

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

*Leslie Thomas Vargas, ULACIT.*¹

Resumen

Los emprendimientos sociales son parte de un cambio en el paradigma empresarial, un desarrollo sostenible y social que potencia el desarrollo, el crecimiento y el bienestar humano. Al terminar la investigación se concluyen aspectos que muestran lo deseable que es la implementación de empresas de este tipo, dadas sus características y aportes a la sociedad. Dentro de los aspectos involucrados en que existan empresas que no se puedan calificar como emprendimientos sociales, principalmente se debe mencionar el componente lucrativo y el desconocimiento del concepto de empresa social.

Dentro de la sociedad costarricense existe una baja tendencia hacia el ser emprendedor social. Si bien es cierto la falta de voluntad en buscar dar a conocer este tipo de proyectos es el obstáculo más grande de este desarrollo empresarial, es al mismo tiempo el dar a conocer estos emprendimientos como casos de éxito. Se convierte en el principal aliado en la labor de fomentar este tipo de empresas en aras de permear a la sociedad con este modelo empresarial. Dentro de esta investigación de carácter cualitativo, permite sostener, mediante el contacto e interacción con los entrevistados, que los emprendimientos sociales son viables, factibles y deseables, y se concluye que no existen barreras que impidan el desarrollo de empresas sociales en Costa Rica. Todo lo

1

¹ Leslie Gerardo Thomas Vargas, bachiller en comercio Internacional. Actualmente cursa la carrera de Negocios Internacionales de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología, opta por el grado de Licenciatura mediante la elaboración y presentación del presente artículo científico. Contacto lthomasv423@ulacit.com / lesthova@gmail.com

contrario, además da a conocer que se debe poner en marcha labores donde se muestre el emprendimiento social, alejarlo de mitos y acercarlo a realidades y brindar con esto herramientas que potencien la creación de este tipo de empresas.

Palabras clave

Emprendedurismo social, Problema social, Desarrollo y Bienestar humano, Componente Lucrativo, Núcleo del negocio.

Abstract

Social enterprises are part of a paradigm shift in business and social sustainable development that enhances the development, growth and human welfare. After the investigation, we conclude that there are aspects that show the desirability of implementing such companies given its characteristics and contributions to society. Also, there are companies that cannot be described as social enterprises, mainly due to the profit component and ignorance of the concept of social enterprise. Inside Costa Rican society there is a slight tendency toward being social entrepreneur, although the lack of will to seek this type of project is the biggest obstacle of this business development, and at the same time it raises awareness these undertakings as success stories becomes the main partner to promote these businesses in order to permeate society with this business model. This qualitative research allows, through contact and interaction with the interviewees, to argue that social enterprises are viable, feasible and desirable, and it is concluded that there are no barriers to the development of social enterprises in Costa Rica. The opposite is found, that tasks that show the social entrepreneurship closer to realities and get away from myths must be implemented, and this tools provided to enhance the creation of these businesses.

Keywords

Social Entrepreneurship, Social Problem, Development and Human Welfare, Profit component, core business.

Introducción

Desde tiempos ancestrales el hombre, como raza, ha tenido que buscar la manera de lograr la subsistencia y de luchar día a día para llevar el alimento a su mesa y cubrir sus demás necesidades básicas. En el transcurrir de los años el trabajo, en sus diferentes formas, se ha convertido en el medio por el cual el hombre ha alcanzado ganarse mediante su esfuerzo el sustento capaz de darle cobertura a las necesidades que se le presentan. Es en ese afán de lograr la plenitud englobada en la dignidad humana, ensimismada en un derecho de tener una vida digna, que el hombre ha ido entendiendo la importancia de emprender por esfuerzo propio mediante el uso de ideas innovadoras y por la necesidad de alcanzar un estado de bienestar, sus propios proyectos que le hagan llegar a dicha dignidad en la vida. Esto tiene como resultado evolución social. El investigador social Richard Pfeilstetter (2011) menciona:

El emprendedor, como un nuevo protagonista clave para impulsar procesos de cambio social, ha sido destacado en los últimos años en la comunicación de múltiples sistemas funcionales, sobre todo desde el científico, el político y el económico.

Nuestro país, como actor y ente activo en los procesos de cambio sociales actuales, no escapa al fenómeno del emprendedurismo actual. Resultado de esto el mismo R. Pfeilstetter comenta que la aparición en los últimos años del emprendedor como sujeto estrella del cambio social no es casualidad. Pfeilstetter continúa diciendo que: Entender el sujeto económico como la clave para explicar el desarrollo, frente a la idea de que colectivos o variables estructurales son el fundamento subyacente de los cambios sociales, tiene sus raíces en los valores de una sociedad determinada.

La importancia del emprendimiento social estriba en el acto ejecutado por personas que deciden emprender y persiguen un fin social, pero que utilizan métodos similares incluso tradicionales que van paralelamente relacionados al mundo empresarial para lograr su objetivo social. Pamela Hartigan, quien es

Directora del Centro Skoll para el Emprendimiento Social de la Universidad de Oxford, indica:

“¿Sabes qué es un emprendedor social? Un emprendedor social es como una combinación entre Richard Branson y la Madre Teresa de Calcuta”

Por todo lo expuesto anteriormente se considera importante realizar esta investigación, pues nuestro país parece tener el perfil descrito por algunos autores, que encaja con las posibilidades, actitudes y aptitudes que se debe tener para fomentar el desarrollo e instauración de un número importante de emprendimientos sociales que vengan a fungir como entes desarrolladores e impulsores de cambio social y generadores crecimiento económico, sin dejar de lado lo social, el bienestar y la dignidad del hombre.

En tal sentido, el objetivo general de la investigación presentada en este artículo científico se centra, fundamentalmente, en conocer qué factores o condiciones explicarían que diversas empresas costarricenses no puedan calificarse como emprendimientos sociales, asimismo conocer qué acciones deberían realizar para calificarse como tal.

Revisión bibliográfica

En relación con la investigación del emprendimiento social, se debe tener claro, como primer aspecto que interese al análisis, la concepción y su ámbito de acción. En ese sentido:

El estudio sobre el emprendedor social, emprendimiento social o empresas sociales se enmarca, en la mayoría de los casos y en términos generales, dentro del ámbito de la Economía Social y, más en particular, en la denominada Nueva Economía Social o Solidaria (Laville, 2000).

La Comisión Europea, 2010, dice más de esta idea en su definición de una empresa social como aquella cuyo objetivo primario es lograr impacto social más que generar beneficio para sus propietarios; que opera en el mercado a través de la producción de bienes y servicios de un modo emprendedor e innovador; que utiliza sus excedentes para alcanzar estos objetivos sociales; y que es gestionada de un modo responsable y transparente, involucra a los trabajadores, clientes y grupos de interés afectados por su actividad empresarial.

Paralelamente a esto, es necesario definir emprendedurismo social como actor importante en el escenario económico actual, “iniciativas que, mediante la actividad empresarial, acompañadas de actuaciones sociales y de inserción social, hacen posible la inclusión socio-laboral de personas excluidas para su posterior colocación en empresas convencionales o en proyecto de autoempleo” (Sanchis y Campos, 2008).

Sin embargo, y con el afán único de establecer un cimiento conceptual conciso que permita entender desde su base teórica más simple, es determinante definir puntalmente emprendimiento, y sobretodo, como objeto de análisis del artículo, emprendimiento social. El emprendedurismo social, como lo explica Filipe Santos en el INSEAD 2012 Journal of Business Ethics, es: “El proceso de búsqueda y aplicación de soluciones innovadoras y sostenibles a problemas importantes e ignorados de la sociedad, que se traduce en Innovación Social siempre que se crean respuestas más efectivas para el problema en cuestión”. Asimismo, es importante rescatar que la amplitud del espectro conceptual que engloba la definición de emprendedurismo social es verdaderamente grande como diversa, al respecto “El concepto de empresario social, emprendedurismo social o empresa social incluye una gran diversidad de realidades, lo que hace difícil su definición, aunque existe una cierta coincidencia en asociar estos conceptos a la Economía Social o Tercer Sector” (Quintao, 2007).

Resulta importante tomar en cuenta que, si bien los diversos autores definen el concepto de diferente forma, siempre se coincide en el abordaje del tema como un proceso o un medio social que busca el mejoramiento y cambio en aras del crecimiento y el desarrollo, según cita Paula Cardenau (2012).

“Como si no sobraran ya definiciones en este abordaje que se está comenzando a perfilar, que además de definiciones distintas tiene nombres diversos: negocios sociales, empresas sociales, negocios inclusivos, y así seguimos. No es la definición lo que importa, sino el común de nominador, el punto esencial en el que todos acordamos: un negocio o empresa social utiliza mecanismos de mercado –esto es, ofrece un bien o servicio por el cual recibe un pago que cubre sus costos y genera excedentes- para brindar mayores beneficios a sectores de

la sociedad que hoy están excluidos. O sea, un negocio social es un medio, no un fin en sí mismo”.

Al tener en cuenta lo anteriormente definido, y observar de alguna manera en retrospectiva, es necesario conocer los orígenes, a groso modo, del emprendedurismo social para poder entender mediante un análisis reflexivo propio la importancia que conlleva el tema de estudio como tal. El concepto de emprendedor social en Europa se diseña a partir del estudio de casos de empresas sociales mediante investigaciones empíricas (Sanchis y Navarro, 2010).

“Se clasifica los empresarios en dos tipos: empresarios sociales basados en el mercado y empresarios sociales no basados en el mercado. La diferencia entre ambas clases de empresarios estriba en si existe o no el ánimo de lucro, de manera que las empresas sociales no basadas en el mercado son aquellas que persiguen fines sociales sin obtención de lucro o beneficios empresariales (asociaciones, fundaciones) y las empresas sociales basadas en el mercado son aquellas que persiguen fines sociales a la vez que buscan beneficios empresariales (cooperativas, sociedades laborales)” (Yunus, 2006).

De la misma forma se cita: “Las primeras investigaciones internacionales sobre el tema se han llevado a cabo durante la década de los años noventa y son el resultado de las políticas de apoyo financiero aprobadas por la Unión Europea ante un contexto de agravamiento de la exclusión social y del desempleo en Europa (Estivill, Bernier y Valadou, 1997, citado por Sanchis y Navarro, 2010)

Para llevar la idea del emprendedurismo social, y en el intento de aterrizarla a la realidad de Latinoamérica, María Morales Ferman (2013) cita: “Los países más destacados en emprendimientos sociales en Latinoamérica son Brasil, Argentina, Chile, Ecuador y Perú (Expansión, 2012), vanguardistas todos ellos de este tipo de iniciativas...”

En el aspecto investigativo, que funge como carácter esencial de este artículo, resalta la necesidad de entender los factores que vienen a determinar quién es un emprendedor social, o de forma más directa distinguir que perfil podría, eventualmente, tener un emprendedor social. Se tiene presente que “La

empresa social tiene como finalidad atender un problema social, por encima de los intereses comerciales o financieros del negocio” (Morales, 2013).

Según Dees (1998), “los emprendedores sociales son una especie dentro del género de los emprendedores”.

Sin embargo, para amarrar más la idea podemos citar que: “Para Peter Drucker, empezar un negocio no es condición necesaria ni suficiente para ser emprendedor, y para Gregory Dees, los emprendedores no tienen por qué ser necesariamente inventores, sino que simplemente tienen que adoptar una visión creativa a la hora de poner en práctica invenciones de otros. Dees (1998) toma prestadas ideas de Joseph Schumpeter, Howard Stevenson, Jean-Baptiste Say y Peter Drucker para identificar cuatro aspectos diferenciadores del emprendimiento” (Curto, 2012).

Los cuatro aspectos de los cuales hace referencia Marta Curto, en su artículo: Los Emprendedores Sociales: Innovación al Servicio del Cambio Social, son los siguientes: Destrucción Creativa, Creación de Valor, Identificación de Oportunidades e Ingenio.

“¿Está usted -solo o con otras personas- intentando empezar o ya posee/dirige cualquier tipo de actividad, organización o iniciativa que tenga particularmente un objetivo social, medioambiental o comunitario?” (Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2009). Este es el cuestionamiento primordial que plantea GEM para comenzar a definir y discernir entre un emprendedor social y quien no lo es. Fundamentalmente la diferencia entre un negocio social y uno que no lo es, es aclarada en la siguiente cita: “Un negocio social no es ni una organización social utilizando herramientas de mercado para ser sostenible, ni una empresa con impacto social, sino que implica una nueva manera de hacer negocios, con elementos que lo hacen esencialmente diferentes de un negocio tradicional” (Cardenau, 2012). Para llegar más allá en la conceptualización, o mejor dicho en definición de las diferencias de un negocio y otro, la misma Cardenau explica de la siguiente manera:

“La diferencia está marcada por la misión: en los negocios o empresas sociales, el beneficio social, la inclusión y la apertura de nuevas oportunidades es su

razón de ser, y la generación de excedentes económicos, un medio para conseguirlo”.

Por esto mismo es que Olman González (2013), en su propio artículo sobre emprendedurismo, cita: “Es por esto que para que un emprendimiento social se dé como tal este debe ser auto-sostenible, de manera que los productos o servicios que produzca le permitan mantener un ciclo de alimentación de capital que al mismo tiempo nutre el crecimiento de la actividad social que realiza”. Esto sustenta la tesis de P. Cardenau donde asevera que la misión de negocios de la empresa social no es simple, pues requiere de un necesario balance entre la rentabilidad de la empresa y la transformación positiva que buscan con la empresa, y además en una empresa social, es probable que el punto de equilibrio económico se alcance más tarde que en una empresa tradicional (Cardenau, 2012).

Por lo anteriormente expuesto, queda claro que el emprendedurismo social es un proceso de cambio social, que genera de alguna manera bienestar a la sociedad, y que fomenta crecimiento y desarrollo. Al respecto se cita: La mayoría de emprendedores tiene claro que el generar empleo es de los mayores beneficios que aportan, además del encadenamiento productivo que se puede tener, todo esto para lograr un crecimiento en la sociedad costarricense. (Valenciano, 2012). Estos es uno de los impactos positivos que conlleva el emprendedurismo.

El impacto o aporte a la sociedad es definido por Sanchis y Navarro 2010 de la siguiente manera: El emprendedor social prioriza la lucha contra la exclusión socio-laboral mediante el desarrollo de proyectos empresariales en los que se unen la viabilidad técnica y financiera (negocio posible y rentable) con la utilidad social (herramienta al servicio de la inserción socio-laboral). Del mismo modo, Sanchis concluye en su artículo de la siguiente manera:

“Los emprendedores sociales constituyen una parte importante del proceso de creación de empleo y son un factor estimulador del crecimiento, pues al crear nuevas empresas generan mayor riqueza y bienestar a un país, más si cabe cuando el fin de la empresa o en todo caso uno de los objetivos que se cumplen

con su creación, es la inserción de personas en régimen de exclusión u otros colectivos con necesidades sociales específicas y claras. Consiguen la creación de valor social frente a la creación de valor económico propio de otras empresas capitalistas o de otros emprendedores en las que si se genera valor social, éste es una consecuencia derivada del valor económico creado, pero no el fin primordial” (Sanchis y Navarro, 2010).

Metodología de la investigación

Esta investigación, por los propósitos y la forma en que fue desarrollada, se consideró de carácter cualitativo, en donde se empleó la entrevista como método de recolección de la información y como fuente primaria de la investigación. La entrevista se llevó acabo con la colaboración de 10 expertos y/o especialistas en emprendedurismo social. Las principales características que deben cumplir los sujetos en entrevistados son:

- Tener relación en alguna medida directa con el emprendedurismo social como tal.
- Poseer un conocimiento y/o experiencia de mediano dominio en el área del emprendedurismo social, y que sea capaz de explicar aspectos relevantes del tema del artículo científico.
- Contar con experiencia u estudios que en la medida de lo posible lo faculten como especialista o experto en el tema de estudio.
- Formar parte del área académica o del área empresarial.

La entrevista está compuesta por 8 preguntas abiertas, estas con el fin de delimitar los conocimientos que tienen los entrevistados sobre el tema. El tiempo calculado de respuesta de la entrevista es entre 20 a 25 minutos, y en cuanto a los temas, se entrelazan a lo largo de la misma para mayor dinámica de los participantes.

La entrevista se dividió en dos secciones para una mejor aplicación: La primera sección donde se realiza una breve introducción al entrevistado, y la segunda sección abarca la parte de preguntas de la entrevista como tal.

Asimismo se realizó un pretesteo cognitivo a 5 personas con el fin de analizar qué tanto se conoce del tema y para poder reducir el sesgo que puede generar la mala interpretación de las preguntas. Los participantes del pretesteo cognitivo fueron personas estudiantes de la Universidad de Costa Rica, en el área de ciencias sociales, ninguno de ellos 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 y evitar caer en redundancias.

Las personas entrevistadas, así como sus calidades, son las siguientes:

1. Ing. Omar Castillo, Ingeniero Industrial y emprendedor social, de Topotrip. Empresa social que trabaja en comunidades alejadas del Área Metropolitana y que busca dar solución al problema del empleo y la pobreza mediante la implementación de modelos de turismo alternativo con la comunidad y en sus propios hogares.
2. MBA. Luis Alonso Jiménez, profesor catedrático de la UCR, y Director de AUGE, incubadora y potenciadora de emprendimientos.
3. Lic. José Aguilar Berrocal, director-fundador de Fundación Acción Joven. Trabaja de la mano con la implementación de proyectos diseñados por la comunidad educativa, donde la ejecución articula diferentes actores sociales.
4. Lic. Luis Martínez Sandoval, profesor investigador de la UNED, especialista en PYMES y emprendimientos.
5. Lic. Julio Rojas, jefe del departamento desarrollo productivo Empresarial PYME-Ministerio de Economía, Industria y Comercio.

Análisis de resultados

Pregunta 1

¿Conoce qué es un emprendimiento social, o empresa social, y de alguna manera define brevemente la importancia que tienen los emprendimientos de este tipo en el desarrollo, crecimiento del país y bienestar humano?

Omar Castillo, emprendedor social, analiza el emprendimiento social como cualquier emprendimiento pero que tiene la diferencia fundamental que centra su esfuerzos en dar solución a un problema social, cuestión que comparte Luis Jimenez, Director de AUGE-UCR, quien define la importancia del objeto en estudio como proyectos viables que solucionan problemas de las esferas sociales más vulnerables. Por otra parte el Lic. Julio Rojas, jefe del departamento desarrollo productivo Empresarial PYME-MEIC, resalta dentro del concepto que genera desarrollo humano y además genera desarrollo de comunidades mediante la unión emprendedora de un grupo de personas. El profesor e investigador de la UNED, Lic. Luis Martínez, acota importantes detalles, como por ejemplo que desarrollan gestión empresarial e implicación, implicación con los interesados, orientación ambiental, desarrollo socioeconómico, desarrollo comunitario, gestión de recursos humanos. El Presidente-Fundador de Acción Joven, José Aguilar B., recalca el aporte social, el beneficio que genera y hace la diferenciación entre este tipo de emprendimientos y las donaciones, las ayudas, etc. Se puede analizar que todos conocen el concepto, y que existe una importancia implícita en este, es decir, quien conoce el emprendedurismo social es consciente, casi automáticamente, sobre su importancia inherente al aporte social y los componentes que engloba, por las soluciones que conlleva.

Pregunta 2

¿Qué condiciones explicarían que diversas empresas costarricenses no puedan calificarse como emprendimientos sociales?

Para Omar Castillo y Luis Jiménez, la condición se explica por la concepción del negocio como tal, y el desconocimiento del concepto de emprendedurismo social. Ambos resaltan la diferencia de una ONG o un programa de RSE, y una

empresa con carácter social. Según Julio Rojas, la explicación estriba en el amor por el dinero, empresas que se olvidan de lo social y piensan solo en lucrar y acumular riqueza. Del mismo modo, José Aguilar concuerda con los entrevistados anteriores, pues centra su respuesta en desconocimiento del concepto y también en la idea de muchos emprendedores de solamente generar lucro propio. Para el profesor Luis Martínez, una empresa que es sana financieramente contribuye socialmente al país con sus aportes, por ejemplo a la CCSS, y en la generación de empleo, y para él no califican como emprendimiento social aquellas que no cumplan con sus obligaciones de empresa. El problema fundamental está en que quienes emprenden normalmente no enfocan su negocio en un problema social, no lo consideran viable o peor aún ni siquiera conocen el emprendedurismo social. Aunado a eso la generación de lucro y acumulación propia permea e impide de alguna manera que muchas empresas no se pueden tipificar bajo esta categoría.

Pregunta 3

¿Considera usted que existen limitantes en el país, que en alguna medida, obstaculicen la creación de emprendimientos de este tipo? Explique brevemente. Para el director de AUGÉ-UCR las condiciones son las mismas que para las demás empresas, no hay diferencia; Omar Castillo en su experiencia de emprendedor social explica que la limitante es mental, y generalmente de error concepto, sin embargo, acota que las limitantes, si las hay, no distan mucho de las que se presentan en los procedimientos que se podrían entender como normales en la creación de una empresa cualquiera. También José Aguilar no encuentra limitantes propiamente a la creación de emprendimientos sociales. Luis Martínez y Julio Rojas opinan de manera similar, el primero resalta que la situación es todo lo contrario, menciona que existen leyes que establecen posibilidades para la creación de emprendimientos sociales, señala una estrategia a favor de las escuelas o colegios públicos en zonas de riesgo impacta positivamente en los emprendimientos sociales de las empresas y les

permite desarrollarse. El segundo menciona también que existen facilidades para la creación de estas empresas, y que existe una gran apertura en el país para que se lleven a cabo. Es necesario tener en cuenta que no existen propiamente aspectos negativos que generen oposición en la creación de emprendimientos sociales, las empresas sociales tienen un desarrollo igual en aspecto de sus limitantes como los tiene cualquier empresa en Costa Rica.

Pregunta 4

Al analizar el emprendedurismo social como fenómeno actual, ¿cuál sería el mayor atractivo que insta o fomenta a iniciar proyectos de este tipo?

Para Omar Castillo y José Aguilar, como emprendedores, el mayor atractivo se centra fundamentalmente en la generación de bienestar personal que conlleva la solución de problemas sociales. Luis Jiménez comparte el componente apasionante que engloba en sí mismo el contacto con personas en riesgo social que se encuentra implícito en el desarrollo de emprendimientos de este tipo. Para el profesor Martínez, además de lo ya mencionado, también se encuentra el *plus* que genera en la imagen de la empresa al colaborar en proyectos que ayuden a eliminar problemas sociales, en general considera que el emprendedurismo social debe ser atractivo por sí solo, por su concepción y definición. Julio Rojas, de la misma manera, explica que el mayor atractivo se encuentra en el desarrollo empresarial, pues los emprendimientos de este tipo requieren gran planificación que viene a generar, sin lugar a dudas, mayores beneficios para la empresa. Añade que genera satisfacción el ser pieza fundamental del desarrollo del bienestar del ser humano, y que los emprendimientos de este tipo crean un proceso de dignificación del ser que viene a representar al final el mayor atractivo de quienes se interesan en estos proyectos sociales. Existe prácticamente un consenso entre los entrevistados que el mayor atractivo que insta al emprendedor a insertarse en proyectos sociales de desarrollo es completamente la gratificación personal y el interés de querer solucionar problemas sociales, y que en el camino de la solución de estos

el éxito empresarial será lo que fomente a más personas a involucrarse en este tipo de actividades económicas que ayudan a dar soluciones entre la población.

Pregunta 5

¿Existe una cultura, o una tendencia en la sociedad emprendedora que se interese o se motive con el desarrollo de emprendimientos de tipo social?

Omar Castillo lo explica de la siguiente forma: menciona que se debe entender como en filtros, y cita que dentro de la población económicamente activa la menor cantidad de estas deciden emprender un negocio. Ahora bien, dentro de la cantidad de personas emprendedoras los menos son también quienes deciden emprender un negocio de tipo social, por lo que considera que no existe tal tendencia sino que viene de aquel emprendedor que ubique un problema social y decida atacarlo mediante un emprendimiento. Luis Jiménez comparte el hecho que no existe tal tendencia pero reconoce que actualmente se conoce más sobre el tema objeto de estudio, lo que es favorable, y tal difusión de conocimiento llevará a una proliferación mayor de empresas con carácter social. José Aguilar, por su cercanía y en calidad de emprendedor social, cuenta con una opinión muy similar a la de los dos anteriores, comenta que el desarrollo de este tipo de emprendimientos no se puede forzar pues es una decisión propia del modelo de desarrollo empresarial que se desea emprender. Luis Martínez resalta que Costa Rica está apostando por emprendimientos de tipo social, esto a nivel del Estado, pues comenta la creación de La ley de Pymes y el emprendedurismo forma parte de una cultura en desarrollo. Julio Rojas va más allá y comenta que dentro de la preparación académica es muy poco el desarrollo que se le da al emprendedor, es decir, existe una tendencia a educar para ser empleados, menciona la necesidad del inculcar al estudiantado la cultura del emprendedor. Sin embargo, resalta que hay aspectos que fomentan el emprendedurismo y de esta forma el emprendedurismo social, como por ejemplo la Ley de apoyo a PYMES (2002), el plan nacional de emprendedurismo, generar lo que dentro del MEIC se conoce como cultura

CODE (conozca su empresa), hace énfasis en la Red Nacional de Incubadoras y la importancia de estas para fomentar el emprendedurismo por medio de capitales semilla. Es relevante tener en consideración que quienes son emprendedores sociales no ven esa tendencia hacia en la sociedad que haga inclinarse más a los emprendedores en aras de solucionar un problema social del país.

Pregunta 6

¿Qué acciones deberían tomar las empresas costarricenses para poder calificarse como un emprendimiento social?

Todos los entrevistados concuerdan que la primera y la más importante acción que se debe tomar para las empresas costarricenses para poder calificarse como un emprendimiento social es que tengan claramente ubicado un problema social, y que deseen darle solución mediante la consecución de un plan ordenado y sostenible, que los lleve a determinar cómo solucionar el problema al que se enfrentan. Para Omar Castillo no existe una receta o una lista de requisitos para calificarse como tal, pero hace énfasis en que el primer paso es la determinación del problema que se desea solucionar. Para Luis Jiménez otro punto clave es acercarse a organizaciones o instituciones como AUGE, que vengán a impulsar y potenciar el desarrollo del emprendedor y que puedan ayudarlos a encaminarse de mejor manera en su emprendimiento social. Para Julio Rojas las acciones son puntales: mirar los ejemplos que tenga a la mano, acercarse a empresas para generar encadenamientos que le ayuden en su emprendimiento, visitar incubadoras de emprendimientos, y sobre todo crecer y trabajar en desarrollarse alrededor de su problema social, que al final es su negocio. Es claro que las empresas deben trabajar en torno a la solución del problema social determinado como eje de su emprendimiento, para poder calificarse como tal, y de este modo cumplir con los ejes fundamentales teóricos como ser sostenible en el tiempo, y dar solución integral al problema social que desean ayudar.

Pregunta 7

¿Considera viable la implementación del modelo de desarrollo empresarial, desde el punto de vista de emprendimientos sociales, para un país como Costa Rica, teniendo en cuenta su economía y su cultura?

Según Luis Jimenez, en calidad de director de AUGE, considera viable el modelo de desarrollo de los emprendimientos sociales, los considera posibles y rentables, pues generan un bienestar social y cuentan con un componente lucrativo que los respalda. En tanto, Omar Castillo, emprendedor de Topotrip, y José Aguilar de Acción Joven, son testigos fieles que aseveran que son perfectamente viables, y no solamente eso, sino que generan una satisfacción tal a realizarlos que motivan con casos de éxito a continuar trabajando. Para Luis Martínez el panorama es prometedor, y asevera que al tener casos de éxito en el país no hay forma de refutar que sea viable y digno de fomentar en el país. Julio Rojas afirma sin lugar a dudas la viabilidad de los emprendimientos sociales, y acota que es posible fomentarlos y potenciarlos de la mano de encadenamientos productivos con comunidades en riesgo social, o problemas sociales, y empresas grandes establecidas en el país. La unanimidad de los entrevistados respecto a la afirmación de viabilidad de los emprendimientos sociales en el país respalda el modelo y además posiciona al país como tierra fértil de este tipo de desarrollos empresariales, dada su cultura y economía. Siempre habrá necesidades, entonces las condiciones para el desarrollo de empresas de este tipo están dadas, como mencionó Omar Castillo.

Pregunta 8

¿Qué acciones y esfuerzos considera que deberían ponerse en marcha para invitar a la sociedad a formar emprendimientos sociales, y de dónde deberían provenir esos esfuerzos?

Omar Castillo considera que lo principal gira entorno a la difusión de casos de éxito, de emprendedores que tuvieron éxito con sus proyectos empresariales sociales y mostrándolos a la sociedad para que esta sepa que es viable; y no solamente eso, sino que perfectamente ejecutables y posibles. José Aguilar también menciona que si bien no es factible obligar a nadie a formar este tipo de empresas, es de suma importancia dar a conocer el concepto, educar en aras del emprendedurismo para demostrar el potencial que tiene, así como sus beneficios. Luis Jiménez afirma en el mismo tono que Aguilar que se debe dejar el claro el concepto y desmitificarlo, en el sentido que el emprendedurismo social es más allá de donaciones o caridad. Luis Martínez aporta que se deben dar las reglas claras y concuerda en que la manera más sencilla de invitar a formar emprendimientos de este tipo es con una mezcla entre información teórica, acompañamiento empresarial y mostrando ejemplos exitosos conocidos, situación que Julio Rojas confirma al aseverar que la manera es integrar a la sociedad mediante educación en el tema y mostrar la factibilidad real de proyectos de este tipo. Todos concuerdan en que los esfuerzos para fomentar el emprendimiento social deben venir tanto de la academia como del estado en materia de la facilitación y acompañamiento cada vez mayor de los emprendedores que decidan iniciar proyectos que afecten positivamente con la mitigación de problemas sociales que nos aqueja hoy en las comunidades del territorio nacional. Cabe destacar que los entrevistados muestran una sintonía interesante, en el sentido que, defendiendo cada uno sus diferentes posiciones, tienen como eje principal la defensa del emprendimiento social como posible, viable y que cuenta con las características necesarias para fomentarlo y difundirlo en el Costa Rica.

Conclusiones

El emprendedurismo social es un tema que es poco conocido entre la población emprendedora, es de poca difusión todavía y los conceptos y definiciones en torno a este son muchos y errados. Existe un conocimiento amplio del tema entre académicos y personas cercanas a potenciadoras e impulsadoras de emprendimientos. Los expertos y especialistas en el área confirman que el emprendedor social verdaderamente aporta al desarrollo del país mediante la solución de problemas sociales, situación que afecta positiva y directamente no solo el crecimiento económico, sino también el desarrollo localizado de una zona específica, y contribuye a aumentar el bienestar humano en general.

El emprendedurismo social no es por ningún motivo un programa de responsabilidad social empresarial, una organización no gubernamental, ni mucho menos se trata de donaciones, estas son las principales condiciones que impiden que una empresa pueda calificarse como un emprendimiento social. El problema estriba fundamentalmente en el concepto errado, pues en síntesis, la empresa social no es aquella que vive de la caridad y a duras penas se sostiene, por el contrario la empresa social es aquella que tiene éxito, es viable y sostenible en el tiempo, pero que tiene como característica central que es desarrollada para la solución de un problemas sociales; es decir, su *core bussiness* es el problema social como tal.

No existen limitantes especiales que dificulten, o amurallen la proliferación de empresas de este tipo en Costa Rica, los pasos para crear empresas sociales son los mismos que para emprender en cualquier otro proyecto, la limitante es la visión del emprendedor y el enfoque que desea darle. Son pocos los que deciden emprender en torno a la solución de un problema social, los demás se enfocan en desarrollar un componente lucrativo como objetivo central de su emprendimiento.

Darle vitrina a casos de éxito de empresas sociales es la manera más sencilla de instar a más emprendedores a conformar más empresas de este tipo, y aclarar que dentro del emprendedurismo social existe un componente lucrativo que lo hace sostenible en el tiempo, que genera utilidades, paga sus obligaciones y genera ganancia, pero camina paralelamente a la solución del

problema social, que es razón de ser de la empresa y núcleo central del proyecto.

La implementación de proyectos de emprendedores sociales es perfectamente viable, cuenta con una teoría que lo respalda, expertos que lo certifican, y casos de éxito que son ejemplos vivos a seguir. El desarrollo empresarial a partir de un componente social como núcleo es en definitiva sumamente deseable por sus características propias, pues viene a dar solución a problemas que se viven diariamente en las comunidades, involucra a la sociedad con el emprendedor y hace que los habitantes junto con el proyecto resuelvan su problema social, y a la vez tengan un ingreso monetario.

Los aspectos principales que se deben poner en marcha para fomentar que las empresas califiquen dentro del tipo de emprendimiento social son: ubicar el problema social que se quiere como núcleo del negocio, establecer una forma sostenible que solucione el problema y darle una integralidad en la solución, de manera que permita el establecimiento de una empresa formal que perdure y se sostenga financieramente. También trabajar con encadenamientos productivos que enlacen comunidades con compañías que les permitan a las comunidades convertirse en emprendedoras y que sean ellas mismas las que se encaminen a la solución de sus problemas, generar conciencia social de bases a nivel académico que promueva dos puntos fundamentales: uno, motivar al estudiante a emprender y darle herramientas para hacerlo, y dos, dar a conocer los conceptos de emprendimiento social, moverlo hacia una tendencia de desarrollo sostenible social empresarial.

El financiamiento y la poca conciencia social son los principales problemas que no permiten que las empresas se consideren como emprendimiento social, pues el componente lucrativo que se ha inculcado en la sociedad, en aras de la vil acumulación de la riqueza, hace muy complicado juntar en la cabeza del emprendedor dos ideas como lo son la solución de problemas sociales y lucrar. Estas ideas, en principio, una pareciera la antítesis de la otra, pero es posible fusionarlas en un binomio ideológico que dentro de un modelo empresarial permita generar bienestar humano mediante solución de problemas sociales, y

poder vivir y comer de esta empresa por el componente lucrativo que se desprende de la idea de ser sostenible en el tiempo y el espacio.

Lista de referencias

GEM Consortium (2013). *Global Entrepreneurship Monitor 2012 Global Report*. Recuperado de <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2645> (Junio 2013).

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?, Artículo científico, ULACIT, San José, Costa Rica.

Arguello. S.R. (2013). ¿Cuáles y cuántas empresas del GAM tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlas?, Artículo científico, ULACIT, San José, Costa Rica.

González. O (2013). ¿Cuáles y cuántas empresas en el GAM en Costa Rica tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlas?, Artículo científico, ULACIT, San José, Costa Rica.

Curto Grau, M. (2012). Los emprendedores Sociales: Innovación al servicio del cambio social. Recuperado de http://www.iese.edu/es/files/Cuaderno%2013_tcm5-75666.pdf (Junio 2013)

Merino, A. Ballesteros C. Guía del emprendedor Social, inspiración para la creación de empresas al servicio de la sociedad, recuperado de <http://www.upcomillas.es/investigacion/pdf/Gu%C3%ADa%20del%20empendedor%20social.pdf> (Junio 2013)

- Sanchis, J.R. y Navarro, A.M. (2010). Emprendedurismo social y una nueva economía social como mecanismos para la inserción sociolaboral. España. Recuperado de <http://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva2009/docs/51.pdf>Lista (Junio 2013)
- Estivill, J., Bernier, A. y Valadou, C. (1997). Las empresas sociales en Europa, Barcelona.
- Cardenau, P. (2012). Empresas Sociales: Aprendizajes Sobre la Práctica de Empresas Sociales.
- Morales F. (2013). ¿Cuáles y cuántas empresas del sector financiero tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlos?, Artículo científico, ULACIT, San José, Costa Rica.
- Yunus, M. (2006). El banquero de los pobres: los microcréditos y la batalla contra la pobreza en el mundo.
- Dees, G. Emerson, J. y Economy, P. (2001b). Strategic tools for social entrepreneurs, John Willey & Sons, INC, New York.
- Laville y Nyssens (2000). “¿Hacia la empresa social?”, España.