

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

Thais González Castillo¹

Resumen ejecutivo

Los emprendimientos sociales son una corriente que nace por los años setenta, con Bill Drayton, CEO de Ashoka, y son corrientes de desarrollo humanitario que tienen como fin integrar a la sociedad en el desarrollo y fomentar la propia solución de sus problemas. Es un estilo de vida, un movimiento humanitario, todo un modelo de desarrollo social sostenible que, como lo comentan los expertos entrevistados, busca solventar una problemática social real. Las características de la empresa social por su definición segregan y excluyen de la categoría de empresa social, directamente, a aquellas compañías que no tienen un componente social como objetivo de su creación; es decir, relación con el mercado y relación con la sociedad, el bienestar humano como fin y no la acumulación de riqueza.

El obstáculo más grande para que surjan emprendimientos sociales es el equivocar el concepto, esa lluvia seca en analogía relacionada con el error de pensamiento de que o se es empresa o se es componente social, pero que no se puede ser empresa que genere cambio social. Lo primordial es poder definirse desde el principio como empresa solidaria o social, para evitar algunos obstáculos en el camino. Los resultados que arroja el estudio señalan que es la voluntad y el acompañamiento lo que va fomentar el desarrollo de más empresas sociales en Costa Rica, de la mano de una adecuada conceptualización para entender verdaderamente al emprendedurismo social como un agente de cambio que soluciona problemáticas sociales que afectan el país y no permiten el desarrollo ni el bienestar humano.

¹ Bachiller en Comercio Internacional de la Universidad Internacional de las Américas. Opta por la Licenciatura en Negocios Internacionales en la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología. Correo: thaisgc.23@gmail.com

Abstract

Social enterprises are a school of thought that is born in the seventies, with Bill Drayton, CEO of Ashoka, and are common humanitarian development that aim to integrate society in developing and promoting their own solutions to their problems. It is a lifestyle, humanitarian movement, a model of sustainable social development, as stated by the experts interviewed, looking to solve a true social problem. The characteristics of social enterprise by definition segregated and excluded from the category of social business directly to those companies that do not have a social component as a target for its creation, i.e., relative to the market and relationship with society, human welfare as an end and not the accumulation of wealth.

The biggest obstacle for the emergence of social enterprises is the wrong concept, the rain dried analogy related to the error or thought that it is a company or social component, but you cannot be a firm that creates change social. The main thing is to be defined from the beginning as solidarity and social enterprise to avoid some obstacles along the way. The results shown by this study indicate that it is the will and the support that will encourage the development of more social enterprises in Costa Rica, with the help of adequate conceptualization to truly understand the social entrepreneurship as an agent of change that addresses social issues affecting the country and not allowing development and human welfare.

Palabras clave

Emprendedurismo social, búsqueda de ayuda, factores, problema social.

Introducción

En los últimos tiempos el término emprendimiento ha tomado cada vez mayor relevancia, pues la necesidad de innovación y mejoramiento en el mercado es innegable. El desempleo, la discriminación social y la pobreza, entre otros problemas, impulsan a la sociedad a alcanzar soluciones inmediatas para afrontar de la manera más expedita estas diversas situaciones. Por su parte,

Lezana y Tonelli (1998) se refieren a los emprendedores como individuos que buscan crear un negocio a partir de ideas diferentes, donde la clave sea obtener los mejores beneficios.

De esta manera, según Lezana, se entiende el concepto de emprendedurismo como el construir una empresa partiendo de cero, basando el proyecto en un planteamiento distinto a lo acostumbrado, siempre teniendo como finalidad una recompensa, la cual normalmente es económica (1998). Desde esta perspectiva, existe una gran cantidad de compañías que cumplen con esta descripción y que pueden haber sido desarrolladas por emprendedores.

No obstante, el objetivo de este proyecto científico es identificar ¿qué factores o condiciones explicarían que diversas empresas costarricenses no puedan calificarse como emprendimientos sociales y qué acciones deberían realizar para calificarse como tales? Por esto es primordial definir el término emprendimiento social, y hacer hincapié en la diferencia entre este y la responsabilidad social, ya que son conceptos que se tienden a confundir comúnmente.

Al respecto, el emprendimiento social se origina como una respuesta de solidaridad ante la evidente problemática que asecha al mundo. Es por ello que pretende, además de convertirse en un negocio exitoso, cumplir con el objetivo de impactar la sociedad de una manera positiva. Esto no es una tarea nada fácil, más aún si se toma de referencia un país como Costa Rica, donde el papel del Estado en cuanto ayuda social no es el deseado. Sin embargo, esto no debe ser un obstáculo para que sea el ciudadano quien, con iniciativa propia, se convierta en un emprendedor social que intente cooperar con la sociedad a mediano o largo plazo. Esto si se toma en cuenta que es una vía efectiva para contribuir a erradicar, o por lo menos disminuir, tanta problemática actual.

Alvarez (2007) hace referencia a que la economía social se da por diferentes actividades asociativas privadas que nacen por el afán de las personas de ayudarse mutuamente, y buscar las mismas oportunidades de desarrollo para

todos. (Álvarez, 2007. p, 3). Esta actitud donde se pretende otorgar derechos a todos los individuos por igual, sin marginar al ser humano por su condición, género, raza o estatus social, es lo que va a permitir un desarrollo económico uniforme a futuro. Aunque, muchas veces, el miedo al fracaso se convierte en un impedimento significativo a la hora de comportarse revolucionario, más aún si se tiene en cuenta que las ganancias obtenidas serán destinadas únicamente a la buena causa.

Básicamente en esto radica la diferencia entre el emprendimiento y la responsabilidad social empresarial, ya que la compañía realiza su aporte a la comunidad o el país con actividades que no afectan su rentabilidad, asimismo no dependen del éxito de las mismas para poder subsistir, por lo que no existe ese riesgo inminente.

Con este estudio se busca establecer esos puntos definitivos que marcan la brecha entre uno y otro, ya que es importante tener claro qué se necesita para convertirse en una empresa social, que no solamente como parte de sus labores ayude con reciclaje, becas u otros, sino que se dedique plenamente a cumplir con su propósito, generar conciencia y crear empleos. Como lo señala Guzmán y Trujillo (2008), construir, evaluar y perseguir oportunidades para lograr alcanzar equilibrios nuevos y estables, y llevar las ideas a la acción.

A raíz de los resultados de la investigación, se pretende determinar los aspectos necesarios para llamarse emprendedor social. Se ven los puntos de vista de diversos expertos y se aplica a la economía costarricense, según los vacíos del mercado y las necesidades de los y las costarricenses. Para ello se realizará una investigación cualitativa, se entrevista a profesionales en el tema que brinden su perspectiva y evidencien la realidad de Costa Rica. Además se buscarán empresas y/o personas con deseos de implementar este nuevo concepto, para así analizar sus objetivos y de esta manera poder realizar el propósito del proyecto.

Revisión bibliográfica

Para lograr cumplir a cabalidad con el objetivo de esta investigación, es primordial esclarecer diferentes conceptos relacionados con el problema social, pues el emprendedurismo social conlleva a una amplia gama de definiciones que tienden a generar confusión sobre lo que realmente significa.

Si se inicia por la palabra “emprendedurismo”, Namdari lo define como “el proceso de utilizar iniciativas privadas para transformar un concepto de negocio en una iniciativa o el desarrollar y diversificar una iniciativa o empresa ya existente con alto potencial de crecimiento” (2010). Al analizar este razonamiento, se pueden señalar dos palabras clave: proceso e iniciativa. Primero porque sin duda alguna todo emprendimiento debe superar diferentes etapas para lograr su objetivo, no son proyectos que de la noche a la mañana se ven realizados, sino que llevan su debido proceso.

Así mismo, la innovación es esencial a la hora de iniciar un negocio de este tipo, y de ello depende mucho el fracaso o el triunfo del mismo. Campoy establece que el origen de las ideas se basa primeramente en la creatividad, donde se elaboran las ideas, iniciativas, proyectos y demás. Sin embargo, el segundo paso, se podría decir que el más importante, es la implantación real y útil de estas ideas, y es en ello lo que consiste la innovación (2006). Como lo explican Rodríguez, Carreras y Suredan, en un emprendimiento “el objetivo final es dar lugar al cambio y añadir valor y mejorar procesos, productos o experiencias. Por lo tanto, el término también implica la implementación.” (2012). Indiscutiblemente de nada vale plantearse una visión, si la misma no es llevada a cabo.

De igual forma, es trascendental establecer el concepto de emprendedor, para ello se puede hacer mención de cómo lo definen Lenaza y Tonelli (1998): “Emprendedores son personas que persiguen el beneficio, trabajando individual o colectivamente. Pueden ser definidos como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades de negocios, montan y coordinan nuevas combinaciones de recursos (función de producción), para extraer los mejores

beneficios de sus innovaciones en un medio incierto". En tal sentido, se describe al emprendedor como una persona enfocada en un nuevo proyecto, el cual surge ante una determinada circunstancia. Igualmente es conveniente referirse al punto donde explica que el emprendedor no necesariamente inicia el negocio desde cero, sino que es posible crearlo a partir de una figura ya creada. Por esto se puede decir que "el emprendedor es entonces quien descubre, evalúa y explota oportunidades rentables, tomando en cuenta el riesgo, alerta a las oportunidades y necesidad por la innovación" (Roberts y Woods, 2005).

En el caso de Costa Rica, Maritza Vargas, coordinadora de UNA-INCUBA, menciona ciertas particularidades que debería tener un emprendedor, que si bien es cierto no son indispensables, son claves para obtener el éxito según lo observado en el programa UNA emprendedores. De los puntos mencionados por Vargas, en este estudio se hace énfasis en los que son de mayor relevancia y que están directamente relacionados con lo que es emprendedurismo social. Primeramente está la acción, Vargas utiliza una descripción muy acertada para este prototipo de persona "portadores de las semillas del cambio". Es evidente que se vive en un mundo donde se debe marcar la diferencia para llegar a un cambio global beneficioso para todos, por lo que es tarea del emprendedor hacer ese contraste.

Así mismo, habla de la proactividad e insiste en una visión compartida, donde el objetivo no sea egoísta que piense solamente en el provecho propio, sino que involucre a la sociedad. El altruismo es una característica que también menciona Vargas y es realmente significativo en esta cuestión, ya que desarrollar el potencial humano significa brindar oportunidades de mejora para la población. Al mismo tiempo la parte de soñar es vital, pues en infinidad de ocasiones la falta de visión se vuelve una barrera para buscar la forma de hacerle frente a tanta problemática, cuando probablemente si se toma ese riesgo el resultado sería positivo. Por último Vargas destaca lo que es la practicidad y el liderazgo, dos aspectos esenciales debido a la necesidad de utilizar los recursos que se tienen a mano y por lo eficaz que puede ser una

influencia que no solamente emprenda, sino que también lidere y llegue a tener un triple impacto (2012).

Al continuar con Costa Rica, según una encuesta realizada por el Observatorio de Mipymes, el emprendedor costarricense ronda los 34 años, es asalariado, posee estudios universitarios, normalmente no cuenta con experiencia como empresario y no acostumbra trabajar con socios. Esto demuestra que los requisitos para convertirse en un emprendedor no son extensos o engorrosos, lo preciso es tener disposición, una clara motivación y establecer los recursos necesarios para buscar el modo de conseguirlos.

Paralelamente a esto, ya que se ha entendido el concepto anterior, es ineludible el referirse a lo que es un emprendedor social. Elena Rodríguez Blanco, quien es emprendedora, lo define como “una actitud, una forma de ver la vida, y sobretodo de vivirla” (entrevista, Cinco Minutos con... 2013). Normalmente una persona que decide iniciar con su propio negocio, lo hace con fines meramente lucrativos; el emprendedor social se caracteriza por buscar la oportunidad de obtener ganancia para utilizarla en un fin específico orientado a la ayuda social, llámese ambiente, pobreza, educación, inseguridad, entre muchos otros que se pueden mencionar.

Aunado a la definición anterior, se puede citar la percepción que tienen Vernis e Iglesias: “el objetivo final del empresario es la creación de riqueza. Sin embargo, para el emprendedor social, la creación de riqueza no es más que un medio para un fin. El emprendedor social participa en el resultado de búsqueda de emprendimientos aunque sólo sea para utilizar los beneficios generados para crear valiosos programas sociales para toda la comunidad” (Vernis e Iglesias, 2010). Es interesante observar la capacidad que tienen estos individuos para detectar una necesidad específica en el contexto social, como lo mencionan Vargas y Tellez. El emprendedor social alcanza a percibir esas insuficiencias que para otras personas podrían pasar como desapercibidas, no necesariamente por no querer prestar ayuda, sino porque la costumbre de ver lo mismo día a día, hace que llegue el momento de reparar en ello como una situación normal, cuando realmente es una gran carencia (2011).

Con base en lo anterior, y con el objeto de acentuar en el propósito del estudio, es preciso definir las características que debe tener una empresa social, ya que este término se tiende a confundir con lo que es responsabilidad social empresarial, que tiene un enfoque totalmente diferente y la empresa la realiza como una obligación ineludible con la sociedad, no porque su fin sea resolver determinada problemática. Aunque como indica Nicolás Berardi, CEO de Techo, no solamente se debe pensar en una organización nueva a la hora de poner en práctica el emprendedurismo social, sino que también es necesario buscar cómo activarlo en las organizaciones existentes (2013), y eventualmente un primer paso para alcanzar ese logro es implementando la responsabilidad social.

No obstante, como lo explica Marta Solórzano, codirectora del curso de experto universitario en Emprendimiento e Innovación social de la UNED, las empresas sociales para calificarse como tales deben ser económicamente estables y sostenibles, para que puedan mantenerse con el tiempo sin depender de una subvención. A su vez, Solórzano señala la necesidad de un modelo legal definido para estas empresas, que se posicionan entre el sector privado tradicional y el sector público (2013). A su vez, Pérez en su artículo pregunta: ¿Cuál es el canal de financiación de las empresas sociales? Y la respuesta a esta incógnita es: el mismo que el de cualquier otra compañía tradicional, porque una empresa puede estar abierta a recibir donaciones, pero no puede depender de ellas para subsistir.

En relación con las confusiones que se suscitan, Roberts et al. (2005), resaltan que "el emprendimiento social no es lo mismo que caridad o benevolencia; incluso no es necesariamente sin ánimo de lucro. En esencia, es una actitud benevolente motivada por una necesidad profundamente arraigada de dar a otros, pero va más allá de esto... los emprendedores sociales son gente de negocios" (2005).

Como se puede ver en las conclusiones de diferentes investigaciones sobre el tema, “el emprendedurismo social es un concepto que se encuentra muy rezagado en Costa Rica [...] Solo un 4% de las empresas encuestadas califican como emprendedurismo social” (Arce, 2013), “no se encontró ninguna empresa en el sector artesanal que cumpliera con las tres bases del emprendedurismo social” (Mora, 2013), “las empresas no cumplen con la condición de tener un objetivo social” (Amador, 2013). En Costa Rica no está muy claro el concepto de todo lo que comprende ser una empresa social, y esa falta de conocimiento se convierte en la traba para poder calificarse como tal. Es por ello que este estudio tiene suma importancia en el sentido de determinar cuáles cambios se deben realizar para cambiar estas estadísticas.

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. Las entrevistas se aplicaron a 10 expertos y/o especialistas en el tema de emprendedurismo social.

Las principales características que debían cumplir los entrevistados eran:

- Conocer sobre el tema de emprendedurismo social.
- Aplicar en su trabajo y/o forma de vida el emprendedurismo social.
- Ser parte de una empresa, proyecto o apoyo a emprendedores.

La entrevista está compuesta por 8 preguntas abiertas con el fin de conocer y analizar los conocimientos que tienen los entrevistados sobre el tema. El tiempo calculado de respuesta de toda la entrevista era de 20 a 25 minutos, 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 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.

Así mismo 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 pueden generar la mala interpretación de las preguntas. Los participantes del pretesteo cognitivo fueron personas que laboran para la empresa Corrugadora de Costa Rica S.A., 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.

A continuación se presenta el detalle de las personas entrevistadas:

Mariano Batalla, Profesor de Emprendedurismo e Innovación de INCAE Business School. Global Shaper San José.

Eduardo Sasso, Coordinador de Empresas Sociales de AED.

Urs Jager, Director académico del Centro de Intercambio de Conocimientos, Profesor Asociado de INCAE Business School, fundador del Centro para Liderazgo y Valores en la Sociedad de la Universidad de San Gallen.

Miguel Gutiérrez Saxe, Director del Programa Estado de la Nación.

Dr. Federico Li Bonilla (PhD.) Coordinador de la Carrera y Cátedra de Administración de Empresas con Énfasis en Cooperativas y Asociativas. Escuela Ciencias de la Administración. Universidad Estatal a Distancia.

Discusión de resultados

Para encontrar la respuesta al problema social, se entrevistó a 5 expertos en el tema de emprendedurismo social. A continuación las preguntas realizadas, con la respuesta de cada uno de ellos.

1. ¿Cómo define usted “emprendedurismo social”?

Mariano Batalla, Profesor de Emprendedurismo e Innovación de INCAE Business School. Global Shaper San José, se refiere a este término como la creación de valor social, sin importar si es con o sin fin de lucro.

Eduardo Sasso, Coordinador de Empresas Sociales de AED, por su parte, indica que son negocios con una visión sistemática orientada a suplir las necesidades básicas, así como resolver problemas sociales y ambientales, con un impacto positivo. Un emprendedor social no reparte sus utilidades, sino que las reinvierte para cumplir su propósito.

Urs Jager, Director académico del Centro de Intercambio de Conocimientos, Profesor Asociado de INCAE Business School, fundador del Centro para Liderazgo y Valores en la Sociedad de la Universidad de San Gallen, señala que es emprender con un enfoque en un impacto social o ambiental, y que a su vez trabaja con el método económico. No es una organización, es una persona y su acción.

Dr. Federico Li Bonilla (PhD.) Coordinador de la Carrera y Cátedra de Administración de Empresas con Énfasis en Cooperativas y Asociativas, Escuela Ciencias de la Administración, Universidad Estatal a Distancia, lo ve como una empresa privada de interés público, con el ideal de repartir sus riquezas y no acumularlas.

Miguel Gutiérrez Saxe, Director del Programa Estado de la Nación, no acostumbra utilizar este concepto como tal, por no ser un término de dominio público, pero lo define como empresas que tienen orientación o fines no exclusivos de lucro, sino fines de carácter solidario o social, aunque el término social es muy ambiguo.

Las respuestas de los entrevistados permiten deducir que el impacto del emprendedurismo social debe ser siempre el buscar atender las necesidades

de la población y del ambiente, ya sea que la empresa tenga o no fines de lucro, siempre y cuando sus ganancias sean destinadas al propósito con el que fue creada la empresa.

2. ¿De dónde nace esta ideología?

El señor Batalla se remonta al año 1970 con Bill Drayton, CEO de Ashoka, ya que él inventó la definición. Sin embargo, añade que toda la vida han existido personas emprendedoras sociales, como lo dice en el libro "Have to change the world".

El señor Sasso, para explicar de dónde nace, hace alusión al tercer sector, que es la economía solidaria, cuando un negocio busca solventar soluciones para tanta problemática social sin dejar de lado la parte económica.

El señor Jager también hace referencia a Ashoka, que trabaja hace más de 30 años en este tema, y a su vez indica que siempre han existido este tipo de emprendedores, no es algo nuevo pero hasta ahora se le dedica más atención.

El señor Li considera que la ayuda social es una cuestión existente desde la creación del ser humano, ligado a un asunto de religión. Al existir necesidades se busca encontrarles una solución y de ahí nacen las cooperativas, fundaciones, asociaciones y empresas sociales, entre otros.

El señor Gutiérrez tiene claro el concepto de empresa social, sin embargo no logra definir e indicar de dónde nace la ideología del emprendedurismo social.

Como se denota de las entrevistas, la ayuda social siempre ha existido y ha sido parte del día a día de las personas, que responden ante la necesidad de los demás. Sin embargo, la falta de claridad del concepto se presta para la confusión y mala interpretación del mismo.

3. Según su opinión, ¿Cuáles son las principales características que debe cumplir una empresa social?

Para el señor Batalla lo principal es causar un impacto, un cambio que sea visible y medible. Además estas empresas deben ser sostenibles por sí solas, con sus propias fuentes de financiamiento, a partir de actividades conexas.

El señor Sasso, sostiene que la orientación de una empresa social debe ser atender una necesidad real y auténtica, y plasmar de manera explícita ese objetivo. En la parte económica menciona que máximo el 25% de utilidades debe ser repartido entre los inversionistas, al menos el 50% dedicado al mejoramiento de la empresa, y el restante 25% para sus colaboradores. Por otra parte, deben demostrar prácticas socioecológicas que sean internacionalmente aceptadas.

El señor Jager dice que la empresa social tiene una relación con los mercados y al mismo tiempo relaciones en sociedad, por lo que debe cumplir con tres diferentes niveles: primero el individuo, que implica que por lo menos el 20% de los empleados se identifiquen con la causa social, integrándolo con la parte económica; segundo la estructura, porque una empresa debe tener estrategias de ideas claves y sistemáticas para integrar los dos mundos; y tercero la práctica, de manera que el trabajo del día a día sea para buscar este acople. La base es la integración.

El señor Li hace énfasis en que el fin de una empresa social debe ser el bienestar al ser humano, no la acumulación de riqueza. Recalca la necesidad de establecerse como empresa social desde sus inicios, en los artículos de constitución, y que busque la repartición equitativa de las riquezas a las personas.

El señor Gutiérrez apunta como característica principal el prestar servicio de carácter social, orientado a la satisfacción de necesidades sociales éticamente compatibles. Así mismo, debe definir la orientación de sus objetivos y buscar el respeto hacia adentro de las condiciones sociales de los que participan.

Se puede analizar que, para calificarse como empresa social, se debe tener como objetivo claro querer solucionar una problemática social. A su vez es importante establecer estos propósitos de forma explícita a la hora de constituir la empresa, y los lineamientos a seguir según el concepto que se maneje. Como hace referencia Jager, una integración de lo social con lo económico.

4. A su consideración, ¿Qué impide que las empresas puedan nacer y desarrollarse como sociales?

El señor Batalla utiliza la expresión “lluvia seca” como analogía de empresa social, ya que muchos creen que o es empresa o es social. Por esto, el mayor impedimento que ve es la confusión del concepto, además señala la necesidad de más personas consientes de que existe un sector particular con estas preocupaciones.

Según el señor Jager, no existe algún obstáculo principal tangible, no hay impedimento para ayudar, la barrera es la mentalidad, falta de conciencia. Hay muchas oportunidades que hay que investigar para poder usarlas e implementar estas soluciones.

El señor Li piensa que la empresa social debe constituirse desde un principio como solidaria, para así no tener obstáculos como el pago de impuestos, por poner un ejemplo. Así mismo, concuerda con la falta de conciencia de las personas en la actualidad.

Para el señor Gutiérrez, la voluntad de sus asociados es fundamental, para poder desarrollarla como carácter social, ya que es una decisión por parte de los emprendedores. No ve obstáculos a nivel general, únicamente las normas sociales que se van adoptando en los diferentes países.

Tomando como referencia la opinión de los expertos, si hay deseo y voluntad de ayudar y de desarrollarse como emprendimiento social, no hay impedimentos tangibles para cumplir el propósito. Sin embargo, existe la traba del desconocimiento del término como tal y de lo que implica ser una empresa

social, esto podría calificarse como una dificultad a la hora de establecerse como un emprendimiento de este tipo.

5. Según su experiencia, ¿Qué falta en Costa Rica para darle fuerza a este movimiento?

El señor Batalla menciona la inversión y definir claramente el concepto. A su vez, considera que el rol del gobierno no debe ser tan determinante, ya que por ejemplo subsidiar sería como dar muletas sin enseñarles a caminar. Lo ideal es dar rodines únicamente para el inicio como un apoyo, ya que beneficios como subsidios y/o exención de impuestos puede volverse una mala costumbre, y es necesario seguimiento y planeación.

Corazón y conciencia es lo que el señor Sasso acentúa como necesario para poder avanzar en lo que es emprendedurismo social, porque de esta manera la misión determina todo lo demás.

Por su experiencia, el señor Jager indica que no falta nada en este momento, pues hay muchos ejemplos buenos con impactos impresionantes en Costa Rica. Para Jager la pregunta esencial para el costarricense es si realmente quiere hacer más. Solo señala la falta de conceptos claros de integración para ayudar a las empresas a no tener obstáculos de conciencia.

El señor Li considera que falta iniciativa y voluntad, esto es lo que necesitan los ciudadanos costarricenses para motivarse y convertirse en emprendedores sociales.

El señor Gutiérrez alude a los esfuerzos muy notables que existen en Costa Rica para otorgarle incentivos o beneficios a empresas que tengan carácter social. No es tanto la ausencia de mecanismos e incentivos a las empresas sociales, sino más bien políticas públicas a favor de la pequeña y mediana empresa; el problema es la ausencia de mecanismos robustos de apoyo a la pequeña y mediana empresa, la Banca de Desarrollo es un claro ejemplo.

Se puede entender que Costa Rica es un país de oportunidades, sin embargo necesita brindar motivación de alguna u otra manera para que los jóvenes y adultos se vean incentivados a emprender un proyecto social. Además es primordial que el gobierno dé a conocer sus incentivos para las empresas de carácter social, lo que significaría un apoyo para muchas personas que desean emprender un negocio de esta índole.

6. Para usted, ¿En qué afecta comercialmente el que una empresa se sume a esta modalidad de emprendedurismo social?

Para el señor Batalla puede que la empresa pierda su marca o su distribución dentro de su segmento de clientes principales, por lo que se deben alinear todos los componentes, y tener cuidado de cómo pueda impactar a sus clientes, ese es el peligro que se corre.

El señor Sasso analiza el hecho de que una empresa social debe ofrecer sus productos o servicios a poblaciones marginadas, y que debe ser una venta que responda a desafíos de impacto común, por lo que esto puede perjudicar en cierta manera, pues de alguna forma limita el mercado.

La capacidad para salir adelante sin el lucro al que se acostumbra, es el lado negativo que encuentra el señor Jager, además de que las empresas deben cumplir con ciertos estándares para considerarse como sociales. Sin embargo, señala que hay que tener en cuenta que países en vías de desarrollo funcionan más con personas emprendedoras, pues se necesita más que solo ganar dinero, es esencial contribuir.

El señor Li cree que en nada, porque todas las empresas deben ser rentables, altamente eficiente y eficaces. La empresa privada requiere acumular la mayor cantidad de dinero entre la menor cantidad de personas, y la empresa social la generación de riquezas para repartirla entre el entorno.

El señor Gutiérrez evoca a las normas sociales estipuladas que deben cumplir este tipo de empresas, por lo que esto podría afectarlas en un grado menor.

Pero hoy por hoy más bien puede tener cierto atractivo para colocar sus productos en el mercado. Lo único negativo es sacrificar de alguna manera su ánimo de lucro.

De las entrevistas se desprenden tres posibles escenarios: mejorar, empeorar o continuar igual, en el entendido de que puede ser mayor el impacto positivo que el negativo a la hora de convertirse en una empresa social, porque a pesar de tener que realizar cambios en estrategias o productos, esto puede colocar a la compañía en mejor posición, dado el nuevo enfoque de la misma.

7. Para finalizar, ¿Cómo motivaría usted a la nueva generación de administradores para sumarse a este movimiento social?

El señor Batalla ve necesario no hacer de la empresa social un “bicho raro”, hay que empezar porque la gente entienda cuáles son los beneficios de preocuparse por la sociedad, más allá del propio entorno. No es ir a pintar una escuela, es buscar formas de ayuda.

Según el señor Jager, no es necesario motivarlos, más bien se corre el riesgo de desmotivarlos con la falta de oportunidades o las ideas de productividad capitalista que se les inculca a los estudiantes.

Para el señor Li es importante, ante todo, no tomar la ayuda social como una mampara, como marketing. A su vez indica que es una cuestión desde la escuela, hay que enseñar que no solo hay derechos, sino también deberes que el ciudadano debe cumplir.

El señor Gutiérrez considera que es un valor en sí mismo como ser humano, pero que también puede resultar un buen negocio, ya que puede obtener ciertas ventajas y algunos incentivos públicos.

Como consecuencia de las entrevistas, se deduce que fomentar la creación de empresas sociales favorece el desarrollo social y genera bienestar humano, la motivación debe darse orientando a los emprendedores para que entiendan el concepto de emprendimiento social y sus beneficios, para sí mismo y para el entorno.

Conclusiones

El pensamiento empresarial solamente lucrativo, y la mentalidad de enfocarse únicamente en la generación de riqueza dejando de lado aspectos fundamentales como el apoyo social, trazan la línea que divide los emprendimientos sociales de los demás emprendimientos. Esta es la principal diferencia entre ambos.

La formación académica, especialmente entre la población joven, contribuye a que se formen una visión de empresa que no vea más allá de hacer dinero, y los priva de conocer otros modelos de desarrollo sostenible que rompa el paradigma tradicional de que la única misión del empresario es hacerse millonario, sin importar las repercusiones que puedan conllevar sus intereses.

No se encontraron limitantes que impidan el nacimiento y desarrollo de empresas sociales en Costa Rica, por el contrario existen una serie de beneficios para concretar estos emprendimientos, lo que podría verse como una motivación o incluso facilidad para los emprendedores que quieran optar por esta modalidad.

Por eso, se concluye que los aspectos que hacen que se excluya un emprendimiento de los del tipo social son principalmente la ignorancia del concepto de empresa social y sus bondades, la filosofía de la acumulación de las ganancias que busca siempre el lucro, aunado a la poca voluntad por solucionar problemas sociales.

Se considera que es la mentalidad con conciencia social el motor que impulsa a un emprendedor a construir una empresa que no solo se encargue de lucrar,

sino que enfoque sus esfuerzos en solucionar problemas sociales, pues sabe que su labor conlleva crecimiento económico, desarrollo de la sociedad y bienestar humano, y le genera satisfacción por el resultado de su trabajo.

Del estudio se extrae que hay una posibilidad real, sustentada en las características de emprendimiento social, por crear emprendimientos que den solución a problemáticas sociales y que también generen un beneficio económico para quienes concibieron el proyecto. Se entiende este en dos puntos principales: sostenible y social. Quienes consideran que no se puede ser empresa y solucionar a la vez, tienen una visión limitada que es refutada con los resultados de este estudio.

Instar la conformación de empresas sociales no significa empujar al ciudadano emprendedor y brindarle facilidades absolutas, sino más bien que el apoyo debe darse en el sentido de canalizar los esfuerzos para que surja la idea del seno del emprendedor por generar el bienestar humano, que entienda por sí solo su gran aporte como emprendedor social.

Costa Rica es terreno apto para que quien desea emprender pueda darle un matiz social. Las condiciones para ubicar problemas sociales dentro de la sociedad costarricense están siempre dadas, pues en definitiva los países en vías de desarrollo siempre tienen necesidades y son esas necesidades las que van a ser el blanco de las soluciones que se van a convertir en la mente del emprendedor como una compañía exitosa, sostenible y sobretodo con conciencia social.

Lista de referencias

Álvarez, A. B. F. (2007). Fomento de empresas de economía social: Una realidad en expansión. Ideaspropias Editorial SL.

Amador, M. (2013). ¿Cuáles y cuántas empresas en el sector artesanal nacional ubicadas en la Gran Área Metropolitana tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido

realizando para alcanzarlas? Artículo científico, ULACIT, San José, Costa Rica.

Arce, B. (2013). ¿Cuáles y cuántas empresas en el sector artesanal nacional ubicadas en la Gran Área Metropolitana tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlas? Artículo científico, ULACIT, San José, Costa Rica.

Cristina, R. (3 de abril del 2013). Cinco minutos con... Elena Rodríguez Blanco, emprendedora social. Blog de Okodia. Recuperado de <http://www.okodia.com/cinco-minutos-con-elena-rodriguez-emprendedora-social/> :

Daniel Mateo Campoy (2006). Gestión Emprendedora, Estrategias y habilidades para el emprendedor actual. Ideaspropias Editorial, Vigo, 2006.

Delgado, M. (5 de noviembre del 2012). ¿Te consideras un emprendedor social? El empresario. Recuperado de <http://elempleado.mx/actualidad/15-cualidades-emprendedor-social>

Lezana, A. y Tonelli, A. (1998). Emprendedor: identificación, evaluación y planificación de un nuevo negocio. Florianópolis: ENE–UFSC.

Mora, M.A. (2013). ¿Cuáles y cuántas empresas en el sector artesanal nacional ubicadas en la Gran Área Metropolitana tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlas? Artículo científico, ULACIT, San José, Costa Rica.

Namdari, R. (2010). Study of Relation between Organizational Roles and tendency to Entrepreneurship.

Pérez, S. (24 de febrero del 2013). Emprendedores con alma social. El País.

Recuperado de

http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/02/24/actualidad/1361743315_132277.html

Roberts, D., y Woods, C. (2005). *Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship*. University of Auckland Business Review.

Rodríguez, E; Carreras, I & Sureda, M. (2012). Innovar para el cambio social: de la idea a la acción. Editorial El Tinter.

Trujillo Dávila, M. A., & Guzmán Vásquez, A. (2009). Emprendimiento social-revisión de literatura. *Estudios Gerenciales*, 24 (109).

Vargas, C. D. P. G., y Téllez, M. D. C. M. (2011). La otra cara del emprendimiento. Revista de la Alta Tecnología y la Sociedad. Volumen 5, número 1.

Vernis, A. e Iglesias, M. (2010). Instituto de Innovación Social, Barcelona, España. <http://www.esade.edu/research-webs/esp/socialinnovation>

Conversatorio de empresas sociales en Costa Rica (17 de mayo del 2013). Auditorio del Centro Universitario Miravalles. Recuperado de <http://youtu.be/CJIRbnPk7bY>

(27 de mayo del 2013). Emprendedores sociales crecen en toda la región. Diario BAE. Recuperado de <http://www.diariobae.com/diario/2013/05/09/28206-emprendedores-sociales-crecen-en-toda-la-region.html>