

¿Cuáles y cuántas empresas en la provincia de Alajuela tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlas?

Autora: Luisa G. Soto de Souza¹

Resumen

El emprendedurismo es una práctica que ha transformado la manera de hacer negocios, materializar ideas y la promoción del desarrollo sustentable de las empresas. Al ser este un fenómeno que a pesar de no ser reciente sigue aflorando en la economía mundial. El propósito de la investigación es determinar cuáles empresas en Alajuela quieren convertirse en emprendimiento social y de ser así, qué esfuerzos e iniciativas han desarrollado para alcanzar tal objetivo.

La concentración de la investigación es determinar si existen en las empresas los pilares más determinantes del emprendedurismo social: la innovación, la sustentabilidad de la empresa y la convicción social.

Los cuestionarios aplicados en la investigación pretendían demostrar el funcionamiento y la naturaleza de las empresas encuestadas en la provincia de Alajuela; ya que, para ser consideradas como emprendimientos sociales, su formación debería responder a objetivos sociales. Sin embargo; en su gran mayoría estas demostraron tener como objetivo la comercialización de bienes y servicios con el fin único de obtener ganancias.

La investigación arroja resultados variados que podrían prestarse a confusiones. El desarrollo de políticas que forman parte de programas de responsabilidad social empresarial y el desarrollo de prácticas sociales, no garantizan la consolidación de las empresas como emprendimientos sociales.

¹ *Bachiller en Periodismo por la Universidad Latina de Costa Rica, optando por el grado de Licenciatura en Negocios Internacionales en la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología (ULACIT).*

A modo de conclusión, las empresas en Alajuela que forman parte de esta investigación y que demostraron mediante la recopilación de datos en el campo, ser emprendimientos sociales, poseen una sólida convicción y compromiso con su comunidad, con los programas de responsabilidad social empresarial y con la generación de valor agregado a través de sus prácticas comerciales, las mismas demuestran ser sostenibles a través del tiempo lo cual, determina que los emprendimientos sociales representan una alternativa de negocios sólida y viable que genera beneficios trascendentales.

Palabras clave: *Empresa, Empresario, Negocio, Responsabilidad social, Desarrollo comunitario*

Abstract

Entrepreneurship is a practice that has transformed the way of doing business, materializing ideas and the promotion of sustainable development of enterprises. This can be a phenomenon that despite not being recent is still rising in the global economy. The purpose of this research is to determine whether companies in Alajuela want to incorporate social entrepreneurship ideas and if so, what efforts and initiatives have been developed to achieve this goal.

The concentration of the research is to determine if there are companies the most crucial pillars of social entrepreneurship: innovation, sustainability of the company and social conviction.

The applied research surveys intent to demonstrate the operation and the nature of the companies surveyed in the province of Alajuela; since to be considered social entrepreneurship companies, they should respond to social objectives, however most of them showed to aim at the trade of goods and services for the purpose of profit only.

Research yields mixed results that might lead to confusion. The development of policies that are part of programs of corporate social responsibility and development of social practices do not guarantee the consolidation of companies as social enterprises.

In conclusion, companies in Alajuela that are part of this investigation and that proved by collecting data in the field being social entrepreneurship, possess a solid conviction and commitment with its community, programs of corporate social responsibility and the generation of value added through their business practices, they prove to be sustainable over time which determines that social entrepreneurship represent a solid alternative for business and viable generating far-reaching benefits.

Key words: *Entrepreneurship, enterprise, business, social responsibility, community development*

Introducción

Los proyectos de emprendimiento social forman parte los nuevos objetivos de muchas empresas en Costa Rica y en el nivel internacional; a pesar de que el concepto es relativamente nuevo, cada día se suman más empresas a formar parte de esta práctica, en aras de fomentar en la comunidad programas que permitan el crecimiento y desarrollo de la comunidad donde se devuelven.

El emprendimiento social es un concepto que abarca varias esferas tanto empresariales como sociales, y este integra la innovación, las buenas estrategias económicas y el objetivo de generar un bien social. Las políticas de emprendimiento social y su concepto no funcionan aislados, para que este se lleve a cabo es necesario que en estos participen emprendedores sociales, que se convierten en el motor para llevar a cabo dichos proyectos.

Esta práctica se ha definido también como “la nueva economía mundial”, denominación que se le ha atribuido fundamentado en la rápida expansión y crecimiento de los emprendedores sociales globalmente. Las empresas de carácter social, o emprendedoras sociales corresponden aquellas que no sólo la generación de utilidades es su fin único – como sucede con las empresas comerciales- sino que su razón social busca no sólo las ganancias económicas sino también el desarrollo social y la satisfacción de las necesidades de la comunidad en que se desenvuelven. (Melían, 2009)

Uno de los aspectos más significativos del emprendedurismo social es que los proyectos asociados a esta práctica tienen como objetivo la creación de valores sociales a través de su

funcionamiento. No obstante; esto no excluye que estas empresas también mantengan prácticas propias de los negocios convencionales, con sus debidas políticas financieras y administrativas.

Además de esto, el emprendedurismo social está asociado directamente a la creación de un valor social que implica la integración de factores importantes para el desarrollo de los negocios, como lo son: la innovación y el aprovechamiento de los recursos financieros, logrando con estos un desarrollo social, económico y comunitario.

Adicionalmente, estas empresas que sostienen dichas prácticas logran la generación de valor social a través de distintas maneras que van desde el aporte financiero a organizaciones sin fines de lucro para el desarrollo de programas específicos hasta la integración personas excluidas socialmente en sus grupos de fuerza laboral. (Curto, 2012)

La provincia de Alajuela corresponde a una de las más importantes de Costa Rica, en términos de población y desarrollo. Recientemente una oleada de establecimiento de empresas y construcción de parques industriales ha modificado el concepto de “ciudad dormitorio” para convertirla en una provincia de creciente desarrollo social y económico.

Al ser el objetivo último de los emprendimientos sociales crear estrategias de mercado para alcanzar un objetivo y desempeño en una dimensión social y ambiental, buscando un beneficio económico y un correcto aprovechamiento de sus recursos económicos entre otros objetivos, la importancia de generar una exposición y conocer de manera directa cuáles son los motivos y los esfuerzos aplicados para llevar a cabo estas mejoras, es muy significativo para la construcción de una cultura empresarial mucho más responsable y organizada en favor de la comunidad.

Por lo señalado, es de gran importancia desarrollar esta investigación ya que permite analizar de una manera más amplia los objetivos que presentan los proyectos de desarrollo en el marco del emprendedurismo social y poder encontrar soluciones prácticas a dichas problemáticas, con el fin de que estos esfuerzos promovidos por las empresas radicadas en la provincia de Alajuela se ventilen y expongan para que puedan ser estimulados en aras de que los mismos sean viables y puedan llevarse a cabo.

En tal sentido, el objetivo de la investigación presentada en este artículo científico busca definir cuáles y cuántas empresas en la provincia de Alajuela tienen expectativas de realizar proyectos de emprendimiento social y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlas.

Revisión bibliográfica

Llamada la nueva economía social, el emprendedurismo social ha sido definido en diversas ocasiones como una forma de negocios que llevan a cabo los emprendedores sociales (Sánchez y Melián, 2009) siendo que estos se conocen como las personas que presentan soluciones para los problemas más apremiantes de una sociedad; la ambición y la innovación de sus ideas provoca significativos cambios en su entorno.

El movimiento de emprendimiento social se encuentra en una buena coyuntura que parece cada vez más propiciar su desarrollo y crecimiento. Una reestructuración de la economía en la sociedad puede verse apoyada por el emprendedurismo social (Melián y Campos, 2010) donde las personas y las comunidades tengan la posibilidad de beneficiarse y mejorar su calidad de vida, logrado por la no exclusión y la incorporación de prácticas en cuestiones sociales.

La iniciativa del emprendimiento social, está guiada en muchas ocasiones por los emprendedores sociales, estos empresarios sociales tienden a ser individuos con capacidad de generación de ideas innovadoras. La ejecución de ideas aun no probadas para cambiar aspectos de la sociedad con una combinación de creatividad, innovación y ejecución inquebrantable definen claramente la búsqueda de un emprendedor social. (Echoing Green, 2006)

Sin embargo; Paul Light defendió en el 2006 la teoría de que en su mayoría los estudios sobre emprendimiento social se basan en analizar los perfiles de los emprendedores sociales y por tanto se deja de lado que exista la posibilidad de que el concepto sea mucho más amplio y que estas características no definan o condicionen la realización de los proyectos de emprendimiento.

Un concepto establecido por Arthur Cole 1959: “Ser empresario es la actividad personal de un individuo o grupo de individuos que toman la iniciativa, mantienen y crecen una unidad de negocio orientada a la producción y distribución de bienes y servicios”, representa una conceptualización de lo que implica el papel del empresario en la sociedad y en la empresa.

La organización *Public Innovators* a su vez también concuerda con análisis hechos previamente y comentarios que anotan las características de las empresas sociales; una respuesta a los fallos existentes en el mercado, innovación transformadora y una sostenibilidad financiera.

No sólo la intención del emprendedor social es fundamental para la creación de las empresas, sino que también; las alianzas estratégicas con otras empresas le permitirán llevar a cabo sus proyectos (Curto, 2012). La generación de valor social está relacionada con el complejo proceso de aspectos amplios, que una sola persona o emprendedor puede que no disponga de todos los recursos para la generación de valor social, es donde la alianza y la conformación de grupos se vuelven un eje central para el emprendedor, procurando que sus aliados compartan la política de responsabilidad empresarial que los define.

Uno de los aspectos más relevantes y que tiende a confundir la iniciativa de los emprendedores sociales es el equivocado concepto que en el mundo de los negocios se ha tenido la tendencia de que el valor social no puede estar asociado al lucro, siendo el emprendedurismo social y sus iniciativas aquello que modifica la tendencia y permite crear totalmente lo contrario. (León, 2010) Sin embargo; Milton Friedman (1970) contempla que la única responsabilidad social de los negocios está en el incremento de sus utilidades y deben enfocarse exclusivamente a esto, contrario a lo que plantean Porter y Kramer (2002) sobre la responsabilidad que mantienen las empresas con la sociedad.

El fin último de la creación de los mercados de emprendedurismo social es entonces la generación de valor social; a través de estas prácticas contribuir a nuevas oportunidades laborales o la sostenibilidad de las empresas, que a su vez generan lucro y utilidades. (Ashoka, 2013)

En la creación y el desarrollo de una sociedad más emprendedora, es fundamental la sensibilización de tanto inversores como consumidores, que sean más responsables para la sociedad. Al modificar las prácticas de consumo se evoluciona a empresas que sean más responsables y a su vez comprometidas con la causa. Los procesos de emprendimiento social conllevan un balance que integra el comportamiento social y el económico, que a su vez genera un valor social y uno económico. (Chell, 2007, p. 17)

El concepto de las empresas sociales no difiere mucho del de las empresas convencionales que conocemos, puesto que estas también venden productos o servicios en el mercado. (Melián, 2011) Sin embargo; su distinción radica en las políticas que han implementado la inserción laboral y las buenas prácticas de empleabilidad. El acceso a los trabajos asalariados es un factor fundamental para el proceso de socialización de las personas. (Melián, 2011)

En la región centroamericana el emprendedurismo es un tema aún poco explorado. Se ha enfocado el sistema en el apoyo de la pequeña y mediana empresa preexistente, más existe una debilidad en la generación y creación de una empresa nueva. (Lebendiker, 2012) La investigación por realizar apunta también la necesidad de conocer la intencionalidad de llevar a cabo estos proyectos para identificarlos y promover su plan de acción.

Dicho lo anterior, siendo el objeto de estudio de esta investigación las empresas sociales en la región de Alajuela, serán aquellas que cumplan y persigan los objetivos clave; el social, que busque una inserción socio-laboral de los colectivos incluidos en regímenes de exclusión, las prácticas económicas, que construya y mantenga una eficacia empresarial y sin dejar de lado que estos incluyan los finales sociales de la misma, tal como menciona en su investigación. (Navarro, Sánchez, Climent: 2011)

Michael Porter (2009) definió la existencia de tres tipos de economías; aquellas basadas en recursos, eficiencia e innovación. Centroamérica es una región de economías basadas en recursos, sin embargo; Costa Rica y Panamá se han contemplado en economías de eficiencia. (Lebendiker, 2012)

Las necesidades insatisfechas por parte de los gobiernos y las autoridades en tema de estimulación de emprendimiento aunado a las necesidades de los empresarios incipientes a

surgir, ha hecho que las iniciativas surjan desde la sociedad civil. (Curto, 2012) Los programas fallidos de gobierno, a menudo estimulan a personas a proponer soluciones paliativas para encontrar respuestas a problemas sociales.

Al ser objeto de esta investigación una muestra de empresas de la provincia de Alajuela, Costa Rica, se ha conocido que el país es ha alcanzado altos niveles de desarrollo empresarial, inversión extranjera y fomento del crecimiento económico; a pesar de esto, un estudio de innovación mundial demostró que uno de los aspectos por mejorar en el Índice Mundial de Innovación correspondía al emprendedurismo. (INSEAD, 2012)

Para el desarrollo de un gremio empresarial que se identifique más con el emprendimiento social, el Estado y las autoridades empresariales deben estimular y fomentar dicho emprendimiento, no siendo el único motor del mismo. Petry, P. y Lebediker, M. 2011 identificaron en su estudio sobre emprendedurismo en Costa Rica, que el país presenta fuertes deficiencias en la estimulación de estas prácticas. Una de las faltas encontradas, fue el acceso a la información sobre el tema contemplado en los programas de gobierno.

Uno de los temas más sensibles de realizar la investigación en Costa Rica, es el retraso en el desarrollo de dichos aspectos, el informe Estado de la Nación de 2010 alertó que Costa Rica no muestra condiciones superiores institucionales, financieras, de infraestructura y educativas para lograr fomentar actividades de mayor generación de valor agregado. La mayoría de las empresas que operan en el país funcionan en zonas de confort sin generar competencia nacional entre emprendedores.

Alajuela es una provincia que ha desarrollado a través de su gobierno local políticas para transformar el cantón en más inclusivo y solidario, a partir de programas y empresas de carácter social. Basados en el principio de la sustentabilidad, procurando que comunidades se beneficien de este Plan de Desarrollo llevado a cabo en la administración Thompson 2013.

El emprendedurismo tiene un impacto directo en el desarrollo económico de una sociedad y es especialmente de importancia en los países en vías de desarrollo (Guzmán y Trujillo, 2008), Costa Rica forma parte de ellos y por consecuencia la provincia de Alajuela. La

investigación busca identificar cómo las empresas de emprendimiento social en la región propiciarán el desarrollo económico y social del mismo.

Metodología de la investigación

Esta investigación, por los propósitos y la forma en que fue desarrollada, se consideró de carácter cuantitativo, donde se empleó la encuesta como método de recolección de los datos y como fuente primaria de la investigación. La misma cuenta con una serie de limitantes, que se categorizarán en:

Limitantes geográficas: la muestra elegida se basó en la ubicación geográfica, por lo tanto las empresas que participaron sólo podían estar ubicadas en Alajuela. Esta limitante fue establecida de esta manera por afinidad del investigador.

Limitantes temporales: en cuanto a limitantes temporales, al tener la investigación un plazo de entrega de diez semanas, dificulta realizar una investigación más extensa.

Limitantes materiales: al determinar las limitantes materiales, tomamos en consideración que existe una naturaleza intrínseca de los encuestados por acertar o favorecerse a la hora de ser cuestionados sobre sus prácticas, la deseabilidad social es una de las limitantes materiales que más afectan la investigación.

El tipo de muestreo que se realizó no es probabilístico, ya que se tomó una muestra por conveniencia o intencional. Esta metodología es aplicada en este caso porque la amplitud geográfica representaría un excesivo costo (económico y temporal). La utilización del método no probabilístico no permite la realización de generalidades, ni las inferencias sobre la población estudiada, pues no se puede afirmar con certeza que la muestra sea representativa, a pesar de que los sujetos fueron seleccionados, se siguieron criterios determinados que procuran que en la medida de lo posible esta muestra haya sido representativa para la investigación.

La encuesta se aplicó a 50 empresas que se localizan en la provincia de Alajuela y que a su vez reunían características que permitieran identificarlas como empresas de carácter social. Las principales características que deben cumplir las empresas son:

- Tener una base y fundamento de creación de carácter social que promueva las buenas prácticas laborales, económicas y sociales.
- La empresa debe estar dispuesta a implementar programas de tipo social y mecanismos que promuevan la generación de valor agregado para el mejoramiento de la comunidad.
- Las empresas deben estar localizadas en la provincia de Alajuela.

La encuesta está compuesta por dos preguntas cerradas con el fin de delimitar los conocimientos que poseen las empresas sobre el emprendimiento social. De igual manera, posee tres preguntas de tipo mixto, incluyendo selección única, con la posibilidad de realizar comentarios y observaciones finales, con el fin de incorporar a la investigación los diferentes métodos y soluciones que las empresas que desean llevar a cabo programas de emprendimiento social realizan para alcanzar dicha meta. Además de tres preguntas de selección múltiple, con posibilidad de elecciones varias, y una pregunta de enumeración que pretende conocer elementos y virtudes de la empresa.

El tiempo calculado para la realización de esta encuesta es diez minutos. En cuanto a los temas, se entrelazaban a lo largo de la misma para mayor dinámica de los participantes. La encuesta se dividió en secciones para su mayor entendimiento, la primera sección corresponde a; generalidades y conocimiento del tema. La segunda sección; abarca temas que corresponden a las posibles prácticas de emprendimiento social que puedan estar procurando realizar las empresas en la provincia de Alajuela. La última sección; corresponde a la identificación de alianzas y proyectos que las empresas están realizando o quieren realizar para alcanzar las metas de un programa o proyecto de emprendimiento social.

Al mismo tiempo se realizó un pretesteo cognitivo a diez 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 proceso de pretesteo cognitivo fueron

personas con conocimientos en áreas empresariales que voluntariamente accedieron a participar de este proceso. Ninguno de los participantes es experto en el tema de emprendedurismo social, sin embargo; se consultó a un experto en la materia para que realizara un aporte en la formulación de las preguntas y evitar caer en redundancias.

El nivel de confianza de la encuesta fue de un 79.7 % con un margen de error de un 9 %. Las encuestas fueron aplicadas de manera física o por vía telefónica a propietarios o en su defecto, administradores de las empresas que accedieron a tomar la encuesta. A su vez los resultados serán presentados por medio de gráficos para facilitar la interpretación de los mismos.

Discusión de resultados

Pregunta N° 1

1. ¿Cuál es la misión de su empresa?

Análisis

Las empresas encuestadas optaron por definir la misión de las mismas en alguna de las categorías representadas anteriormente. A pesar de que algunas de ellas, no siendo la mayoría, la misión no se encuentra realmente definida.

Misión de la empresa

- Brindar un servicio o producto
- Comercialización de servicio / producto
- Ofrecimiento de servicio / producto
- Desarrollo comunitario
- Misión no definida

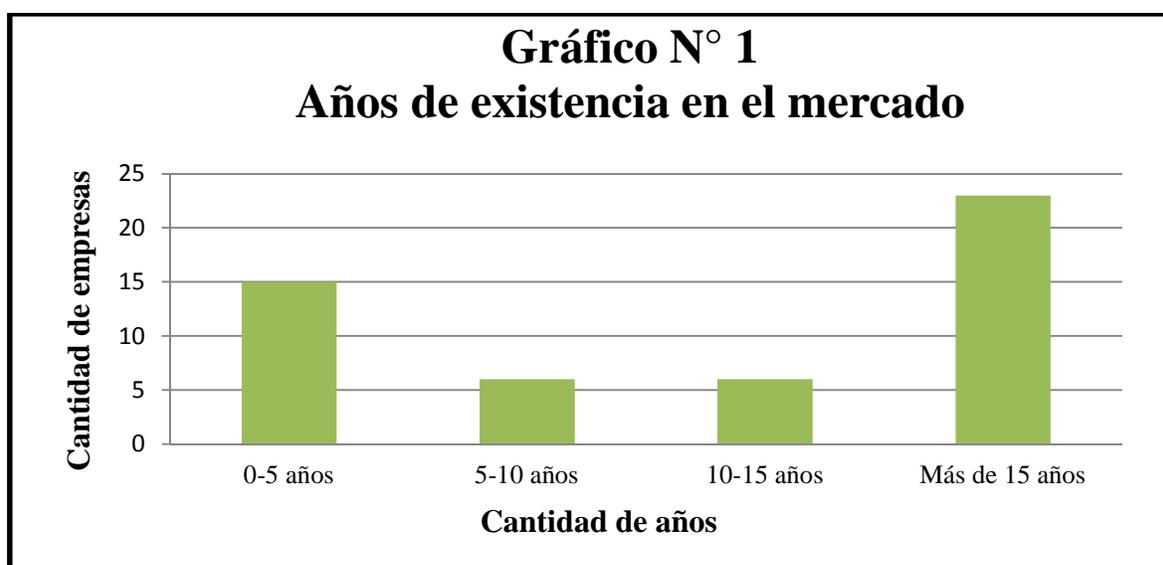
Una de las definiciones de las misiones de estas empresas encuestadas, corresponde a brindarles a los clientes un producto o servicio, otro tanto considera que su misión es la

comercialización de un producto o servicio y nuevamente de manera reincidente otro grupo expresó que su misión es el ofrecimiento de un servicio o producto.

No obstante; una minoría definió su misión con un objetivo que responde de alguna manera al desarrollo comunitario o promoción de la educación y crecimiento de su negocio a través de un objetivo social.

La misión de las empresas características por ser emprendedoras sociales, constituyen una misión definida con un objetivo social. La comercialización, venta y ofrecimiento de productos con el fin único de generar lucro distan de lo que la investigación promete considerar como empresas típicas emprendedoras sociales, según lo definido en la revisión bibliográfica.

Pregunta N°2



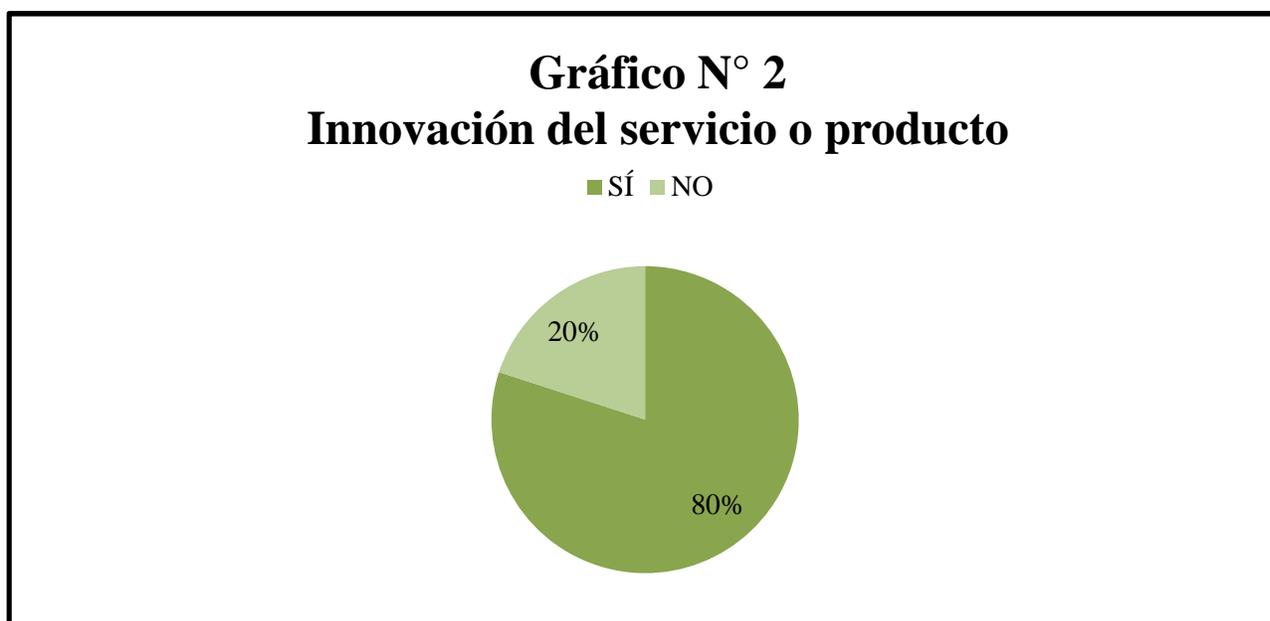
Fuente: Fuente propia con base en investigación de campo realizada

Análisis

Con respecto a la trayectoria de las empresas encuestadas, se puede deducir que en su mayoría estas se han mantenido una estructura empresarial que les ha permitido ser sustentables a lo largo de los años.

Las empresas que han estado en el mercado por aproximadamente de 0 a 5 años representan el 30 % esto equivale a 15 empresas. Aquellas que han estado en el mercado de 5 a 10 años representan el 12 %, equivalente a seis empresas, los mismos resultados de este rubro se repiten para aquellas empresas que han estado en el mercado de 10 a 15 años, las cuales igualmente siendo seis representan el 12 %. Las empresas que han permanecido en el mercado por más tiempo, más de 15 años tienen un mayor número de representantes, 23, lo cual representa el 46 % de la muestra.

Pregunta N° 3



Fuente propia con base en investigación de campo realizada

Análisis

Con respecto a la innovación de los productos o servicios ofrecidos por las empresas encuestadas la mayoría de ellas considera que los productos o servicios que ofrecen son innovadores, siendo así que el 80 %, un equivalente a 40 empresas, considera que SÍ ofrece un producto o servicio innovador y el 20 % restante, equivalente a 10 empresas que no considera que la labor que realiza sea innovadora.

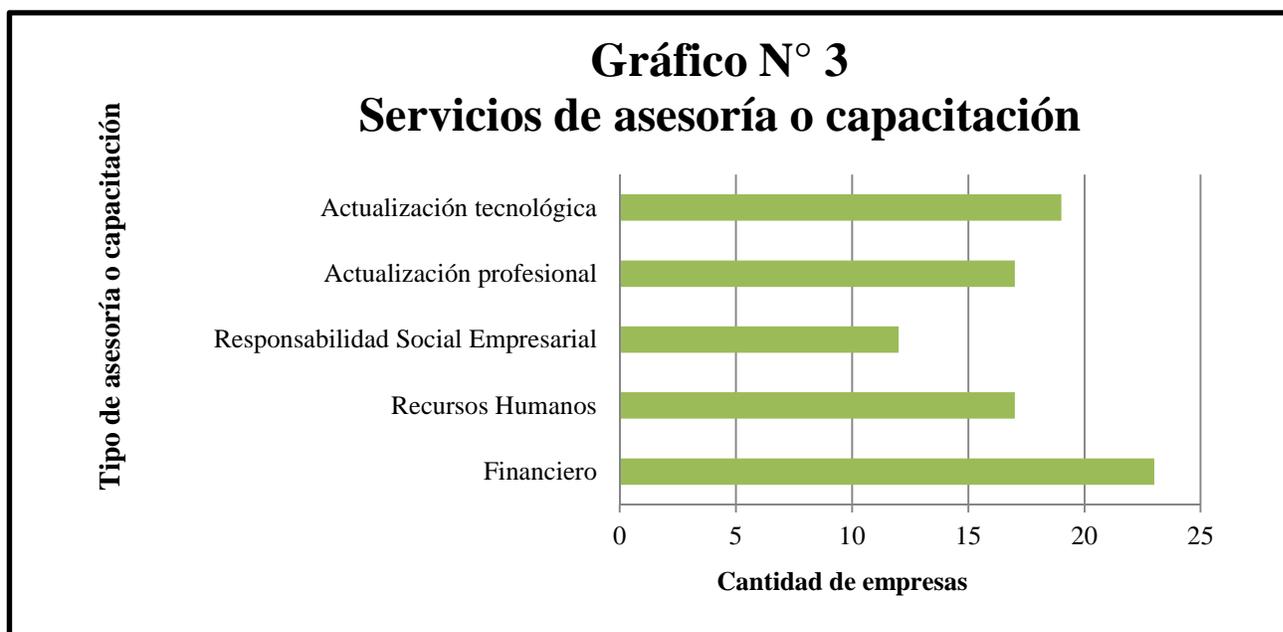
Al ser consultadas las empresas sobre por qué considera su producto innovador, las categorías más representativas son:

- Rotación constante de inventarios por productos o servicios más modernos
- Consolidación en el mercado como únicas en la prestación de ese servicio o producto
- Utilización de tecnología de punta
- Servicios especializados y detallados

Al ser consultadas del por qué no consideran que su empresa ofrece un producto / servicio innovador, se encuentran en las siguientes categorías:

- No ser los únicos que ofrecen el producto / servicio
- Procesos similares a las de otras empresas

Pregunta N° 4



Fuente: Fuente propia con base en investigación de campo realizada

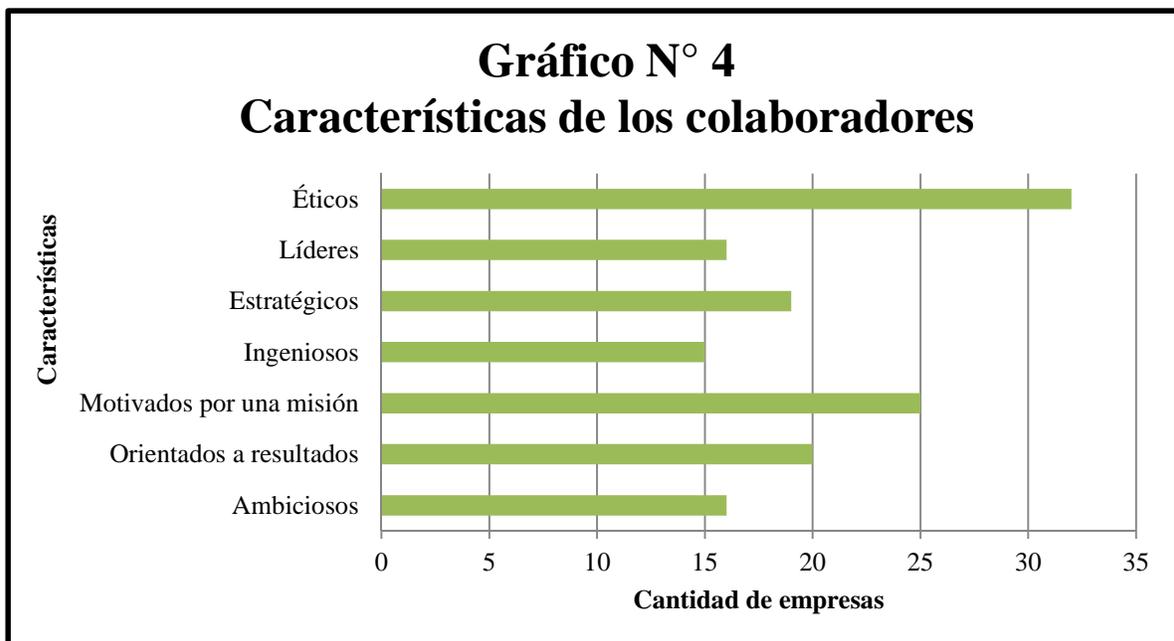
Tabla N° 1 Capacitación o asesoría para empresas

Pregunta # 4	
Respuesta	Cantidad
Financiero	23
Recursos Humanos	17
Responsabilidad Social Empresarial	12
Actualización profesional	17
Actualización tecnológica	19

Análisis

Sobre la formación o apoyo en diferentes áreas de la empresa, se puede percibir que en su mayoría estas buscan asesoría o capacitación empresarial. Por ejemplo 23 empresas reciben apoyo en el área financiera, 17 de ellas se asesora en el tema de recursos humanos, un tanto menor equivalente a 12 recibe apoyo en el área de responsabilidad social empresarial. 17 empresas reciben asesoría o capacitación en el área de actualización profesional y 19 de ellas en el área tecnológica.

Pregunta N° 5



Fuente: Fuente propia con base en investigación de campo realizada

Análisis

Con respecto a los colaboradores de la empresa respecta lo siguiente: esto incluyendo a los propietarios y administradores quienes respondieron la encuesta, 16 empresas consideran que sus empleados son ambiciosos, 20 empresas creen que sus colaboradores trabajan orientados a resultados, muy asociado al emprendedurismo social, 25 de ellas creen que los mismos están motivados por una misión, mientras que 15 empresas creen que sus empleados son ingeniosos, 19 los consideran estratégicos, 16 creen que tienen capacidades de liderazgo y 32 de ellas aseguran que sus colaboradores trabajan de manera ética.

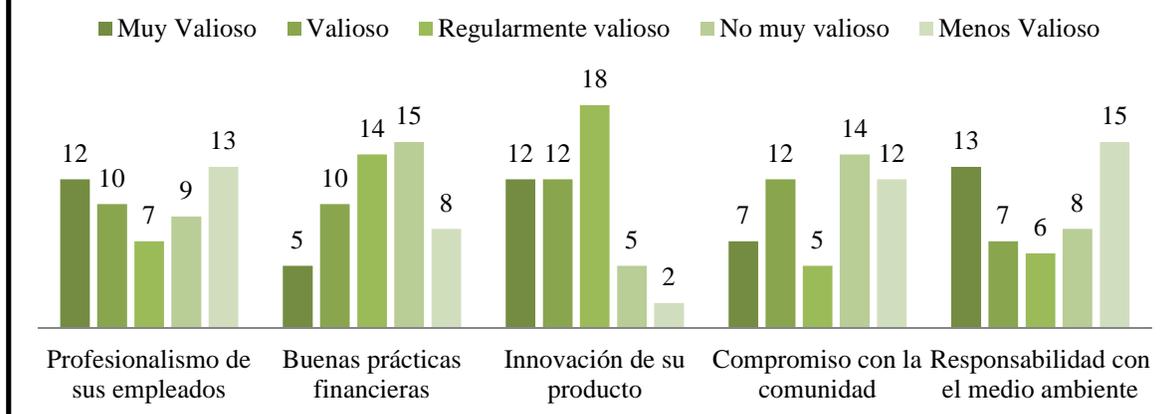
Pregunta N° 6

2. *¿Cuál considera que es el elemento más valioso en su empresa? Enumere en una escala del 1 al 5. 1 siendo el más valioso y 5 el menos valioso.*

Tabla N° 2 Virtudes de la empresa

Pregunta # 6					
Respuesta	Muy Valioso	Valioso	Regularmente valioso	No muy valioso	Menos Valioso
Profesionalismo de sus empleados	12	10	7	9	13
Buenas prácticas financieras	5	10	14	15	8
Innovación de su producto	12	12	18	5	2
Compromiso con la comunidad	7	12	5	14	12
Responsabilidad con el Medioambiente	13	7	6	8	15

Gráfico N° 5 Virtudes de la empresa

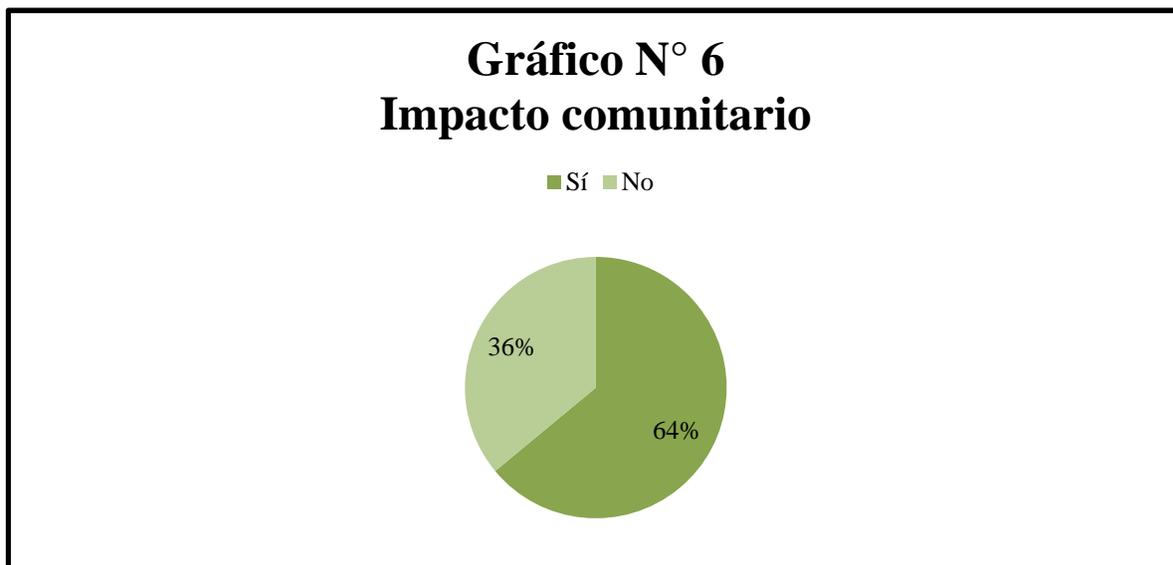


Fuente: Fuente propia con base en investigación de campo realizada

Análisis

Los elementos que las empresas consideran de mayor virtud en su labor están representados en el gráfico anterior mediante una escala del uno al cinco, siendo el uno el elemento más valioso y cinco el elemento menos valioso. Según lo que las empresas respondieron en la encuesta, el profesionalismo de sus empleados es un factor poco valioso en sus empresas, mientras que las buenas prácticas financieras son no muy valiosas para estos. Con respecto a la innovación de su producto, es considerado regularmente valioso, el compromiso con la comunidad presenta un nivel muy estable, prevaleciendo para este la categoría de no muy valioso. Una de las categorías parte del emprendedurismo social es la responsabilidad con el Medioambiente, presenta el más alto número de empresas que lo consideran menos valioso.

Pregunta N° 7



Fuente: Fuente propia con base en investigación de campo realizada

Análisis

Al ser consultadas las empresas sobre si consideraban que si la empresa representaba un agente de cambio para la comunidad, con el fin de obtener el grado de impacto que tienen en las mismas, en su mayoría, un 64 % equivalente a que 32 empresas consideran que sí lo son, mientras que el 36 % restante, o sea 18 empresas no creen serlo. Con respecto a las razones de por qué consideran ser un agente de cambio, las categorías de mayor repetición fueron:

- Buena relación y trato con la comunidad
- Velar por el cuidado y desarrollo comunitario
- Generación de un cambio en los habitantes de la comunidad

Al definir por qué no se consideraban un agente de cambio en la comunidad, respondieron dentro de lo siguiente:

- No existe mayor impacto a través de su empresa

Pregunta N° 8

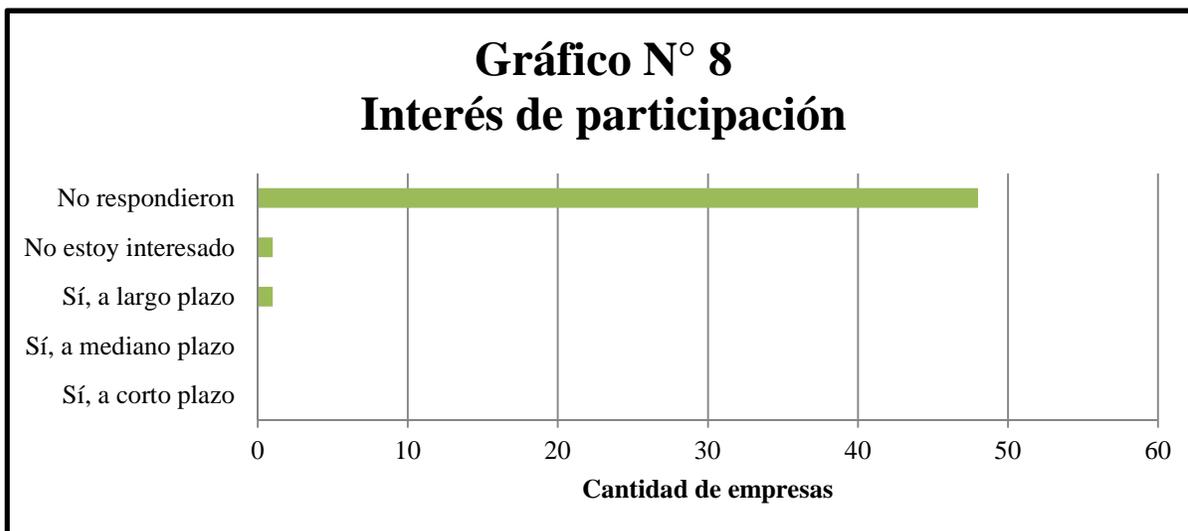


Fuente: Fuente propia con base en investigación de campo realizada

Análisis

Sobre las prácticas que llevan a cabo en las empresas, existen 18 de ellas que realizan campañas de reciclaje, mientras que 12 son inclusivas al emplear personas que muestren alguna discapacidad. 13 empresas realizan donaciones para desastres naturales y el mismo número apoya a la infraestructura comunitaria. 22 empresas practican el apoyo a actividades de beneficencia, mientras que 30 de ellas, o sea en su mayoría realiza la evaluación de sus productos y servicios. 13 empresas están comprometidas con el apoyo a centros educativos comunitarios, 32 de ellas emplean a personas originarias de las comunidades donde operan y 38 empresas de la muestra utilizan productos que son amigables con el Medioambiente.

Pregunta N° 9

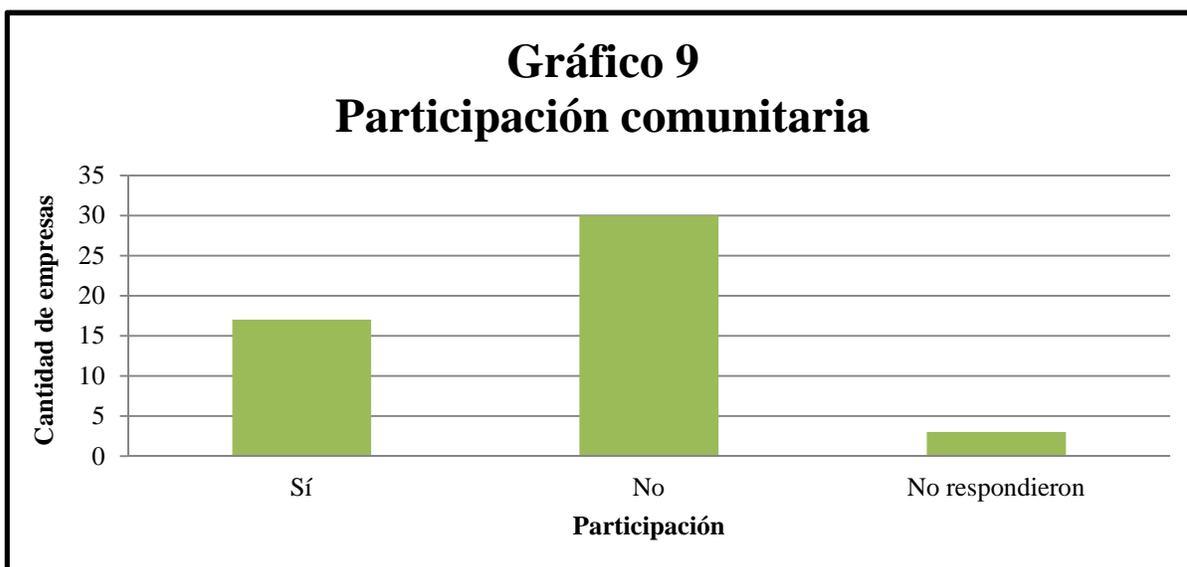


Fuente: Fuente propia con base en investigación de campo realizada

Análisis

La pregunta número nueve fue respondida por aquellas empresas que no realizan ninguna de las actividades contempladas dentro de sus prácticas habituales. Por lo tanto, solamente dos empresas la contestaron. Una de ellas cree que a largo plazo podrían estar implementando alguna de las prácticas suscritas en la pregunta, mientras que la otra empresa no se muestra interesada en implementarlas.

Pregunta N° 10



Fuente: Fuente propia con base en investigación de campo realizada

Análisis

Con respecto al involucramiento de la empresa en proyectos de desarrollo comunitario, un 60 % de ellas, equivalente a 30 empresas no considerarían trabajar en conjunto con otra organización o empresa para llevar a cabo proyectos de desarrollo comunal. Mientras que un 34 %, o sea; 17 empresas sí considerarían trabajar en conjunto con otras empresas u organizaciones proyectos de desarrollo comunitario, otras tres empresas se abstuvieron de ofrecer una respuesta.

Al ser consultadas las empresas sobre por qué no quisieran llevar a cabo estas alianzas, se genera una mayoría de respuestas que arroja que:

- No poseen información al respecto
- No han tenido la oportunidad

Mientras que aquellas que afirmativamente crearían alianzas, pretenden trabajar en proyectos que se ubican en:

- Apoyo a centros de ancianos, alcohólicos, grupos religiosos
- Conservación del Medioambiente

Conclusiones

Los resultados que arroja la investigación de campo muestran que; en la ciudad de Alajuela existe un nivel de emprendedurismo muy bajo. Al ser el objetivo principal de una empresa la comercialización u ofrecimiento de un producto o servicios, sin estar aliado esto a ninguna creación de valor social o proyecto de crecimiento y desarrollo comunitario, se pierde una de las esencias propias del emprendimiento social. A pesar de esto, dicha afirmación podría parecer ambigua, ya que en muchos casos quedó al descubierto que las empresas aun carecen de una misión definida, lo cual dificulta generar un consenso claro, a pesar de que estas hayan estado en el mercado por más de 15 años, en su mayoría.

Las características de los líderes y colaboradores de empresas en Alajuela no responden directamente a virtudes de los emprendedores sociales. Los índices más bajos responden a características de ambición e ingenio. Los emprendedores sociales son personas con ideas innovadoras, capaces de materializarlas y lograr a través de ellas la generación de un valor agregado. Al ser las características más típicas de los empleados y líderes de empresas la ética y la orientación a resultados, responde a una asociación directa con empresas que tienen como objetivo la comercialización y venta de productos con fines puramente lucrativos y no sociales, no representa mayor estimulación de la creatividad.

Las empresas, en su mayoría, llevan a cabo prácticas sociales, sin embargo; no necesariamente se podrían considerar emprendimiento social. La participación en actividades de beneficencia, inclusión en aspectos laborales, como la contratación de personas con discapacidad, originarias de la comunidad, donaciones en caso de desastres y otras mencionadas en la investigación, forman parte de proyectos de responsabilidad social empresarial, pero no necesariamente responden en su generalidad a un emprendimiento social.

La falta de información y promoción de emprendedurismo social ha dificultado el involucramiento de las empresas en esa práctica. La consulta popular evidencia que las alianzas estratégicas no se materializan puesto que no existe información ni promoción de emprendimiento social que lidere iniciativas concretas y tangibles por parte de las

empresas, unido también a la poca intención mostrada por parte de las mismas. No obstante; como se mencionó, podría ser producto de la desinformación.

Las empresas en Alajuela muestran un interés bajo en realizar esfuerzos para perseguir un emprendimiento social. Los programas de responsabilidad social empresarial son de los factores menos valiosos para las empresas, estas se han enfocado en cumplir objetivos comerciales que no contemplan valores agregados, por lo tanto; existe una escasez de empresas que tienen intenciones de ser emprendimiento social y de aquellas que sí lo han hecho por poseer una misión naturalmente social.

Las empresas que se han catalogado como emprendimiento social en este estudio o que se asemejan a serlo son Doka Estate S.A y Hotel y Restaurante Jaulares, pues no reúnen a cabalidad las indicaciones de emprendimiento social neto, son aquellas que representan un mayor acercamiento a un compromiso directo con la sociedad y procuran la generación de un valor agregado.

Dicho lo anterior, a través del trabajo que realizan estas empresas las comunidades donde operan se han visto directamente beneficiadas, ya que de acuerdo con el estudio; la naturaleza de su creación procura precisamente eso, el fortalecimiento de su empresa en conjunto con el de la sociedad que le permite realizar una labor, propiamente de un emprendedor social.

Recomendaciones

Existen actualmente muchos vacíos sobre el emprendedurismo como una nueva economía mundial y una forma de hacer negocios, por lo que es importante considerar que las personas que forman parte de estos estudios, en muchas ocasiones no cuentan con el conocimiento necesario, es importante saber que se está hablando de un tema totalmente innovador y desconocido por la mayoría.

La limitante temporal es un factor que afecta el desarrollo de la investigación por lo que es evidente que con el fin de obtener una muestra que sea mucho más representativa por la

población que se trata, es necesario ampliar el tiempo de estudio de campo, esto le permitirá al investigador obtener un mejor resultado.

Se sugiere además, una diversificación en la metodología para la recopilación de datos que procure investigar a profundidad aspectos de las empresas que no se ven plasmados en un cuestionario, afectado por la deseabilidad social, tiempo, compromiso y otros. La exploración a profundidad permitirá observar prácticas y políticas empresariales que arrojen resultados que difieran a los de la presente investigación.

Lista de referencias

Alajuela, M. d. (2013). *Plan de desarrollo cantonal 2013-2023*. Alajuela.

Alfonso C. Morales-Gutiérrez, J. A.-M. (Agosto 2012 de 2012). El emprendedor social y el E-Empowerment de las redes virtuales. *CIERC España*, págs. 153-177.

AustinI, J., StevensonII, H., & Wei-SkillernIII, J. (Septiembre de 2012). *Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?* Obtenido de Scientific Electronic Library Online:
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0080-21072012000300003&lang=pt

Green, E. (s.f.). Obtenido de What is social entrepreneurship?:
<http://www.echoinggreen.org/about/what-is-social-entrepreneurship>

Lebendiker, M. (s.f.). *Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe*. Obtenido de La situación del emprendedurismo en Centroamérica :
[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)

Light, P. (Diciembre de 2009). Reorganización del emprendimiento social . *Revista española del Tercer Sector*.

Navarro, A. M., & Climent, V. C. (2010). *Emprendimiento Economía Social y Empleo* .
Valencia : IUDESCOOP.

Petry, P. y. (2010). *Emprendedurismo en Costa Rica. Ponencia preparada para el
Decimoséptimo Informe Estado de la Nación 2010*. San José: Programa Estado de la
Nación.

Porter, M. E., & Kramer., M. R. (2011). LA CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO.
Harvard Business Review.

Youth Lifestyle Survey (YLS). (2010). *InterMedia* . Obtenido de ¿Qué es el European
Social Entrepreneur Program (ESEP)?