación.

Otro ejemplo es la costarricense Rebeca Villalobos quien fue elegida como miembro de la *Fellowship* de Ashoka en el año 2012 (Ashoka, 2012), ha desarrollado un sistema participativo de la salud visual que permite a los costarricenses de toda clase social acceder a servicios médicos accesibles que van desde pruebas básicas de la visión hasta procedimientos quirúrgicos más especializados, a través de los auspicios de la Asociación de Servicios Médicos para el Bien Común (ASEMBIS), la organización se fundó en 1991. Rebeca ha desarrollado una serie de programas que tienen como objetivo garantizar la accesibilidad de la atención. Con el apoyo de la Fundación Alemana Blindenmission Christoffel, el programa ha comenzado a expandirse a otros países de Latinoamérica, ha capacitado a personal de otras organizaciones en México, El Salvador, Honduras y Panamá para implementar programas similares. En marzo del 2001, ella organizó un evento regional para promover el cuidado de la visión de bajo costo en toda América Latina. No solo se ha demostrado a sí misma ser un líder incansable en la conciencia de la salud visual, sino que tiene nuevos retos para aplicar en otros sectores de la salud, para así frenar enfermedades prevenibles en las comunidades pobres de Latinoamérica.

Si bien es cierto existen empresas como las mencionadas anteriormente, se determinó que este no es el comportamiento o el patrón común con que se manejan la mayoría de las empresas costarricenses, fundamentado en la investigación sobre cuáles y cuántas empresas en el área metropolitana tienen expectativas de desarrollo de emprendimiento social (Arce, 2013). Se determinó

que el emprendimiento social es un tema desconocido en esta nación, no existe claridad del concepto, se confunden las acciones del gobierno y las empresas con responsabilidad social. En las encuestas realizadas, se pudo precisar que solo un 4% se califican como emprendedoras sociales por tener una misión social, ser innovadoras, financieramente sostenibles, emplear sectores desplazados y resolver un problema social.

De ahí la importancia de esta investigación, por lo que es preciso determinar cuáles factores causan que las empresas costarricenses no forjen emprendedurismo social, indagar qué acciones se deben trabajar a nivel de país, comprobar cuáles habilidades se han excluido y cuáles deben de fomentarse para así combatir problemas de índole social y solventar la economía a través de estas prácticas de espíritu emprendedor.

Metodología de la investigación

Esta investigación por los propósitos y la forma en que fue desarrollada, se consideró de carácter cualitativo; se empleó entrevistas como método de recolección de la información y como fuente primaria de la investigación. Se aplicó cinco entrevistas a expertos que a su vez poseen las principales características:

- Poseer formación académica.
- Experiencia del tema.
- Poseer experiencia en creación de empresas con estas características.
- Poseer cualidades de emprendedor.

La entrevista está compuesta por ocho preguntas abiertas con el fin de no delimitar los conocimientos que tienen los empresarios sobre el tema, y a la vez, que tengan la oportunidad de realizar comentarios y observaciones adicionales, con el fin de incorporar a la investigación aspectos relevantes y analizar los diferentes métodos utilizados por las empresas. El tiempo calculado de respuesta de toda la entrevista está en un rango entre 20 y 25 minutos como máximo, y en cuanto a los temas, se entrelazaban a lo largo de la misma para mayor dinámica de los participantes.

La entrevista se dividió en secciones para su mayor entendimiento, la primera sección corresponde a generalidades y conocimiento del tema, la segunda abarca temas de beneficios para la empresas y mecanismos que están implementando.

Asimismo, se realizó un pretesteo cognitivo a cinco personas con el fin de analizar qué tanto se conoce del tema y para poder reducir el sesgo que pueden generar la

mala interpretación de las preguntas. Los participantes del pretesteo cognitivo fueron personal administrativo, estudiantes de ULACIT y profesionales de distintas áreas, ninguno de ellos es experto en el tema; y a su vez, se consultó a un experto en la materia para que realizara un aporte en la realización de las preguntas, con el fin de evitar caer en redundancias.

Discusión de los resultados

A continuación, se presentan las respuestas de las entrevistas realizadas con el fin de determinar los factores que afectan negativamente el establecimiento de empresas sociales en Costa Rica.

1. Según su opinión ¿qué es emprendedurismo social?

Pablo Acuña,

GEO en Consultoría & Desarrolladora de Proyectos Paralelo Diez

Es una rama del emprendedurismo como tal, engloba una particularidad de acción que tiene que ver con la generación de iniciativas, propuestas, proyectos u organizaciones que se enfoquen en generar soluciones en el ámbito social, ambiental, político, económico, entre otros., que van más allá de la obtención de lucro, cuyo fin es solucionar problemas en la sociedad.

Luis Garnier,

Director de estrategia y socio fundador, GESTARSE

Es cuando una persona o un grupo hacen un tipo de organización, cuyo objetivo tiene un claro y explícito impacto social, lograr un cambio en la sociedad y combatir un problema social.

Edgar Vásquez,

Director Intersys Consulting

Es un grupo de personas que decide crear una empresa que va a producir ingresos económicos y va vinculado con un sentimiento de ayudar a las personas que lo rodean para así combatir una problemática social.

Nolan Quirós,

Director Regional de Responsabilidad Social, Chiquita Brand Internacional

Cuando la compañía o unidad económica logra incentivar en su entorno la producción de servicios y bienes que le van ayudar necesariamente dentro de su ciclo de vida productivo y buscan solucionar una problemática social.

Francisco Pérez,
Director CIDE.

Es una iniciativa comercial que tiene como fin generar ingresos y solventar alguna necesidad de un sector desfavorecido de la sociedad.

Como se estudió en esta investigación, el emprendedurismo social es un conjunto integral de acciones innovadoras, que se dirigen a combatir un problema social; por lo tanto, es un concepto que se debe de tener claro, conocerlo a fondo, investigar, introducirlo a nivel de país y fomentar la creación de empresas de este tipo.

2. ¿Cuáles son las características de un emprendedor social?

Pablo Acuña

El emprendedor tiene una vocación hacia temas sociales, educación, salud, pobreza, ambiente. Se enfoca en diferentes temas y le gusta colaborar aunque el gobierno se encargue. Es una persona que quiere tener un impacto en la sociedad, tiene las mismas características de un emprendedor normal, con la diferencia de no depender de donaciones y sin la ambición de lucro.

Luis Garnier

Es una persona con una capacidad de entender un tema social determinado y es capaz de traducirlo, detalla variables relacionadas con el problema y que, a través de ese análisis, puede identificar posibles soluciones e idear un mecanismo para darle una solución. Tienen gran capacidad de análisis y empatía con problemas sociales; formula, desarrolla y gestiona proyectos.

Edgar Vásquez

Es una persona con gran espíritu de ayuda, tiene la capacidad de buscar el beneficio de otras personas, que le gusta ganar haciendo el bien, que le gusta transmitir su conocimiento, que no solo busca hacer dinero si no encontrar una solución a los más necesitados y por supuesto combatir un problema social.

Nolan Quirós

Es una persona con iniciativa, que necesita formalizar de alguna manera una experiencia que tiene, ya sea a través de un entrenamiento o educación y del cual puede tener acceso a algunos recursos básicos.

Francisco Pérez

Persona con una alta sensibilidad hacia los problemas de los otros y con una iniciativa hacia los negocios, ambas combinan la conciencia social con la sagacidad para los negocios.

Son personas con capacidades adquiridas y desarrolladas, además con una sensibilidad para los problemas sociales, le gusta ver soluciones. Por lo tanto, a nivel de país, se necesita formar estas habilidades y para así crear individuos con iniciativa emprendedora.

3. ¿Considera usted que la cultura costarricense promueve el desarrollo del emprendedurismo social?

Pablo Acuña

Hay una corriente cultural a nivel de país donde se piensa, que es más fácil pedir donaciones, se confunde el concepto con filantropía y responsabilidad social. Para las empresas, es más atractivo verse como donadores, que estar contratando servicios sociales o cambiar su estructura empresarial; se confunde con el concepto de caridad. Los empresarios prefieren donar que hacer dinero; es más barato donar, ya que también es deducible del impuesto de renta.

Luis Garnier

Lo promueve, pero no como debería de ser para dejar de ser un país subdesarrollado. No hay mecanismos claros para lograr emprendedurismos sociales, no hay financiamientos para estas ideas; se requiere de mucho trabajo para lograr un modelo de negocios con estas características y no hay un ente que reconozca estas acciones.

Edgar Vásquez

No se promueve el emprendedurismo y mucho menos en la parte social; en Costa Rica, la mayoría de las universidades desarrollan la formación de empleados, hay muy pocos cursos donde se estimula a la creación de emprendedores.

Nolan Quirós

Hay sectores que han sido extremadamente exitosos, por ejemplo en el área de aprendizaje extranjero como Intel, se han formado casos de estudio ya dentro del proceso de sectores costarricenses uno de los que ha llevado este proceso es el cooperativismo, se crean encadenamiento se han quedado en el paso uno de promover, hay un sentido pero hace falta que algunos sectores les pierdan el miedo y otros que vean el valor agregado que tengan para sus cadenas productivas. Los ticos aspiran trabajar para alguien.

Francisco Pérez

El emprendimiento como tal no se promueve; la parte social sí se estimula de alguna manera, ya que a casi la mayoría de los costarricenses les gusta todo regalado; por eso es que las empresas del gobierno son tan queridas, ya que algunas subvencionan los servicios, se ve muy bien que se regale y se ayude a los demás.

En general, no se promueve se desconoce este modelo de negocios; no se maneja a nivel académico. Por lo tanto, es muy difícil tener empresas con estas características si no se promueven estas prácticas. Por lo tanto, se debe de trabajar más, capacitar, perseguir que los problemas sociales sean de interés común en los costarricenses para generar ideas de solución.

4. ¿A nivel nacional, se estimula que los costarricenses realicen este tipo de prácticas?

Pablo Acuña

Este es tema muy nuevo y no se ha explotado en Costa Rica, para fortalecer el concepto hay que generar propuestas nuevas, de ahí es necesario que el Ministerio de Industria y Comercio, genere un lineamiento de apoyo financiero, apoyo técnico, de asesoría y crediticio para los emprendimientos sociales.

Luis Garnier,

No se estimula, básicamente se ve como un sector desconocido, es poco importante; el gobierno no ha generado procesos de capacitación, no hay beneficios especiales a las empresas, no se le ha dado la importancia a este tema.

Edgar Vásquez

No se estimula, se desconoce el tema, falta un amplio camino por recorrer, se debe capacitar y entrenar a los jóvenes en varias áreas que se requieren.

Nolan Quirós

No, una de las principales limitaciones que existen es que un emprendedurismo tendría lógica si tiene un mercado que le facilite la canalización y el mercadeo pero no hay capital y los bancos no prestan.

Francisco Pérez

No, porque es un tema muy nuevo en Costa Rica, hasta ahora se está hablando bajo el nombre de Emprendimiento Social por lo que es difícil fomentar algo que se desconoce.

Es necesario que el gobierno trabaje en sistemas que faciliten la obtención de financiamiento y apoyo a estas prácticas; porque esto ayudaría que haya más apoyo para empresarios emprendedores.

5. ¿Conoce casos de empresas costarricenses con esta estructura empresarial?

Pablo Acuña

AEMBIS, ASEMECO, AED.

Luis Garnier

Las empresas de reciclaje y Amigos del Cambio Climático..

Edgar Vásquez

Mercado de Valores.

Nolan Quirós

Holdim de Bebidas Florida, Intel, Sistema Cooperativo.

Francisco Pérez

Exitosas no, pero conoce, el caso de los baños Café Britt., ASEMBIS.

Son muy pocas las empresas costarricenses que sirven de modelo a seguir, ya que no califican como tales.

6. ¿Qué acciones se deben de tomar para que más empresas se califiquen como emprendedoras sociales?

Pablo Acuña

Para potencializarlo en Costa Rica, se necesita básicamente llevarlo a discusión, no hay un ente jurídico que regularice este concepto hay algunas propuestas pero su explotación es escasa. Hay que escribir tesis sobre el tema; generar publicaciones, seminarios congresos; llevar el tema a las universidades públicas y privadas; generar un consenso de qué se va entender en Costa Rica, impulsar líneas de crédito, apoyo técnico; buscar asesoría y apoyo internacional de organismos que colaboran con estas prácticas.

Luis Garnier

Verse sobre problemas que puedan interesar a distintos grupos de la población; entender problemas a nivel de país, temas que sean parte de la agenda nacional como: el tema de desechos, gestión ambiental, recursos hídrico, cambio climático; generar negocios inclusivos para fortalecer la economía a la base de la pirámide, de tal forma que las personas tengan mayores oportunidades y no dependan de empresas.

Edgar Vásquez

Capacitaciones; estimular la formación de emprendedores; promover estas prácticas; buscar miniemprendedores y reunirlos; hacer eventos, convenciones, seminarios; buscar convenios con entidades de educación; incentivar a jóvenes.

Nolan Quirós

Deberíamos de tener una cultura de ese tipo, se sigue formando gente que va a trabajar para alguien, la gente no conoce, la cámara de comercio no incentiva para que haya más miembros que quieran crear empresas, no hay apoyo a estas iniciativas.

Francisco Pérez

Promover que se hagan empresas desde cero con este negocio, ya que es muy difícil recalificar empresas que ya tienen un modelo normal. En general, lo que hay que hacer es motivar el emprendimiento y con esto habrá gente que por su personalidad o enfoque decidan irse por el lado de los emprendimientos sociales por sus experiencias.

Se debe de capacitar en este tema; fomentar el emprendedurismo en la sociedad costarricense; incentivar la creatividad y apoyar tanto técnica, académica como financieramente este tema.

7. ¿Considera usted que la mayoría de las empresas costarricenses se caracterizan por ser emprendedoras sociales (sí o no) y por qué?

Pablo Acuña

Las empresas costarricenses, en su mayoría, son comerciales; son muy pocas las empresas sociales, pero eso no quiere decir que no puedan generar un proyecto social, algunas de ellas trabajar con propuestas nuevas, ligadas a la empresa.

Luis Garnier,

No, en su mayoría, son empresas lucrativas, hay muchas innovaciones pero los objetivos son generar beneficios económicos.

Edgar Vásquez,

No, son muy pocas las empresas con objetivos sociales claros que trabajan en combatir una problemática; en su mayoría, son empresas comerciales.

Nolan Quirós

No, ya que en un mundo empresarial donde todavía le tenemos miedo a la competencia, no tiene lógica que exista emprendedurismo; ya que se ve como riesgo para los negocios, por lo que todavía existe ese rezago.

Francisco Pérez

No, ya que en su mayoría son empresas comerciales que vienen con un modelo de negocio estructurado donde se debe de generar riqueza y éxito empresarial. En Costa Rica, un negocio exitoso es aquel que genera más utilidades para sus socios, no hay un objetivo social. Este ha sido el modelo a seguir; por ende, la falta de empresas sociales.

8. Mencione los factores que usted considera que afecten negativamente al establecimiento de empresas de carácter social en Costa Rica.

Pablo Acuña

- No hay sistema de apoyo a nivel académico, se debe de salir del país.
- Falta de financiamiento.
- Factor cultura y el desconocimiento de estos temas.

Luis Garnier

- Falta de incentivos.
- Desconocimiento del tema.
- Poco financiamiento.

Edgar Vásquez

- Tema desconocido.
- Falta de capacitación.
- Poco ayuda o financiamiento.

Nolan Quirós

- Aspecto cultural.
- Educación.
- No hay programas de incentivos.

Francisco Pérez

- No hay una vocación emprendedora.
- No se ha enseñado el emprendedurismo.
- Falta de motivación.
- La mayoría de los negocios son extranjeros.

Como fin de esta investigación, se logró detallar los factores que afectan negativamente el establecimiento de empresas sociales en Costa Rica. Por consiguiente, se debe enfocar en lo que hay que trabajar a nivel de país, para así fomentar la creación de nuevos sistemas que faciliten la creación e incentiven a más costarricenses a optar por este tipo de prácticas que fortalecerán la economía y la estructura social.

Conclusiones

Con el presente artículo científico, se logró determinar a grandes rasgos cuáles son los factores o condiciones que explican por qué diversas empresas costarricenses no pueden calificarse como emprendimientos sociales y qué acciones se deben hacer para lograr calificarse como tales.

Con base en las explicaciones suministradas en las entrevistas con los expertos, se comprobó algunos factores que afectan negativamente la creación de empresas con una estructura social, por ejemplo:

- No hay sistema de apoyo a nivel académico, ya que si alguien se quiere especializar en este tema tiene que salir del país; no hay universidades que den cursos o capaciten en este ámbito.
- Si se quiere saber sobre el tema es un asunto de iniciativa propia, no hay nada que incentive la formación de emprendedurismo social.
- Es un tema muy nuevo que no se ha explotado y que no se le ha dado la importancia necesaria.
- No existe un ente jurídico que regularice o que inscriba empresa con estas estructuras.
- Falta de financiamiento por parte del sistema bancario costarricense, no es fácil la obtención de créditos para empresas de esta estructura.
- No hay incentivos, no se premia con valor a estos emprendimientos.
- A nivel cultural no hay una vocación emprendedora, se forman personas para trabajar en empresas, no crean la iniciativa de formar negocios
- Se confunde el concepto con filantropía y responsabilidad social.
- Para las empresas es más atractivo verse como donadores, que estar contratando servicios sociales, o cambiar su estructura empresarial, se confunde por caridad.
- Los empresarios prefieren donar que hacer dinero es más barato donar, ya que también es deducible del impuesto de renta.

Se pudo detallar y conocer a fondo los factores más relevantes, sobre los cuales se debe asignar recursos tanto técnicos, financieros y de capacitación para lograr evitar estas acciones a nivel nacional. Por lo tanto, corresponde trabajar en asignar esfuerzos para formar agentes de cambio y transformar la cultura costarricense; y evitar estos principios en los sectores comerciales con que se rigen las compañías costarricenses. Se alcanzó determinar que la falta de proyectos de alto impacto social se da en Costa Rica por dichos factores, ya que

son muy pocas las alternativas viables donde colocar capital, lo cual desmotiva al sector comercial, y son la minoría las que desean integrar en estos modelos de trabajo.

Más allá de ver a grandes rasgos qué afecta la implementación de estas empresas, se debe lograr determinar acciones específicas sobre las cuáles trabajar y desarrollar iniciativas para la creación de más emprendedores sociales en Costa Rica:

- Llevar el tema a discusión; buscar un ente regulador; hacer un consenso y determinar qué se entiende, a nivel nacional, por emprendedurismo social.
- Sacar a la luz pública el tema, ya que es desconocido. Escribir tesis sobre el tema, generar publicaciones, seminarios, congresos, llevar el tema a las universidades públicas y privadas.
- Buscar más apoyo técnico, asesoría y capacitaciones sobre el tema.
- Buscar apoyo internacional de organismos que colaboran con estas prácticas.
- Estudiar problemas que puedan interesar a distintos grupos de la población para entenderlos a nivel de país.
- Buscar problemas que ya sean parte de la agenda nacional y trabajar sobre ellos.
- Buscar miniemprendedores y reunirlos; hacer eventos, convenciones, seminarios.
- Fomentar una cultura emprendedora, desarrollarla a través de las universidades, colegios y escuelas para potencializar las habilidades y características de un emprendedor social.
- Buscar proyectos sociales que las empresas puedan ligar a sus funciones sin alterar su estructura comercial.
- Es necesario que el Ministerio de Industria y Comercio, genere un lineamiento de apoyo financiero para los emprendimientos sociales.

Se alcanzó detallar las acciones más relevantes; por lo tanto, conviene seleccionar cuáles de ellas se pueden trabajar a corto, mediano y largo plazo, además comprobar si efectivamente tendrán impacto positivo en el sector económico costarricense. Por consiguiente, es necesario tomar como base las acciones que han logrado tener alto impacto en otras culturas y lograr designar recursos, hacer presupuestos, planear estratégicamente estas acciones para desarrollar proyectos innovadores y más líderes empresariales en Costa Rica, ya que es un agente transformador de los problemas sociales. Se concluyó que si se

logra trabajar y planear estratégicamente en estas acciones, tanto a nivel personal y de gobierno, se puede restablecer la economía costarricense y disminuir muchos de los problemas sociales que afectan al país.

Lista de Referencias

Rodríguez, R. (2012). Educación en Valores en el Ámbito Universitario Propuestas y Experiencias. Madrid España: Editorial Narcea.

Poncio, D. (2013). Animarse a Emprender. Córdoba Argentina: Editorial EDIVUM.

Villalobos, J. (2012). Hacia un país emprendedor. (Spanish). Entrepreneur México, 20(3), 62-66.

Gibson, R., Brenes, E. R., & Barahona, J. (2011). Campeones de la innovación en Latinoamérica. (Spanish). INCAE Business Review, 2(3), 2-6.

Pineda, F. (2011). Una nueva visión empresarial para una mejor sociedad. (Spanish). INCAE Business Review, 2(3), 2-7.

Martín, M., & Picazo, M. (2011). La Actividad Emprendedora y Competividad: Factores que Inciden sobre los Emprendedores. (Spanish). Papeles De Europa, (22), 61-75. doi:10.5209/rev_PADE.2011.v22.3

Moreno Zacarías, H., & Olmos, R. (2010). Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica. (Spanish). Portes: Revista Mexicana De Estudios Sobre La Cuenca Del Pacifico, 4(8), 101-122.

Toledano, N. (2012). Social entrepreneurship: the new narrative for the practice of the social economy. CIRIEC - España, Revista De Economía Pública, Social Y Cooperativa, (73), 9-31.

Castaño Ramírez, A. (2011). Actitudes de los Emprendedores de Micro y Mediana Empresas, Pequeñas Empresas Frente a la adquisición de información extra para la toma de decisiones comerciales. (Spanish). Estudios Gerenciales, 27(121), 159-173.

Chaquiriand, I., & Veiga, L. (2011). Hacia una sociedad de emprendedores. (Spanish). Revista De Antiguos Alumnos Del IEEM, 14(4), 40-42.

Parra, C., Graterol, A., & Moreno, F. (2009). La cultura corporativa como estrategia para la formación de emprendedores del sector social. (Spanish). Revista Daena (International Journal Of Good Conscience), 4(2), 1-15.

Alindo Martín, M. (2008). La importancia de los emprendedores ante la situación económica. (Spanish). Partida Doble, 19(204), 76-83.

Martínez, R. (2013) ¿Cuáles y cuántas Empresas en las Provincias de Cartago y San José realizan Emprendedurismo Social o tienen expectativas de desarrollar Emprendimientos sociales? y ¿Qué esfuerzos han desarrollado para alcanzarlo?. Tesis Maestría, ULACIT.

Arce, B. (2013). ¿Cuáles y cuántas empresas en el Gran Área Metropolitana tienen expectativas de desarrollar Emprendimientos Sociales y ¿Qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlos?. Tesis de Maestría ULACIT.

Rebeca Villalobos, ASEMBIS recuperado de: <https://www.ashoka.org/fellow/rebeca-villalobos-vargas>. Consultado el 9 de junio de 2013.

About Skoll Foundation, recuperado de: <http://www.skollfoundation.org/ten-innovative-social-entrepreneurs-receive-million-dollar-awards-from-the-skoll-foundation/>. Consultado el 9 de junio del 2013.

Bank for the poor Grameen Bank, recuperado de: <http://www.grameen-info.org>. Consultado el 20 de mayo de 2013.

Ashoka Innovations for the Public, recuperado de: <https://www.ashoka.org>. Consultado el 12 de mayo de 2013.

Social Entrepreneurship, recuperado de: <http://centre.upeace.org/resource-centre/social-entrepreneurship/>. Consultado el 28 de mayo 2013.

Central America's Social Entrepreneur of the Year 2011, World Economic Forum, recuperado de: <http://forumblog.org/2012/01/central-americas-social-entrepreneur-of-the-year-2011/>. Consultado el 2 de junio del 2013.

(Carnau, 2013) Empresas Sociales, Aprendizaje sobre las Prácticas de Emprendedores Sociales, recuperado de: <http://www.ucr.ac.cr/congreso-emprendedurismo-social.html>. Consultado el 5 de junio de 2013.

Palabras Claves, recuperado de: <http://databases.unesco.org/thessp/> . Consultado el 23 de julio de 2014.