

¿Cuáles y cuántas empresas en el sector financiero nacional tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlas?

Autor: Luis Diego Cervantes Monestel¹

Resumen

El emprendimiento social es una práctica que en Costa Rica empieza a florecer y que viene en ascenso, aunque actualmente no es muy común su aplicación en las empresas financieras, tal como se verá más adelante en los resultados de esta investigación, que busca determinar cuáles son las empresas que tienen las expectativas de desarrollar emprendimientos sociales o al menos conocer si hacen esfuerzos por realizarlos en algún momento.

El cuestionario de 10 preguntas se efectuó a 70 empresas del sector financiero, las cuales se escogieron de una lista que se encuentra en la página del Banco Central de Costa Rica. De la población total, se tomaron las primeras 50 encuestas respondidas y se procedió a tabular la información y graficar los resultados, para su análisis final. De esta forma se llegó a las conclusiones que vienen a responder la pregunta de investigación.

¹ Bachiller en Contaduría Pública por ULACIT, optando por la Licenciatura en Administración de Negocios en ULACIT.

Las empresas financieras de Costa Rica muestran un escaso interés en perseguir un emprendimiento social, y se ven lejos las posibilidades de querer realizar esfuerzos para su implementación. Sin embargo, sí se nota un claro compromiso de todas las compañías con la responsabilidad social.

De las empresas financieras en estudio, se puede acotar que solo el Banco Nacional de Costa Rica y el BAC San José reúnen los requisitos para empezar a hablar de que si tienen prácticas de emprendimiento social, con sus proyectos BN Pymes y BAC Pymes, respectivamente.

Cabe mencionar el alcance académico que tiene esta investigación y su valor como nuevo método de aprendizaje, sin dejar de lado las limitaciones geográficas, temporales y materiales que se encontraron en el camino. El tema es muy interesante y los resultados se han obtenido a partir de las encuestas, pero no se debe dejar de lado el alto porcentaje de error que tiene la investigación, así como los factores de sesgo implícitos en ella.

Palabras clave

Sector financiero, innovación, emprendedor, problema social, economía social

Abstract

Social entrepreneurship is a practice in Costa Rica starts flowering and coming rising, although not very common now its application in financial companies as we will see in the results of this research, which seeks to demonstrate the companies that have the expectations of developing social enterprises or at least know if they make efforts to realize them at some point.

The questionnaire of 10 questions was conducted at 70 financial companies, which were chosen from a list that is on the page of the Central Bank of Costa Rica. Of the total population, took the first 50 completed surveys and proceeds to tabulate the information and graph the results, for the final analysis. Thus we get the conclusions they come to respond to the research topic.

Financial firms in Costa Rica show a low interest in efforts to pursue a social enterprise, and the possibilities are far from wanting to make efforts for implementation. However if it shows a clear commitment by all companies with social responsibility.

Financial firms under study, you can narrow that only the National Bank of Costa Rica and San Jose BAC eligible to start talking about it if they have social entrepreneurship practices with their projects BN PYMES and BAC PYMES respectively.

Academic achievement worth mentioning that this research is of great value as a new learning method, without neglecting the limitations found in the road such as geographical, temporal and material. The topic is very interesting and although results are part of the surveys, do not ignore the high percentage of error that has research and bias factors are implicit in it.

Key words

Financial Sector, Innovation, Entrepreneur, Social problem, Social economy.

Introducción

Actualmente, se conoce poco del emprendimiento social; los conocedores lo llaman la Nueva Economía Social (Laville, 2000), es por esto que un concepto

exacto, breve o conciso no existe de una manera específica; sin embargo, muchas personas han oído hablar de él en más de una ocasión.

El emprendimiento social consiste en crear valor social en la comunidad donde la empresa desarrolla su labor comercial, pero esta labor debe ir acompañada de innovación, adecuadas estrategias económicas y el objetivo central que es generar valor o bien social.

La presente investigación se enfoca en el sector financiero, porque si hay un sector que puede ayudar mucho a la labor social es este. Se necesita ayuda económica a través de microcréditos y capacitación financiera para incentivar la labor social y sembrar la semilla del emprendimiento.

Mediante la encuesta aplicada, se analizarán los datos para determinar si el mercado financiero ha apoyado el nacimiento del emprendimiento social o si más bien lo ha confundido con otros términos semejantes, pero no iguales, como la filantropía o la responsabilidad social empresarial. En esto radica la importancia de este artículo científico, ya que además del valor académico que tiene, también hace un aporte interesante acerca de los proyectos de desarrollo que pueda traer en un futuro el emprendimiento social y los principales problemas que lo afectan y que hasta han contribuido a la fecha a evitar su expansión.

Actualmente, en el mundo hay más de 2.000 millones de personas que viven en una situación de extrema pobreza (Seelos, 2006), debido a lo cual, las Naciones Unidas convocó a una reunión a los jefes de Estado con el objetivo de aprobar la Declaración del Milenio en setiembre del 2000.

Dicho tratado busca alcanzar un desarrollo sostenible al 2015, y dicho acuerdo compromete a países ricos y pobres a luchar por erradicar la pobreza, dar igualdad a los seres humanos, abrazar la paz, la democracia y la sostenibilidad del ambiente. Desafortunadamente, un informe del 2004 de la misma entidad, determinó que estos objetivos no están dando fruto, ya que muchos servicios de educación y salud están fallando debido a que la inversión pública no llega a los pobres o, si lo hace, es ineficaz.

El tema de investigación sugerido por la Universidad llevará a identificar el nivel de aceptación del emprendimiento social en el sector financiero. La hipótesis inicial que se presenta es que todas estas empresas como bancos, cooperativas, mutuales o financieras presentan atractivos planes de inversión y crédito, pero solo para las personas más adineradas o empresas ya posicionadas, y no están adecuadas a las micro o medianas empresas, y mucho menos son accesibles para cualquier persona que quiera iniciar su camino como emprendedor.

En este estudio se buscará resolver el cuestionamiento que se plantea mediante el uso de la técnica de investigación cuantitativa, la cual es aquella que permite examinar los datos de manera científica, numérica, y en donde estos se recolectan con la ayuda de herramientas de campo de la estadística y posteriormente se hace un análisis de las gráficas con la información que arrojan las encuestas aplicadas.

Revisión bibliográfica

En Costa Rica, las micros, pequeñas y medianas empresas (mipymes) representan la mayoría del conglomerado empresarial. La importancia de las

MIPYMES es determinante para el desarrollo del país, dado el actual entorno dinámico y globalizado. Con el propósito de apoyarlas, Costa Rica promulgó la Ley N.º 8262 de Fortalecimiento de las PYMES, en el año 2002, la cual le otorgó al Ministerio de Economía, Industria y Comercio la rectoría del esfuerzo de apoyo al sector mipyme nacional y a su vez constituyó un Consejo Asesor para apoyar estas labores.

Las mipymes se pueden definir como unidades económicas que constituyen una fuente importante de empleo, contribuyen a mejorar la distribución del ingreso, son dinámicas e innovadoras y por eso fortalecen la competencia y la eficiencia económica (Ulate, 2001). Las pequeñas y medianas empresas (pymes) aportan a Costa Rica un 47 % del empleo total y 30 % del producto interno bruto (PIB), reveló un estudio oficial del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) (La Nación, 2013).

El XI Informe del Estado de la Nación (Programa Estado de la Nación, 2005), señala lo siguiente: “La mayor parte del parque empresarial costarricense son MIPYMES y es poco lo que se sabe de ellas. La falta de información ha resultado ser una restricción fundamental para diseñar un adecuado modelo de intervención” (p. 35-37). Esto, sin duda, deja de manifiesto uno de los tantos problemas que tienen estas organizaciones para sobrevivir y no caer en la quiebra al poco tiempo de haber sido creada.

Otro agravante es el conocimiento de este nuevo concepto, ya que se busca llegar a un consenso en cuanto a cuál es la mejor forma de describir a un emprendedor, por ejemplo, Gerber (1996), afirmó que “el emprendedor es un innovador, un gran estratega, creador de nuevos métodos para penetrar o

desarrollar nuevos mercados; tiene personalidad creativa, siempre desafiando lo desconocido, transformando posibilidades en oportunidades”

Para Lezana y Tonelli (1998), los emprendedores son personas que persiguen el beneficio, trabajando individual o colectivamente; pueden definirse como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades de negocios, montan y coordinan nuevas combinaciones de recursos para extraer los mejores beneficios de sus innovaciones en un medio incierto.

Lo anterior refleja lo amplio que puede ser este concepto, y a la vez lo delgada que puede ser la línea para que este concepto se pueda confundir con responsabilidad social, filantropía o incluso un híbrido de ambas.

Bajo la definición estrecha, el emprendimiento social típicamente se refiere al fenómeno de la aplicación de conocimientos y habilidades de negocio basados en el mercado para obtener ingresos (Reis, 1999; Thompson, 2002).

Algo muy común en todas las definiciones de los emprendimientos sociales es el hecho de que la unidad subyacente para el emprendimiento social es la creación de valor social, en lugar de la riqueza personal y de los accionistas (Zadek y Thake, 1997), y que la actividad se caracteriza por la innovación, o la creación de algo nuevo en lugar de simplemente la repetición de las empresas existentes o prácticas.

Los emprendedores sociales no tienen que ser necesariamente un individuo, ya que también pueden ser pequeños grupos de personas que se unen para alcanzar un objetivo mutuo e innovador. Como Dees (2004) señala, "el éxito de los emprendedores sociales es utilizar las estructuras más efectivas, estrategias y mecanismos de financiación para alcanzar sus objetivos sociales”

(p. 412-415).

Al hablar del emprendimiento social en el mundo, no se puede dejar de mencionar el Banco Grameen o “banco de los pobres”, fundado por el premio Nobel de la Paz en el 2006, el Sr. Mohammad Yunus. Este banco no solo es el mayor del mundo en cuanto a microfinanzas, sino que también es un negocio rentable que ha ayudado a muchas mujeres a salir de la pobreza. El empresariado social, el ejercicio simultáneo de los derechos económicos, objetivos sociales y ambientales de empresas emprendedoras ha ido encontrando un lugar en el escenario mundial como una respuesta humana a los problemas sociales y ambientales (Haugh, 2007).

En España, uno de los principales obstáculos en los procesos de constitución de empresas locales de economía social dirigidas a la inserción socio-laboral es la dificultad para obtener fuentes de financiación externas adecuadas a las necesidades de los colectivos emprendedores de dichas iniciativas (Sanchis Palacio y Campos Climent, 2005). La débil estructura de capital que caracteriza a esta clase de entidades las obliga a buscar fondos financieros externos que no siempre son fáciles de conseguir por las fuertes imposiciones en cuanto a condiciones, garantías y avales que acarrear. Es por esto que en España, las cooperativas (de créditos personales, cajas rurales y secciones de crédito), comienzan a formar un papel relevante en el medio financiero y que sirve como apoyo importante para las empresas que nacen cada día. Esto ha creado un fuerte crecimiento en el emprendimiento local y el desarrollo social de las personas.

Los fondos financieros provienen de la administración pública y lo canalizan a

través de la descentralización de la financiación que debe ir unida a una dotación de fondos más realista y acorde a la necesidad local; y, además, a la constante búsqueda de financiamiento en el sector privado.

Ahora bien, el apoyo financiero que encontramos en Centroamérica está muy enfocado en apoyar emprendimientos en la etapa de la consolidación de la empresa o cuando la microempresa ya tiene un historial y sus productos se están vendiendo en el mercado. Las herramientas no financieras son insuficientes o prácticamente inexistentes en toda la región (Parquetec, 2009). Ante este escenario la pregunta salta a la vista: ¿fomenta esta zona el desarrollo del emprendimiento social?, la cultura, la educación, las oportunidades y sobre todo el financiamiento juegan un papel importante, lamentablemente nuestra región muestra severas carencias en todos estos campos. El dinamismo de una sociedad dependerá cada vez más de su capacidad para emprender. Los emprendedores contribuyen al crecimiento económico, a la diversificación, al rejuvenecimiento del tejido productivo y a la generación de puestos de trabajo (Lebendiker, s.f.).

La región centroamericana se ha abocado en los últimos años a apoyar a las empresas existentes, sobre todo a las mini, pequeñas y medianas empresas (mipymes), pero no se han desarrollado programas ni políticas institucionales enfocados a potenciar y apoyar a las que todavía no existen, y que están una etapa de idea o prototipos para llevar al mercado. La región no apoya la generación de una nueva riqueza social tendiente a rejuvenecer el tejido productivo de los países que la componen. En realidad, esto surge de una falta de visualización del proceso emprendedor en su totalidad (Parquetec, 2009).

En Costa Rica, existe la Ley N.º 8262, o Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas promulgada en el año 2002; el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) por medio de la Dirección General de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (DIGEPYME) tiene como misión fundamental la rectoría de las políticas de apoyo a este sector, así como la coordinación y articulación de un sistema estratégico integrado de desarrollo de largo plazo (Red de Apoyo a la PYME).

El documento anterior es funcional para fortalecer la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas costarricenses a fin de que mejoren la productividad en el mercado local. Sin embargo, dicho documento ha tenido problemas para su correcta aplicación, ya sea por falta de conocimiento o recursos, de acuerdo con datos del Observatorio MIPYME mediante la encuesta “Hacia el Estado de las MIPYMES” del año 2007, de donde se obtiene que el 12,6 % de las personas que inician un negocio identificaron el tema de la falta de capacitación como el principal problema por enfrentar. El 58,1 % de las mipyme invierten en capacitación, mientras que un 41,9 % no lo hacen.

Dentro de esta ley impulsada por la presidenta actual, Sra. Laura Chinchilla, hay una sección llamada: Programa de Apoyo a la PYME por medio de la banca comercial. Aquí se describe la situación actual en este ámbito, donde destaca lo siguiente:

1. Durante el año 2009, el crédito otorgado a la pyme por la banca comercial ascendió a 244.866 millones de colones, distribuidos el 58 % a micro empresa, el 27 % a las pequeñas y el 15 % a las medianas.

2. Del total colocado, un 34 % fue para el sector servicios, un 10 % para la industria, un 36 % para el comercio y un 4 % para otros sectores.
3. Los operadores financieros más relevantes fueron BNCR, con el 76 % de la colocación; seguido del Banco Popular con un 12 %; y el BCR, con un 10 %. El resto procede de otras entidades.

Por su parte, los bancos públicos han aportado 4.774 millones de colones al fondo de financiamiento para el desarrollo (Ley 8634).

Lo anterior expresa claramente cómo el sector financiero de Costa Rica está matriculado con la opción crediticia de desarrollo para la mipymes, y este estudio científico demostrará, por medio de un trabajo de campo, qué tan acertadas son estas estadísticas.

Metodología de la investigación

Esta investigación, por los propósitos y la forma en que fue desarrollada, se consideró de carácter cuantitativo, y se empleó la encuesta como método de recolección de la información y como fuente primaria de la investigación. La encuesta se aplicó a 50 empresas en el sector financiero. Las principales características que deben cumplir las empresas son:

- a. Poseer un proyecto con un objeto o fin social.
- b. Tener un plan de innovación capaz de transformar la realidad social de la comunidad.
- c. Ser una empresa que priorice el factor trabajo sobre el factor capital, es decir, la persona por encima de todo.
- d. Reinvertir el beneficio logrado para lograr un mejor producto y seguir cubriendo necesidades sociales.

La encuesta está compuesta por 2 preguntas abiertas y 7 preguntas cerradas, con el fin de delimitar los conocimientos que tienen los empresarios sobre el tema. A su vez, posee una pregunta mixta, en donde los encuestados tenían la opción de selección múltiple, con la oportunidad de realizar comentarios y observaciones adicionales, a fin de incorporar a la investigación aspectos relevantes y analizar los diferentes métodos utilizados en las empresas. El tiempo calculado de respuesta de toda la encuesta es de 5 a 10 minutos, y en cuanto a los temas, se entrelazaron a lo largo de esta para mayor dinámica de los participantes.

La encuesta se dividió en secciones para su mejor entendimiento; la primera sección corresponde a generalidades y conocimiento del tema, la segunda abarca temas de beneficios para las empresas y mecanismos que están implementando las empresas para llegar a convertirse en carbono neutral, y la última abarca el tema de ganancias que se podrían obtener.

Así mismo, se realizó un pretesteo cognitivo a 10 personas, con el fin de analizar qué tanto se conoce sobre el tema y poder reducir el sesgo que pueda generar la mala interpretación de las preguntas. Los participantes del pretesteo cognitivo fueron familiares, amigos y compañeros de trabajo, 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.

El nivel de confianza de la encuesta fue de un 93 %, con un margen de error de un 7 %. De la muestra de 70 empresas, solo 50 contestaron la encuesta, la cual fue aplicada por medio del correo electrónico, lo que representa una

ventaja a la hora de la aplicación. Esta herramienta permitió la realización de encuestas a través de enlaces que luego fueron enviados por correo electrónico a las diferentes empresas para su realización; la desventaja de la herramienta fue el alto nivel de omisión por parte de las entidades financieras. A su vez, los resultados serán presentados por medio de gráficos para facilitar su análisis.

Análisis de resultados

Seguidamente se presenta el análisis de los resultados de la aplicación de la encuesta, siguiendo el orden de los ítems que se incluyeron en esta. Después de cada pregunta, se presentan el gráfico correspondiente con los resultados obtenidos y luego su análisis.

1. ¿Cuál es la misión de la empresa?

Se presentaron las siguientes opciones:

- a. Ofrecer una solución integral a nuestros clientes con el asesoramiento financiero.
- b. Propiciar el desarrollo de la micro y mediana empresa a través de su inclusión financiera mediante facilidades de crédito.
- c. Lograr el crecimiento y satisfacción de nuestros clientes.
- d. Mantener los niveles de eficiencia de la banca moderna y conservar el trato personalizado.
- e. Mantener la estabilidad interna y externa de la moneda nacional y asegurar su conversión.
- f. Ofrecer soluciones financieras integrales que vengán a satisfacer al mercado empresarial.

- g. Brindar un servicio al cliente, reconocido por su nivel y calidad e innovación.
- h. Mejorar y crear de forma continua alternativas y soluciones financieras para nuestros clientes.
- i. Propiciar el desarrollo económico de la zona de Carairges, por el mejoramiento de la calidad de vida de los socios.
- j. Ofrecer solidez, confianza, rentabilidad y beneficios sociales a sus dueños mediante servicios financieros competitivos.
- k. Otorgar créditos de vivienda para nuestros socios.
- l. Ofrecer respuestas oportunas, eficientes y de excelente calidad a las necesidades financieras de los socios.
- m. Prestar servicios financieros y otros a sus asociados en forma eficiente para contribuir con su desarrollo personal.
- n. Nuestra pasión es el servicio, resuelve YA!
- o. Ser el puesto de bolsa con mayor oferta diversificada de servicios bursátiles para los inversionistas.
- p. Ser el mejor grupo financiero de la región dedicados a ofrecer la mejor calidad de servicio al cliente.
- q. Ser el mejor banco del país en servicio al cliente.

Con base en el resultado de la encuesta aplicada, se puede apreciar que prácticamente todas las empresas en el detalle de la misión, lo que buscan es ofrecer solidez económica y prestar servicios financieros de calidad, y el problema es que no a cualquiera, sino que muchas de ellas se aplican únicamente en sus socios comerciales o clientes frecuentes. La primera

impresión deja mucho que desear en materia de emprendimiento social, en vista de que no se ve que una empresa financiera enfoque su propósito a ayudar de una forma más desinteresada y sobre todo a tener una apertura para las personas o sociedades que tengan ideas innovadoras que vengan a beneficiar a estratos sociales menos privilegiados.

2. ¿Hace cuántos años se fundó la empresa?

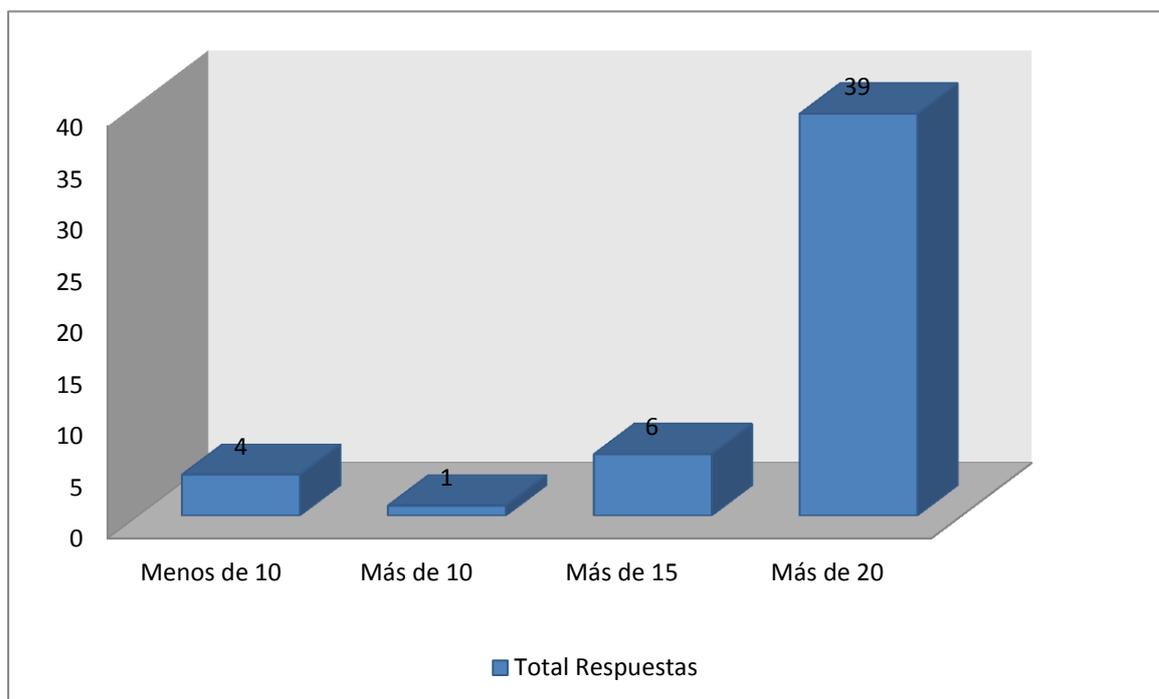


Gráfico 1. Años de antigüedad de la empresa

En el gráfico 1 se puede observar que, en nuestro país, las empresas financieras son muy estables, pues el 80 % ronda los 20 años o más de

antigüedad, lo cual es gratificante desde el punto de vista del inversor o de las empresas que tienen sus capitales ahí; sin embargo, aunque es un buen indicio para que haya emprendimiento social, más adelante se verá que no es así, ya que muchas han optado por otra figura, como la responsabilidad social y se da el caso de que muchas de estas compañías ni siquiera han oído hablar de este concepto que es de por sí novedoso.

3. ¿Se enfoca su empresa en el desarrollo de la comunidad donde está ubicada?

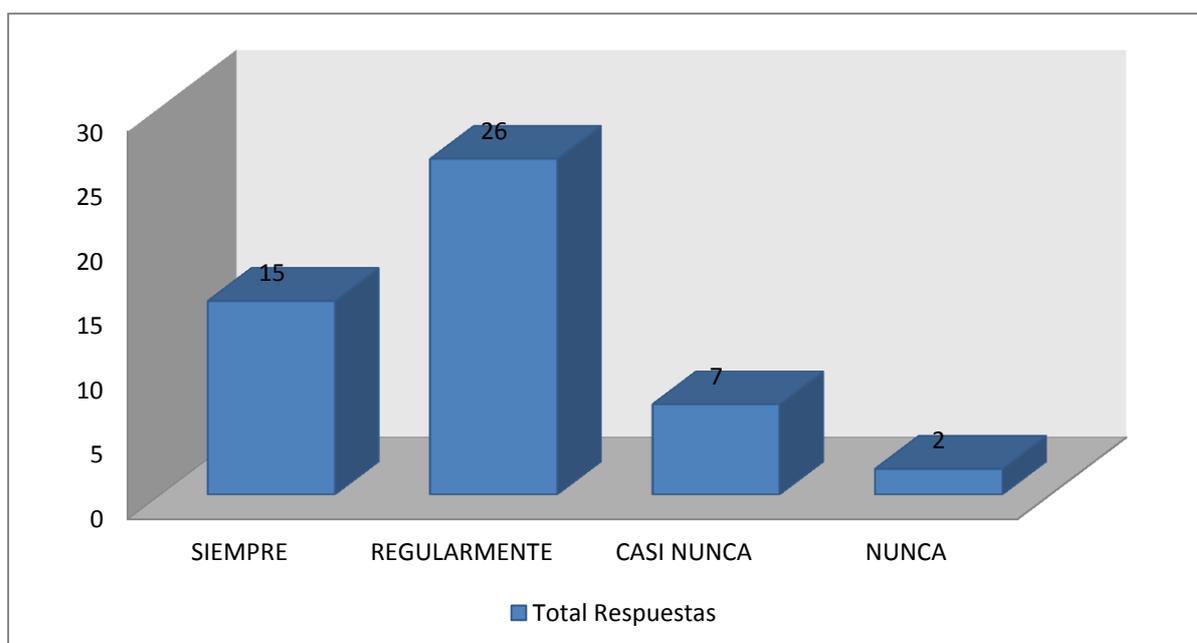


Gráfico 2. Enfoque de la empresa en el desarrollo de la comunidad donde está ubicada

Las empresas financieras de nuestro país aseveran que regularmente conocen y afrontan las necesidades de desarrollo de la comunidad donde se mueven o donde tienen el centro de operaciones. Sin embargo, las respuestas que se presentan en el gráfico 2 contrastan un poco con la realidad, ya que muchas de

estas compañías (sobre todo bancos) se encuentran en zonas comerciales-industriales de muy poco acceso o de muy pocas viviendas, esto impide que las empresas se compenetren con las necesidades de "su comunidad" y en muchos casos recurren a la Municipalidad como gobierno local para resolver problemas de diferente índole.

4. ¿Qué tipo de servicios sociales brinda la empresa?

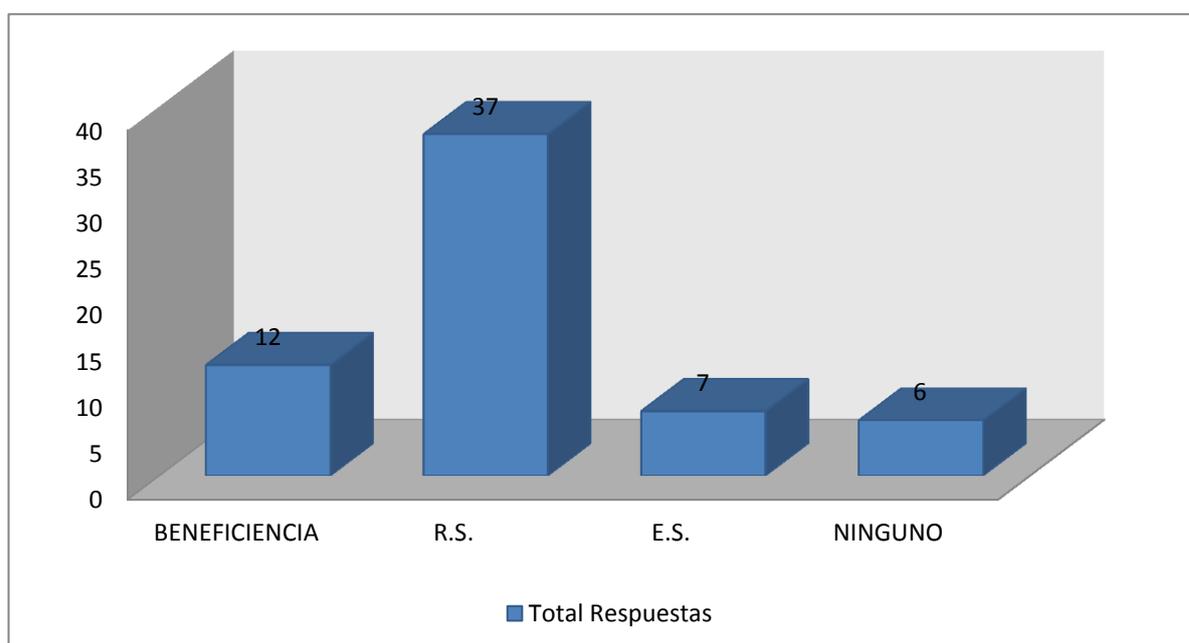


Gráfico 3. Tipo de servicios sociales que brinda la empresa

Esta pregunta deja claro parte del tema de estudio; muchas compañías respondieron la opción que más han escuchado, aunque eso no quiere decir que también apliquen otras actividades, tal como se ve en el gráfico 3. La responsabilidad social se puso popularizó en Costa Rica, cuando otras grandes empresas en nuestro país como Florida Ice & Farm Co., Dos Pinos, etc., la

empezaron a implementar y pasó a ser un reconocimiento importante por tener un equilibrio económico-social-financiero. No obstante, pensar que tan solo el 14 % de las empresas financieras cuenta con actividades de emprendimiento social no constituye un panorama pesimista, ya que es posible que hace 3 años, este 14 % fuera aún menor, por lo que también se puede pensar que dentro de unos años, ese 14 % podría aumentar debido a la publicidad gubernamental, o como requisito para una norma ISO, o simplemente porque es nuestra cultura costarricense no quedarnos al margen en nada.

Lo que resulta más preocupante es el 12 % que no hace ningún tipo de actividades sociales, porque no hay nada más peligroso que la indiferencia ante los problemas sociales que ya de por sí sobran. Es necesario que los mismos profesionales en sus respectivas empresas (ya sea recursos humanos, departamento de responsabilidad social, etc.), incentiven esta clase de actitudes para el desarrollo integral no solo de la empresa, sino de los vecinos.

5. ¿Ha escuchado hablar sobre el emprendimiento social?

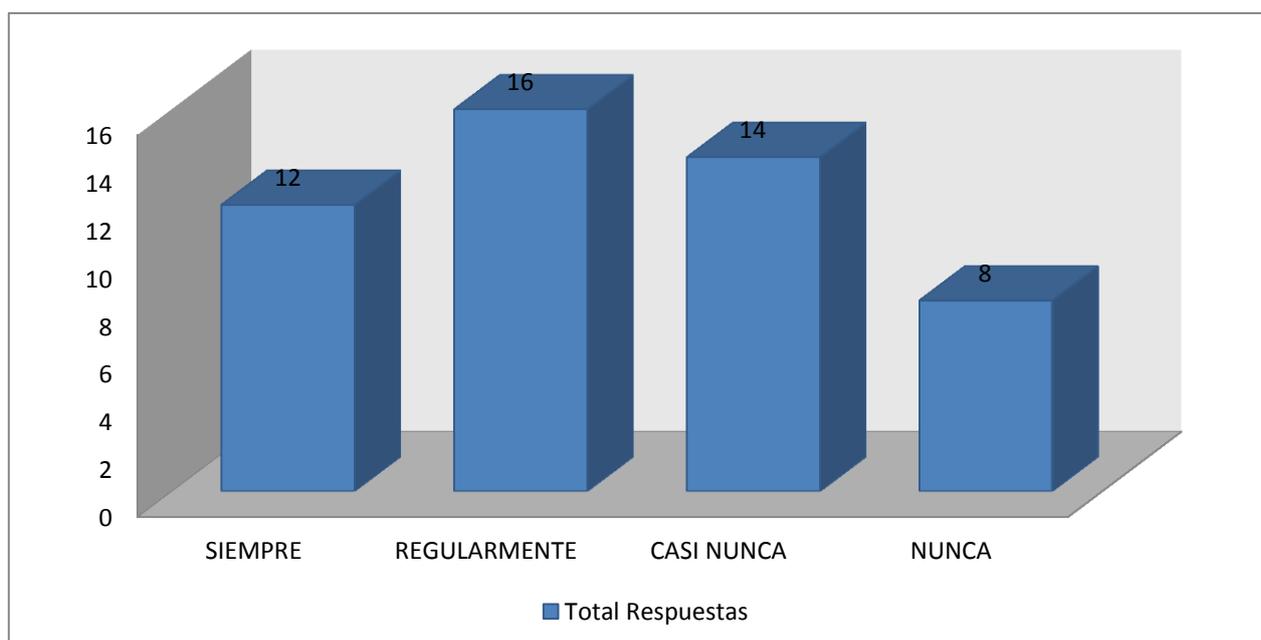


Gráfico 4. Empresas que han escuchado hablar sobre el emprendimiento social

Las respuestas de esta pregunta son muy semejantes entre sí, tal como se presenta en el gráfico 4; es una lástima que la falta de información aún impere en nuestro medio, y que muchas empresas financieras solo se dediquen a hacer más dinero. Las respuestas de esta pregunta también contestan la anterior, en donde se muestra claramente que al no conocer de un tema como el emprendimiento social, es poco probable que se utilice como herramienta en todos sus alcances. Si bien es cierto que tan solo el 24 % ha escuchado hablar del tema, esto no garantiza que lo pongan en práctica en su respectivo centro de trabajo; no obstante, suponiendo que sí lo hagan, está claro que es un porcentaje desventajoso para lograr un cambio en el desarrollo de las microempresas.

La cantidad de respuestas "Casi nunca" y "Nunca" confirma la hipótesis de que no muchas personas profesionales del sector financiero costarricense están al tanto de lo que significa el emprendimiento social, y no están en capacidad de adoptarlo como forma de vida social-empresarial.

6. ¿Destina su empresa una partida presupuestaria anual para responsabilidad social?

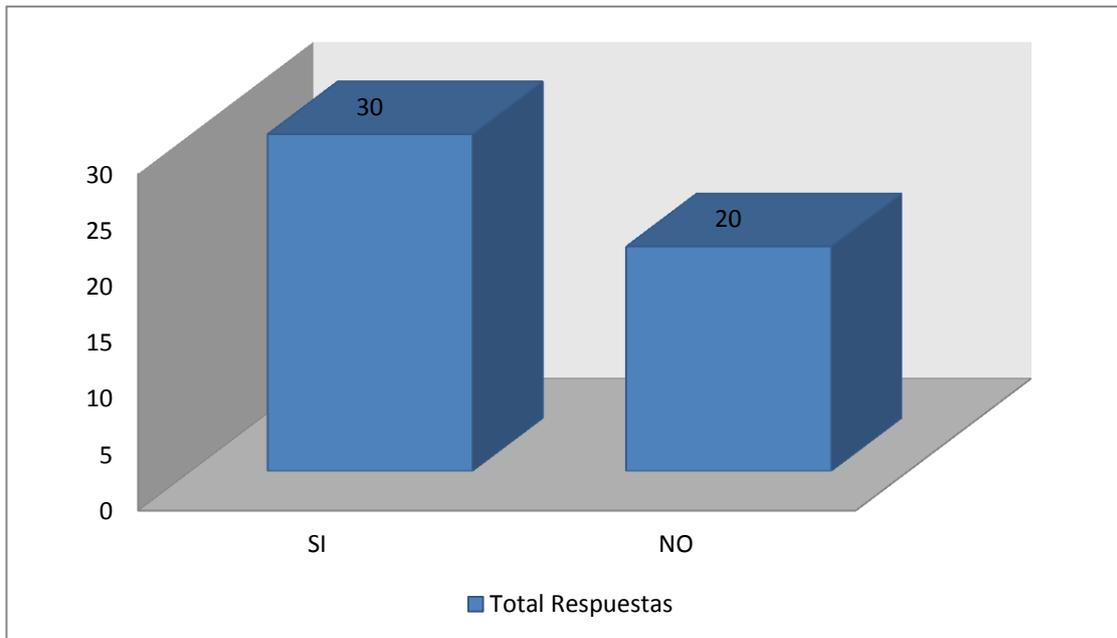


Gráfico 5. Empresas que destinan una partida presupuestaria anual para R.S.E.

Como se mostró anteriormente, la responsabilidad social está fuertemente arraigada en el sentimiento de las empresas, la mayor parte del sector financiero en la actualidad destina una partida anual para este rubro que, como se dijo anteriormente, forma parte de la idiosincrasia del costarricense, que no se quiere quedar al margen en algo (gráfico 5). Esto puede ser el resultado de querer tener el reconocimiento de que la empresa tiene un programa de responsabilidad social, ya que desde el punto de vista bancario-financiero, esto resultaría ser un valor agregado para los clientes, pues muchas personas se sienten más identificadas con empresas que ayudan socialmente, que con las que no lo hacen.

7. ¿Fomentan la responsabilidad social en su empresa mediante actividades sociales?

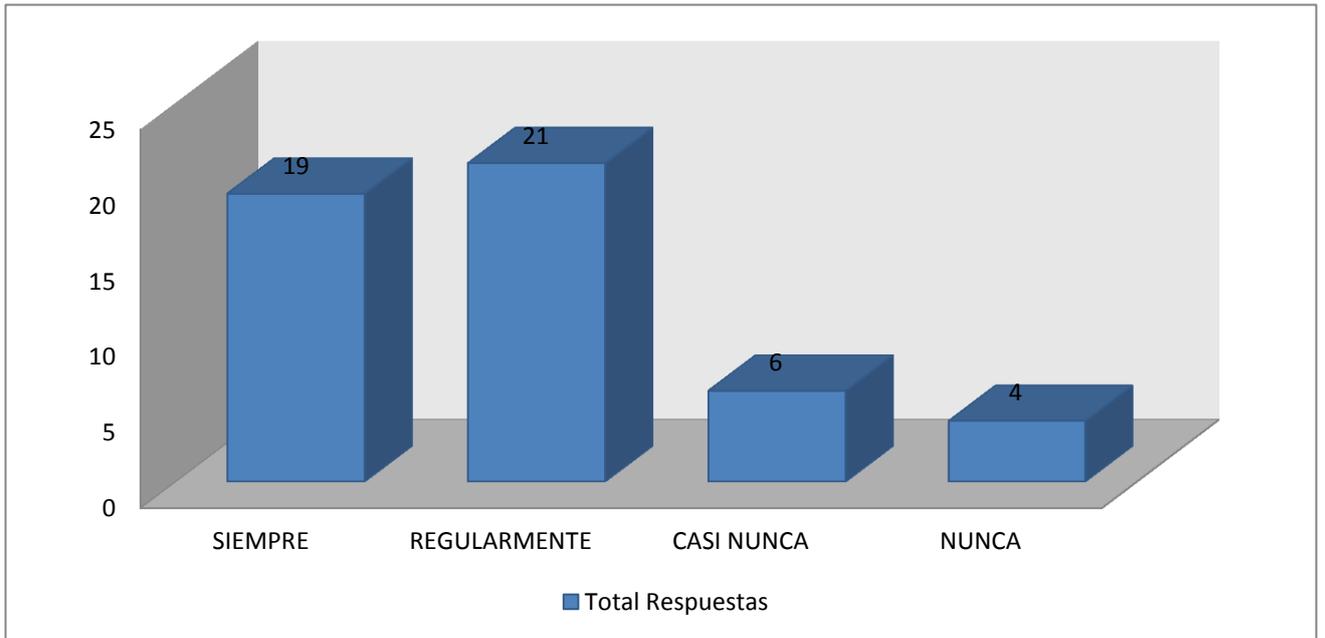


Gráfico 6. Frecuencia de las actividades sociales que realiza la empresa

Las empresas financieras en Costa Rica efectivamente se vuelcan a fomentar la responsabilidad social, muchas de ellas posiblemente no indiquen cuánto dinero al año invierten en esto, ya que para ellas resulta una pregunta sensible, o hasta incómoda, pero si se considera la información que se presenta en el gráfico 6, la cantidad de empresas que "Siempre" y que "Regularmente" realizan actividades de bien social en Costa Rica, es importante. También se puede notar un porcentaje significativo de respuestas de "Casi nunca", que con un 12 % representa a aquellas compañías que deberían aportar más para la responsabilidad social de su lugar de operaciones.

Sólo queda la duda de si las empresas estarán diferenciando bien una responsabilidad social de una beneficencia, o porque no, puede que hayan empresas que hacen emprendimiento social, pero que al desconocer del término lo terminan encajonando como R.S.E.

8. ¿Contrata su empresa personas con capacidades limitadas o especiales, sí o no y por qué?

Se presentaron las siguientes opciones:

- a. Sí, porque creemos en la igualdad de oportunidades.
- b. De momento no es una política.
- c. De momento no, pero no se descarta.
- d. No, porque la rotación de personal es casi nula en esta empresa.
- e. Desconozco el porqué no lo hacen.
- f. Si, ya tenemos una cuota de personas contratadas con estas limitaciones.
- g. No se ha dado la oportunidad, pero no hay problema en hacerlo.
- h. De ser necesario si lo haríamos.
- i. No, porque primero se deben hacer cambios en la infraestructura del la empresa.
- j. Sí, porque todos tienen los mismos derechos profesionalmente hablando.

Esta pregunta resultó incómoda para más de una empresa, lo cual se notó por el modo de contestar en algunos casos, ya que respondieron que sí para no quedar mal, pero en general, muchas compañías afirman no tener ningún problema en contratar a una persona con capacidades limitadas o especiales; sin embargo, no lo han hecho. Muchas empresas comentan que no se ha dado el momento, o que nadie ha enviado su hoja de vida para ser un candidato al puesto X, pero también es menester decir que tampoco ellos mismos publican que quieren contratar este tipo de personas. Algunas empresas en el sector

público tienen personas con capacidades especiales como colaboradores, porque afirman que es una "cuota" que deben cumplir con la ley, entonces surge la pregunta de qué pasaría si no existiera tal ley.

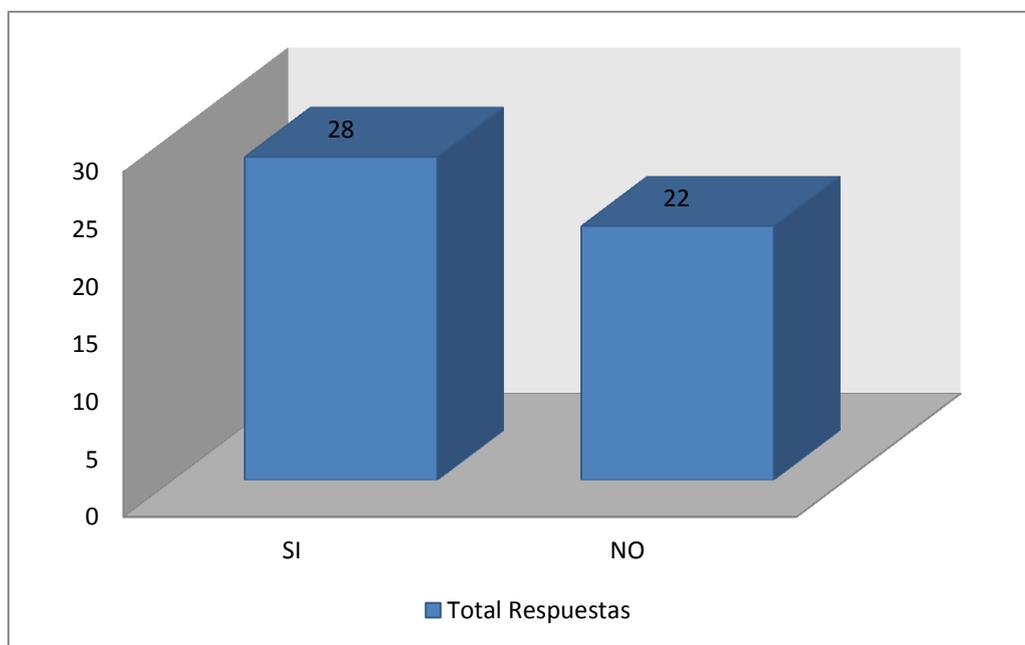


Gráfico 7. Justificación de la contratación o no, de personas con capacidades limitadas

Como se dijo anteriormente en la parte abierta de esta pregunta, aunque es mayor el porcentaje de empresas que sí contrata personas con capacidades especiales en su empresa (gráfico 7), se puede concluir diciendo que la mayoría de estas entidades tampoco está preparada en cuanto a infraestructura, como para darle un espacio seguro y práctico al colaborador, pero eso es otro tema que vale la pena estudiar.

9. ¿Posee su empresa un plan de desarrollo para personas de escasos recursos?

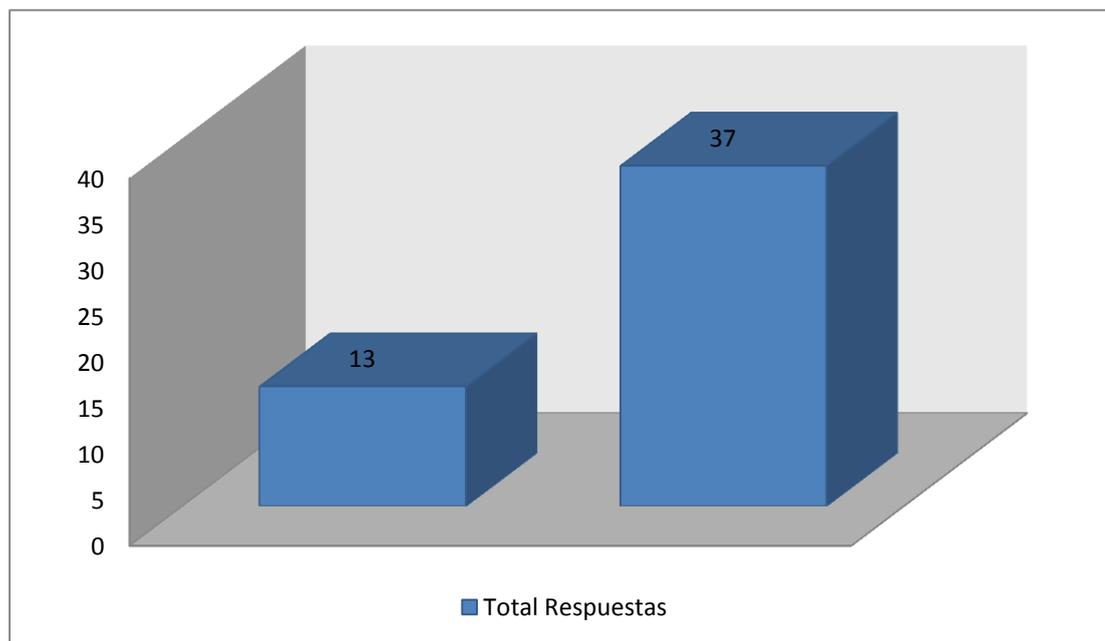


Gráfico 8. Existencia de un plan de desarrollo para personas de escasos recursos

Dentro de la hipótesis planteada, y en el momento de construir esta pregunta, se esperaba una respuesta así, lo cual se debe principalmente al sector donde se realiza esta investigación. En el gráfico 8 se puede observar que tan solo un 26 % afirma que sí tiene un plan de desarrollo para personas de escasos recursos, contra un 74 % que dice que no lo posee.

Aunque no son empresas de bien social, en su mayoría son muy sólidas como para no implementar dicha herramienta que venga a dar oxígeno a personas de estratos sociales muy limitados, como el ejemplo del "banco de los pobres" de Yunnus, que vio la manera de cómo los microcréditos funcionaron de una manera asombrosa y que las personas de escasos recursos eran las que mejor

pagaban sus cuotas y le daban más rápido vuelta al dinero para volver a prestarlo o para inyectarlo en su microempresa, que en casi todos los casos, estaban conformadas por el núcleo familiar.

En nuestro país, el acceso a créditos es posiblemente la causa de que muchas empresas se queden en el papel o quiebren en el intento por sostenerse; además, la excesiva tramitología impide que crezcan figuras como el emprendimiento social.

10. De las siguientes actividades marque con una X las que su empresa realiza:

- a. Donaciones al Teletón.
- b. Fomenta el reciclaje.
- c. Apoyo proactivo a programas de bien social.
- d. Salud, seguridad y beneficios sociales para los colaboradores.
- e. Equilibrio económico, social y ambiental.
- f. Apoyo económico en catástrofes naturales.
- g. Apoyan ideas innovadoras para aplicarlas en la comunidad.
- h. Trata de generar valor social.

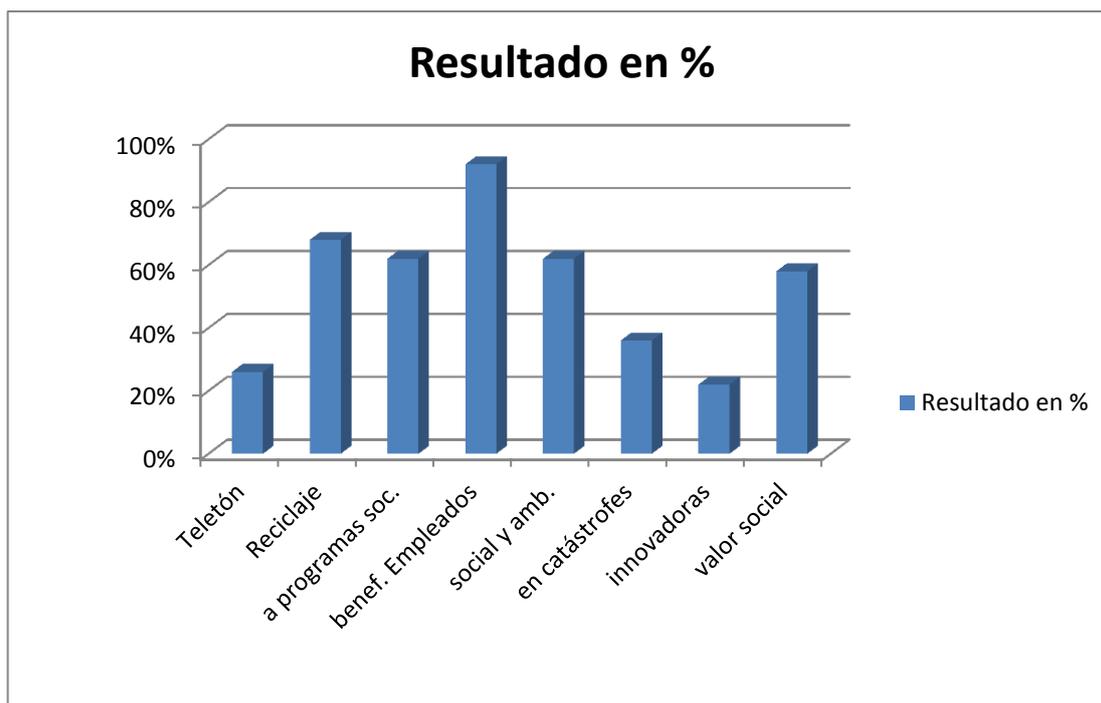


Gráfico 9. Detalle de actividades que realizan las empresas

El gráfico 9 presenta información sobre el quehacer diario de las empresas, según sus actividades, y expone de cada una también su manera de trabajar desde el punto de vista social. Usualmente se ve a los bancos como prestamistas o lugares para ahorrar o invertir, pero pocas veces se les considera como bienhechores o impulsores de bien social. Esto quedó claro con las misiones de cada una de estas empresas, las cuales en muchos casos con prácticamente la misma. Es evidente que para cada empresa lo más importante es lograr los beneficios de sus colaboradores, pero eso no es bien social, eso es una obligación patronal; entonces no se puede pensar que es algo favorable por lo menos desde el punto de vista de esta investigación.

Preocupa que no se apoyen las ideas innovadoras, ya que es un pilar para que exista el emprendimiento social, pero también era de esperarse, ya que las

empresas financieras son círculos cerrados donde prevalece primero su base capitalista, ya que para eso fueron creadas; el problema se da por cuestiones de cultura, pues en un mercado tan pequeño como el nuestro, prevalece la ley del más fuerte.

Actividades como el reciclaje tienen un repunte importante, y esto se debe a la masiva propaganda gubernamental por reducir desechos (a veces porque tampoco hay donde ponerlos, ya que nadie quiere un relleno sanitario en su patio), y otras veces porque el costarricense es ecologista y esta propaganda ha logrado crear conciencia en las personas de lo importante de cuidar nuestro planeta.

En materia de beneficencia, nuestro país, a través de sus empresas, siempre se ha manifestado en forma benévola y consciente, pero esto no es parte del emprendimiento social que se busca.

Conclusiones

De acuerdo con los resultados que arroja la investigación sobre cuáles y cuántas empresas en el sector financiero nacional tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlas, se puede afirmar que la gran mayoría de las empresas del sector financiero conocen poco del tema en estudio, muchos confunden el emprendimiento social y la responsabilidad social, lo que provoca que el primero se presente de una manera débil o que del todo esté ausente. Además, de acuerdo con la misión de cada empresa, estas entidades buscan

la solidez y la prestación de servicios financieros de alta calidad para sus clientes, y dejan de lado los buenos propósitos desde el punto de vista social, como la responsabilidad social o el mismo emprendimiento social. Pocas instituciones se detienen a estudiar siquiera ideas innovadoras dentro de su comunidad, y se observa que a pesar de que un 78 % de ellas son empresas estables en el tiempo, eso no se refleja en su aporte a la sociedad.

Las respuestas a muchas interrogantes fue de “Regularmente”, lo que indica que hay una clara conciencia de hacer las cosas, pero no un compromiso escrito en papel y lápiz, y mucho menos un plan establecido para iniciar el emprendimiento social.

Se denota incertidumbre en el concepto del emprendimiento social, ya que tan solo el 14 % hace actividades de este tipo, frente a un 74 % que no lo hace, lo cual se da más que todo porque no se conoce a ciencia cierta lo que este nuevo concepto significa, y en la mayoría de los casos lo confunden con responsabilidad social, en donde un 60 % del sector financiero sí separa una partida anual para este rubro y regularmente tienen una consecución de actividades sociales.

Un valor social presente en muchas empresas es la contratación de personas con capacidades limitadas, ya que muchas de ellas aceptan que no tienen en este momento empleados con estas características, pero que no habría problema en contratarlas, aunque diversas empresas también lo hacen porque “es parte de la política de la empresa”.

Se concluye, además, que las empresas en el sector financiero no están en este momento con la intención de implementar o apoyar el emprendimiento

social, (salvo el programa BN Pymes del Banco Nacional de Costa Rica y el programa reciente del BAC San José llamado BAC PYMES), ya que están satisfechos con la responsabilidad social que están haciendo y porque de acuerdo con las actividades que realizan, se nota que van en esta línea. Un ejemplo claro es que tan solo un 22 % apoya ideas innovadoras y aunque un 62 % apoya actividades de bien social, no cuenta con un programa específico, sino que más bien está sujeto a estudio en el momento en que sucedan los hechos.

Para contestar la segunda parte del tema en cuestión, se puede afirmar, con base en la encuesta aplicada, que los esfuerzos que se utilizan para desarrollar emprendimiento social son casi nulos, y todo se queda en el “si hay que hacerlo”, pero nadie lo toma como un compromiso para un futuro. Un 28 % “casi nunca” ha oído hablar de este término y un 16 % “nunca”, es decir, casi la mitad de la muestra es ignorante en este tema; y del 24 % que siempre ha oído hablar de emprendimiento social no se tienen datos de si lo aplican en sus empresas, o si solo lo comparten para aplicarlo algún día. Desgraciadamente, el emprendimiento social no se ha popularizado y eso afecta mucho, pero se podría afirmar que en el momento es que se logre desarrollar el emprendimiento social, a muchas personas de escasos recursos o a personas con una buena idea de empresa les llegará su ansiada oportunidad.

Referencias

- Dees, G. Emerson (2004). *Enterprising nonprofits: a toolkit for social entrepreneurs*. New York: John Willey & Sons.
- Driver, M. (setiembre del 2012). An Interview with Michael Porter: Social Entrepreneurship and the Transformation of Capitalism. *Academy of Management Learning & Education*; 11(3), 421-431.
- Gerber, Michael E. (1996). *El Mito del emprendedor*. Editorial Collins.
- Gobierno de la República de Costa Rica. (2002). Ley No. 8262. Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas. *La Gaceta* núm. 93 del 17 de mayo de 2002.
- Gobierno de la República de Costa Rica. (2008). Ley No. 8634. Sistema de Banca para el Desarrollo. Gobierno de Costa Rica. *La Gaceta* núm. 87 del 07 de mayo de 2008.
- Haug, A. A., (diciembre de 2007). The Behavior of Short-Term Interest Rates: International Evidence of Non-Linear Adjustment. *Studies in Nonlinear Dynamics and Econometrics*, 10, Article 6, 1-32.
- Las pymes aportan al país un tercio del PIB y la mitad del empleo. (23 de abril de 2013). *La Nación*, pp. 20 A.
- Laville, J. L. (2000). *La economía solidaria, una perspectiva internacional*. París: Editores Desclée de Brouwer.
- Lebendiker, M. (s.f.). *Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe*.
Recuperado de

[http://www.sela.org/attach/258/default/Articulo_La_situacion_del_emprededurismo_en_Centroamerica_\(Marcelo_Lebendiker\).pdf](http://www.sela.org/attach/258/default/Articulo_La_situacion_del_emprededurismo_en_Centroamerica_(Marcelo_Lebendiker).pdf)

Lezana, A. y Tonelli, A. (1998). *Emprender: identificando, evaluando y planeando un nuevo negocio*, ENE-UFSC; Florianópolis.

Melián, A. y Sanchiz, J. R. (2011). *Emprendimiento social y nueva economía social como mecanismos para la inserción sociolaboral*. Recuperado de <http://www.ongawa.org/rscpymes/files/2011/10/51.pdf>

Palma, C. (2008). Financiamiento no tradicional a las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) costarricenses. *Ciencias Económicas*, 26. Recuperado de <http://www.latindex.ucr.ac.cr/econ003-10.php>.

Parquetec. (2009). *Diagnóstico sobre la situación actual del emprendimiento en Centroamérica*. Recuperado de: <http://www.slideshare.net/economicarc/estudio-emprendimiento-en-centroamerica-v0107>

Programa Estado de la Nación. (2005). *XI Informe del Estado de la Nación*. Recuperado de <http://www.estadonacion.or.cr/biblioteca-virtual/costarica/estado-de-la-nacion/informes-anteriores/informes-por-tema/297-informe-xi>

Reis, T. (1999). *Unleashing the new resources and entrepreneurship for the common good: A scan, synthesis and scenario for action*. Battle Creek, MI.

Sanchis, J.R. y Campos, V (2005). *La innovación social en la empresa. El caso*

de las cooperativas y de las empresas de Economía Social en España.

Economía Industrial, 368, 187-196.

Seelos, C. (2006). *Emprendedores sociales para un mundo globalizado*,

Recuperado

de

<http://www.ieseinsight.com/doc.aspx?id=465&ar=6&idioma=1>.

Thompson, J. L. (2002) The world of the social entrepreneur. *Internacional*

Journal of Public Sector Management, 15(5), 412-431.

Zadek, S. y Thake, S. (1997). Send in the Social Entrepreneurs. *New*

Statesman, 126 (4339).