

¿Cuáles y cuántas empresas en las provincias de San José, Alajuela, Cartago y Heredia del sector construcción tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlos?

*Eduardo Flores van Gelder, ULACIT*

## Resumen

Por definición, un problema social puede abarcar una comunidad, región, provincia, estado, país, continente o el mundo entero, y dependiendo de su naturaleza puede tener efectos locales, nacionales o globales. Su denominación de problema no solo concierne a la población directamente afectada o las entidades públicas cuyo principal objetivo contiene aminorar el mismo, sino también extiende sus efectos a otras entidades, sociedades o personas, muchas veces inadvertidamente. De igual manera, los efectos de su solución y el valor creado por una organización que tenga esto por objetivo se extiende más allá de los efectos negativos del problema original. La definición de un emprendedor social no es uniforme, muchos autores se refieren a ella desde diferentes puntos de vista. No son cooperativas, u organismos no gubernamentales los que conciernen a este artículo, son las empresas cuyo principal objetivo es, con los recursos limitados existentes, subsanar o eliminar un problema social específico de manera sostenible y duradera, no la creación de valor monetario o utilidades para sus accionistas.

La presente investigación se considera de carácter cuantitativo, por el objetivo, propósito y manera en la que fue construida. La encuesta fue el método de recolección de los datos utilizado, y su fuente primaria de información. Dicha encuestas se aplicó a 50 empresas de los cantones de San José, Alajuela, Heredia y Cartago del sector construcción, las cuales determinarán las expectativas de desarrollo de emprendimientos sociales y esfuerzos actuales para alcanzar dicha denominación, utilizando las siguientes características de una empresa social: Innovación, Sostenibilidad (Rentable y Autosuficiente), Objetivo principal basado en un problema social y Diseño organizacional original.

## Palabras clave

Problemas sociales, Empresa, Empresario, Innovación cultural, Comunidad.

# Abstract

By definition a social problem can cover a community, region, province, state, country, continent or the whole world, depending on their nature can have local, national or global effects, the problem itself not only concerns the people directly affected by it or the public entities whose primary objective contains alleviate the same, but also extends its effects to other organizations, companies or individuals, often inadvertently. Similarly, the solution and the value created by an organization that has its solution as a main goal extends beyond the negative effects of the original problem.

The definition of a social entrepreneur is not uniform, many authors refer to it from different points of view, there are not only cooperatives or NGOs that concern this article, the main concern lays on those companies whose main goal is, with the limited resources available , rectify or delete a specific social problem in a sustainable and lasting, not the creation of monetary value or profits for its shareholders.

This research is considered quantitative, by the objective, purpose and manner in which it was built, the survey was the data collection method used and its primary information source. This survey was applied to 50 companies in the cantons of San Jose, Alajuela, Heredia and Cartago of the construction industry, which will determine the expectations of social enterprises and existing efforts to achieve the Social Entrepreneurship , using the following characteristics of a social enterprise: innovation, Sustainability (profitable and self-sufficient), main objective based on a social and original organizational design.

## Keywords

Social problems, Company, Entrepreneur, Cultural Innovation, Community.

# Problema

¿Cuáles y cuántas empresas en las provincias de San José, Alajuela, Cartago y Heredia del sector construcción tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlos?

## Introducción

Por definición, un problema social puede abarcar una comunidad, región, provincia, estado, país, continente o el mundo entero y dependiendo de su naturaleza puede tener efectos locales, nacionales o globales. Su denominación de problema no solo concierne a la población directamente afectada o las entidades públicas cuyo principal objetivo contiene aminorar el mismo, sino también extiende sus efectos a otras entidades, sociedades o personas, muchas veces inadvertidamente. De igual manera, los efectos de su solución y el valor creado por una organización que tenga esto por objetivo se extiende más allá de los efectos negativos del problema original.

Estos efectos tienen diferente magnitud, y al igual que los productos y empresas convencionales, el mercado/sector meta puede ser delimitado de forma sistemática. Un problema social puede ser evaluado de tal forma que se determine su alcance y el de su solución. Por ejemplo: la falta de trabajo en una localidad rural por carencia de capital en la zona podría no solo concernir a los pobladores sin trabajo, sino también a sus familias, seguridad social de la zona, presupuesto público, localidades vecinas, tasa de criminalidad dentro y fuera de la misma, etcétera.

El impacto del problema social tiene posible medición, por ejemplo monetariamente afecta la recolección de impuesto, la tasa de desempleo de la zona, el poder de compra, etcétera, y así sucesivamente hasta llegar a escala nacional, regional o global. Al ser medible su efecto negativo, es seguro pensar que su posible solución es cuantificable también, y aquí encontramos otro punto semejante al concepto de emprendedurismo convencional. La pregunta que se hace cualquier emprendedor es: ¿Podrán las acciones de mi empresa generar suficiente valor para

sostener dicho emprendimiento, hacerlo perdurable y crear valor en cada uno de sus actores y ambiente? O: ¿Es el uso actual de los recursos para la solución de determinado problema social el mejor, o puede realizarse ciertos cambios, cuáles? Es en este tipo de preguntas donde encontramos las similitudes entre el emprendedurismo usual y el social.

La definición de un emprendedor social no es uniforme, muchos autores se refieren a ella desde diferentes puntos de vista. No son cooperativas, u organismos no gubernamentales los que conciernen a este artículo, son los empresas cuyo principal objetivo es, con los recursos limitados existentes, subsanar o eliminar un problema social específico de manera sostenible y duradera, no la creación de valor monetario o utilidades para sus accionistas. Nótese que al decir sostenible y duradera se refiere a que el valor generado por su actividad excede los recursos utilizados por esta, lo que permite extender su labor a través del tiempo, personas o geografía.

Partiendo de la premisa de que el emprendedor social busca como principal objetivo el generar valor social al tratar de solucionar o subsanar un problema social, podemos compararlo a un emprendedor regular, que busca general valor monetario atendiendo de la mejor manera un mercado delimitado o conjunto de personas y evaluando diferentes agente del ambiente, interno y externo, alrededor de los mismos. Al igual que las estrategias convencionales que se utilizan en productos y servicios, las mismas pueden ser aplicadas en lo que se llama el Tercer Sector, el cual liga los lineamientos ya conocidos de la empresa, como normalmente se ven, con un objetivo radicado en una problemática social, socioeconómica o del medio ambiente (Brich & Whittam, 2008).

Por lo expuesto anteriormente, es importante el desarrollo de esta investigación debido a que las habilidades adquiridas durante la carrera de Negocios Internacionales son aplicables no solo al ámbito económico común, sino también a la economía social. Lo que las empresas sociales buscan, si bien diferente, es alcanzable con estrategias y habilidades semejantes. En tanto, el objetivo de la investigación presentada en este artículo científico es identificar mediante un estudio cuantitativo las habilidades con mayor aplicabilidad en este sector de la economía, que si bien todavía no se logra definir en un solo término global, cada vez se evidencia más su actuación en la economía mundial.

# Revisión bibliográfica

El problema social, si bien es un tema complejo y en la mayoría de las ocasiones un asunto de difícil solución, como concepto no es tan difícil de definir si lo comparamos con el término de emprendedurismo social.

Es un término que con el paso del tiempo ha experimentado un proceso de sucesivos enfoques y múltiples transformaciones derivadas de estudios multidisciplinarios tendientes a buscar consensos. Esto no solo en la interpretación de las respuestas del ser humano ante diferentes situaciones, sino consensos también, en la congruencia o incongruencia de esas respuestas con respecto a la sociedad a la cual pertenezcan los grupos objetos de estudio. Producto de esas investigaciones y de esos esfuerzos, muchas veces integrados desde el punto de vista académico, se ha llegado a obtener un significativo e interesante grado de homogenización no solo en cuanto a la percepción del tema propiamente dicho, sino en cuanto a visión, enfoque y evolución. Se ha llegado a tal punto de similitud en esta materia, que varios autores de distintos lugares y ramas de las ciencias sociales, incluidas la administración y sociología, tienen grandes coincidencias.

En su primera publicación, extendida a doce ediciones en el transcurso de cincuenta y ocho años, los autores en Sociología R.L.Horton y R.E.Larson (1997) definen un problema social como una situación o momento en el cual la sociedad difiere entre su estado actual y el ideal. Se refiere a ideal como a un concepto creado por la misma sociedad que evoluciona a través del tiempo y tiene efecto en un gran número de personas, en la misma o fuera de una población determinada. Es un concepto dinámico y amplio por su difícil delimitación y por los factores que influyen en un sentido o en otro, y por las repercusiones, impredecibles casi siempre, de dichas influencias.

Son, por ejemplo, algunos de esos factores el económico, el geográfico, el cultural, el demográfico, incluso el ambiental. Ahora bien, ¿Por qué es importante tener una idea clara de este tipo de aspectos? Porque un estudio como el presente sin datos medibles, sin cifras que puedan cuantificarse, y por lo tanto valorarse y a partir de ellas tomar decisiones, sería de poca utilidad comparativa.

Entender claramente el significado de factores como los referidos es crucial, si bien hay que advertir que ese entender no aplica tanto a su valor sociológico o psicológico, sino precisamente a sus efectos medibles en las organizaciones y en las personas. ¿Y por qué es esto así? Porque son estas las que finalmente van a ser el motor fundamental que moverá la empresa social. Consecuentemente, la factibilidad de mediciones cualitativas y cuantitativas, mucho más que una expectativa, debe ser una realidad. Claro que no se trata solo de esperar que sean los afectados por el problema los responsables de solucionar el o los desbalances. Por supuesto que no. Las mismas instituciones que propiciaron el surgimiento de dichos desbalances entre lo ideal y lo actual, o entre el ideal y el estándar que se mide, son, para efectos de este estudio, las empresas que deben ayudar a los afectados de forma perdurable y sostenible (Zinn, 2006), a tener un papel activo en la lucha por nivelar y solucionar cada uno de los problemas. En este caso, empresas de la Gran Área Metropolitana de Costa Rica, según se determinará más adelante.

Al igual que en las empresas productoras de bienes y/o servicios, como en cualquier otro tipo de organización, gremio o núcleo de actividad, sean estos de carácter social, deportivo o humanitario y sean estas con fines de lucro o no, la determinación de necesidades siempre es el punto de partida de las mismas. Estas necesidades, valga decir, se hacen más evidentes en tiempos donde su presencia y alcances y/o repercusiones se vuelven más prolongados. Tomemos por ejemplo la necesidad de un teléfono inteligente. Fueron pocos los empresarios que vieron esta nascente necesidad como una oportunidad de negocios, y sobre todo como una extraordinaria opción de generar riqueza y bienestar en favor de la sociedad.

Conforme dicha necesidad se fue expandiendo, un mayor número de empresas fue surgiendo, muchas de ellas nuevas y muchas otras alrededor de las ya existentes. Así mismo, las más visionarias y agresivas desde el punto de vista empresarial se fueron modernizando tanto en sus escalas de planta como en sus escalas de operaciones, y todo con miras a suplir de una u otra forma el desbalance existente en el mercado. ¿Cuál desbalance? El más evidente quizá, el que surgió, creció, prevaleció y poco a poco comenzó a agigantarse en cuanto a demanda de necesidades y oferta de los servicios para satisfacer esas necesidades. Por otro lado, como consecuencia precisamente de esa misma situación, nuevas expectativas y

carencias empezaron a surgir, y nuevos desbalances y oportunidades también, y hoy como ayer y posiblemente como siempre ocurrirá, el ciclo tiende a repetirse de manera continua.

La satisfacción de necesidades que aparecen como resultado del desarrollo que se genera en forma espontánea durante el proceso mismo de evolución, no solo de las empresas en sí, sino de la totalidad del entorno o entornos empresariales, se convierte, por la propia fuerza de sus engranajes de acción y reacción, en un mecanismo casi automático que empuja hacia adelante de una manera creativa y dinámica, todos los recursos logísticos que en definitiva le permiten a las sociedades evolucionar y crecer.

Algo similar ocurre con los problemas sociales, los cuales invariablemente son el punto de partida de las empresas sociales. Las sociedades anónimas laborales en España, por ejemplo, país en donde la crisis económica mundial ha generado la mayor tasa de desempleo en años, 20% en el 2012 versus 11.3% en el 2008, según datos recientemente emitidos por el Banco Mundial. Conviene señalar para los propósitos del presente estudio que, estas empresas, muy bien llamadas por cierto como sociedades anónimas laborales, suelen tener al menos el 51% de su capital, provisto por los propios trabajadores, y ninguno de los involucrados debe poseer más de un tercio de las acciones emitidas en el momento de su creación. En consecuencia, no pueden ser menos de tres los socios que las integran, los cuales casi siempre son personas que por una u otra razón han pasado a engrosar las filas de los desempleados y que deciden por lo tanto, como una opción viable para balancear tan enorme y disfuncional bache en sus vidas, formalizar bajo una misma visión y objetivos comunes, la sumatoria de sus labores, sus inteligencias y sus fuerzas.

Así, de una manera conjunta y organizada comienzan a luchar y avanzar, a generar riqueza, trabajo y optimismo, y la utilidad que se genera de manera directa por la aplicación del conocimiento y esfuerzo físico de sus socios (Lejarriaga, 2009) es sin duda una respuesta que ilustra con transparente claridad el tema que nos ocupa. Esto es verificable si tenemos en cuenta que, al igual que la tasa de desempleo se ha incrementado, la de creación de este tipo de empresas ha registrado una tendencia en el mismo sentido, un 14% más en el 2009 con respecto al 2007, según el Instituto Nacional de Estadística de España. Estos indicadores nos inducen a pensar en un sector de la economía que raramente es escuchado, el Cuarto Sector o Economía

Social. Escobar & Morales (2011) definen al mismo como una parte creciente de la economía mundial, que lleva a utilizar la innovación para suplir necesidades cada vez mayores de un número mayor de personas fuera de los sectores habituales de la economía. En sus propias palabras, ellos expresan lo siguiente:

*“...Estas son entidades con diseños organizacionales originales, que son en sí mismas innovación social. Es precisamente esta nueva arquitectura organizacional en términos de objetivos, estructura, procesos y cultural organizacional, las que dan una única capacidad para ofrecer soluciones creativas e innovadoras a problemas sociales. Entre estas sociedades únicas podemos encontrar entidades generadas del ambiente de negocios (empresas sociales, las cuales son entidades de la economía social y un híbrido entre negocios y ONGs) y las provenientes del tercer sector (fundaciones comunales, que son organizaciones de economía social por que desempeñan actividades económicas, y son híbridos de fundaciones y asociaciones)...”*

Y son estos protagonistas de la cuarta economía los que competen a este artículo. Las empresas sociales surgen a partir de uno o más emprendedores sociales que lograron determinar una necesidad o deseo en el mercado. En este proceso le llamaremos problema social determinado y un conjunto de personas que buscan ser agentes de cambio aprovechando cualquier oportunidad que surja dentro de un problema social (Yunus, 2011). El mismo fundador de Grameen Bank se dedica a otorgar micropréstamos a personas que no tendrían ninguna otra forma de acceder a un crédito formal en una entidad financiera, Muhammad Yunus:

*“...Si se observa los sistemas financieros alrededor del globo, más de la mitad de la población del mundo –de 6 mil millones, más de 3 mil millones, no califican para un préstamo bancario, esto es una vergüenza...” - Muhammad Yunus, entrevistado en febrero 2005 por la reportera Linda O’Byron parra el Nightly Business mientras atendía el Congreso Mundial del Cuidado de la Salud en Washington, D.C. Estados Unidos.*



Yunus vio como cualquier buen empresario una oportunidad de negocio, no solo con un mercado enorme desatendido por el sistema financiero moderno, sino también la posibilidad de atacar la raíz de muchos problemas sociales, la pobreza, con una empresa que cumple con los requerimientos para llamarse social. Su principal objetivo es atacar un problema social, ser rentable, autosuficiente, y todo de una manera que sea tan bien dirigida como cualquier negocio que quiera maximizar los beneficios (Yunus, 2011). Esto en tanto se entienda que una empresa social no funciona para dar caridad, sino que busca mediante el modelo empresarial dar continuidad a una idea que contribuya a la aminoración de un problema social.

Para ampliar un poco lo expuesto, se considera aquí el concepto del valor compartido, en donde se evalúan todas las fuerzas del entorno interno y externo de una organización y cómo cada una de estas afecta y contribuyen a la cadena de valor; y cuál es la estrategia que, mediante un plan de acción, desarrolle la ventaja competitiva necesaria para alcanzar los objetivos definidos por la misma (Proter & Kramer, 2011). Este concepto también ayuda a comprender lo que realmente significa un emprendimiento social, y más aún, ayuda a evaluar mejor las oportunidades de desarrollo empresarial que tengan como objetivo la disminución del impacto de uno o varios problemas sociales. Se puede evidenciar esto en lo dicho por el propio Michael Porter en una entrevista realizada por Michaela Driver en la *Western State Colorado University* (2012):

*“... Creo que la idea de valor compartido es fundamental en cuanto a la habilidad de crear los dos simultáneamente: Valor económico y Beneficio social. No se trata realmente de hacer el bien o un trabajo caritativo. En sus cimientos, es sobre negocios. Los negocios crean valor compartido cuando pueden generar utilidad –crear valor económico- mientras simultáneamente satisfaciendo necesidades o metas sociales importantes como mejorar el medio ambiente, reduciendo problemas de salud, mejorando la nutrición, reduciendo la discriminación, mejorando la seguridad ciudadana, etcétera. La idea básica del valor compartido es la que hay muchas oportunidades en subsanar estas necesidades sociales y realmente crear valor económico en el proceso...”*

En esta misma entrevista Porter (2012) explica cómo el valor compartido y las empresas sociales van poco a poco cambiando la manera en la que el capitalismo se transforma para buscar valor en la solución de problemas sociales. El papel educativo también juega un papel crucial en la formación de emprendedores que tomen más en serio esta parte de la economía global y contribuyan en dicha transformación del sistema capitalista, que permita por medio de modelos de negocios y principios de mercado generar utilidad económica de manera perdurable y autosostenible.

## Metodología de la investigación

La presente investigación se considera de **carácter cuantitativo**, por el objetivo, propósito y manera en la que fue construida. La encuesta fue el método de recolección de los datos utilizado y su fuente primaria de información. Dicha encuesta se aplicó a 50 empresas de los cantones de San José, Alajuela, Heredia y Cartago del sector construcción, las cuales determinaron las expectativas de desarrollo de emprendimientos sociales y esfuerzos actuales para alcanzar dicha denominación. Se utilizan las siguientes características de una empresa social:

- ✓ Innovación
- ✓ Sostenibilidad (Rentable y Autosuficiente)
- ✓ Objetivo principal basado en un problema social

La encuesta está compuesta de 8 preguntas cerradas que tienen como fin determinar cuáles características de una empresa social se evidencian en la realidad, y al mismo tiempo cuantificar cuáles son consideradas un emprendimiento sociales por las características expuestas anteriormente. El tiempo calculado de respuesta de toda la encuesta es de 5 a 10 minutos.

La encuesta se dividió en dos partes, las primeras 6 preguntas para, según sus actividades, objetivos y características, obtener una imagen clara de su realidad comparada con lo considerado como una empresa social; las otras 2 para determinar la percepción de las empresas en cuanto a su contribución social. Así mismo, se realizó un **pre-testeo cognitivo** a 10 personas con el fin de analizar qué tanto se conoce del tema y para poder reducir el sesgo que puede generar la mala interpretación de las preguntas. Los participantes del pre-testeo cognitivo fueron

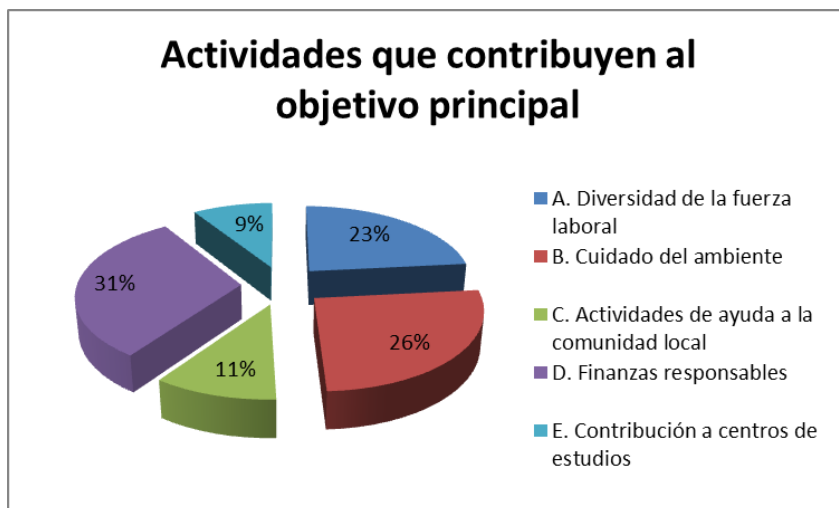
trabajadores del CITI Bank Share Services Center – Costa Rica, ubicado en Forum 1 Santa Ana, con el rango de Officer o mayor, para lo cual es requerido un grado mínimo de Bachiller Universitario en las siguientes áreas: Comercio, Administración, Contaduría, Ingeniería Industrial y Finanzas.

El **nivel de confianza de la encuesta** fue de un 75%, con un **margen de error** de un 8%. La población total considerada fue de 3800 empresas registradas en la cámara de empresas constructoras. La muestra fue de 50 empresas, la encuesta fue aplicada por medio de la herramienta “Survey Monkey” por Internet, lo representa una ventaja a la hora de aplicación. Esta herramienta permitió la realización de encuestas a través de links que luego fueron enviados por correo electrónico, Facebook y Twitter a las diferentes empresas para su realización. Los resultados serán presentados por medio de gráficos, para facilitar así su análisis.

## Discusión de resultados

### Pregunta 1

Aparte del giro habitual del negocio, ¿Cuáles de estas actividades considera usted contribuyen al objetivo principal de la organización donde usted actualmente trabaja?



Fuente: Propia, con base en la investigación de campo realizada

## Resultados

El 73% de las respuestas (A, B y D) sugieren actividades que soportarían un objetivo social con las características necesarias para ser considerado parte de una organización social, y el restante 27% (C y E) no se ajustan al modelo expuesto.

Las actividades determinadas por esta pregunta nos permiten observar cuáles formarían parte del objetivo de una verdadera empresa social. Como vimos en la revisión bibliográfica, Muhammad Yunus (2011) define una empresa social como la que tiene como principal objetivo el atacar un problema social, que sea rentable, autosuficiente, y todo de una manera que sea tan bien dirigida como cualquier negocio que quiera maximizar los beneficios. Es aquí donde las respuestas C y E calificarían como a una empresa NO social bajo el marco bibliográfico expuesto, ya que las palabras “ayuda” y “contribución” no formarían parte de un verdadero objetivo social.

## Pregunta 2

¿Cuál considera usted sea la actividad donde su empresa es más innovadora?



Fuente: Propia, con base en la investigación de campo realizada

## Resultados

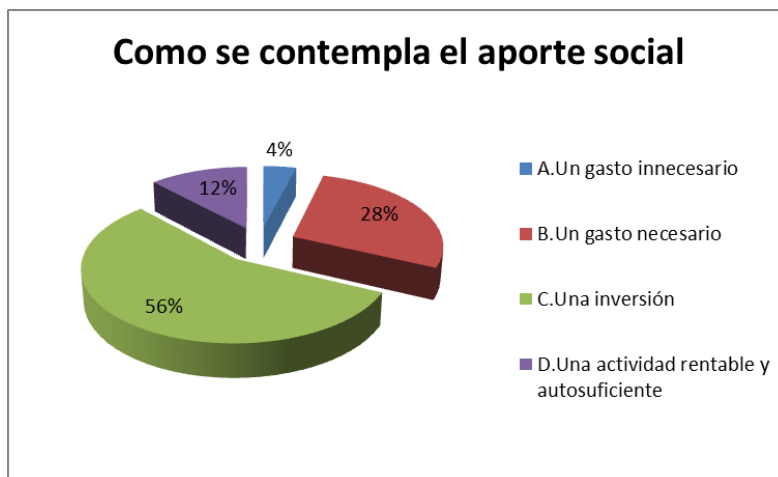
Una parte fundamental de la empresa social perfilada en este artículo corresponde a la innovación, la cual la definimos en términos de soluciones aportadas por la nueva arquitectura de objetivos, estructura, procesos y cultura. En otras palabras, “...Es precisamente esta nueva arquitectura organizacional en términos de objetivos, estructura, procesos y cultural organizacional, las que dan una única capacidad para ofrecer soluciones creativas e innovadoras a problemas sociales...” Escobar & Morales (2011). Es aquí donde nos topamos con que el 55% de las empresas respondieron que son más innovadoras en áreas como la producción, investigación y desarrollo, y recursos humanos, áreas clave para que una empresa

sea considerada innovadora entre el marco expuesto por Escobar & Morales anteriormente (incluido el 9% de la respuesta “G. Todas las anteriores”)

El mercadeo (22%) y Ayuda Social (8%) no se ajustan al perfil que buscamos en una empresa social. El 3% no se considera innovador del todo.

### Pregunta 3

Los planes de responsabilidad social, beneficencia, ayuda comunal o cualquier acción social por parte de su empresa son contemplados como:



Fuente: Propia, con base en la investigación de campo realizada

### Resultados

La pregunta era más directa en este apartado, el 56% de las empresas considera el aporte social como una inversión, el 4% un gasto innecesario y el 28% un gasto necesario. Esto da un total de 88% de las empresas encuestadas que **NO** se ajustan al perfil de una empresa social, en cuanto la visión del aporte social. El 12% lo considera una actividad rentable y autosuficiente, como fue dicho por Michael Porter en una entrevista realizada en el 2012 en *Western State Colorado University* refiriéndose a las empresas del Cuarto Sector de la economía: “... la idea de valor compartido es fundamental en cuanto a la habilidad de crear los dos simultáneamente: Valor económico y Beneficio social. No se trata realmente de hacer el bien o un trabajo caritativo. En sus cimientos, es sobre negocios. Los negocios crean valor compartido cuando pueden generar utilidad –crear valor económico- mientras simultáneamente satisfaciendo necesidades o metas sociales importantes como mejorar el medio ambiente, reduciendo problemas de salud, mejorando la nutrición, reduciendo la discriminación, mejorando la seguridad ciudadana, etcétera. La idea básica del valor compartido es la que hay muchas oportunidades en subsanar estas necesidades sociales y realmente crear valor económico en el proceso...”

## Pregunta 4

¿Por cuánto tiempo ha existido la empresa?



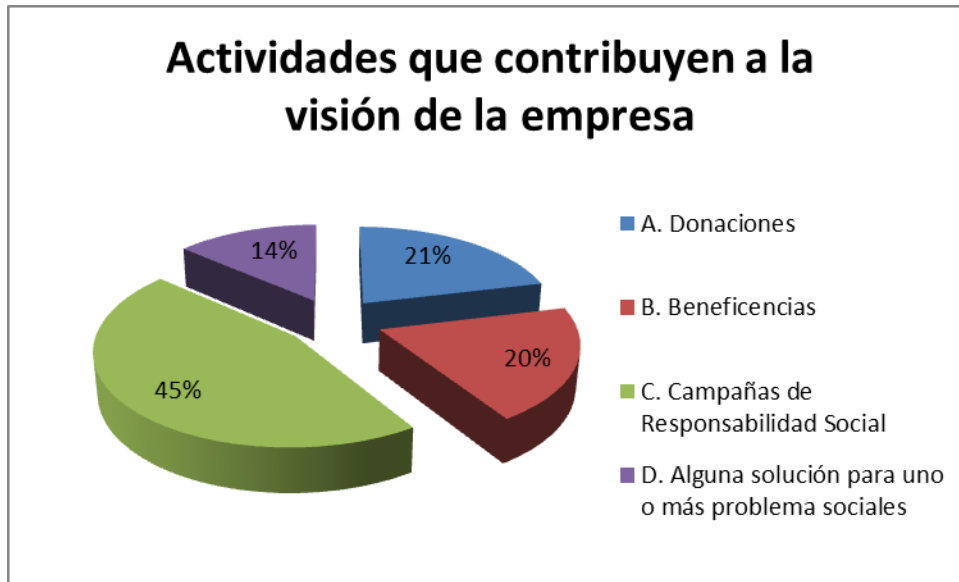
Fuente: Propia, con base en la investigación de campo realizada

## Resultados

Las empresas entrevistadas se componen de un 68% menor a 10 años y el restante 32% mayor a una década. Para efectos de este artículo consideremos un modelo sostenible y perdurable de negocio, parte esencial de una empresa social, una empresa que estuviera en funcionamiento más de 10 años. Si bien es posible que el modelo actual no fuera el mismo del principio, tomaremos ese 32% como parte de las creadas de esa manera o que evolucionaron hasta convertirse en lo que se llama Empresa Social.

## Pregunta 5

¿Cuáles de las siguientes están incluidas en la visión de su empresa?



Fuente: Propia, con base en la investigación de campo realizada

## Resultados

Solo 9 de las 66 respuestas (14%) recibidas en esta pregunta son consideradas como parte del concepto de lo que es una Empresa Social, el restante 86%, si bien no sugiere que tengan una visión errónea, no se acomoda a lo planteado como empresa social. La visión tiene un estrecho lazo con los objetivos de la empresa y como lo buscamos es que "...esta nueva arquitectura organizacional en términos de objetivos, estructura, procesos y cultural organizacional, las que dan una única capacidad para ofrecer soluciones creativas e innovadoras a problemas sociales..." (Escobar & Morales, 2011), solo el 12% de las actividades realizadas que contribuyen a la visión son consideradas como aptas para la construcción de un objetivo realmente social.

## Pregunta 6

¿Cómo considera el diseño organizacional de su empresa?



Fuente: Propia, con base en la investigación de campo realizada

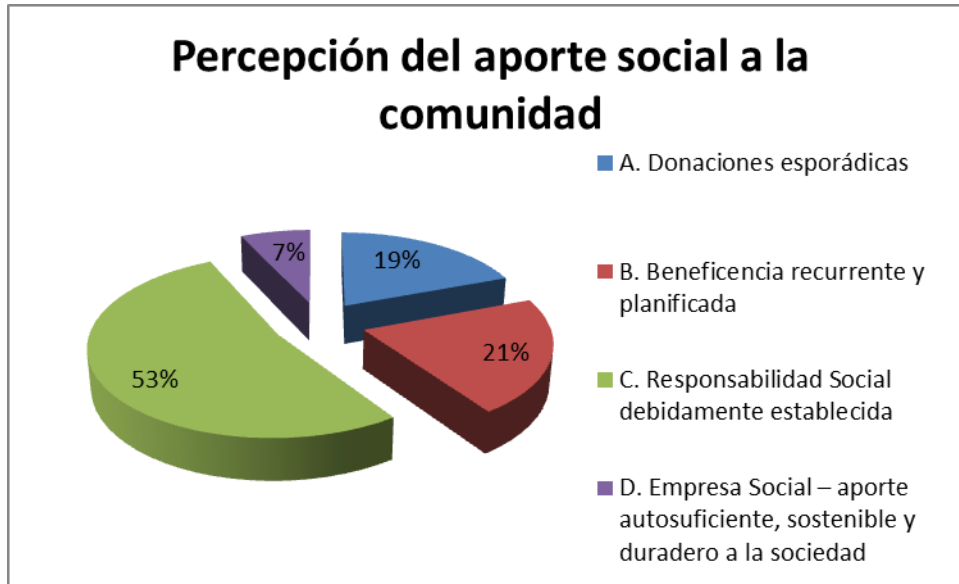
## Resultados

Para efectos del artículo científico, consideramos que el 57% cumple con esta característica de una empresa social, en tanto su estructura organizacional no es igual a todas las empresas o tradicional. En las palabras de Escobar & Morales (2011), refiriéndose al Cuarto Sector o Economía Social, citados en el apartado de Referencia Bibliográfica: “...*Estas son entidades con diseños organizacionales originales, que son en sí mismas innovación social.*”



## Pregunta 7

¿Cuáles de las siguientes identificaría mejor a su empresa en cuanto al aporte social a la comunidad en general?



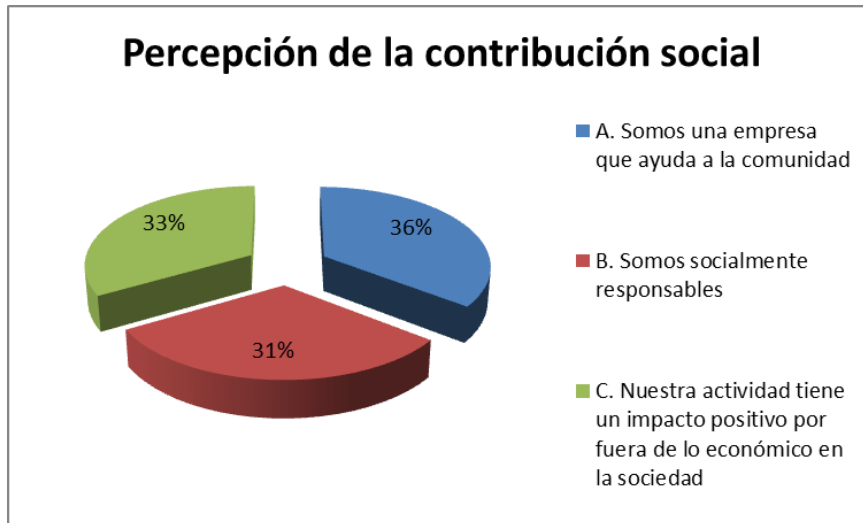
Fuente: Propia, con base en la investigación de campo realizada

## Resultados

Podemos notar cómo la mayoría de las empresas consideran que su aporte es parte de un programa de responsabilidad social (53%). Las donaciones esporádicas y la beneficencia recurrente conforman un 40% de las respuestas, lo que nos da la impresión de que, en el proceso evolutivo de la contribución social de las empresas encuestadas, la mayoría se encuentra a un paso de volverse empresa social, aunque actualmente solo sea el 7%.

## Pregunta 8

¿Cuál de las siguientes expresiones identificaría mejor a su empresa?



Fuente: Propia, con base en la investigación de campo realizada

## Resultados

La percepción se encuentra claramente dividida entre las empresas que ayudan, las que son socialmente responsables y las que se consideran a sí mismas una empresa social. 16 de las 48 empresas que respondieron a esta pregunta (33%) consideran que su actividad tiene un impacto positivo fuera del ámbito económico (salarios, producción, ingresos o utilidades). Muhammad Yunus vio como cualquier buen empresario una oportunidad de negocio, no solo con un mercado enorme desatendido por el sistema financiero moderno, sino también la posibilidad de atacar la raíz de muchos problemas sociales, la pobreza, con una empresa que cumple con los requerimientos para llamarse social. Su principal objetivo es atacar un problema social, ser rentable, autosuficiente, y todo de una manera que sea tan bien dirigida como cualquier negocio que quiera maximizar los beneficios (Yunus, 2011). Esto en tanto se entienda que una empresa social no funciona para dar caridad, sino que busca mediante el modelo empresarial dar continuidad a una idea que contribuya a la aminoración de un problema social.

“...Si se observa los sistemas financieros alrededor del globo, más de la mitad de la población del mundo –de 6 mil millones, más de 3 mil millones, no califican para un préstamo bancario, esto es una vergüenza...” -Muhammad Yunus, entrevistado Febrero 2005 por la reportera Linda O’Byron parra el Nightly Business, mientras asistía al Congreso Mundial del Cuidado de la Salud en Washington, D.C. Estados Unidos.

# Conclusiones

Con base en los resultados provistos por el trabajo de campo en la sección de Discusión de resultados, podemos determinar una respuesta a la pregunta: ¿Cuáles y cuántas empresas en los cantones de San José, Alajuela, Cartago y Heredia del sector construcción tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlos?

Características de una empresa social y resultados obtenidos:

- 1) Problema social conforma parte del objetivo principal de la empresa: 73% de las empresas encuestadas tiene actividades que soportan la solución de problemas sociales. Otra parte de la investigación comprende la visión de la empresa, la cual va muy ligada al objetivo principal, y el 14% de ellas plantea en su visión la solución de uno o más problemas sociales.
- 2) Innovación: 55% se consideran innovadoras en áreas afines al término de empresa social. Diseño organizacional diferente, 57% considera tenerlo.
- 3) Autosuficiente y perdurable, medido por la cantidad de años en funcionamiento de la empresa, considerando en límite de 10 años como mínimo: 32%.

En cuanto a la propia percepción de la empresa:

- 1) El 12% considera que sus actividades y acciones sociales son una actividad rentable y autosuficiente. Se encuentran a un paso de ser consideradas sociales, el 56% que dice lo considera una inversión.
- 2) 7% considera que su aporte social se clasifica como autosuficiente, sostenible y duradero, seguido por 53% que se consideran socialmente responsables.

Si tomamos en cuenta acciones reales por parte de las empresas, 39.5% son actualmente empresas sociales o están cerca de considerarse una empresa social. Por otra parte, de las empresas encuestadas en promedio 9.5% se consideran empresa social y 55% en promedio están a un paso de ser consideradas empresas sociales. Solo tres empresas (6%) cumplen con todos los requisitos para considerarse, de acuerdo con lo visto como tal a lo largo del artículo, un emprendimiento social. Estas son Cerámicas Ángel S.A. y dos anónimas que no dieron su nombre en la encuesta. Partiendo de la premisa de que las empresas socialmente responsables están a un paso de ser consideradas empresas sociales, algunas todavía consideran la ayuda social como una inversión o gasto y no una actividad sostenible, otras no tienen la cantidad de años para que se considere un emprendimiento durable, los objetivos, visión y misión de otras no contemplan la solución de uno o más problemas sociales. En otros casos tenemos todo los demás factores cumplidos, pero su diseño organizacional no es original y/o no son innovadoras en las áreas en las cuales las empresas sociales deberían serlo, como fue visto en la sección de revisión bibliográfica.

# Lista de Referencias

- Birch, Kean & Whittam, Geoff (2008). *The Third Sector and the Regional Development of Social Capital*. Routledge Regional Studies; Apr2008, Vol. 42 Issue 3, p437-450, 14p.
- Cardenau, Paula (2009). Empresas Sociales Latinoamericanas: Entrevista con Rebeca Villalobos de ASEMBIS, Costa Rica. Segunda entrevista realizada para NextBillion en Español. Ashoka.
- Dalvi, Tiago (2009). Empresas Sociales; Aprendizajes Sobre la Práctica de Emprendedores Sociales. Encuentro de Negocios y Tecnologías Sociales Ashoka Lemelson Artemisia, Sao Paulo, Brazil.
- Driver, Michaela (2012). An Interview With Michael Porter: Social Entrepreneurship and the Transformation of Capitalism. *Academy of Management Learning & Education*; Sep2012, Vol. 11 Issue 3, p421-431, 11p.
- Eitzen, D. Stanley and Zinn, Maxine Baca (2006). *Social Problems* (Tenth Edition) Boston: Pearson (Allyn and Bacon).
- Escobar, J. J. ^ Morales Gutiérrez, A. C. (2011). Social, economy and the fourth sector, base and protagonist of social innovation.
- Toledano, Nuria (2011). Emprendimiento social: una nueva narrativa para la práctica de la economía social. CIRIEC - España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*; 2012, Issue 73, p9-31, 23p.
- GÓMEZ, J.M<sup>a</sup> Y FERNÁNDEZ, J.E. (2008). “La economía social en el desarrollo económico regional: un análisis del subsector de mercado en Castilla y León”. *Estudios de Economía Aplicada*, nº 26-1, abril 2008, pp. 253-274.

Jiménez Escobar, Julio & Morales Gutiérrez, Alfonso Carlos (2012). Economía social y cuarto sector, sustrato y protagonista de la innovación social. CIRIEC - España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa; 2012, Issue 73, p33-60, 28p.

JUSTE CARRIÓN, J., GÓMEZ GARCÍA, J., & FERNÁNDEZ ARUFE, J. (2011). Economía social y desarrollo local/rural. Un análisis de sus sinergias (Spanish). Estudios De Economía Aplicada, 29(1), 189-221.

Juste Carrión, Juan José; Gómez García, Jesús María & Fernández Arufe, Josefa Eugenia (2011). Economía social y desarrollo local/rural. Un análisis de sus sinergias. Estudios de economía aplicada vol. 29 - 1 2011 págs. 189 – 222, Universidad de Valladolid, España.

R.L Horton, R.E.Larson, et. Al. (1997). The sociology of social problems. Prentice Hall.

Sanchis Palacio, J. R. & Melian Navarro, A. (2011). Emprendedurismo social y nueva economía social como mecanismos para la inserción sociolaboral. ONGAWA. Recuperado de <http://www.ongawa.org/rscpymes/files/2011/10/51.pdf>.

Sullivan, Thomas J. (2006). Introduction to Social Problems (7th Edition) Boston: Pearson (Allyn and Bacon).

Sociedades especiales constituidas, clasificadas por tipo de sociedad, CC.AA., meses y número de sociedades y capital (en miles de euros)

<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t30/p151/2000-2008/l0/&file=d30011.px&type=pcaxis&L=0>

Sociedades especiales constituidas, clasificadas por tipo de sociedad, Comunidades y Ciudades Autónomas, periodo y número de sociedades y capital (en miles de euros)

<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t30/p151/serie/l0/&file=03002.px&type=pcaxis&L=0>

Porter, M. E. & Kramer, Mark (2011). Creating Shared Value: Redefining Capitalism and the Role of the Corporation in Society. Harvard Business Review, Jan. 2011.

Lejarriaga Pérez de las Vacas, Gustavo; Bel Durán, Paloma; Miranda García, Marta (2009).

Rescatado el 15 de marzo del sitio

[http://www.esmadrid.com/monograficos/varios/libro\\_blanco/04\\_lb\\_socilaborales.pdf](http://www.esmadrid.com/monograficos/varios/libro_blanco/04_lb_socilaborales.pdf) Libro Blanco sobre las Empresas de Participación de Trabajo (Economía Social) de la Ciudad de Madrid.

Yunus, Muhammad, and Karl Weber. Las empresas sociales: una nueva dimensión del capitalismo para atender las necesidades más acuciantes de la humanidad. Barcelona: Paidós, 2011. Print.

# Anexo 1 – Cuestionario Pretesteo

Buenos días

Mi nombre es Eduardo Flores van Gelder, soy estudiante de la carrera de administración de negocios a nivel de licenciatura con énfasis en Comercio Internacional de la ULACIT.

Estoy realizando una investigación sobre los problemas sociales y el emprendedurismo social en el Gran Área Metropolitana por lo que le solicito de 5 a 10 minutos de su tiempo para responder 8 simples preguntas.

No hay preguntas correctas o incorrectas, son únicamente objeto de estudio académico y no han de ser compartidas con nadie con fines distintos al didáctico.

**1. Aparte del giro habitual del negocio. ¿Cuáles de estas actividades considera usted contribuyen al objetivo principal de la organización donde usted actualmente trabaja?**

- a) Diversidad de la fuerza laboral
- b) Cuidado del ambiente
- c) Actividades de ayuda a la comunidad local e.
- d) Finanzas responsables
- e) Contribución a centros de estudios

**2. ¿Cuál considera sea la actividad donde su empresa es más innovadora?:**

- |                               |                     |
|-------------------------------|---------------------|
| a) Producción                 | d) Finanzas         |
| b) Investigación y Desarrollo | e) Recursos Humanos |
| c) Mercadeo                   | f) Ayuda Social     |
|                               | g) Ninguna          |
|                               | h) Todas            |

**3. Los planes de responsabilidad social, beneficencia, ayuda comunal o cualquier acción social por parte de su empresa son contemplados como: \_\_\_\_\_**

- a) Un gasto innecesario
- b) Un gasto necesario
- c) Una inversión
- d) Una actividad rentable y autosuficiente

**4. ¿Por cuantos años ha estado funcionando su empresa?**

- a) 1 – 5 años
- b) 5 – 10 años
- c) 15 – 20 años
- d) +20 años

**5. ¿Cuáles de las siguientes están incluidas en la visión de su empresa?**

- a) Donaciones
- b) Beneficencias
- c) Campañas de Responsabilidad Social
- d) Alguna solución para uno o más problema sociales

**6. ¿Cómo considera el diseño organizacional de su empresa?**

- a) Tradicional, igual a cualquier otra empresa
- b) Diferente

**7. ¿Cuáles de las siguientes identificaría mejor a su empresa en cuando el aporte social a la comunidad en general?**

- a) Donaciones esporádicas
- b) Beneficencia recurrente y planificada
- c) Responsabilidad Social debidamente establecida
- d) Empresa Social – aporte autosuficiente, sostenible y duradero a la sociedad

**8. ¿Cuál de las siguientes expresiones identificaría mejor a su empresa?**

- a) Somos una empresa que ayuda a la comunidad
- b) Somos socialmente responsables
- c) Nuestra actividad tiene un impacto positivo por fuera de lo económico en la sociedad

Muchas gracias por su aporte.

Si desea conocer los resultados y contenido de esta investigación por favor hacerlo saber por el mismo medio por el que recibió este cuestionario.



# Anexo 1 – Cuestionario Postesteo

Buenos días

Mi nombre es Eduardo Flores van Gelder, soy estudiante de la carrera de administración de negocios a nivel de licenciatura con énfasis en Comercio Internacional de la ULACIT.

Estoy realizando una investigación sobre los problemas sociales y el emprendedurismo social en las provincias de San Jose, Alajuela, Cartago y Heredia del sector construcción por lo que le solicito de 5 a 8 minutos de su tiempo para responder 8 preguntas. No hay preguntas correctas o incorrectas, son únicamente objeto de estudio académico y no han de ser compartidas con nadie con fines distintos al didáctico.

**1) Aparte del giro habitual del negocio. ¿Cuáles de estas actividades considera usted contribuyen al objetivo principal de la organización donde usted actualmente trabaja? (Respuesta Múltiple)**

- a) Diversidad de la fuerza laboral
- b) Cuidado del ambiente
- c) Actividades de ayuda a la comunidad local
- d) Finanzas responsables
- e) Contribución a centros de estudios

**2) ¿Cuál considera sea la actividad donde su empresa es más innovadora?: (Respuesta Múltiple)**

- a) Producción
- b) Investigación y Desarrollo
- c) Mercadeo
- d) Finanzas
- e) Recursos Humanos
- f) Ayuda Social
- g) Todas las anteriores
- h) Ninguna

**3) Los planes de responsabilidad social, beneficencia, ayuda comunal o cualquier acción social por parte de su empresa son contemplados como:\_\_\_\_\_ (Respuesta Única)**

- a) Un gasto innecesario
- b) Un gasto necesario
- c) Una inversión
- d) Una actividad rentable y autosuficiente

**4) ¿Por cuánto tiempo ha existido la empresa?**

- a) 1 – 5 años
- b) 5 – 10 años
- c) 15 – 20 años
- d) +20 años

**5) ¿Cuáles de las siguientes están incluidas en la visión de su empresa? (Respuesta Múltiple)**

- a) Donaciones
- b) Beneficencias
- c) Campañas de Responsabilidad Social
- d) Alguna solución para uno o más problema sociales

**6) ¿Cómo considera el diseño organizacional de su empresa?**

- a) Tradicional, igual a cualquier otra empresa
- b) Diferente

**7) ¿Cuáles de las siguientes identificaría mejor a su empresa en cuando el aporte social a la comunidad en general? (Respuesta Múltiple)**

- a) Donaciones esporádicas
- b) Beneficencia recurrente y planificada
- c) Responsabilidad Social debidamente establecida
- d) Empresa Social – aporte autosuficiente, sostenible y duradero a la sociedad

**8) ¿Cuál de las siguientes expresiones identificaría mejor a su empresa? (Respuesta Única)**

- a) Somos una empresa que ayuda a la comunidad
- b) Somos socialmente responsables
- c) Nuestra actividad tiene un impacto positivo por fuera de lo económico en la sociedad

La encuesta es totalmente anónima y los resultados serán combinados para el análisis de los mismos, para fines de control en la aplicación de las encuestas cual es el nombre de su empresa: \_\_\_\_\_

Muchas gracias por su aporte. Si desea conocer los resultados y contenido de esta investigación por favor hacerlo saber por el mismo medio por el que recibió este cuestionario.