

¿Cuáles y cuántas empresas en el GAM tienen expectativas de desarrollar Emprendedurismos Sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlo?

Por: Francisco Javier Torres Villegas

Resumen

La investigación cuyo problema social se enfocó en conocer, cuáles y cuántas empresas en el GAM de Costa Rica tienen expectativas de desarrollar Emprendedurismos Sociales y los esfuerzos han venido realizando para alcanzarlo. Para dicho estudio consideramos una muestra de cincuenta empresas seleccionadas aleatoriamente buscando de contar con un universo de empresas que permitan justificar los datos recabados por medio del estudio.

El Emprendedurismo Social representa un nuevo concepto o modelo de negocio poco conocido o con tendencia a ser confundido con Responsabilidad Social Corporativa; sin embargo, es importante destacar que un emprendedurismo social debe contener tres principios fundamentales: primero, ser una empresa con objetivo social; segundo, regir sus procesos, productos o servicios por medio de la innovación transformacional, por último, ser un modelo de negocio sostenible. Según Francisco Polo los emprendedores sociales se caracterizan por su ambición y persistencia, en su lucha por los asuntos sociales más importantes y su constante búsqueda de nuevas ideas que proporcionen soluciones a gran escala. Usualmente sus ideas son usables, entendibles, éticas y convocan a un amplio para maximizar el número de personas que están dispuestas a llevar a cabo sus ideales.

Una vez delimitado el problema social, área de interés para levantar el estudio y las características del modelo Emprendedurismo Social, se aplicó la encuesta de carácter cuantitativo con el interés de poder identificar las empresas que hoy participan para beneficio de la sociedad y aquellas que indican estar interesadas en ser parte de un bien común.

En nuestro país, ha despertado el interés por apoyar el desarrollo de nuevos negocios de emprendimiento, como evidencia puede citar el primer estudio realizado por varias instituciones y auspiciado por el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), cuya publicación se realiza en el 2010. Pudiendo percibir escasa participación de empresas de emprendedurismo social, pero un gran interés por ser parte contribuyente de un país consiente de las múltiples necesidades de los menos favorecidos.

Se espera que este artículo científico pueda aportar al desarrollo del emprendedurismo social desde una perspectiva de investigación académica e incentive a tener más y mejores emprendedores.

Abstract

Palabras claves: emprendimiento, emprendedurismo social, emprendedor, empresa, sostenible, transformacional, objetivo social.

Keywords: entrepreneurship, social entrepreneurship, entrepreneur, company, sustainable, transformational, social objective.

The research whose social problem focused in knowing, which and how many companies in the greater metropolitan area of Costa Rica have expectations to develop Social Entrepreneurship and the efforts have been made to achieve it, and for this

study we consider a sample of fifty randomly selected companies seeking to have a universe of companies that allow us to justify the data collected through the study.

The Social Entrepreneurship represents a new concept or business model little known or with a tendency to be confused with corporate social responsibility, however, it is important to stress that a social entrepreneurship must contain three fundamental principles: first, be a business with social purpose; second, govern its processes, products or services through the transformational innovation and finally, be a model of sustainable business. According to Francisco Polo social entrepreneurs are characterized by their ambition and persistence, in their struggle for the social affairs more important and their constant search for new ideas that proportions to large-scale solutions. Usually, their ideas are usable, understandable, and ethical conducts a broad support in order to maximize the number of people who are willing to carry out their ideals.

Once identified the social problem, area of interest to lift the study and the characteristics of the model social entrepreneurship, of the survey of a quantitative nature with the interest to be able to identify the companies that participate for the benefit of the society and those that indicate be interested in being part of a common good.

In our country has awakened the interest in supporting the development of new business entrepreneurship, as evidence we can quote the first study conducted by several institutions and sponsored by the Central American Bank for Economic Integration, whose publication is made in 2010, could perceive water scarce participation of companies from social entrepreneurship but a great interest in being part of a taxpayer country consents of the multiple needs of the less fortunate.

It is hoped that this scientific article can contribute to the development of social entrepreneurship from a perspective of academic research and incentive to have more and better entrepreneurs.

Introducción

Emprendedurismo Social, según Wolk & Zemler se define como “Prácticas que responden a las necesidades de la sociedad y los vacíos, con propuestas innovadoras y financieramente sostenibles, diseñadas para resolver problemas sociales. Debe emerger del nexo y cooperación entre los sectores públicos, privados y de organizaciones sin fines de lucro”. Fundamentando la iniciativa de desarrollar este artículo científico por medio de la investigación en la Gran Área Metropolitana por saber cuántas y cuáles empresas tienen expectativas de desarrollar Emprendedurismos Sociales y la identificación de los esfuerzos que han venido realizando.

El esfuerzo de gobiernos e instituciones por “Promover la participación en el desarrollo de iniciativas que permitan fortalecer proyectos sociales, combinando e integrando las tradicionales actividades de formación e investigación en la contribución del desarrollo económico y social” se alinean con la propuesta y recomendación de los estudios de Etzkowitz, 1998; Goddard, 1998. Como lo evidencia los estudios realizados por los señores Etzkowitz y Goddard la labor de involucrar los esfuerzos individuales y organizacionales en busca de soluciones o respuestas. Por otra parte se refuerza el sentido de necesidad por incentivar la participación activa y voluntaria de profesionales en la adopción de una cultura emprendedor sustenta los estudios de Clark y Burton (2004); logran identificar cinco elementos comunes que contribuyen a una cultura transformacional. Es decir, destaca que existe una cultura emprendedora integrada como

el conjunto de ideas, creencias, valores que le dan identidad propia y permite diferenciar para estar enfrentando un mundo más competitivo. Los procesos transformadores requieren ser acompañados con la sostenibilidad de las acciones para responder a las múltiples demandas del entorno, con un principio clave de autoconfianza que permitan garantizar el éxito de cara a la sociedad.

Las universidades son las llamadas a maximizar el potencial de comercialización de sus ideas y crean valor en la sociedad. Involucrando en sus estructuras educativas el desarrollo de la cultura emprendedora, pero esto implica desarrollar tres aspectos fundamentales: a) Volver a la universidad una organización emprendedora, b) Hacer que sus miembros (estudiantes, profesores, trabajadores) sean emprendedores y c) Que la universidad interactúe con el ambiente económico y social siguiendo patrones emprendedores.

En caso concreto nuestro país, se hace referencia al inicio de monitoreo global de emprendedurismo conocido como GEM, por sus siglas en inglés, (Global Entrepreneurship Monitor). Se realizó por primera vez en el año 2010, mediante un trabajo de colaboración conjunta entre entidades educativas, gobierno y el patrocinio de entidades financieras. El GEM no solo permitió un mayor conocimiento sobre la actividad emprendedora en nuestro país, sino que también sirvió como una herramienta para formular y medir el impacto más favorable para el emprendedurismo. El análisis contempla la recolección de información sobre emprendimiento y el estudio social, así como la medición de actitudes, percepciones, aspiraciones, el espíritu y la actividad emprendedora.

En este trabajo se toma en cuenta los conceptos e información para el desarrollo de la investigación de aquellas empresas orientadas al emprendedurismo social y su

búsqueda de soluciones a gran escala para los problemas sociales, así como aquellas que han venido tomando acciones innovadoras la búsqueda de una identidad unificadora.

La investigación se realizara apoyado un marco cuantitativo, buscando examinar datos de manera científica y numérica, para esto se utilizarán herramientas estadísticas para el análisis e interpretación.

Por consiguiente, se ha constituido en tres módulos, incluido la introducción. En un segundo módulo el desarrollo de la investigación y recopilación de información que permita obtener un punto de vista más claro sobre el objeto de estudio para el diseño de estrategias en el fortalecimiento del emprendedurismo social en nuestro país. Por último, el análisis de resultados y conclusiones del trabajo.

Revisión Bibliográfica

Respecto del Emprendedurismo Social, aunque no existe una definición universal, Schwab Foundation for Social Entrepreneurship fundamenta que todo emprendedurismo social debe contener tres elementos clave: un objetivo social, innovación transformadora y un modelo de negocio sostenible. Existen otros modelos practicados por empresas que no debemos confundir, como es el caso de responsabilidad social corporativa que busca un impacto positivo en la sociedad y actúa acorde a esa inquietud, pero su objetivo continúa siendo económico. Otras organizaciones sociales, activismo social, previsión social de servicios tiene similitudes con el concepto de emprendedurismo social, ninguno de ellos reúne los tres elementos clave antes mencionados.

Emprendedor Social es un individuo con soluciones innovadoras a los problemas sociales, caracterizado por su ambición, persistencia y enfoque sobre soluciones a los

mayores problemas de su entorno social. Sus propuestas de solución suelen ser amigables al usuario, comprensibles, éticas y motivador, en otras palabras, un reclutador masivo canalizador de su pasión a través de sus acciones.

Los intentos tradicionales para mitigar la pobreza han sido bastante desalentadores, en los últimos 50 años las enormes inversiones en modelos para que permitan revertir los índices en la sociedad menos privilegiada no ha sido suficiente, lo cual desafía a investigadores y ejecutivos de las empresas por explorar abordajes novedosos o complementarios. Numerosas organizaciones sociales y la alianza de las empresas están involucradas en como brindar soluciones sociales y económicas a las mayorías por medio de nuevos modelos de negocio. El emprendedurismo Social es muy común en sectores de la economía donde las acciones del estado son escasas o ineficientes. El éxito de este modelo no solo resulta beneficioso para los emprendedores, también viene a repercutir positivamente a los sectores de la sociedad más necesitados.

En los últimos tres años, la expansión del modelo de emprendedurismo Social se ha visto influenciada por los medios de comunicación, despertando el interés de muchas universidades alrededor del mundo, con cátedras destinadas al estudio, investigación y promoción del modelo de emprendedurismo Social. La investigación de Prahalad, Stuart y Allen incorporaron al temario de los investigadores y ejecutivos de empresas la posibilidad de crear modelos innovadores de negocios que resultaran rentables y, al mismo tiempo, beneficiosos desde el punto de vista social para los miles de millones de personas de bajos ingresos en el mundo. Las ideas revolucionarias inducen a la búsqueda de oportunidades y alianza de individuos con ideales en común que dan lugar a la formación en la investigación de redes de conocimiento sobre emprendedurismos sociales, uno de los referentes como SEKN (Social Enterprise Knowledge Network). Promotores de la red de investigación integrada por diez escuelas líderes en formación gerencial de América

Latina, Estados Unidos y España, y la cual brinda la referencia bibliográfica “Negocios Inclusivos”, “Gestión Efectiva de Emprendimientos Sociales”, utilizando de un modelo estandarizado.

Por otra parte, el reconocimiento a las Empresas Sociales por muchos gobiernos propulsores del modelo ha dado lugar al apoyo financiero de estas actividades. El libro Gestión Efectiva de Emprendimientos Sociales amplía el enfoque haciendo referencia a los elementos básicos que conforman un mecanismo de financiamiento. Analizar el financiamiento por medio de los mecanismos que le componen, es decir, el modo de generar los recursos económicos; basados en transacciones comerciales (venta de bienes, cuotas de los beneficiarios, Marketing de causa). Otras ajenas a cualquier transacción comercial (donaciones en efectivo o especie, recursos públicos, presupuesto interno).

La expansión del emprendedurismo social según la Fundación Schwab corresponde a diferentes factores: cambio en los en el funcionamiento de los Estados de bienestar, las equivocaciones del Estado y el mercado, mayores incentivos a la innovación social y la creciente demanda de servicios sociales y comunitarios.

La contribución de los emprendedurismos sociales al desarrollo de la sociedad podría resumirse desde cuatro enfoques: Primero, enfrentando necesidades sociales insatisfechas; según MacMillan y Boisot (2004), el trabajo del empresario social conduce al incremento de la riqueza social, de forma que tanto la empresa como la sociedad se benefician de su actividad. Entre estos beneficios se encuentran la creación de empleo, el aumento de la productividad, la mejora de la competencia y el aumento de la calidad de vida. Segundo, mejorando la calidad de los servicios sociales; por medio de soluciones a las problemáticas actuales. Tercero, fomentando practicas éticas en los mercados; por

ejemplo, promoviendo el comercio justo. Cuarto, atrayendo a nuevos empresarios que quieran contribuir con la sociedad.

Social enterprise knowledge network “Negocios Inclusivos” propone una nueva forma para brindar solución creando valor para el cliente, permitiendo capturar parte de ese valor como ganancia para la sostenibilidad del negocio. Tomando en cuenta una estructura resultante del análisis de diferentes modelos de negocios: 1) articulan una propuesta de valor, 2) identifican un segmento de mercado, 3) definen una cadena de valor necesaria para hacer realidad esa propuesta, 4) especifican los mecanismos de generación de ingresos, 5) ubican la organización dentro de su entorno para relacionarla con sus proveedores y clientes para identificar potenciales agentes complementarios y competidores, 6) establecen una estrategia competitiva que permitan crear y mantener ventaja frente a los rivales.

El emprendedurismo social en América Latina representa la búsqueda de alternativas que permitan mejorar la dignidad humana y justicia social para los 52,5 millones de pobres, es decir el 9% de la población de la región, según el documental publicado por la Red UnES. Al igual que el resto de los países del continente Costa Rica se suma a la tarea de buscar opciones para brindar soluciones a los sectores con mayores carencias. Según el foro de Invención, Innovación y Propiedad intelectual organizado por El Consejo de Promoción de la Competitividad nuestro país ocupa el puesto sesenta a nivel mundial. (Indicador realizado por Insead, escuela internacional de administración de empresas-con sedes alrededor del globo- y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), de las Naciones Unidas).

“El Diagnóstico sobre la Situación del Emprendedurismo en Centroamérica” realizado por la Asociación Parque Tecnológico, bajo la contratación y auspicio del Banco

Centroamericano de Integración Económica (BCIE) y el Banco de Desarrollo de Alemania con la participación de varias organizaciones centroamericanas; concluye que, en Costa Rica, no se cuenta con una propuesta concertada de lineamientos de política pública que incluyan las tres etapas identificadas por el diagnóstico; el fomento de la cultura emprendedora, la gestación, el desarrollo y la consolidación de nuevos emprendimientos. Insuficiencia en las opciones de financiamiento para los emprendedores, la mayoría de los modelos de financiamiento están dirigidos a empresas en operación y no tanto al impulso para nuevos proyectos emprendedores.

Aunque el tema de emprendimientos está siendo abarcado por algunas instituciones educativas y los grandes esfuerzos por parte del sector universitario por institucionalizarlo, todavía queda mucho camino por recorrer.

Ante la problemática antes evidenciada por “El Diagnóstico sobre la Situación del Emprendedurismo en Centroamérica”, hemos encontrado respuesta a la problemática con la propuesta de la Administración Chinchilla Miranda por medio del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), con la “Política Nacional de Emprendimiento” por medio del Ministerio. Propone impulsar la creación de un Sistema Nacional de Incubación y Aceleración de Empresas que propicie y brinde un sustento político y técnico.

La Política Nacional “Costa Rica Emprende” se estructura en diferentes áreas estratégicas; fomento emprendedor, articulación institucional, sistema nacional de incubación, banca de oportunidades de emprendedores, acompañamiento de emprendedores, innovación y desarrollo tecnológico para emprendedores, fomento de emprendimientos hacia la exportación.

Sin duda alguna, nuestro país da inicio a sus primeros pasos al emprendimiento, es notorio el involucramiento del sector educativo por parte del gobierno, así como el diseño de la Política Nacional “Costa Rica Emprende”. Adicionalmente se hace referencia a las recomendaciones del Sr. Marcelo Lebendikeren su artículo “La Situación del Emprendedurismo en Centroamérica”; la creación de un Programa Nacional de Emprendimiento, la necesidad de visualizar el proceso emprendedor, desde el fomento del espíritu emprendedor, pasando por la creación de empresas y finalizando en la consolidación y aceleración de las empresas. La Creación de Fondos de Capital Semilla, estos son de menor cuantía y se aplican a los emprendimientos bajo condicionamientos que tengan que ver con el éxito de su gestión. Si el emprendedor tiene éxito en su gestión puede retornar un porcentaje de éxito al fondo, de tal manera que lo puede recapitalizar y permitir que otros emprendimientos se beneficien de los recursos

Metodología de la Investigación

La metodología de investigación tiene como objetivo principal recabar información confiable que permita justificar o entender el papel del profesional en mercadeo en el desarrollo de proyectos de Emprendedurismo Social, en las empresas del sector privado del GAM (Gran Área Metropolitana).

Esta investigación por los propósitos y la forma en que fue desarrollada, se consideró de carácter cuantitativo, en donde se empleó la encuesta como método de recolección de información y como fuente primaria de la investigación. La encuesta se aplicó a 50 empresas del sector privado que forman parte del universo de empresas localizadas en el GAM (Gran Área Metropolitana) y sobre las cuales se considera

oportuna realizar la investigación por su participación con el entorno o comunidades, en la cual se han ubicado. Este reconocimiento les ha permitido ser identificadas por diferentes entes asociados o informados de sus acciones en beneficio de dichas comunidades. Para identificar empresas potenciales se acude a entidades públicas y privadas como el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC), Asociación Parque TEC, Municipales y Guía Industrial 2013, Cámara de Industria de Costa Rica (CICR).

Las principales características que deben cumplir las empresas son:

Ser una empresa legalmente constituida bajo un modelo sostenible.

Conocer la importancia de proyectar parte de sus acciones en beneficio de la sociedad.

Las empresas se caracterizan por participaren actividades internas o externas en beneficio de la sociedad.

La encuesta está planteada en dos sesiones para facilitar la comprensión de las generalidades y especificaciones de cara al encuestado, procurando orientarle sobre el objetivo de nuestro estudio para fines universitarios y garantizar uso de los contenidos con discreción, privacidad y respeto.

El primer módulo está diseñado con preguntas cerradas con el objetivo de identificar los conocimientos que tienen los empresarios sobre emprendedurismo social. El segundo módulo con seis preguntas mixtas en donde los encuestados tenían la opción de selección múltiple para recabar información sobre características o acciones que permitan identificar aquellas empresas pertenecientes al modelo del emprendedurismo Social.

El nivel de confianza de la encuesta fue de un 88%, con un margen de error de un 11%.

Se logró que 50 empresas contestaran la encuesta. Se emplearon dos modalidades para la aplicación de las encuestas, por medio de la herramienta "SurveyMonkey" por internet y

por gestión telefónica. Ambas fueron aprovechadas de manera complementaria con el objetivo facilitar los medios de participación para los encuestados. Las encuestas aplicadas por medio de la herramienta “SurveyMonkey” permitieron la realización de encuestas por intermedio de links que luego fueron enviados por correo electrónico a las empresas seleccionadas para su realización. Y las encuestas telefónicas se aplicaron en horario de oficina, utilizando como referencia fuentes de consulta telefónica la “Guía telefónica 2013” de la Cámara de Industria de Costa Rica. La desventaja de la herramienta “SurveyMonkey” fue el nivel de omisión por parte de las empresas, a su vez por parte del modelo de contacto telefónico el proceso destacó un nivel de dificultad en el momento de contactar a la persona encargada de atender nuestra solicitud. Los resultados serán presentados por medio de gráficos para facilitar su análisis.

Discusión de resultados

La fuente de los gráficos a continuación corresponde a la investigación de empresas del GAM, la cual se enfocó en una muestra de 50 empresas y aplicaron mediante la metodología de encuestas.

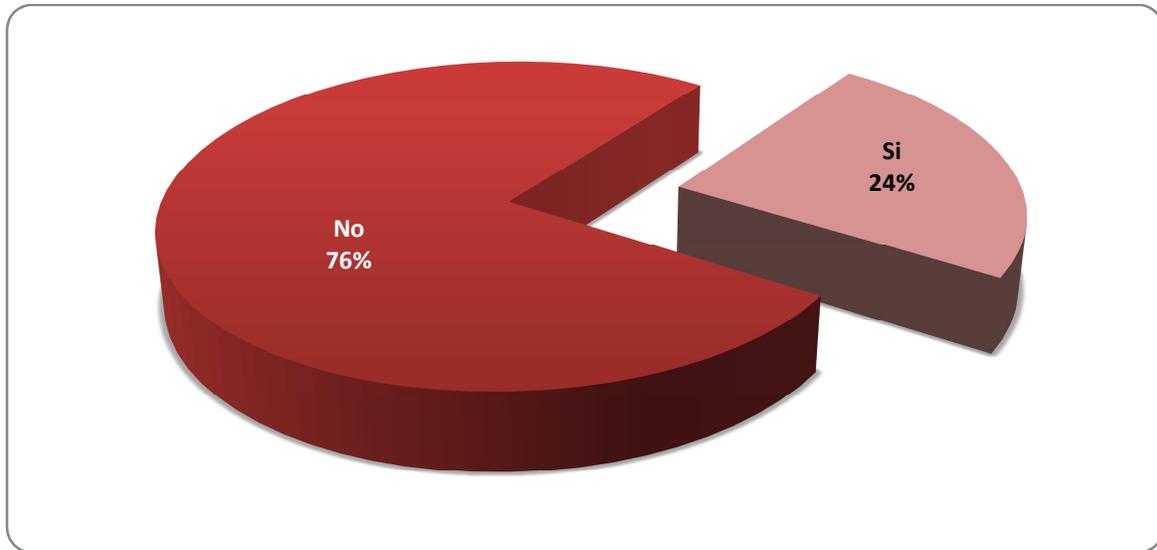
Nombre de las empresas:

- Bending maquinaria S.A.
- Biotd, S.A.
- Bioland, S.A.
- Bioadvance centroamerica, S.A.
- Calox de Costa Rica, S.A.
- Gil Erazo, S.A.
- Global Kemical, S.A.

- Greif Costa Rica, S.A.
- Grupo Agroindustrial Numar, S.A.
- Hulera Costarricense, S.A.
- Instamasa, S.A.
- Irex de Costa Rica, S.A.
- Lavatorios Ancla, S.A.
- Madisa, S.A.
- Motrosa, S.A.
- Natural Sins Ltda.
- New world recycle, S.A.
- Total Pet, S.A
- Papeles seleccionados, S.A.
- Pharmerica del sur, S.A.
- Plex studio, S.A.
- Productos caseros Famlhe, S.A.
- Productos de espuma, S.A.
- Productos de hule y latex.
- Productos de uretano, S.A.
- Productos Gutis S.A.
- Productos Lio, S.A.
- Productos Pasticos Sirena, S.A
- Punto Rojo S.A.
- Rampak Green Industrias, S.A.
- Recresco Costa Rica, Ltda.
- Reposteria Clarcast, S.A.

- Representaciones Roma, S.A.
- Representaciones Semko de CR, S.A.
- Roma Prince, S.A.
- Romanas Azocar, Ltda.
- Servicios de pastelería, S.A.
- Servicios ecológicos M.B.B, S.A.
- Servicios generales del oeste, S.A.
- SK seis creativo, S.A.
- Stia comercializadora, S.A.
- Torelli, S.A.
- Total Técnica, S.A.
- Trisan, S.A.
- Biorganic, S.A.
- Aromas y sabores técnicos, S.A.
- Servicios mundo mueble, S.A.
- Corporación Manzate, S.A.
- Copre, S.A.
- Gamboa y Matamoros asociados, S.A.

Gráfico 1: Empresas que se consideran modelo de emprendedurismo social

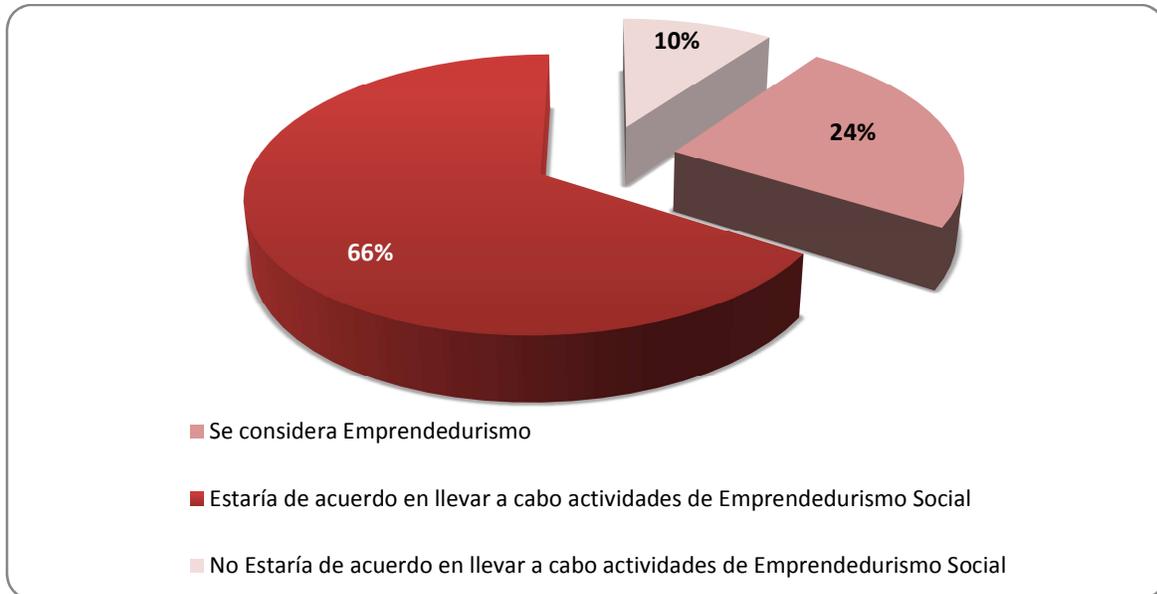


Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación.

La consulta de opinión aplicada a las empresas involucradas en la investigación, con el objetivo de identificar cuáles de ellas se considera emprendedurismos sociales. Los resultados de esta grafica demuestran que el indicador que tendió a agrupar las respuesta de emprendedurismos sociales es representada tan solo por 12 empresas respondieron serlo, es decir, un 24%. El 76% de las empresas no consideran emprendedurismo social, pudiendo percibir desconocimiento en algunos de los encuestados sobre las características del modelo.

Esta consulta permitirá identificar aquellas empresas que hoy se consideran emprendedurismos social, a la vez, cruzar con otras de las consultas del cuestionario que permitan identificar las características del modelo de emprendedurismo social; conocer sus actividades en beneficio de la sociedad, sostenibilidad del negocio, innovación, destino de sus recursos económicos y otros.

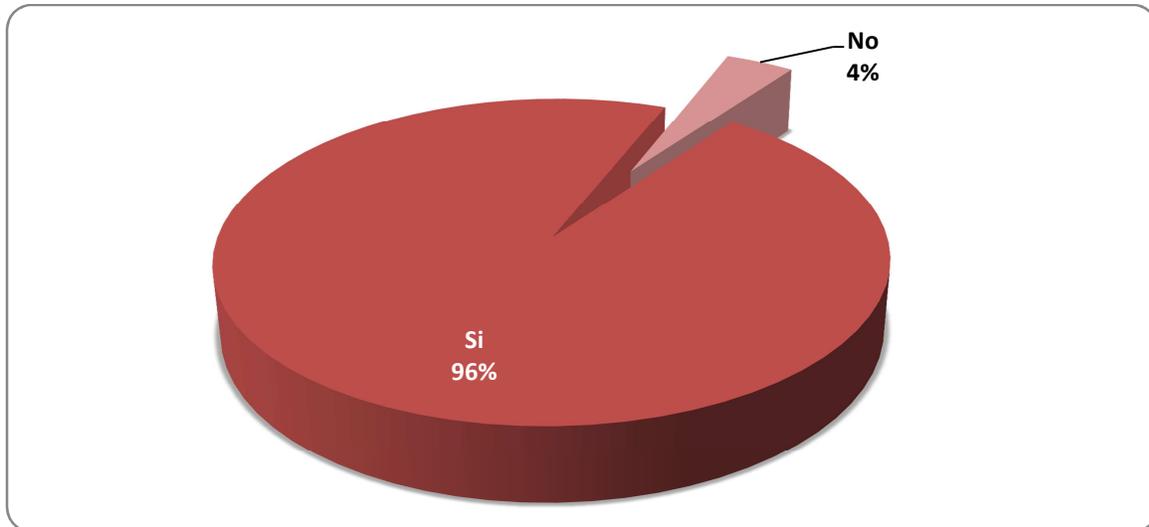
Gráfico 2: Empresas con intención de desarrollar emprendedurismo social



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación.

Además de las empresas que indican ser emprendedurismo social permite identificar la disposición de otras empresas con dispuestas a iniciar actividades de emprendedurismo social por beneficiar a la sociedad. Del 76% de las empresas que no se consideran emprendedurismo social el 10% no tiene dentro de sus planes o no estaría de acuerdo en realizar actividades que puedan contribuir al bienestar social, siendo muy alentadora la anuencia del restante 66% por ser parte del cambio o mejores oportunidades para la mayoría. Al avanzar con el cuestionario podrá vincular las consultas para identificar los esfuerzos realizados por el 66% de las empresas dispuestas.

Gráfico 3: Detección de empresas que cuentan con su Visión y Misión

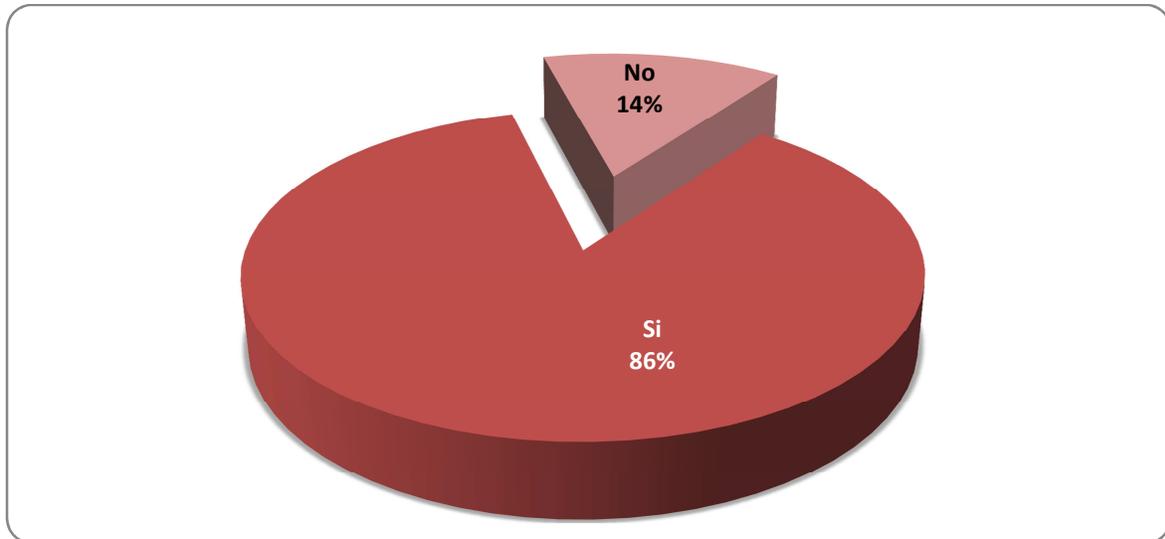


Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación.

Se plantea con el objetivo de identificar algunas de las características de los modelos de negocios sostenibles y alineados por medio de su misión y visión corporativa. Esto arroja que el 96% de las empresas han trazado su razón de ser, sus expectativas y aspiraciones. El restante 4% justifica su carencia como una oportunidad a corto plazo, la cual consideran importante para alinear sus objetivos, valores, establecer tiempos de cumplimiento y otros requerimientos de la empresa.

Según Stoner (1998), la visión es un conjunto de ideas generales que promueven un marco de referencias de lo que una empresa quiere a futuro, mientras la misión indica la manera en que se pretende lograr y consolidar las razones de su existencia.

Gráfico 4: Empresas orientadas al modelo de negocio sostenible, por medio de un plan de innovación y mejora continua.



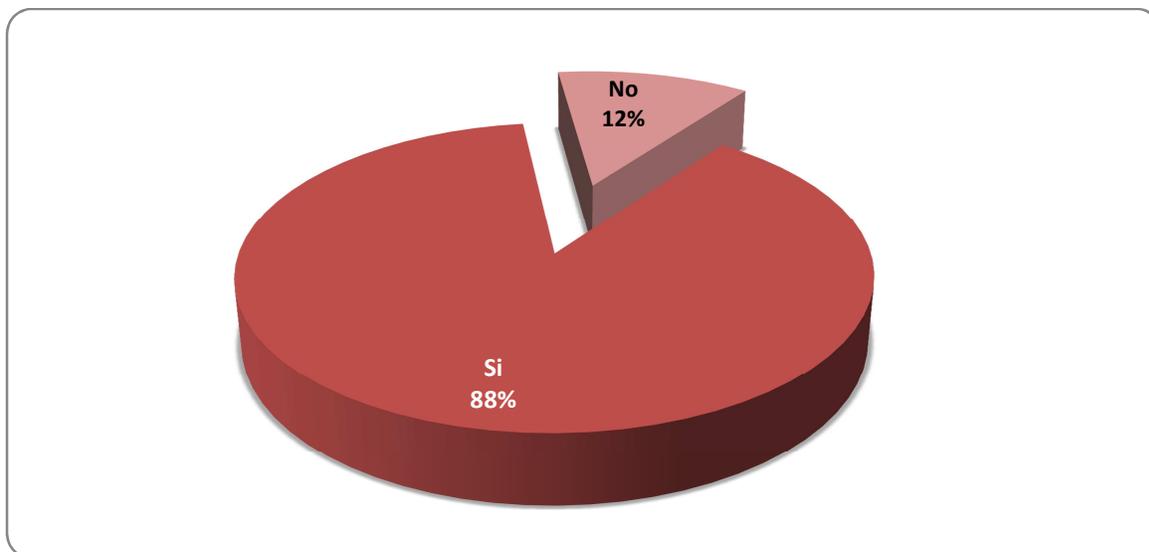
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación.

La Innovación y mejora continua en las empresas están muy presentes en las empresas, el 86% de las empresas consideran la innovación y mejora continua parte fundamental de su filosofía empresarial, mientras que el 14% restante externa que no cuentan con actividades o acciones. Esta variable permite a las empresas fomentar la permanencia y competitividad por medio de un modelo de negocio sostenible.

Sin embargo, el concepto es relacionado por las empresas en función de sus productos, siendo en realidad la “Innovación y mejora continua” todo un plan estratégico orientado sobre cuatro perspectivas: Financiera, Clientes, procesos, y recursos. Para lo cual es necesario emprender una serie de proyectos de mejora de los procesos.

Innovación y mejora continua, según el modelo EFQM de excelencia.

Gráfico 5: Identificar empresas con programa de actividades de objetivo social

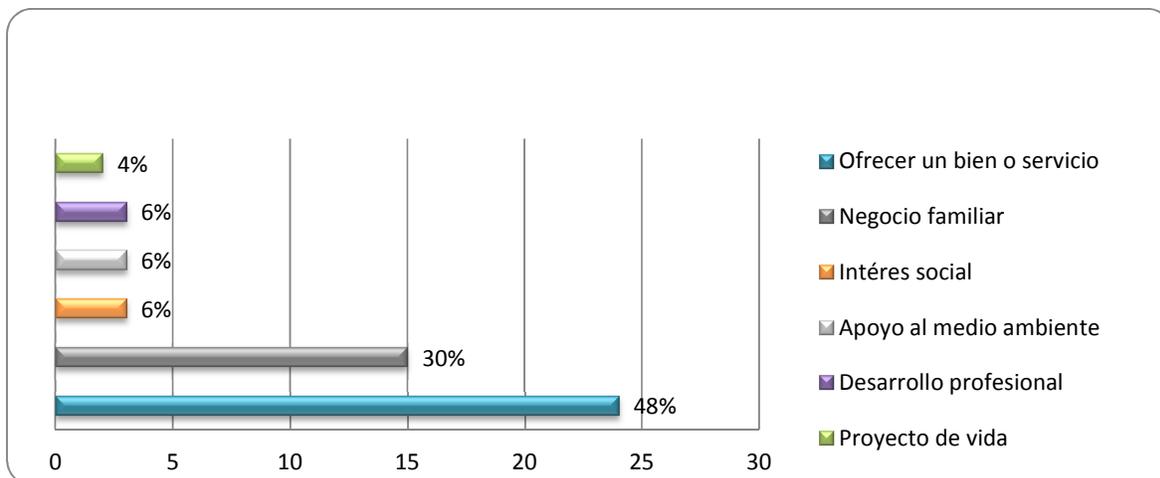


Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación.

Detectar empresas que vienen desarrollando múltiples esfuerzos por ser parte del modelo de emprendedurismo social, se deduce que el 88% respondieron contar con planes y actividades. Mientras que el 12% no se sienten preparados para ejecutarlas en el corto plazo.

Al combinar las empresas que indicaron ser emprendedurismos sociales en gráfico 1 con las empresas del gráfico 5 que indican no contar con un programa de actividades de objetivo social se encuentra coincidencia en cinco de ellas, lo cual podría interpretarse como un 41% de las empresas consideradas emprendedurismos sociales sin un plan de actividades de objetivo social.

Grafico 6: Motivo que da origen a las empresas

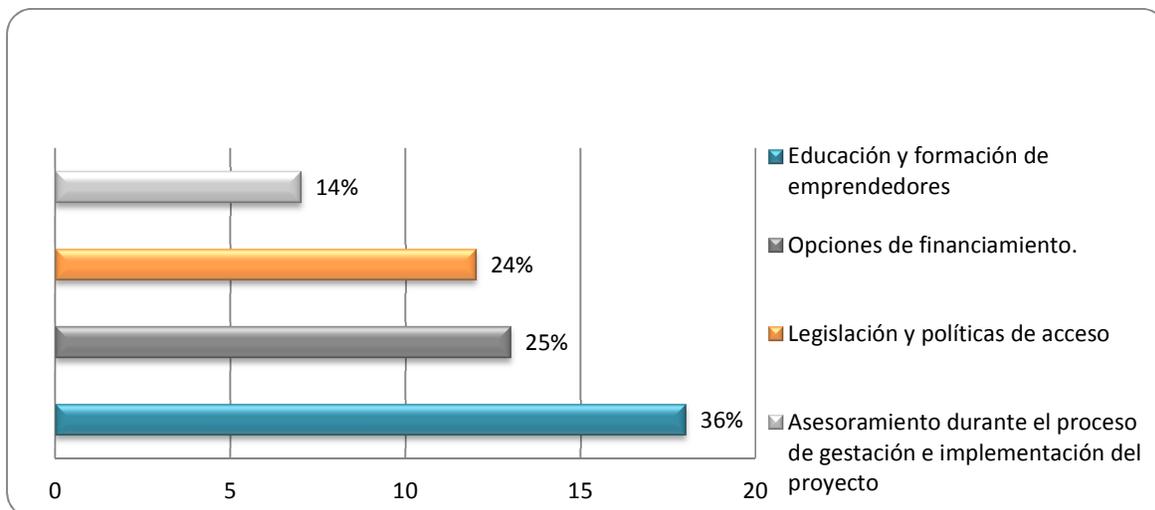


Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación.

El poder identificar el motivo que acompañó la iniciativa crear las empresas encuestadas. El 48% da origen a su negocio con el objetivo de ofrecer un bien o servicio diferenciado, seguidamente los proyectos de familia con un 30%; mientras el restante 22% hace referencia a interés social, apoyo el medio ambiente, ámbito profesional y proyectos de vida.

Al hacer la relación de las variables de “interés social y apoyo al medio ambiente” de los seis clientes identificados solamente tres son coincidentes con los datos del gráfico 1, es decir, 3 de los clientes considerados emprendedurismo social no dieron origen a su empresa con objetivos sociales o ambientales.

Gráfico 7: Valoración de las oportunidades a las que se enfrenta los emprendedores en nuestro país

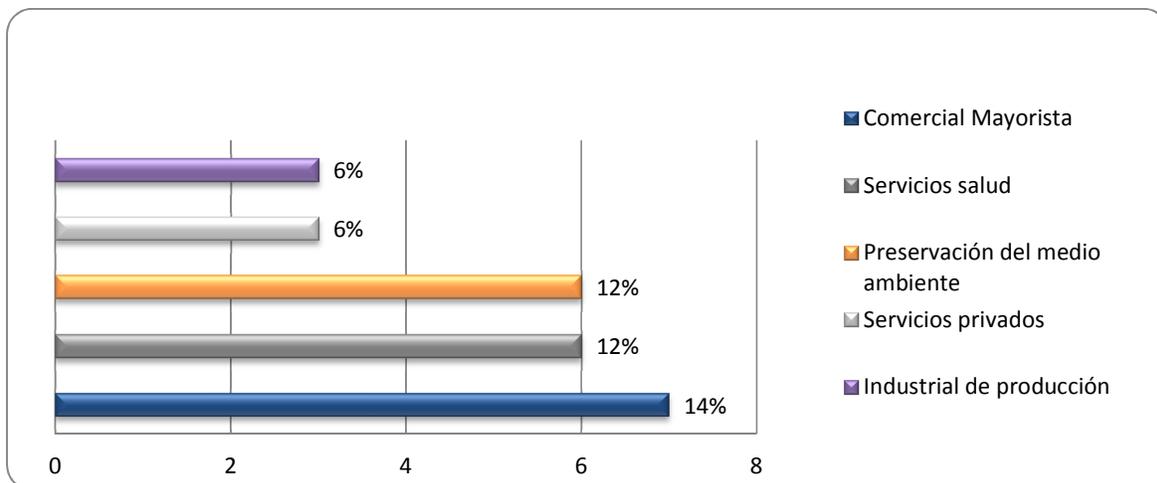


Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación.

Al considerar la consulta de opinión permite identificar qué tan informados nuestros encuestados en relación con el modelo de emprendedurismo social, así como su identificación de oportunidades para poner en marcha. Puede apreciar la mayor oportunidad por medio de un 36% educación y formación de emprendedores, el 26% considera como segunda oportunidad las opciones de financiamiento, el tercer elemento por fortalecer son los aspectos legislativos y políticas de acceso, el 24% y un 7% consideran importante un debido acompañamiento del proceso de gestación e implementación.

Es importante mencionar que los cuatro elementos antes vistos se vinculan estructuralmente para llevar a cabo un debido proceso en el desarrollo de iniciativas de emprendedurismo.

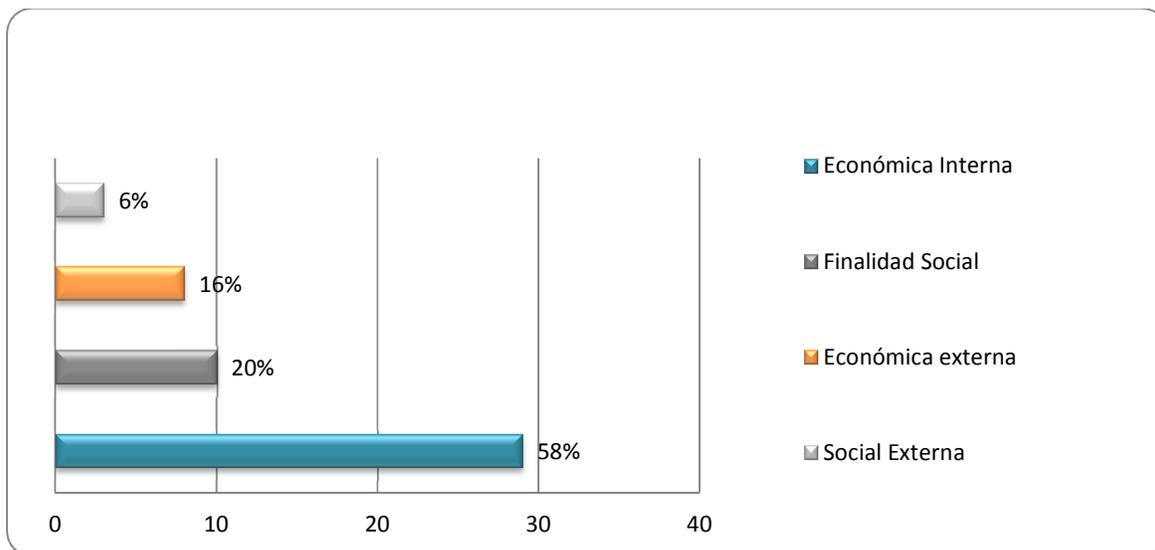
Gráfico 8: Distribución de las empresas según actividad de las empresas



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación.

Buscó identificarse las actividades a las que están orientadas las empresas de la muestra en estudio. Siendo dominante la participación de las empresas manufactureras con un 34%, seguidamente la industria de consumo final con un 14%, con igual participación del 12% los servicios de salud y preservación del medio ambiente, por último, servicios privados e industrial de producción con un 6%.

Permitiendo se analizará la actividad de la empresa en relación con un modelo de negocio sostenible, así mismo la vinculación con las actividades entorno a la sociedad. Notando la participación de doce empresas en salud y preservación de la naturaleza las cuales analizaremos su interés social.

Gráfico 9: Finalidad de las empresas

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación.

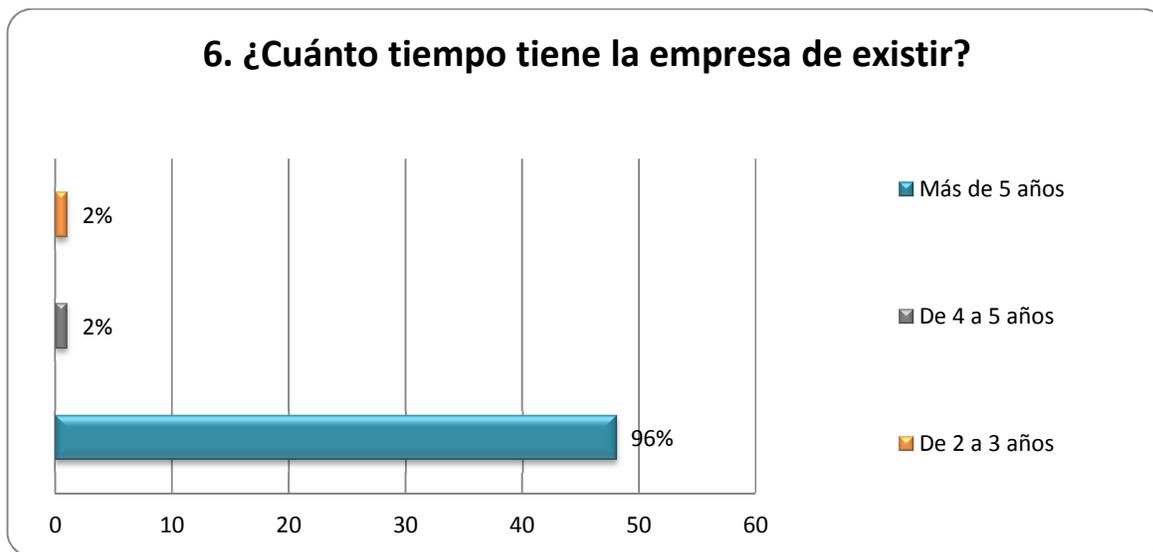
La finalidad de las empresas permite identificar la orientación o fin de los recursos generados por las empresas encuestadas.

El 58% de las empresas consideran su finalidad como económica interna, la cual se describe como una obtención de valor agregado para remunerar a los integrantes de la empresa.

El 20% lo considera de finalidad social interna, la cual busca contribuir al seno de la empresa en el desarrollo de sus integrantes.

El 16% se considera finalidad económica externa, destinada a la producción de bienes y servicios para satisfacer necesidades externas, por último un 6% con apunta al pleno desarrollo de la sociedad promoviendo valores fundamentales con una finalidad social externa.

Gráfico 10: Proporción de rangos de edad de las empresas, para determinar su identidad según etapa inicial y etapa de establecida.



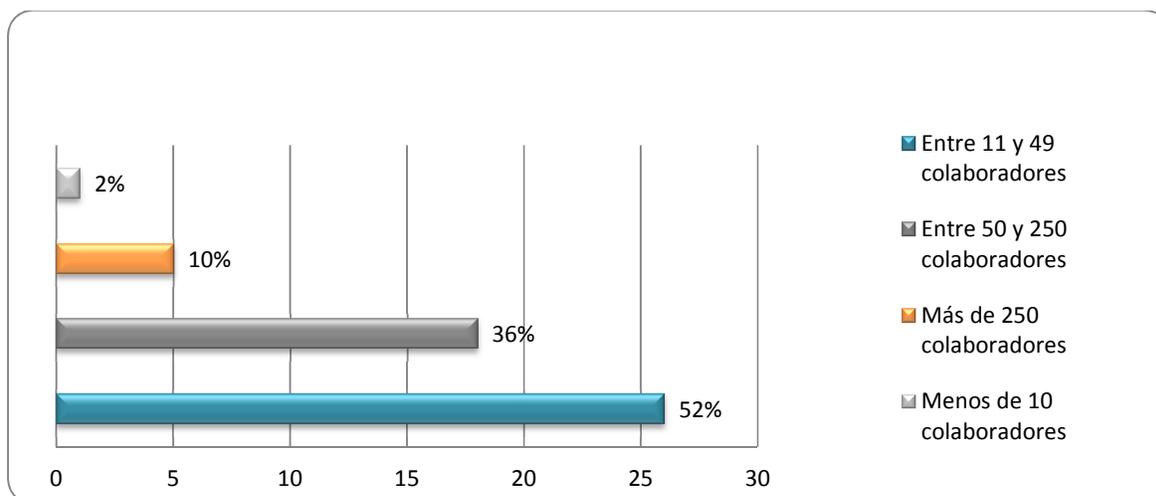
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación.

El estudio de antigüedad de las empresas encuestadas arroja que el 96% de las empresas tiene más de 5 años de permanencia. Mientras que la empresa más reciente de las estudiadas se superó hace dos años.

Estas métricas se establecieron como referencia para poder alinear con la denominación de etapa inicial de emprendedores y emprendedoras por la GEM, basadas en la población adulta y nacional que es dueña de un negocio que aún no superaran los 3,5 años de antigüedad. Mientras que se considera emprendedor o emprendedora establecido aquel que es dueño de un negocio que supera los 3,5 años de antigüedad.

La información recabada permitió ubicar las empresas encuestadas, según las bandas de antigüedad establecidas por la GEM, donde el 98% supero la banda de los 3,5 años de antigüedad.

Gráfico 11: Tamaño de la empresa, según cantidad de colaboradores



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación.

Aunque existe un solo criterio para definir el tamaño de las empresas, los principales indicadores son: volumen de ventas, capital propio, número de trabajadores, beneficios, etc. El más utilizado es el número de trabajadores, el concepto delimita la magnitud de la siguiente forma:

Microempresa: si posee 10 o menos trabajadores.

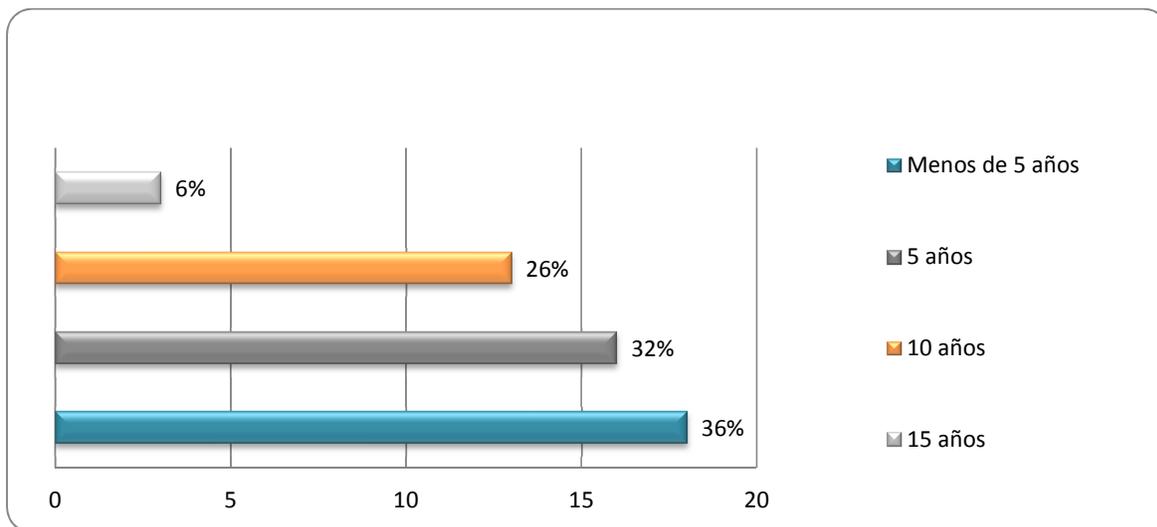
Pequeña empresa: si tiene un número entre 11 y 49 trabajadores.

Mediana empresa: si tiene un número entre 50 y 250 trabajadores.

Gran empresa: si posee entre 250 y 1000 trabajadores.

De acuerdo con la Figura 7, el 52% de las empresas investigadas corresponden a la pequeña empresa, seguida por un 36% de empresas de la mediana empresa, 10% de las empresas a la gran empresa y tan solo un 2% a micro empresas. Datos que cruzados con los datos de antigüedad de la Figura 6 podría interpretarse como una muestra en estudio con características de sostenibilidad

Gráfico 12: Tiempo considerado por las empresas para consolidar los objetivos trazados en su visión.

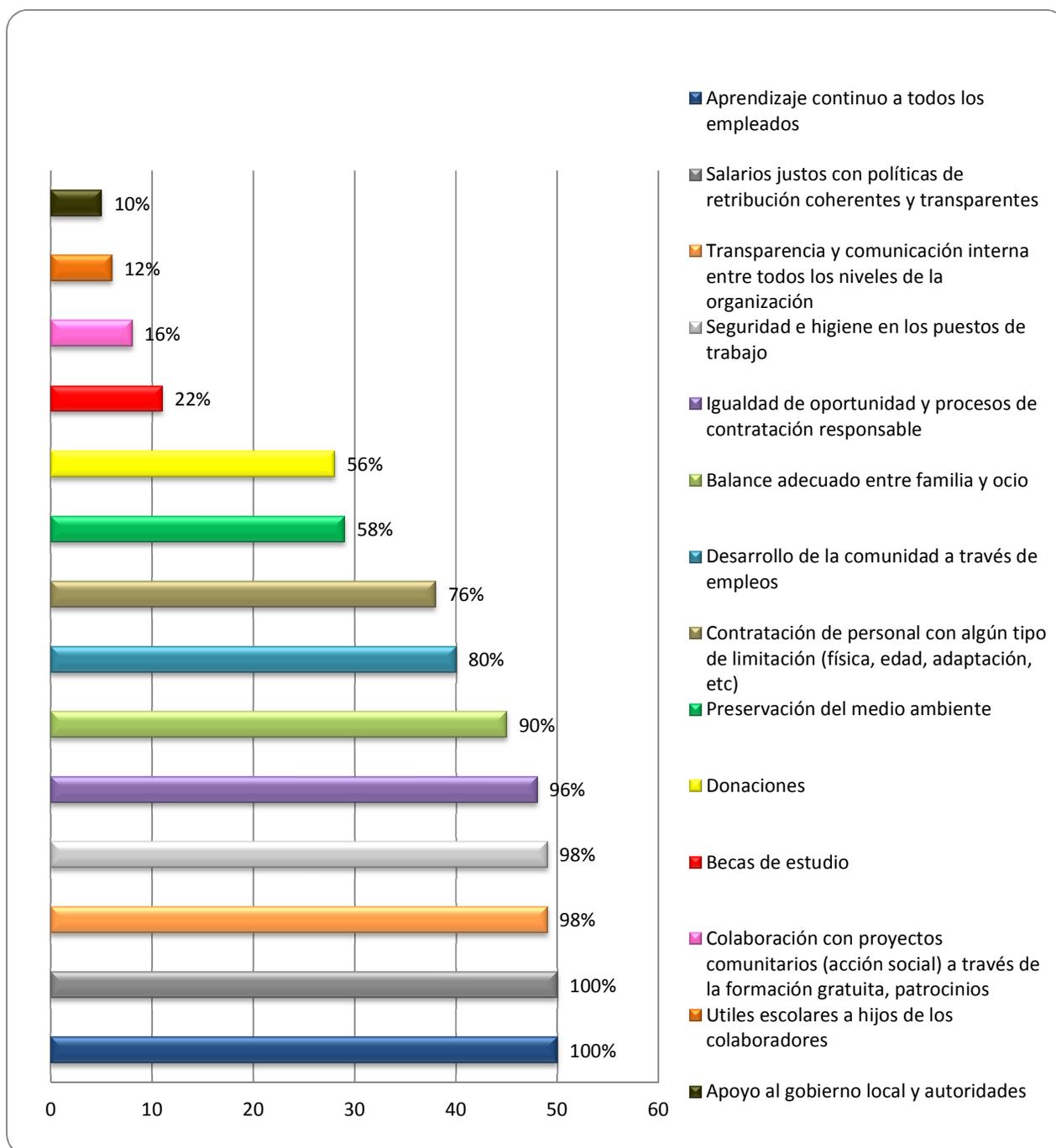


Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación.

Según Stoner (1998), los elementos de la visión corporativa establecen las dimensiones del tiempo, lo realista, posible, alentadores y positivos que pueden ser sus objetivos. Lo anterior nos permite clasificar la proyección de las empresas encuestadas en el cumplimiento de sus objetivos y la sostenibilidad.

El 68% de las empresas consideran que en un plazo no mayor a 5 años estarían logrando sus propósitos, mientras que el 32% restante considera que lo estará logrando en plazos mayores a 10 años.

Gráfico 13: Actividades de bien social realizadas por la empresas para consolidar empresas consideradas emprendedurismo social y esfuerzos realizados por otras.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación.

Tiende a existir una confusión por parte de los empresarios entre responsabilidad social corporativa y emprendedurismo social, si bien el primer concepto tiene como objetivo mejorar su situación competitiva y valorativa; yendo más allá del respeto y cumplimiento de normas o leyes. Sin embargo el emprendedurismo social corresponde

a un modelo de negocio sostenible, Innovador y transformacional, con objetivo social; es decir, nace para brindar soluciones a las múltiples necesidades de la sociedad.

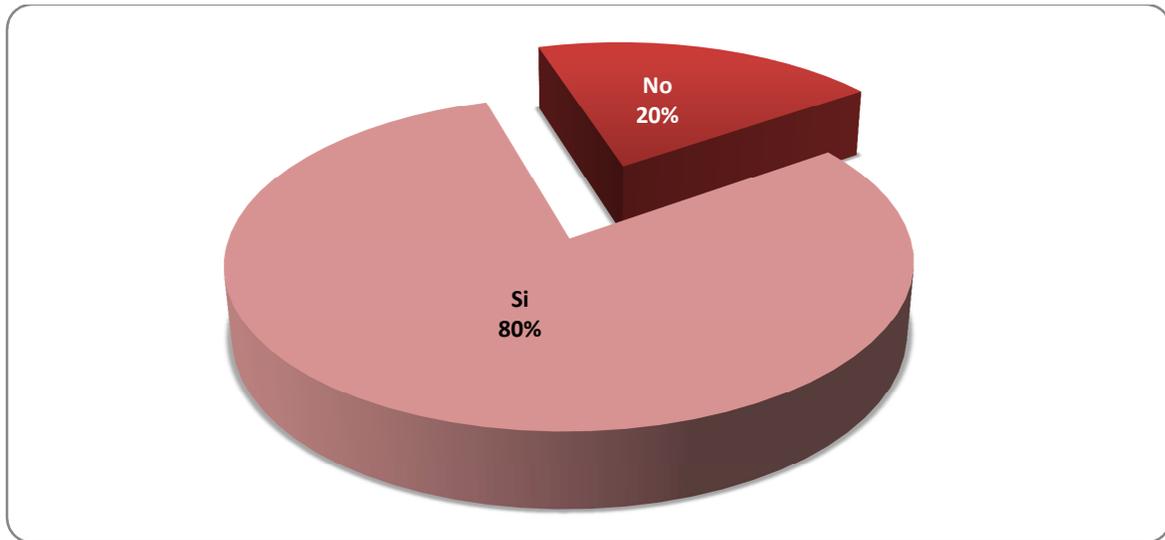
Aclarado el concepto podrá interpretarse que de catorce opciones de elección de la consulta correspondiente a la “figura 9” las ocho de mayor selección por las empresas encuestadas corresponden a Responsabilidad Social Corporativa.

En tres de las opciones de elección con mayor relación con el modelo de emprendedurismo social (recaudación de recursos con proyección comunitaria, beneficio a la sociedad como propósito principal de su negocio, acceso a micro crédito a la sociedad de menor posibilidad) ninguna fueron elegidas por las empresas encuestadas.

La contratación de personal con algún tipo de limitación obtuvimos como resultado ocho empresas con colaboradores de bajo esta condición, la cual podría ser empleada por ambos modelos.

A pesar de que a primera vista valdría suponer que la mayoría de las empresas vienen realizando acciones de bien social, no podemos perder de vista que la sumatoria de las variables corresponde a responsabilidades de las mismas, pudiendo confundir a los empresarios respecto a la actividad o naturaleza de su negocio. No podría dejarse de lado que las empresas buscan proyectar una buena imagen y proyección ante su entorno, siendo el elemento diferenciador su razón de ser.

Gráfico 14: Consulta de opinión sobre la sostenibilidad del modelo empresarial



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación.

Si bien el principio de un modelo de negocio sostenible se ve influenciado por principios económicos, sociales y ecológicos, la consulta anterior es meramente de opinión de las empresas encuestadas. Buscando evitar la subjetividad vincularemos los datos con otras de las consultas para validar que el 80% de la empresas que indican ser un modelo de negocio sostenible mantengan su congruencia con la elección de otras de la preguntas del cuestionario.

Conclusiones

El artículo científico, cuyo problema social está orientado a conocer ¿cuáles y cuántas empresas en el GAM tienen expectativas de desarrollar Emprendedurismos Sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlas?

Las limitaciones presentes en el proyecto de investigación fueron en primera instancia de información, las empresas mostraron poco interés por colaborar en el

levantamiento de encuestas obligando a realizar gestión telefónica y presencial para la captura de los datos; adicionalmente el desconocimiento del modelo de emprendedurismo social. Por otra parte, la limitante geográfica por tratarse de una investigación en el GAM de nuestro país. Y por último, el factor tiempo influyó en la recopilación de datos teniendo que contactar a las empresas vía telefónica y personalmente para poder cumplir con el periodo asignado al trabajo de campo.

Después de analizar y combinar las variables relacionadas en la discusión de resultados, logró discernirse que solo dos empresas coinciden con las características de un modelo de emprendedurismo social, a pesar de que en la primera consulta del cuestionario doce respondieron ser modelos de emprendedurismo social.

Las dos empresas identificadas:

Madisa, Manejo de desechos industriales. Ubicada en los Altos de Ochoмого, contiguo a Trasmerquin.

Es una empresa que contribuye e impulsa la protección y mejoramiento del medio ambiente, mediante prácticas de reciclaje, reducción y reutilización de los desechos. Entre ellos plástico, metal, madera, cartón, papel, fluorescentes, etc., de los cuales posteriormente reintegran por medio de elementos que contribuyan a la conservación del medio ambiente como recolectores para reciclaje.

Madisa además de la conservación, ha destinado sus esfuerzos en beneficio de la sociedad a través de la generación de empleos a personas con limitaciones físicas, académicas, edad u otras, brindando la oportunidad de tener un ingreso al mismo tiempo que colaboran con la recolección de materiales existentes en el ambiente para un mejor aprovechamiento.

New Word Recycle, S.A., San Diego, Cartago, Del puente de la entrada 200 metros sur.

Total PET, S.A. Ubicada en Barreal de Heredia-Zona Franca Metropolitana.

Importante aclarar la participación de ambas en un mismo grupo empresarial o proyecto, al cual se le otorgó un préstamo de \$8,5 millones por parte del Banco Nacional para la construcción de otra planta de reciclado de botellas Pet. Siendo su misión crear valor reciclando, educando e innovando por un mundo sostenible, y su visión asegurar un mundo habitable.

La generación de oportunidades de trabajo a personas, familias y comunidades mediante la recolección de materiales “pet” que antes eran enviados a los basureros o áreas de tratamiento, permitiendo que la resina extraída del proceso sea reutilizada en su gran mayoría por compañía demandantes. Lo anterior favorece el ambiente evitando la contaminación y una disminución del uso de resina virgen, por lo tanto el consumo de petróleo.

Tiende a existir una confusión por parte de los empresarios entre responsabilidad social corporativa y emprendedurismo social, si bien el primer concepto tiene como objetivo mejorar su situación competitiva y valorativa de la empresa bajo el respeto y cumplimiento de normas o leyes. Sin embargo, el emprendedurismo social corresponde a un modelo de negocio sostenible, Innovador y transformacional, con objetivo social; es decir, nace para brindar soluciones a las múltiples necesidades de la sociedad. Sin embargo a la hora de aplicar la encuesta fue muy recurrente la confusión por parte de los representantes de las empresas entre actividades de Responsabilidad Social Corporativa y el modelo de Emprendedurismo Social.

Basados en la investigación que sustenta este artículo científico puede concluirse que nuestro país debe integrar estrategias para el desarrollo de una cultura de emprendedurismos sociales. Fortalecer los planes de educación, impulsar la creación incubadoras y aceleradores de proyectos empresariales; por otra parte, evaluar el sistema de banca para desarrollo y la asignación de capital semilla.

Se espera que este artículo científico pueda aportar al desarrollo del emprendedurismo social desde una perspectiva de investigación académica y que los datos y resultados analizados incentiven a tener más y mejores emprendedores.

Referencias Bibliográficas

Polo, F. (2010). ¿Qué es un emprendedor social?

<http://franciscopolo.com/%C2%BFque-es-un-emprendedor-social/>

Parque Tec. (2010), La situación del emprendimiento en Costa Rica

<http://www.parquetec.org/images/stories/reportenacional2010.pdf>

Wolk, A., y Zemler, M. (2008). Definiciones de emprendedurismo social.

<http://www.jmarchers.com/definiciones.htm>

Burton, R. (1998, 2004). Ecosistema de emprendedores. Recuperado

<http://www.slideshare.net/luisarraut/ecosistema-de-emprendimiento>

Etzkowitz, y Goddard. (1998). El Fomento del Emprendedurismo Social universitario a través de un modelo integrador.

http://digital.csic.es/bitstream/10261/20580/1/AC265_1_E--archivos-185.pdf

RedUnes. (2012). Universidades Latinoamericanas promueven el Emprendedurismo Social. <http://espanol.nextbillion.net/blogpost.aspx?blogid=2842>

Sanchis, y Melián. (2009). Emprendedurismo social y nueva economía social como mecanismos para la inserción socio laboral

<http://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva2009/docs/51.pdf>

Marquez, P., Reficco, E. y Berger, G. (2010). «Negocios inclusivos: iniciativas de mercado con los pobres de Latinoamérica». <http://es.scribd.com/doc/53564033/Negocios-Inclusivos-Iniciativas-de-Mercado-con-los-Pobres-de-Iberoamerica>

OIT y La Fundación Schwab. (2008). ¿Qué es emprendimiento social?

<http://www.slideshare.net/linajimenez30/emprendedurismo-social>

Ashoka España. (2013). Emprendedores Sociales

<http://www.soluciones-sustentables.org/articulos/43-desarrollosocial/51-emprendedores-sociales.html>

Costa Rica 2050. (2012). Costa Rica debe fortalecer emprendedurismo

<http://www.costarica2050.cr/costa-rica-debe-fortalecer-emprendedurismo.html>

La Nación. (2013). Emprendedurismo y democratización social.

<http://www.nacion.com/2010-06-22/Opinion/Foro/Opinion2418042.aspx>

RedUnes. (2012). Emprendimientos sociales en América Latina, una alternativa para la inclusión social. <http://www.redunes.org/?p=709>