



Crear una empresa de índole social que ofrezca trabajo a personas en condiciones de vulnerabilidad, mediante la prestación de servicios a personas que requieran realizar trámites varios y no dispongan de tiempo para ello.

Ennia Alvarez Rizzatti

Aspirante al grado de Maestría

RESUMEN

El trabajo de investigación muestra los principales hallazgos encontrados luego de aplicar un cuestionario de diez preguntas a 50 personas que laboran como asalariados, sea en una empresa privada o en una institución pública, con el fin de poder determinar la viabilidad de poder crear una empresa social que permita a las mujeres en condición de vulnerabilidad, ofrecer un servicio de realización de trámites en entidades gubernamentales a cambio de una pequeña comisión, dado que del estudio realizado se comprobó que de acuerdo con los datos obtenidos esto sí es posible. El enfoque dado a la investigación puede clasificarse como un diseño no experimental descriptivo, ya que de los resultados obtenidos se puede indicar que la mayoría de las personas consultadas están dispuestas a apoyar una empresa social de esta índole.

PALABRAS CLAVES:

Empresa social, trámites gubernamentales, modelo social de negocios, persona asalariada, condición de vulnerabilidad,

ABSTRACT

The research shows the main findings after applying a questionnaire of 10 questions to 50 people working as employees, whether in a private company and a public institution in order to determine the feasibility of being able to create a social enterprise that allows women in a vulnerable offer a service of carrying out procedures in government agencies in exchange for a small commission being that the study found that according to the data obtained it is possible. The given approach to research can be classified as a non-experimental descriptive design, being that the results obtained may indicate that the majority of respondents are willing to support a social enterprise of this kind.

KEYWORDS:

Social Enterprise, government procedures, social business model, salaried person, vulnerable condition.

INTRODUCCIÓN.

El acceso al trabajo es un derecho universal tutelado en el artículo 56 y siguientes de la Constitución Política de Costa Rica, en el cual se establecen las condiciones por las cuales toda persona pueda sostener una vida de manera digna y remunerada.

No obstante, con el advenimiento del capitalismo salvaje y las políticas neoliberales, se visualiza al trabajador como una mercancía para poder sacar una ventaja económica, prefiriéndose a personas de cierto perfil, relegando a último término las personas en condiciones marginales.

Estas personas en situación de vulnerabilidad tienen la desventaja de no poseer una educación formal que les permita desempeñarse en un trabajo asalariado y con esto poder mantener dignamente a su familia, por lo que al no tener una formación, deben recurrir a realizar trabajos marginales mal remunerados e incluso a otras formas poco honrosas como forma de subsistencia.

Esta visión lúgubre de las desigualdades sociales es algo que difícilmente la caridad pueda remediar, este modelo de desarrollo o bienestar social no logra erradicar la pobreza.

No obstante, existe una gran esperanza para las personas pobres con deseos e ideas para trabajar personificada en la figura de las empresas sociales, ya que según lo demostrado por Yunus, cualquier persona puede crear una empresa social, no importa su condición económica, en el tanto y el cuanto, tenga una idea innovadora para resolver un problema. (Rodríguez, 2013).

De tal forma, resulta menester precisar que las empresas sociales son entidades comerciales que por política no reconocen el pago de dividendos, pero que tampoco incurren en pérdidas, cuya razón de ser es atender un problema social como la generación de empleo para una vida digna e integral, mediante soluciones que permitan a las personas en condiciones de vulnerabilidad poder desarrollar un proyecto de trabajo, a pesar de no tener los estudios profesionales.

Según la Fundación Schwab, estas empresas buscan satisfacer un objetivo social mediante una innovación transformadora y con un modelo social de negocios que sea sostenible, lo cual los hace diferentes a otras prácticas como la responsabilidad social corporativa, así como el activismo social de ciertos grupos u organizaciones afines (Ramírez, 2008).

De tal forma, como parte del valor que se propone generar, está desarrollar una idea de trabajo para mujeres en condición de vulnerabilidad, mediante la gestión de servicios orientados a personas que no disponen de tiempo para realizar trámites personales, los cuales puede ser realizados por parte de personas que sí disponen de tiempo.

Estos tipos de servicios pueden ser de dos tipos, impersonales (en los cuales no se requiere una autorización por parte del usuario del servicio) y personales (en los que se necesita un poder específico para realizarlo).

Algunos ejemplos de trámites impersonales son: sacar citas médicas, certificaciones registrales de bienes, retiro de medicinas, certificaciones de estado civil, nacimientos y defunciones, los cuales pueden ser tramitados por madres solas jefes de hogar o mujeres en condición marginal que a pesar de no tener una educación formal que las califique para tareas elaboradas, pueden ofrecer lo que otras personas no disponen del tiempo, ya que la mayoría de usuarios no pueden perder un día de vacaciones o una tarde para realizar varios trámites que requieran.

JUSTIFICACIÓN

El emprendedurismo social es un tema que ha logrado posicionarse a nivel mundial como una respuesta o solución a un problema social. Muchos de los premios internacionales más prestigiosos han sido otorgados recientemente a iniciativas innovadoras y sostenibles que buscan dar una opción sostenible a grupos desfavorecidos y marginados.

Quizás lo que más llama la atención sobre el tema es, que no se está recurriendo al clásico modelo de ayuda o asistencia social, en el cual las personas en condición de vulnerabilidad esperan un mesías o salvador que los saque de un estado paupérrimo. En palabras de Muhammad Yunus *“el asunto no estriba en dar de comer a la gente, sino en ponerla en acción para salir de la pobreza”* (La Nación, 2013).” Esta forma de abordar este problema es un cambio en la mentalidad sobre la forma en que se hacen negocios.

De tal manera que el concepto de empresa social no busca fundaciones o asociaciones de bien social dispuestas a regalar dinero mediante donaciones, lo que se busca es crear valor bajo un concepto innovador que beneficie a través de la creación de trabajo, a personas en condición de vulnerabilidad o en riesgo de marginación --por su condición económica-- dentro de un proyecto que sea sostenible en el tiempo y que a la vez, sus resultados positivos no se los lleve un inversionista, sino que sean reinvertidos dentro del mismo grupo.

Así, mediante la creación de empresas sociales se maximizan las ganancias que tiene la organización debido a que las utilidades que generan se utilizan para crear más valor por medio de más opciones de trabajo para personas pobres.

Descripción del problema general

El emprendedurismo social como generador de cambio busca mediante las empresas sociales, crear opciones de trabajo para personas en condiciones de vulnerabilidad bajo un modelo social de negocios. Con base en lo anterior es necesario preguntarse: ¿Cómo desarrollar una empresa bajo un modelo social de negocios en dónde las personas de condiciones marginales y sin educación formal, puedan prestar servicios a personas asalariadas?

Objetivo general

Crear una empresa de índole social que ofrezca trabajo a personas en condiciones de vulnerabilidad, mediante la prestación de servicios a otras asalariadas que requieran realizar trámites varios y no dispongan de tiempo para ello, pero que están dispuestos a pagar una comisión para que alguien lo realice en nombre de estos.

Objetivos específicos

- Efectuar un sondeo entre el personal asalariado, profesional y no profesional, para determinar la viabilidad de la utilización de parte de esta población meta de estos servicios.
- Establecer la sostenibilidad operativa de la microempresa que garantice que es posible autodeterminarse económicamente para que su mantenimiento en el tiempo, no dependa de la caridad.
- Definir el modelo social de negocios de la empresa, a fin de establecer si puede mantenerse competitiva bajo una figura comercial atípica.

REVISION BIBLIOGRÁFICA

El emprendedurismo social como una herramienta capaz de dar respuesta a un problema social, nace con el ideal de buscar una solución a una desigualdad en la sociedad. De acuerdo con lo acotado por MacMillan y Boisot (2004), coinciden en que el emprendedor social crea valor mediante un aumento en la riqueza social a través de fuentes de trabajo, con lo que coadyuva a mitigar el flagelo de la pobreza y el desempleo.

El desempleo de personas económicamente activas pero con poca formación académica resulta ser muy frustrante, en el sentido que las mejores oportunidades suelen darse a personas mayormente preparadas, lo cual convierte en privativo y excluyente no contar con un título o educación equivalente, situación que favorece el ciclo de la pobreza, sea que una persona nace pobre y morirá pobre, con algunas excepciones de gente emprendedora que logra romper dicha atadura.

Sobre esta población en condición de vulnerabilidad, tanto Audretsch (2006) como Veciana (2007), opinan que el desarrollo de las empresas en las cuales las personas en condición de riesgo y exclusión social puedan insertarse a la fuerza laboral, es una de las principales características de lo que se entiende por empresas sociales. No obstante, este abordaje se queda corto sobre lo que debe entenderse por esto. (n 363)

A diferencia de los criterios que gobiernan el giro comercial de una empresa privada como la rentabilidad y el crecimiento económico, la empresa social se distancia de esta economía de mercado, ya que no tiene como máxima aspiración la generación de riqueza para sus accionistas, aunque queda claro que efectivamente se requiere que la empresa tenga réditos, dado que el principal motivador o ideal es buscar la inserción laboral de personas en condición vulnerable bajo un modelo social de negocios e innovador que favorezca la creación de valor como un desarrollo integral del individuo que sirve de fuente de trabajo.

Como complemento de lo indicado Álvaro Ramírez (2008) de la Fundación Schwab para emprendedores sociales, establece tres requisitos para poder considerar una empresa como social, sean estos: tener un objetivo social, una innovación transformadora y un modelo sostenible de negocios. Sobre este último aspecto llama la atención que al igual que una empresa privada, las sociales necesiten conducirse bajo esta forma de hacer los negocios. (p.1)

Este modelo social de negocios comprende una metodología de trabajo que sea sostenible. Según Manuel Gross (2009) *“un modelo de negocio de una empresa es una representación simplificada de la lógica de negocio. Describe lo que un negocio ofrece a sus clientes, cómo llega a ellos, y cómo se relaciona con ellos, y en fin como la empresa gana dinero”*. (p.4)

Esta conceptualización debe ser el norte sobre cómo se debe crear, promocionar y vender la idea de una empresa social, con el fin de escoger adecuadamente el segmento de mercado hacia el cual se va a dirigir, así como la estrategia de penetración que va a utilizar para que el emprendimiento sea autosustentable. Para una apreciación más detallada, Estrada Martí, promotora social de la Facultad de Negocios de la Universidad de Anahuac de México:

los negocios sociales son otra forma de hacer el bien dentro de la actividad que el ser humano practica para su subsistencia y el desarrollo profesional en la economía global. Un negocio social es una forma de hacer negocio con una visión mucho más humana, se trata de crear un modelo de negocio concebido desde su origen con el objetivo de impactar socialmente en la BDP (Base de la Pirámide) y de hacer un impacto social significativo en la calidad de vida de las personas siempre contemplando la sustentabilidad, la escalabilidad junto con la rentabilidad económica que todo negocio tiene. (p.3)

De tal forma, se tiene por un lado el concepto de empresa social basado en un modelo social de negocios, para lo cual el bengalí Yunus (La Nación, 2013) indica cuáles son los requisitos del modelo para que una empresa pueda ser considerada como una empresa social al tener que cumplir con varios requisitos como la búsqueda una solución ingeniosa e innovadora a un problema social, mediante la generación de empleo, que sea autosostenible, es decir; que no dependa de donaciones o ayudas sociales para mantenerse como agrupación, sino que de los mismos réditos que se obtengan se logre mantener su actividad.

Aquí es importante acotar, que el hecho que la organización no tenga un afán de lucro, no significa que no tenga ganancias, en lo absoluto, ya que efectivamente se busca que sea autosostenible y que no dependa de la caridad mediante donaciones para que no esté en números rojos. Como bien lo indica Yunus en una entrevista que le realiza la periodista Noguera (2013), la idea no es dar asistencia social o donar algo de comer a las personas pobres, eso tan solo perpetuará su precaria condición en el tiempo, sino más bien motivar y poner en acción a las personas para que puedan comprender el valor del trabajo y que sean también autosuficientes y salgan de la pobreza (La Nación, 2013).

Otro aspecto importante de considerar según lo indica Noguera (La Nación, 2013) y que forma parte del modelo social de negocios es que las ganancias que se generen se reinviertan dentro de la misma organización para ampliar la cobertura de personas beneficiadas con el emprendimiento (reintegrando únicamente la parte monetaria que aportó el inversionista sin pago alguno de intereses) y finalmente, que la competitividad de la empresa esté acorde con el cumplimiento de la legislación de cada país. De este pronunciamiento se pueden sacar algunas aristas de importancia y es el hecho que la empresa social difícilmente va a tener una ventaja competitiva por encima de cualquier otra privada, por lo que se deben preparar para enfrentar la dura realidad del mercado, la supervivencia del más apto.

Dentro de esta coyuntura se podría utilizar alguna de las estrategias de mercadeo para poder posicionar la empresa apoyándose en el producto que se vende (en este caso un servicio), mediante la segmentación del mercado, en este caso las personas asalariadas. De igual forma, se puede promocionar el hecho que se trata de personas en condiciones vulnerables las que son beneficiadas con el apoyo de los clientes que adquieren sus servicios. Esta diferenciación es una estrategia que muchas empresas utilizan, enarbolando una "bandera" dirigida a un grupo específico como por ejemplo; los productos "verdes" o amigables con el ambiente, para lo cual existe un mercado de personas deseosas de adquirir estos, por cuanto comulgan con la idea, de allí que existan muchas personas interesadas en colaborar con otras con escasos recursos, si el producto se mercadea de esa forma.

METODOLOGÍA

La metodología utilizada en el presente trabajo de investigación es descriptiva, dado que se recolectan datos y son analizados de acuerdo con los resultados obtenidos, el enfoque del trabajo de investigación es cuantitativo y es un diseño no experimental en el cual se busca no manipular de manera deliberada las variables, producto de las respuestas.

Para realizar el estudio se ha escogido una muestra no probabilística según conveniencia, por lo que no se refleja necesariamente el criterio de las personas que constituyen la población meta. De tal forma, se utilizó una muestra de 50 personas asalariadas, profesionales y no profesionales mediante un instrumento de recolección de información de diez preguntas, estructurado en apartados, sean estos: información del participante, información laboral, necesidades de servicios en trámites, disposición para apoyar iniciativas de empresas sociales en servicios de trámites.

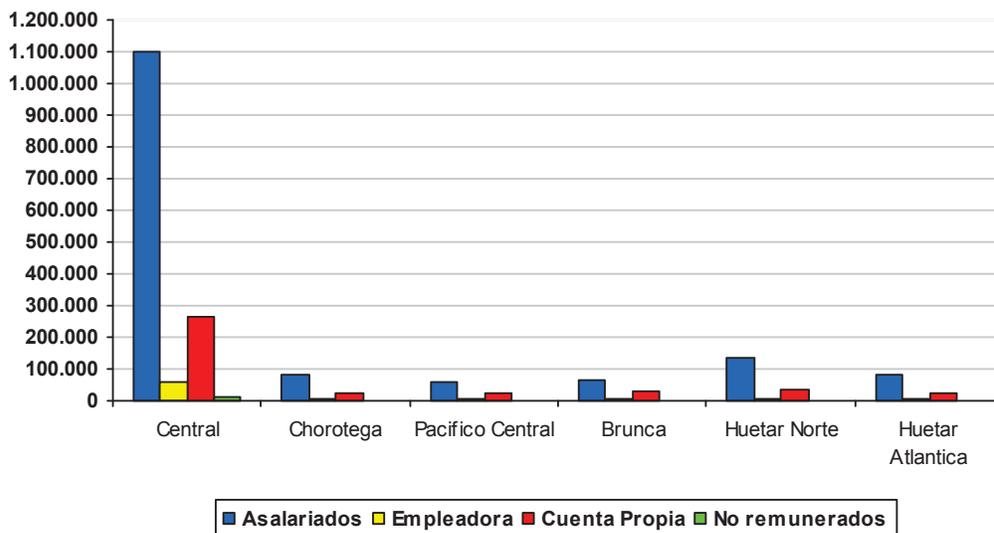
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

El mismo se dividió en tres grandes apartados para efectos del trabajo de investigación. El primero estudia las condiciones socio económicas de la población meta (trabajadores y clientes). En el segundo se revisa el instrumento de recolección de datos, mientras que en el tercero se procede a realizar un estudio de viabilidad de la propuesta.

a) Estratificación socio económica de la población meta.

El grupo de asalariados (personas que reciben un salario por parte de un patrono) en relación con el indicador de empleo, constituye la mayor cantidad de población meta, dado que suman un 1.527.176 trabajadores con respecto al total de 2.022.471 personas que forman parte de la fuerza laboral, lo cual significa un 75% de este. El restante 25% está considerado por los trabajadores que laboran por cuenta propia (20%) y los que conforman el estrato empleador (5%). La siguiente Figura muestra esta división según región territorial.

Figura #1
Personas ocupadas laboralmente por región según clasificación
Costa Rica, julio 2013.

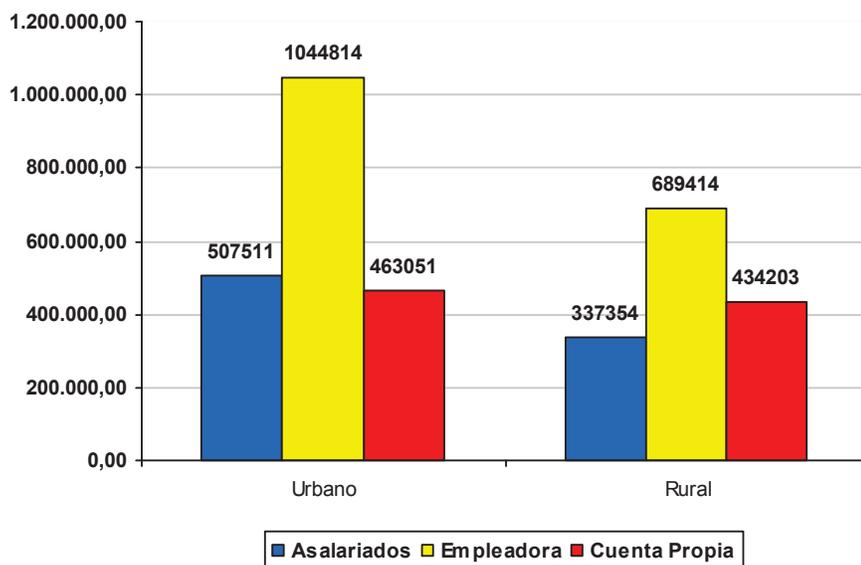


Fuente: INEC

Pacífico y Atlántica se tildan

Cuando se revisan las cifras del ingreso promedio de las personas empleadoras, pues resulta lógico que sea superior al de una persona asalariada, no obstante, como ya se pudo corroborar en la Figura 1, el grueso de la población meta está dentro de la categoría de asalariado con un 75%, ganando un salario promedio de 507.511 colones en zonas urbanas y 337.354 colones en zonas rurales. Esto permite obtener una idea del poder adquisitivo con que se puede contar. La Figura #2 ejemplifica lo anteriormente dicho.

Figura #2
Promedio de ingreso devengado de personas ocupadas laboralmente según categoría laboral y zona geográfica, Costa Rica julio 2013.



Fuente: INEC

Una vez obtenido el perfil de ingreso del usuario meta de la empresa que se quiere realizar, se va a identificar la población meta a la cual se le intentará dar un trabajo mediante una idea innovadora. El siguiente cuadro permitirá conocer la caracterización de los hogares pobres en Costa Rica.

Cuadro 1					
Principales características de los hogares y de las personas					
Por nivel de pobreza					
Julio 2013					
(Excluye servicio doméstico y pensionistas)					
Región de planificación y principales características de los hogares y de las personas	Total	No pobres	Pobres		
			Total	Pobreza no extrema	Pobreza extrema
Total país					
Características de los hogares					
Total de personas	4 709 161	3 612 649	1 096 512	756 740	339 772
Total de hogares	1 376 000	1 090 533	285 467	196 910	88 557
Miembros por hogar	3,42	3,31	3,84	3,84	3,84
Fuerza de trabajo por hogar	1,60	1,71	1,19	1,21	1,15
Ocupados por hogar	1,46	1,61	0,91	1,00	0,71
Ingreso por hogar	979 292	1 180 966	208 860	261 735	91 290
Ingreso per cápita por hogar ^{1/}	328 688	400 528	54 245	68 344	22 896
Porcentaje de hogares con jefatura femenina	35,89	34,78	40,12	38,68	43,32
Características de las personas					
Relación de dependencia demográfica ^{2/}	0,45	0,39	0,68	0,67	0,69
Relación de dependencia económica ^{3/}	1,14	0,94	2,21	2,16	2,33
Horas semanales trabajadas en la ocupación principal	43,58	44,44	37,82	40,24	30,32
Escolaridad promedio personas de 15 años y más	8,64	9,21	6,39	6,50	6,15
Tasa de desempleo abierto	8,54	5,73	23,87	17,82	38,04
Tasa neta de participación	59,72	63,24	45,79	45,65	46,11

1/ Se refiere a los ingresos totales de los hogares entre el número de miembros de los hogares.

2/ Se refiere a la relación entre personas menores de 15 y mayores de 64 años, con respecto a la población de 15 a 64 años.

3/ Se refiere a la relación entre los menores de 15 años y la población inactiva con respecto a la fuerza de trabajo.

Cabe destacar en términos estadísticos globales, que los hogares en pobreza extrema reciben un salario de 91.290 colones, para una cantidad de 3,84 miembros, de los cuales 2,33 dependen económicamente del proveedor de ingresos dado que el 43,32% de estas familias son lideradas por una jefatura femenina. A este grupo es el que la empresa social quiere darle una respuesta a este problema.

b) Resultados de la aplicación del sondeo.

Se procede a mostrar a continuación los resultados del sondeo aplicado, para lo cual se indicará la forma en que estaba compuesta la muestra, las necesidades de trámites expresadas por las personas consultadas y la disposición para apoyar una empresa social que realice los trámites gubernamentales.

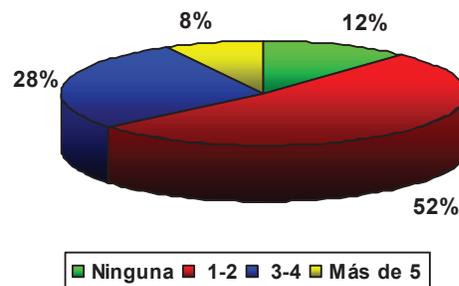
Como preámbulo para mostrar los resultados obtenidos, es importante destacar que de las 50 personas consultadas, 25 son de sexo masculino (50%), 21 de sexo femenino (42%), dado que cuatro no contestaron la pregunta (8%). Las edades oscilaron entre los 30 y 52 años, ya que en el rango etario de 30 a 39 años contiene la mayor cantidad de personas sondeadas es de 28 (56%), el rango etario de 40 a 49 años suma 18 (36%) mientras que el mayor a 50 años, solo registran cuatro (8%).

El nivel educativo comprende a 35 personas (70%) con estudios universitarios y 15 (30%) con secundarios. Finalmente, con respecto a la cantidad de años laborados para la empresa o institución, 24 personas (48%) tienen más de diez años de laborar, 16 (32%) tienen entre seis y diez, nueve (18%) entre tres y cinco y solamente una (2%) tiene menos de dos años de laborar.

Con respecto a la pregunta efectuada sobre si alguna vez ha tenido que pedir un permiso o solicitar vacaciones el trabajo para realizar un trámite personal, fundamento de este trabajo de investigación, 46 trabajadores (92%) ha tenido que dejar su trabajo temporalmente para realizar algún trámite personal, ya que el 60% considera que esto significa un desperdicio de tiempo, tomando en consideración que alguna persona pueda realizar esta labor por ellos y llevarles el documento de la gestión llevada a cabo.

A fin de poder identificar la periodicidad de las solicitudes de las personas para poder determinar la rentabilidad de la empresa, se realizó una pregunta con el fin de conocer la cantidad de veces que ha tenido que pedir permiso en el trabajo para realizar su trámite personal, así un 12% indicó que ninguno, un 52% manifestó haberse ausentado de una a dos, un 28% lo hizo entre tres y cuatro veces y un 8% lo hizo en más de cinco. El siguiente Figura permite ilustrar lo indicado.

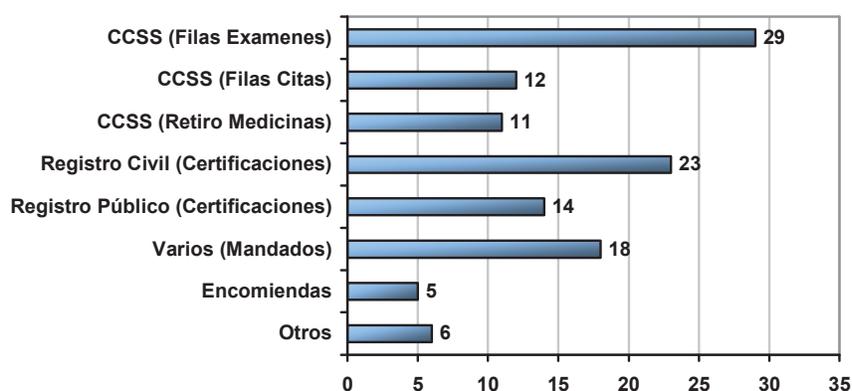
Figura #3.
Distribución relativa de las veces que han tenido que ausentarse del trabajo las personas asalariadas para realizar un trámite personal



Fuente: Sondeo aplicado a trabajadores asalariados.

Asimismo, a fin de conocer la oferta de servicios que la empresa social puede ofrecer dentro de su portafolio de negocios, se le preguntó a las personas asalariadas que fueron parte de la muestra, los tipos de trámites personales realizados usualmente, dado que se ofrecieron algunas opciones de trámites en instituciones dedicadas a los servicios, como la Caja Costarricense de Seguro Social, el Registro Civil y Registro Públicos de la Propiedad, así como algunas de índole privado como encomiendas, mandados y un espacio para otros para saber que otro nicho se puede incursionar, dando que como resultado de esto aparecieron nuevas instituciones gubernamentales como el Ministerio de Obras Públicas y Transportes, así como las municipalidades.

Figura #4.
Distribución relativa de las veces que han tenido que ausentarse del trabajo las personas asalariadas para realizar un trámite personal

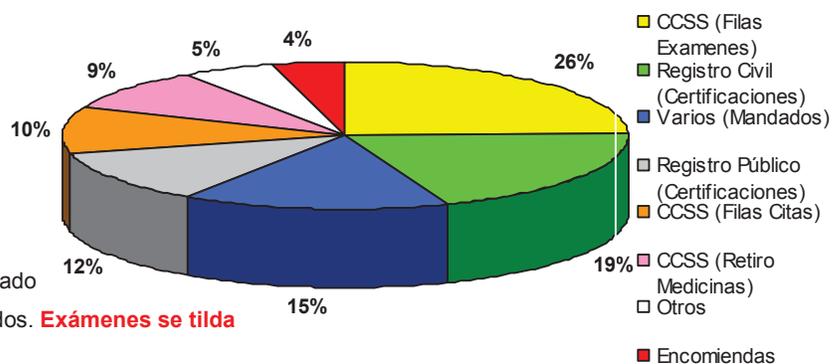


Fuente: Sondeo aplicado a trabajadores asalariados.

Exámenes se tilda

Lo anterior permite hacer una agrupación que reconoce tener más claras las opciones para hacer más atractiva las ofertas de servicio, así que el 45% de las necesidades corresponden a trámites de la Caja Costarricense de Seguro Social, mientras que el 31% a certificaciones del Registro Civil y Registro Público de la Propiedad. El restante 24% a otros tipos de servicios que se requieren. La siguiente figura detalla aún más lo indicado.

Figura #5.
Distribución relativa de las veces que han tenido que ausentarse del trabajo las personas asalariadas para realizar un trámite personal



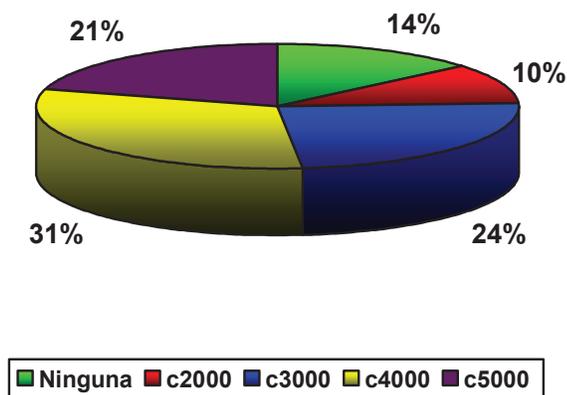
Fuente: Sondeo aplicado a trabajadores asalariados. **Exámenes se tilda**

a

Cuando se les pregunta a las personas asalariadas si apoyarían una empresa social que contrate personas en condición de vulnerabilidad para hacer los trámites personales que requieren, 48 personas (96%) estuvo de acuerdo, no obstante, cuando se les hizo la pregunta de control para determinar si estaría dispuesto a pagar por este servicio de trámites, 42 personas mostraron su anuencia (84%), por lo que se considera que esta es la cantidad que se aproxima más a la realidad de las personas dispuestas a contratar los servicios.

Finalmente, con el fin de conocer el monto del servicio a cobrar por la realización del trámite (no incluye el costo del trámite cuando es cobrado), se solicitó indicar la cantidad de dinero dispuesto a pagar, esto dentro de un rango de 2000 a 5000 colones. Los resultados a la respuesta fueron que el 31% estaba dispuesto a pagar 4000 colones, un 24% podría pagar 3000 colones, mientras que un 21% pagaría 5000 colones. Solamente un 14% estaría dispuesto a pagar 2000 colones. La figura siguiente muestra lo anteriormente indicado.

Figura #6.
Distribución relativa del dinero dispuesto a pagar por parte de las personas asalariadas por un servicio de trámite personal.



Fuente: Sondeo aplicado a trabajadores asalariados.

Se realizó un estudio de factibilidad sobre la posibilidad de montar una micro empresa en la cual las personas de escasos recursos fueran las beneficiadas en el recibo de comisiones por la realización de trámites varios.

El mismo se hizo bajo los siguientes supuestos:

- 1- Una persona se encarga de recibir las llamadas y distribuir los trámites entre las personas interesadas en realizar los mismos y ganarse una comisión por realizarlos.

- 2- La publicidad inicial se hará por medio de las personas que se contratarán, las cuales se encargarán de realizar rótulos con el número de teléfono de la persona encargada de recibir y distribuir los servicios.
- 3- El cobro dado sería solo por el servicio, adicionalmente, las personas cobrarían el transporte (buses) a la persona que las contrata.
- 4- Cada persona será responsable de cotizar como trabajador independiente en la CCSS, esto según lo que se establece en el modelo social de negocios de cumplir la ley nacional.
- 5- Se tomó como base la población de la Zona Central, sobre la cual se le aplica un 2% del total, sobre la cual se estimará el estudio inicial (cuadro adjunto), en la misma se le aplica un 84% que fue el porcentaje arrojado en la muestra que estaría dispuesta a pagar por este tipo de servicios y por último, se toma solo un 88% de las mismas que (son las que contestan que han pedido permiso para realizar estos trámites), quedando un total de 1355 trámites que se podrían realizar mensualmente. Sobre estos se estima que solo un 50% se lograría capitalizar en el primer año, haciéndolo gradualmente.

La empresa social iniciaría con cuatro personas, compuesto por tres que se encargarían de realizar los servicios y la persona que fungiría como recepcionista y canalizaría los servicios a estas tres personas, de ahí en adelante, conforme va creciendo los requerimientos, se va incrementando el número de servicios por persona y el número de estas, así como el ingreso promedio de las mismas.

El cuadro #2 muestra como en el primer mes se espera iniciar con un total de 68 trámites con tres personas, realizándolo con un promedio de 20 trámites por persona y un ingreso promedio por comisión de 58.120 colones por cada una, conforme se va incrementando la demanda de los trámites, van aumentando también las otras variables, terminando en el mes 12 con ocho personas realizando los trámites, con un promedio de 80 trámites por persona al mes y un ingreso por comisiones de 236.480 colones, lo cual es el objetivo meta de este proyecto, llegar a rentabilizar los ingresos de las personas que realizan los trámites y hacer que la empresa sea capaz de sostenerse por sí misma, dando un empleo digno a nueve individuos, con la capacidad de crecer conforme pasa el tiempo.

Cuadro #2.
Proyección de ingresos por personas y servicios

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Personas a realizar trámites	3	3	4	4	5	5	7	7	7	7	8	8
# trámites por persona	20	20	35	35	40	50	50	60	70	80	80	80
# trámites por mes	68	68	135	135	203	271	339	406	474	542	610	677
Comisión ganada por persona	€59.120	€59.120	€103.460	€103.460	€118.240	€147.800	€147.800	€177.360	€206.920	€236.480	€236.480	€236.480

Fuente: Elaboración propia.

Cómo se podrá observar en el cuadro adjunto, la inversión inicial es mínima (casi 120 mil colones) y la misma se asume que es la persona receptora de llamadas la que se encargará de la empresa y todos los trámites pertinentes, incluyendo la administración de su inversión. Posteriormente, en el noveno mes con los ingresos generados por parte de la empresa social, se podría adquirir equipo informático para llevar un mejor registro de las solicitudes, mismas que para ese momento ya requeriría un mayor control.

**Cuadro #3.
Propuesta de inversión inicial**

Cant	Descripción	Mes 1	Mes 9	Total
1	PC		450.000,00	450.000,00
1	Impresora		45.000,00	45.000,00
1	línea telefónica	20.905,00		20.905,00
1	teléfono	15.000,00		15.000,00
4	teléfonos celulares	80.000,00		80.000,00
	Imprevistos (10%)	3.590,50	49.500,00	53.090,50
	Total	119.495,50	544.500,00	663.995,50

Fuente: Elaboración propia.

Por ser un negocio nuevo, se espera que el crecimiento sea paulatino y que conforme se vaya expandiendo por los comentarios positivos con los servicios recibidos, pueda ir creciendo y contratando más personas que se beneficien de esta labor, así mismo se asume que el dinero sobrante al final del año se guarda para imprevistos.

A continuación se muestra en el cuadro #4 la proyección de los flujos mensuales en los cuales se puede observar que se cumple con lo ofrecido en este tipo de proyectos, las personas se benefician con un ingreso por comisión de los servicios prestados y el dinero entrante se usa para los gastos del negocio como tal, incluyendo una comisión para la persona fundadora y receptora de llamadas.

**Cuadro #4
Flujo de ingresos mensuales**

Rubros	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	AÑO 1
Inversión inicial	-119.495,50								-544.500,00				-663.995,50
Ingresos por trámites varios	250.259	250.259	500.519	500.519	750.778	1.001.038	1.251.297	1.501.556	1.751.816	2.002.075	2.252.335	2.502.594	14.515.045
Total De ingresos	250.259	250.259	500.519	500.519	750.778	1.001.038	1.251.297	1.501.556	1.751.816	2.002.075	2.252.335	2.502.594	14.515.045
Materiales de Oficina	0	0	0	0	0	0	0	0	10.000	10.000	10.000	10.000	40.000
Telefonía fija	15.000	15.000	20.000	20.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	270.000
Teléfonos celulares	0	0	9.676	0	24.189	6.773	27.092	0	0	0	16.932	16.932	101.594
Recargas mensuales	15.353	15.353	17.046	17.046	21.279	22.464	27.205	27.205	27.205	27.205	30.168	33.132	280.661
Comisión receptora llamadas	25.026	25.026	50.052	50.052	75.078	100.104	125.130	150.156	175.182	200.208	225.233	250.259	1.451.504
Comisiones pagadas por trámites	200.208	200.208	400.415	400.415	600.623	800.830	1.001.038	1.201.245	1.401.453	1.601.660	1.801.868	2.002.075	11.612.036
Depreciación	4.979	4.979	4.979	4.979	4.979	4.979	4.979	4.979	4.979	14.054	14.054	14.054	86.973
Total de Gastos	260.565	260.565	502.167	492.492	751.147	960.150	1.210.443	1.408.585	1.643.818	1.878.127	2.123.256	2.351.452	13.842.768
FLUJO ANTES DE IMPUESTOS	-10.306	-10.306	-1.649	8.027	-369	40.888	40.854	92.971	107.997	123.948	129.079	151.142	672.277
IMPUESTOS	0	0	0	2.408	0	12.266	12.256	27.891	32.399	37.184	38.724	45.342	201.683
FLUJO DESPUÉS DE IMPUESTOS	-10.306	-10.306	-1.649	5.619	-369	28.621	28.598	65.080	75.598	86.764	90.355	105.799	470.594

Fuente: Elaboración propia.

La inversión del primer año no se paga con el dinero sobrante después de todos los pagos, pero si se recupera en el segundo año, lo cual es bastante positivo, dado que para iniciar solo se tienen 119.495 colones de los teléfonos y en el mes nueve se proyecta poder comprar una computadora para llevar los registros digitales.

Finalmente, se realiza el análisis a cinco años, considerando un crecimiento de un 2% anual, en el cual se determina que la empresa es rentable a través del tiempo, por lo cual las ganancias reportadas año con año, se deberán usar para ayudar a proyectos de esta índole o reinvertirla en la compra de lo que se necesite dentro de la empresa o redistribuirla entre cada persona que realiza los trámites. Cuadro número 5 adjunto.

Cuadro #5
Flujo de ingresos anuales

Rubros	Flujo 0	Flujo 1	Flujo 2	Flujo 3	Flujo 4	Flujo 5	Total
Inversión inicial	-663.995,50						
Ingresos por trámites varios		14.515.044,85	14.805.345,75	15.101.452,66	15.403.481,72	15.711.551,35	75.536.876,33
Total de ingresos	0,00	14.515.044,85	14.805.345,75	15.101.452,66	15.403.481,72	15.711.551,35	75.536.876,33
Materiales de Oficina		40.000,00	40.800,00	41.616,00	42.448,32	43.297,29	208.161,61
Telefonía fija		270.000,00	275.400,00	280.908,00	286.526,16	292.256,68	1.405.090,84
Telefonos celulares		101.593,80	103.625,68	105.698,19	107.812,15	109.968,40	528.698,22
Recargas mensuales		280.660,77	286.273,98	291.999,46	297.839,45	303.796,24	1.460.569,91
Comisión receptora llamadas		1.451.504,49	1.480.534,57	1.510.145,27	1.540.348,17	1.571.155,14	7.553.687,63
Comisiones pagadas por trámites		11.612.035,88	11.844.276,60	12.081.162,13	12.322.785,37	12.569.241,08	60.429.501,07
Depreciación		86.972,75	168.647,75	108.900,00	108.900,00	108.900,00	582.320,50
Total de Gastos		13.842.767,69	14.199.558,58	14.420.429,05	14.706.659,63	14.998.614,82	72.168.029,78
Utilidad antes de intereses e impuestos		672.277,17	605.787,17	681.023,61	696.822,09	712.936,53	3.368.846,56
Impuestos		201.683,15	181.736,15	204.307,08	209.046,63	213.880,96	1.010.653,97
Utilidad después de impuestos		470.594,02	424.051,02	476.716,53	487.775,46	499.055,57	2.358.192,59
Valor de rescate						72.600,00	72.600,00
+Depreciación		86.972,75	168.647,75	108.900,00	108.900,00	108.900,00	582.320,50
Flujo	-663.995,50	557.566,77	592.698,77	585.616,53	596.675,46	680.555,57	3.013.113,09

Fuente: Elaboración propia.

El Valor Actual Neto (VAN), herramienta utilizada para conocer la rentabilidad de todo proyecto siempre que sea igual o mayor a cero, es muy positivo, ya que en el análisis a cinco años, da 1.333.570 colones. Por otro lado, la Tasa Interna de Retorno (TIR), la cual es una herramienta para conocer los rendimientos futuros de un proyecto es de un 82,94%, siendo mayor a la tasa de descuento considerada en el estudio de un 15%. Con estos resultados, es clara la rentabilidad de la empresa en estudio y la sostenibilidad en el tiempo que puede llegar a beneficiar a más personas a través de los años, con lo cual se cumple lo establecido en el modelo social de negocios.

CONCLUSIONES

Tal y como se estableció en el apartado de objetivos, este trabajo de investigación lo que busca es determinar la posibilidad de implementar entre las personas asalariadas del país el modelo social de negocios, como una forma de poder darle competitividad a un negocio, valorando la viabilidad del mismo bajo una sostenibilidad que le permita autonomía.

De tal forma, se pudo determinar que la mayoría de usuarios meta para el proyecto son asalariados, lo cual representa tres de cada cuatro personas, cuyo ingreso promedio es de 507.511 colones en zonas urbanas y 337.354 colones en zonas rurales. Asimismo, se investigó acerca de los niveles de pobreza extrema de las posibles personas beneficiarias de la iniciativa y se pudo corroborar que son altas, dado que el 43,32% de estas familias son lideradas por una jefatura femenina, con un salario de 91.290 colones, para una cantidad de 3,84 miembros, de los cuales 2,33 dependen económicamente del proveedor de ingresos.

Los resultados del sondeo aplicado resultaron muy provechosos para determinar la viabilidad de esta empresa social, resultando que 92% de las personas consultadas ha tenido que pedir permiso o vacaciones para ausentarse de su trabajo para realizar algún trámite personal, así que el 60% considera que esto significa un desperdicio de tiempo. Asimismo, el 84% de las personas consultadas, está dispuesta a pagar para que un tercero le brinde este servicio.

Con respecto a la oferta de servicios, el 45% de las necesidades corresponde a trámites de la Caja Costarricense de Seguro Social, mientras que el 31% a certificaciones del Registro Civil y Registro Público de la Propiedad. El restante 24% a otros tipos de servicios que se requieren.

El modelo social de negocios establece la búsqueda de una solución ingeniosa e innovadora a un problema social (como la pobreza), mediante la generación de empleo, que sea autosostenible, que cumpla con las leyes del país de origen y que las ganancias se reinviertan.

De tal forma, se hizo todo un estudio que permitió determinar, mediante un estudio de viabilidad del proyecto que es recomendable desde un punto de vista financiero el poder iniciar y proseguir con este proyecto para ayudar a las personas en condiciones marginales a surgir y tener un ingreso que les permita vivir más cómodamente en la sociedad, ya que el proyecto puede ser replicable en comunidades alejadas del Valle Central, aumentando la cobertura de beneficios, con una inversión inicial requerida mínima y con una sostenibilidad creíble.

Asimismo, dentro de esta empresa social se está contemplando el cumplimiento de la legislación nacional, sea, el pago de un salario mínimo por día, así como el pago de cuotas a la seguridad social.

Lo anterior ha permitido corroborar la posibilidad de dar solución a un problema que tiene una población usuaria meta como las personas asalariadas que no disponen de tiempo para ausentarse del trabajo para realizar trámites personales, los cuales pueden ser asumidos por una empresa social cuya finalidad es dar trabajo a una población económicamente deprimida y en vulnerabilidad como las mujeres jefas de hogar, para lo cual se observará la regulación nacional bajo un modelo de auto sostenimiento, donde se reinviertan las ganancias para aumentar la cobertura de beneficios.

RECOMENDACIONES

Se puede observar, con base en los resultados obtenidos por parte del estudio de investigación, la necesidad por parte de los trabajadores asalariados por un servicio que les permita no ausentarse del trabajo para realizar un trámite personal, dado que por otro lado también existe una necesidad de trabajo por parte de personas en condición de vulnerabilidad. Más que unas recomendaciones se propone una estrategia de posicionamiento de la nueva empresa social.

De tal forma, se hacen tres recomendaciones puntuales, siendo la primera, promover a través de líderes comunales la creación de grupos organizados de trabajo que sean serios y cumplidos para empezar a promover los servicios de trámites personales. Para ello se puede reclutar a las personas que actualmente hacen filas en las madrugadas en los EBAIS para que posteriormente se apersonen al Registro Civil y Registro de la Propiedad para que “complementen” la jornada laboral.

En segunda instancia, se debe buscar promover entre las personas asalariadas de las comunidades, la comunicación boca a boca del servicio para la cual las mujeres en condición de vulnerabilidad puedan iniciar con personas conocidas con el fin que estas últimas se conviertan en un agente multiplicador del servicio ofrecido, ya que bien es conocido que la mejor recomendación es la de una persona a otra.

Finalmente, es necesario acceder a algún tipo de micro crédito para iniciar con la actividad para tener el capital inicial, para lo cual se pueden buscar opciones en diferentes organizaciones no gubernamentales como gubernamentales, las cuales tienen medios para financiar ideas productivas como la descrita.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Audretsch, D. B. (2006) (ed.): Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth, Edward Elgar.

Constitución Política de Costa Rica. Diario Oficial La Gaceta. San José, Costa Rica, 7 de noviembre de 1949.

Estrada, A (2012). Ser Emprendedor Social, una oportunidad de ser grande. Consultado el 11/08/2013 en la WWW: http://ols.uas.mx/fen/gestione/Desp_Arts.asp?titulo=525

Gross, M (2009). ¿Qué es un modelo de negocios? Consultado el 11/08/2013 en la WWW: <http://manuelgross.bligoo.com/que-es-un-modelo-de-negocio-la-fuente-de-tu-competitividad>

Kliksberg, B. (2013) Cómo enfrentar la pobreza y la desigualdad. Consultado el 13/05/2013 en la WWW: <http://pagina12.com.ar/diario/especiales/18-178116-2011-10-02.html>

MacMillan, I. y Boisot, M. (2004): "Crossing Epistemological Boundaries: Managerial and Entrepreneurial Approaches to Knowledge Management" Long Range Planning

Noguera, Y (25 noviembre 2013). La caridad no resuelve el problema de la pobreza. La Nación, suplemento de Economía. Consultado el 28/07/2014 en la WWW: http://www.nacion.com/economia/politica-economica/caridad-resuelve-problema-pobreza_0_1380462036.html

Rodriguez, O. (26 noviembre de 2013). Muhammad Yunus critica falta de crédito en la banca para emprendimientos. La Nación, suplemento Economía. Consultado el 28/07/2014 en la WWW: http://www.nacion.com/economia/empresarial/Muhammad-Yunus-critica-credito-emprendimientos_0_1380661953.html

Ramirez, A (2008). ¿Qué es el emprendimiento social? Consultado el 11/08/2013 en la WWW: <http://www.slideshare.net/linajimenez30/emprendedurismo-social>

Veciana, J. M. (2007): "Las nuevas empresas en el proceso de innovación en la sociedad del conocimiento: evidencia empírica y políticas públicas", Economía Industrial núm. 363,

ANEXO 1

CUESTIONARIO SOBRE EMPRESA SOCIAL

San José, 2014

Mi nombre es Ennia Alvarez Rizzatti, estudiante de la Maestría en Administración de Empresas con Énfasis en Finanzas de ULACIT y como parte del curso Investigación Empresarial Aplicada se les solicita muy respetuosamente la colaboración para llenar el siguiente cuestionario que tiene como objetivo crear una empresa social.

Una empresa social busca una solución a un problema social (en este caso desempleo) para lo cual contrata personas en condición vulnerable y de las ganancias obtenidas las reinvierte en la misma empresa para ampliar la cobertura de beneficios.

Debido a que las personas pobres no poseen mayor educación y esto les limita obtener trabajos en condiciones de competencia, se quiere aprovechar uno de los mayores activos que tienen, su tiempo. Esto para que puedan hacer las filas de los trámites (civiles, registrales y de salud) que todos tenemos que hacer y a veces no lo hacemos por falta de tiempo en el trabajo.

Asimismo, me comprometo a proteger el derecho de privacidad de la información brindada y no se revelará de ninguna forma información específica de ningún participante. Cualquier consulta adicional la pueden hacer por medio del correo electrónico: ennia_alvarez@yahoo.com

"la diferencia entre ricos y pobres no es la riqueza, sino la oportunidad. Los pobres son los mayores emprendedores del mundo, ya que cada día tienen que innovar para poder sobrevivir. Sólo siguen siendo pobres porque no tienen las oportunidades para convertir su creatividad en un ingreso sostenible"
Muhamad Yunus, Premio Nobel de la Paz, 2006.

Nombre (opcional). _____ Sexo: M__ F__
Edad _____

PARTE I: Selección Única.

Favor marcar con una X la respuesta de acuerdo con la pregunta formulada.

1 ¿Cuál es su formación académica?

- Colegio Completo
- Universitario Incompleto
- Universitario Completo
- Postgrado Incompleto
- Postgrado Universitario

2 ¿Qué tipo de trabajador(a) asalariado(a) es usted?

- Profesional
- Técnico
- Administrativo

3. ¿Cuántos años tiene de trabajar para la empresa/institución en que labora?

- Menos de 2 años
- Entre 3 año y 5 años
- Entre 6 y 10 años
- Más de 10 años

PARTE II: Emprendedurismo social.

4. ¿Ha tenido que solicitar permiso o vacaciones en el trabajo para realizar un trámite personal?

- Sí
 No

5. ¿Considera una pérdida de tiempo pedir permisos o vacaciones en el trabajo para realizar este tipo de trámites, pudiéndolos hacer otras personas por usted?

- Sí
 No

6. ¿Cuántas veces al año ha tenido que pedir permiso o vacaciones para realizar un trámite personal?

- Ninguna
 1 a 2 veces
 3 a 4 veces
 Más de 5 veces

7. ¿Qué tipo de trámites / servicios ha requerido (puede marcar varias casillas)

- Ninguna
 Citas médicas CCSS
 Filas para exámenes médicos
 Retiros de medicamentos
 Trámites en el registro civil
 Trámites en el registro público
 Trámites varios (mandados).
 Servicios de encomienda
 Otros, favor detallar _____

8. ¿Estaría dispuesto a apoyar una empresa seria nacional que brinda ayuda a personas en condición marginal mediante una oportunidad de trabajo para mejorar su calidad de vida?

- Sí
 No

9. ¿Estaría dispuesto a pagar a esta empresa para que le realice trámites personales?

- Sí
 No

10. ¿Cuánto dinero en colones estaría dispuesto a pagar por los servicios mencionados?

- 2000
 3000
 4000
 5000