

¿Cuáles factores o condiciones explicarían que diversas empresas costarricenses no puedan calificarse como emprendimientos sociales y qué acciones deberían realizar para calificarse como tales?

Dayana Álvarez Aguilar¹

Resumen

El presente artículo científico busca establecer los factores o condiciones que explican el porqué las empresas costarricenses no sean calificadas como emprendedurismo social y las acciones que deberían tomar para considerarse como tal. Con este fin, se acerca al lector, un poco, a la realidad costarricense y se plantea la importancia del emprendedurismo social. Para profundizar en el tema primero se plantean aspectos principales, como las características de un emprendedor y luego se describe el emprendedurismo social y su importancia en la sociedad. Dentro de la investigación se logra detectar las condiciones y se concluye que pueden variar desde aspectos internos como la razón de ser de una empresa, hasta externos como el mismo desconocimiento en el tema. Aparte de esto, se cree que a través de una correcta estrategia de negocio una empresa podría transformarse en una social.

Palabras Clave: Emprendedurismo Social, emprendedor, innovador, objetivo social, responsabilidad social.

Abstract

This scientific article seeks to establish the factors or conditions that explain why Costa Rican companies are not classified as social entrepreneurship and the actions they should take to be considered as such. To pursuit this purpose, the reader is draw closer to the Costa Rican reality as it is established the importance of social entrepreneurship. To get deep in the subject, basics terms are set such as the characteristics of an entrepreneur and then it is described social entrepreneurship's value in society. Within the research was able to detect the conditions and it is concluded that could vary from internal reasons just as the

raison d'être of a company, to external issues as ignorance on the subject. Additionally, it is believed that through proper business strategy a company could become a social entrepreneurship.

Keywords: Social Entrepreneurship, entrepreneur, innovative, social purpose, social responsibility

¹ Bachiller en Administración de Negocios. E-mail: dayi_alvrz@hotmail.com

Introducción

En el 2011, en Costa Rica se presentó un declive en la solvencia económica nacional debido al alto déficit fiscal que se enfrentaba, situación que comprometió al estado a recortar la inversión social pública, mientras que las oportunidades de crecimiento económico se distribuyeron desigualmente por lo que la brecha social creció. Nuevamente se registra un aumento en la desigualdad de ingresos, cuya concentración de riqueza se encuentra en los sectores minoritarios y el deterioro se acrecienta en los grupos vulnerables, representando por un mayor porcentaje; así mismo, aumentó la población en situación de pobreza y persiste el nivel de desempleo e informalidad, *“la profundización de patrones insostenibles en el uso de recursos naturales compromete cada vez más el bienestar de las futuras generaciones”* Informe XVIII, Estado de la Nación (2012, p.33).

El reporte del Estado de la Nación refleja claramente la realidad costarricense, un país que le ha costado cada vez más quitarse la etiqueta “en vía de desarrollo” y cuya calidad de vida se ha ido deteriorando a nivel general, visto en términos de infraestructura, medio ambiente, políticas y promesas que no se cumplen, aumento de desempleo, entre otros. Aún cuando el informe identifica avances en áreas de salud y educación, la desigualdad social aumenta, mientras que los fondos destinados a programas sociales (inversión pública) disminuyen.

Dentro de una situación tan difícil se cuestiona el rol de las diferentes partes involucradas en el sistema: el gobierno, las entidades públicas y privadas, así también, el rol del individuo como ciudadano. Esto adicional al aporte individual

que se puede brindar para garantizarles a las demás generaciones un mejor mañana, mostrado en las pequeñas decisiones tomadas en la vida cotidiana y con las que poco a poco se va a generando el cambio: como contribuir con el ahorro de energía, denunciar actos de corrupción, inculcar valores en nuestros hogares. A nivel corporativo también las empresas cuentan con un papel importante, no sólo a través de la responsabilidad social, sino también con un diferente enfoque organizacional, el emprendedurismo social.

De acuerdo con el DR. Ricardo Fernández, responsabilidad social es un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. Se basa en la idea de que el funcionamiento general de una empresa debe evaluarse teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y el bienestar social de la sociedad en la que se integre (Responsabilidad Social Corporativa,2009).

El aumento en espacios publicitarios o noticiarios brindando información acerca de las distintas campañas de bien social que mantienen algunas empresas es evidencia de la importancia que se le ha venido dando al tema, sin embargo, el enfoque de responsabilidad social corporativa no es suficiente, ya que se ha vuelto un asunto más de imagen que de impacto y al final los intereses de los socios interfieren en el grado de responsabilidad social que se desee tener, ya que el fin principal de los emprendedores es generar utilidades para el enriquecimiento de los socios y el grado de responsabilidad social que tenga la empresa representa un menor dividendo para el accionista.

Ahora bien, existe otro enfoque en el cual más allá que un acto de caridad, donaciones y cubrir necesidades de corto plazo, busca dejar huella, impactar y generar un cambio en la sociedad. Mientras la caridad utiliza donaciones recaudadas para comprar comida y aliviar el hambre, aunque sea temporalmente, el emprendedurismo social utiliza sus fondos para lograr un impacto social duradero, ya no es suficiente tan sólo donar por buenas intenciones (Unite For Sight, 2013)

Por lo señalado anteriormente, el desarrollo de esta investigación es importante. En Costa Rica los problemas sociales siguen en aumento y por la magnitud y la gran inversión pública que representa el estado no puede hacerse cargo de cubrir todas esas necesidades. Debido a que el país necesita crecer social y económicamente, hay una gran responsabilidad en el sector privado, quienes a través de una estrategia adecuada pueden contribuir al desarrollo, enfocando su misión en un objetivo social, mientras que genera ingresos para ser auto sostenible.

En tal sentido, el objetivo de la investigación en este artículo científico es profundizar en lo que se podría lograr si desarrollaran más proyectos de este tipo e identificar los factores o condiciones que explicarían que diversas empresas costarricenses no puedan calificarse como emprendimientos sociales y qué acciones deberían realizar para calificarse como tal.

Revisión Bibliográfica:

Para los economistas un emprendedor es aquel que trae recursos, trabajo, materiales y otros activos, los combina y logra que su valor sea mayor al anterior, introduciendo en el mercado cambios, innovación y un nuevo orden. Desde la perspectiva de un ejecutivo es visto como alguien que genera riquezas para otros, es aquel quien encuentra mejores maneras de utilizar los recursos, reduce el desperdicio y crea opciones de empleo, puestos que otros estarían deseosos de obtener. (Hisrich, Peters, & Shepherd, Entrepreneurship, 2010). Sin embargo, existe otro tipo de emprendedurismo: el social, el cual consiste en nuestro objeto de investigación, para ello fijaremos primeramente la base : ¿Qué es emprendedurismo?, seguidamente relacionaremos el papel de responsabilidad social dentro de las empresas, para luego entender y tener más clara la diferencia entre responsabilidad social (RS) y emprendedurismo social (ES).

Dario Poncio (2010) define a un emprendedor como aquel que aborda la aventura de un negocio, lo organiza, busca capital para financiarlo y asume toda o la mayor acción de riesgo, quien no sólo está interesado en el crecimiento de la empresa

(reflejado en ganancia económica y utilidades), sino también en la gestión operativa, en palabras de Dario es una persona que disfruta emprendiendo. El emprendedor es capaz de detectar un problema, transformarlo en una oportunidad y crear una organización para encararla.

Kizner identifica al emprendedor como aquel que posee esa habilidad de percibir oportunidades de negocio de las que otros aún no se han percatado, no tanto de introducir nuevos productos o nuevas técnicas de producción al mercado, sino tener la capacidad de ver en dónde es que los nuevos productos se han convertido insospechadamente valiosos para los consumidores y en dónde es que los nuevos métodos de producción se han vuelto factibles, aspectos desconocidos por otros (Kirzner, 1973).

En general, el término de emprendedor se encuentra vinculado con los conceptos de riesgo e innovación, se observa que para identificar a un emprendedor se resaltan cuatro características importantes: tener iniciativa, la organización y reorganización de mecanismos sociales y económicos para agrupar los recursos de manera innovadora y la aceptación de riesgo, incertidumbre o hasta el posible fracaso. (Hisrich, Peters, & Shepherd, *Entrepreneurship*, 2010). Emprendimiento es, entonces, el proceso de crear algo nuevo de valor, dedicando el tiempo y esfuerzo necesario, asumiendo el acompañamiento financiero y riesgos sociales e incertidumbres y recibir las recompensas monetarias resultantes y de satisfacción personal. (Hisrich & Brush, *The Woman Entrepreneur: Starting, Financing, and Managing a Successful New Business*, 1985)

Existen dos posiciones en la definición de responsabilidad social: por un lado la teoría de Milton Friedman, premio Nobel de la Economía 1976, expone que la única responsabilidad social en los negocios es la de maximizar las ganancias obtenidas por los accionistas dentro del marco legal establecido. Según Friedman (1970), la única responsabilidad de una empresa es utilizar eficientemente sus recursos y participar en actividades diseñadas para incrementar sus ganancias dentro de las políticas establecidas, lo quiere decir, involucrarse en una competencia abierta y libre, sin engaño o fraude, de esta manera, podrá ofrecer a

la sociedad los mejores productos y servicios al precio más razonable, generar empleo, producción e inversión. Sin embargo, como lo menciona Herrera (2005), esta teoría fue pensada para aplicarse en una competencia perfecta, donde la información manejada por parte de los compradores y vendedores es la misma y la incertidumbre es inexistente, no para el mundo real en el que los marcos legales, instituciones gubernamentales y corrupción son una gran limitante, años más tarde la RS pasó a incluir las expectativas económicas, legales, éticas y filantrópicas que la sociedad tiene de las empresas, ya que aparte de los accionistas hay otro grupo de interés afectado también por las acciones que tome la empresa: la sociedad.

La responsabilidad social va relacionada con la ética de las compañías. Para que algunos se puede ver como una moda, un método más de marketing para atraer clientes, otros lo ven más como un acto de conciencia que ha logrado cambiar el giro de la empresa, buscando alinear tanto la estrategia, tanto de responsabilidad social a la estrategia de negocio. El principal objetivo para los accionistas de una empresa es el de generar utilidades, sin embargo, para ello se tienen que considerar el impacto inmediato y futuro que podrían causar sus actuaciones (García, 2012). Responsabilidad social difiere de emprendedurismo social, en el primer caso la empresa se preocupa por el impacto que tiene la actividad de su negocio en la sociedad y realiza planes paralelos a esa preocupación, sin embargo, el objetivo de la empresa continua siendo meramente económico, no social (Schwab Foundation for Social Entrepreneurship, 2008). En el caso de los emprendimientos sociales su fin es social, por lo tanto, su preocupación se traduce en un compromiso por generar un impacto a nivel social. *“Los emprendedores sociales no quedan satisfechos con sólo dar un pez o enseñar a pescar. Ellos no descansarán hasta que hayan revolucionado la industria pesquera”* (Drayton). El emprendedor social, aparte de ser una persona altruista, también muestra una clara determinación por contribuir en la sociedad; algunos defienden que el objetivo social tiene que ser el único objetivo a perseguir, otros apoyan que aquellos negocios que generan ingresos pueden también ser considerados dentro de la categoría de emprendedurismo social, en el tanto que

los ingresos obtenidos se reinviertan en la iniciativa social o como soporte económico para la empresa (Grau, 2013).

De acuerdo con la OIT (Organización Internacional de Trabajo), el emprendimiento social incluye tres factores para poder calificarse como tal, estos son: un objetivo social, una idea innovadora y un modelo de negocios sostenibles. En el ES el empresario está capacitado para crear y efectuar un proyecto empresarial en el que se unan la viabilidad técnica y financiera (negocio posible y rentable) propia de cualquier empresa con la utilidad social (herramienta social al servicio de la inserción laboral), (Sanchis & Melián, 2010).

El emprendimiento social contribuye al desarrollo de la sociedad, a través de cuatro formas distintas como lo define la OIT: identificando problemas sociales y enfrentando esas carencias como el desempleo, mejorando la calidad de servicios sociales con ideas innovadoras a los problemas, fomentando prácticas éticas en los mercados y siendo un puente para atraer a nuevos inversionistas que quieran también hacer una diferencia en la sociedad.

Metodología de la investigación

De acuerdo con los propósitos establecidos para la presente investigación y la forma en que fue desarrollada, se considera de carácter cualitativo, en donde fue empleada la entrevista como método de recolección de la información y corresponde a la principal fuente que nos acerca a la realidad costarricense. La encuesta se aplicó a cinco especialistas y expertos en la materia de emprendedurismo social. El perfil del encuestado incluye, ya sea, un profesional graduado en el campo o una persona quien a través de la experiencia generada en sus carreras profesionales ha ido formando y madurando sus conocimientos en emprendedurismo, principalmente en emprendedurismo social.

La entrevista se encuentra compuesta por nueve preguntas, relacionadas entre sí y enfocadas a obtener la percepción que tiene el sujeto entrevistado sobre el

emprendedurismo social en Costa Rica. Los temas mencionados varían incluyendo conceptos, características, nivel de participación de las mismas en el mercado costarricense y aciertos y desaciertos para clasificarse como tal, de ésta manera se procede con el análisis de las respuestas y el detalle de la información brindada.

En cuanto a la estructura de la entrevista, las preguntas empiezan desde una manera general a lo específico; desde respuestas objetivas y con un sentido mayormente teórico a respuestas más específicas y de opinión. La elaboración de las preguntas están ordenas en un sentido lógico para poder, primeramente, ubicar al entrevistado en el marco conceptual y de esta forma lograr ir desarrollando el espacio, indirectamente, a respuestas de opinión fundamentadas en hechos. El tiempo calculado de respuesta de toda la encuesta varía de quince a veinte minutos, de igual forma se llevó a cabo un pre-testeo cognitivo a cinco personas con el fin de analizar que tanto se conoce del tema y poder reducir de esta forma el sesgo que pueden generar la mala interpretación de las preguntas. Los expertos y especialistas a quienes se le realizó la entrevista fueron:

- Gema Monge. Proyecto Gerontovida.
- Laura Bravo. Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología.
- Federico Carrera. Asociación para el Fortalecimiento del Derecho Comercial en Latinoamérica.
- Karol Angulo. Acción Joven.
- Roberto Delgado. Fundación Omar Dengo.

Discusión de Resultados

1. *¿Cuáles son las características que debe tener una organización/negocio, para ser considerado como emprendimiento social?*

Según la experta Gema Monge, fundadora del proyecto Gerontovida, el *ES* debe satisfacer una necesidad social, debe tener un sector al cual se va a apoyar. A diferencia de una empresa normal, el *ES* no busca el enriquecimiento de sus socios, sino que tiene ese enfoque de ayudar a los demás.

De acuerdo con la doctora Laura Bravo, decana de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología, un negocio para ser catalogado como *ES* su misión primera es solucionar un problema social y de segundo la creación de riqueza debe invertir todas su utilidades de vuelta en el proyecto social. En él, tanto los colaboradores como el dueño son asalariados y todos reciben un salario justo de acuerdo al mercado, pero cualquier utilidad generada se tiene que reinvertir en el proyecto.

Por otro lado, el licenciado Federico Carrera, director ejecutivo de la Asociación para el Fortalecimiento del Derecho Comercial en Latinoamérica, también indica que uno de los elementos es que el objetivo principal de la organización sea el desarrollo de un sector de la sociedad. A partir de este objetivo, se pueden desarrollar diferentes temáticas como emprendedor social.

De su parte, la experta Karol Angulo, directora operativa de Acción Joven, habla que tiene que haber una idea innovadora y que con esa idea innovadora se debe querer impactar a la sociedad y generar un cambio en una problemática ya sea a nivel político, económico o social.

El especialista Roberto Delgado, Productor Académico de Innova en la Fundación Omar Dengo, explica que el *ES* está estrechamente relacionado con la responsabilidad social empresarial. Cómo una organización puede ayudar a sus clientes a resolver una parte de sus problemas (educación, convivencia comunal, lucha contra la pobreza, inclusión y justicia social, responsabilidad ambiental, brecha digital) es un valor clave de dicho concepto. Las organizaciones que comulgan con valores como: justicia social, inclusión social, cohesión social, voluntariado, democracia real, vínculos sociales y lazos de pertenencia, serían fuertes candidatas a poner en práctica políticas de *ES*. El *ES*

complementa los esfuerzos de las organizaciones mercantilistas y se fundamenta en la situación social de las comunidades y en la mejora de las condiciones de inequidad y la justicia.

Dado lo anterior, el *ES* debe ser una idea innovadora, transformada en negocio sostenible con un enfoque meramente social: encontrar solución a una problemática, utilizando las ganancias obtenidas a partir del giro del negocio.

2. *¿Cuál es la importancia del ES?*

Para la señorita Monge, corresponde a sensibilizarse y dejar a un lado el enriquecimiento propio /poderío, para ayudar a un sector vulnerable, ayudar a una problemática social por ejemplo: embarazos en adolescentes, adulto mayor, niños, entre otras cosas.

La Dra. Bravo expresa que el *ES* es la única solución que hay contra la pobreza del país o del mundo. Los gobiernos no pueden hacer lo suficiente y se necesita de la visión gerencial para poder atender los problemas sociales que existen.

Para el Lic. Carrera, la importancia radica en la comunión de ideas o de objetivos que pueden existir entre el crecimiento y el fortalecimiento de un sector de la sociedad que tiene carencias importantes y el crecimiento profesional que se puede obtener en la experiencia.

Desde la perspectiva de la Señora Angulo, si no hubiera emprendedores, las personas se quedarían estancadas, cruzadas de manos sin proponer nuevas ideas, nuevos cambios en la sociedad, lo que resultaría en un estancamiento social.

El señor Delgado manifiesta que la importancia del *ES* viaja en dos vías: por un lado, lucha realmente por disminuir en parte los estragos que causa la inequidad social y por otro, mejora el posicionamiento de la marca de la empresa en términos de que se preocupa por las comunidades y por mejorar la calidad de

vida de sus clientes y la comunidad, elemento que en la mayoría de los casos redonda en beneficios financieros al aumentar las ventas y aumentar la cuota de mercado. En este sentido, se trata de dos misiones: una mercantilista y la otra social, que juntas generan beneficios cuantitativos y cualitativos importantes en la población. El ES responde a la necesidad de crear conciencia sobre las dificultades que muchas personas experimentan al intentar tener acceso a salud, educación, recreación, alimentación, vivienda, vestido, entre otros.

La importancia está en el impacto positivo que el emprendedurismo social genera en nuestra sociedad al atender las distintas carencias y al contribuir al desarrollo social-económico del país y para los involucrados sirve como crecimiento profesional.

3. *¿Qué diagnóstico le daría a Costa Rica en cuanto a emprendedurismo social?*

La señorita Gema dice que es un tema innovador que ahorita está desarrollándose en las universidades, considera que es un tema nuevo y que va creciendo exponencialmente.

La Dra. Bravo manifiesta que el tema es muy nuevo aún y se confunde muy fácilmente con responsabilidad social corporativa, la cual es un paso al emprendimiento social, pero todavía es un tema reciente. Falta hacer conciencia de lo que es, no sólo en las facultades de ciencias empresariales, sino también en todas las cátedras y que se entienda el emprendimiento social no como voluntariado, sino como una manera en que se puede vivir, cubrir sus gastos, tener un estilo de vida razonable, mientras se soluciona un problema social.

De acuerdo con el parecer del Lic. Carrera, existe un muy buen crecimiento del *ES* en nuestro país y en general se ha desarrollado en diferentes zonas de Costa Rica. Sin embargo, para todos los que han incursionado como emprendedor social y se mantienen han tenido que pasar por etapas muy difíciles al inicio de sus acciones.

Para la señora Ángulo, “*está en pañales, no es fácil*”, ya que muchas veces hay que contar con los propios recursos para poder darle seguimiento. La cultura costarricense también es muy conformista, puede que haya una idea pero al primer intento y rechazo se desmotivan y dejan el proyecto a un lado y el apoyo es reducido, en sus palabras:

Está surgiendo, hay un auge más fuerte en las empresas en lo que es responsabilidad social, entonces por ahí, al menos nosotros como fundación hemos tenido muchísimo apoyo, pero no es algo que existía, es reciente, entonces a partir de eso podemos pensar en que en unos cuantos años esto va a ser mayor. Nos encontramos en pañales, pero en buen camino hacia el crecimiento en el *ES*.

Para el señor Delgado, de acuerdo con la experiencia y casos de éxito vividos en América Latina, Costa Rica aún no desarrolla el potencial que sí han experimentado países como Uruguay, Argentina, Chile y México. Esfuerzos programáticos como la Escuela de Emprendedores Sociales, la Fundación Claritas y la Red Latinoamericana de Universidades por el Emprendimiento Social, fundada por el Dr. Bernardo Kliskberg, han hecho aportes muy valiosos en diseminar el concepto y sus aplicaciones por toda América Latina. En Costa Rica existen proyectos ligados al *ES*, sin embargo, aún se puede hacer mucho más, sobre todo con la articulación de una política integral de emprendedurismo social que tenga sustento económico, programático y político, donde el sector público y el privado logren crear sinergias ganar-ganar, en pos de fortalecer los esfuerzos en esta temática.

El *ES* en Costa Rica es un tema muy novedoso, por lo que hasta cierto punto hay desconocimiento al respecto y muchos confunden el concepto con el de Responsabilidad Social.

4. *¿Considera usted que el estado ha apoyado el emprendedurismo social? ¿Por qué?*

La señorita Gema indica no estar segura, pero afirma que las universidades lo han estado haciendo, han mostrados interés y cree que el estado debería también promoverlo en las escuelas y colegios.

Por su parte la Dra. Bravo explica que no porque todavía no lo conoce, existen emprendimientos sociales, pero todavía el concepto es muy nuevo, por lo tanto el estado no lo ve como una ayuda, al contrario, pareciera ser que a veces sienten que el *ES* compite con la labor social del estado. Expresa que falta todavía un poco más de educación en todos los costarricenses.

Para el Lic. Carrera ha faltado ayuda debido, específicamente, a la escasa relación que existe entre el Estado y los emprendedores sociales. Los objetivos del Estado no son colaborar al emprendedor social, sino a las pymes, algo que no está mal, pero que limita al emprendedor social.

Desde la perspectiva de la señora Angulo, se han estado haciendo iniciativas para poder apoyarlo, pero no son en gran medida producto también de nuestra cultura conformista, ya que no estamos acostumbrados a dar el mayor esfuerzo, sino que estamos acostumbrados a quedarnos tranquilos, lo cual es lo mismo que reflejan las políticas en el país. El estado ha estado haciendo reconocimientos, algunos foros y seminarios, pero el enfoque no está en el *ES*.

El señor Delgado indica que del 2006-2010 se lograron importantes aportes al *ES*, por medio del trabajo articulado que realizó, en aquel entonces, la Rectoría del Sector Social y Lucha Contra la Pobreza, que estaba adscrita al Ministerio de Vivienda y Asentamientos Humanos. Se realizaron campañas de limpieza de parques, decoración de murales, distribución de alimentos a zonas indígenas, distribución de útiles escolares en lugares de incidencia de pobreza, ferias de salud en lugares rurales de difícil acceso, etc. Además, en esa época se puso en marcha el Programa AVANCEMOS (Transferencia monetaria condicionada para que los estudiantes de colegio no abandonaran los estudios).

El estado no ha apoyado lo suficiente el *ES*, debido a que no tiene un enfoque pro – emprendedurismo y en caso de haberlo es en un leve grado, se anteponen

otro tipo de proyectos. Adicional a esto, el desconocimiento en el tema hace que no se reciba suficiente apoyo, unido a la falta de una cultura emprendedora.

5. *¿Cuál es el valor agregado que ha obtenido en su experiencia?, ¿que motivaría a otra persona a convertir su negocio en emprendimiento social?*

Para la señorita Gema el valor agregado es la satisfacción personal de ayudar a los demás no solo a ver el negocio de uno como para uno, sino a saber que se está ayudando a un sector vulnerable.

La Dra. Bravo explica que estos proyectos se tienen que desarrollar por vocación, si bien se lucra, en el sentido en que uno tiene un salario, alguien que no tiene vocación no puede ser emprendedor social, se va a desanimar muy rápidamente y eso no sería tanto lo malo, sino que como no hay legislación que proteja un emprendimiento social o que lo diferencie de un emprendimiento normal, una persona que no tenga vocación va a ver el dinero y en lugar de sacar una parte para su salario e invertir todo para el proyecto social probablemente saque una parte para el proyecto y guarde el resto para él.

El Lic Carrera expresa que el valor agregado es el crecimiento profesional y las relaciones personales que se pueden lograr a través de una actividad que nos llena como profesionales y como empresarios, en el que aportamos con nuestras acciones al crecimiento social.

Para la señora Angulo son muchos los factores que entran en juego. Es interesante porque muchas veces uno desde la posición del “profesional” llega pensando en que uno es el que tiene el saber y cuando trabaja con estas poblaciones uno se da cuenta que recibe más de lo que puede dar. Creo que, más bien, la lección de vida es de ellos hacia uno, yo esperarí que fuera viceversa, pero el impacto que ellos logran tener en la vida de uno es impresionante, uno se sensibiliza. Han sido muchos los elementos que se han unido para ir moldeándome también como profesional.

El señor Delgado indica que la satisfacción de haber ayudado a alguien a mejorar su calidad de vida es un “salario” muy valioso que se gana. Además del salario ordinario que necesitamos para vivir, obtener esa satisfacción es un plus muy grato que ayuda a valorar las pequeñas cosas que tenemos, valorar nuestro entorno y creer firmemente en que es necesario ayudar a los demás, aunque sea con un pequeño esfuerzo.

Trabajar en este tipo de proyectos debe ser por vocación, sin embargo el valor agregado es la satisfacción de ayudar a alguien que realmente lo esté necesitando, el crecimiento profesional que se obtiene y las lecciones de vida con el ejemplo de muchos de ellos en su lucha para ser mejores personas a pesar de las circunstancias.

6. *¿Cuáles factores o condiciones explican que diversas empresas en Costa Rica no califiquen como emprendimiento social?*

La señorita Gema expresa que se debe a la estrategia que tienen para el mercado y el sector al cual va dirigido, no tienen una estrategia con un objetivo social.

De acuerdo con la Dra. Bravo es la confusión existente entre *RSC* y *ES*, la *RSC* es un paso hacia el *ES*, pero como sigue atado a la empresa, a lo que la empresa le dé, no puede ser auto sostenible. El *ES* tiene que ser sostenible, es decir, un proyecto que solucione un problema social pero que dependa del ingreso de una empresa, en el momento en que esa empresa entre en crisis o cambie de gerente o la junta directiva se aburra del proyecto lo quita, entonces nunca es *ES*, era nada más una acción de *RSC*.

Para el Lic. Carrera una de las condiciones es que la mayoría de las personas que inician los emprendimientos sociales son personas jóvenes, con muchas buenas intenciones pero con poca experiencia en el tema de emprendimientos.

Es complicado iniciar sin tener mucha experiencia, pues el trabajo es muy fuerte al inicio.

La señora Angulo indica que para poder contar como *ES* los requisitos principales son: que sea una idea innovadora y tenga un impacto a nivel social. Muchos de estos proyectos se realizan a través de organizaciones no gubernamentales y fundaciones que no cuentan de recursos propios y dependen mucho de la ayuda de otras empresas, la escasez de recursos provoca que no puedan surgir o cumplir con el objetivo planteado.

De su parte el señor Delgado explica que uno de los principales obstáculos por el cual las empresas no se involucran en temas de *RSE* y *ES* es el estilo gerencial y la visión competitiva que quieren implementar. La prioridad que dan al crecimiento y a la implementación de estrategias competitivas de expansión es mayor que lo que puedan ejecutar en el ámbito social. Adicionalmente, el país ha experimentado un aumento sostenido en los servicios que son costos fijos para las empresas, elemento que le ha restado recursos a las políticas de *RSE*. Otro factor es que, históricamente, ha existido la concepción de que los esfuerzos sociales son exclusivo resorte del Estado y que las empresas no tienen por qué coadyuvar en sus esfuerzos. Poco a poco esa máxima ha ido cambiando, pero a un ritmo lento.

Los factores que no permiten que una empresa sea considerada como *ES* son: una estrategia de negocio sin un objetivo social; la ignorancia en el tema, ya que se continúa mezclando emprendimiento social con responsabilidad social; la falta de experiencia en emprendimientos; así como de recursos para cubrir los gastos que involucre un proyecto de esta magnitud.

7. ¿Cuáles acciones debería tomar una organización/negocio para calificarse como emprendimiento social?

Señorita Gema: Comenzar con la responsabilidad social: motivar el voluntariado, donaciones, ayudas por parte de las empresas a instituciones u organizaciones que realmente lo ocupen.

Dra Bravo: Una empresa que tiene proyectos de responsabilidad social corporativa debería tomar esos proyectos, examinar el modelo de negocios para ver como lo hacen y así en determinado periodo pueda ser auto sostenible.

Lic. Carrera: Mediante la aplicación de elementos de *RSC* dentro de la empresa. Además, los objetivos del emprendedor social deben ser claros, es decir, saber que el norte de la empresa tiene como objetivos esenciales aportar a la sociedad un desarrollo sustentable, sin perder de vista el crecimiento económico de la empresa. Estos dos aspectos deben ir de la mano en todo momento, para no perder el rumbo.

Señora Angulo: A través de la responsabilidad social, muchas de estas empresas grandes pueden apoyar los emprendimientos sociales. Tanto para alguien que empieza, como el que ya se encuentra emprendiendo. Es importantes no desistir: la perseverancia es el norte para poder surgir. Si se cierra una puerta en un lugar, tocar 100 más para ver donde se encuentra el apoyo, perseverar y creer en su idea.

Señor Delgado: El primer paso es incluir el *ES* y la *RSC* como valores organizacionales, es decir, que por las venas de la organización fluyan esos conceptos y que todos los colaboradores de la misma se comprometan y se involucren con esas ideas. Posteriormente, se puede diseñar un portafolio de proyectos de *ES* y *RSC*, ponerles fecha de caducidad y tratar de programar su ejecución. Luego, se podrían publicitar los resultados como una ventaja competitiva.

Para encaminarse hacia el emprendimiento social, las empresas ya consolidadas pueden empezar a través del fortalecimiento de sus planes de responsabilidad social corporativa. Una empresa con proyectos consolidados de *RSC* podrían tornarse en emprendimientos social a través de un modelo de negocio adecuado y objetivos claros.

8. *¿Cuáles oportunidades existen en Costa Rica para desarrollar el emprendedurismo social y cómo el estado podría ayudar a las organizaciones/negocios a aprovecharlas?*

Señorita Gema: Primeramente se puede empezar inculcando este tema novedoso en las universidades y luego vincular asociaciones y fundaciones con el estado, para que le brinden apoyo.

Dra. Bravo: Oportunidades hay muchas. Cualquier problema es una oportunidad brillantemente disfrazada dice Philip Kotler y problemas sociales tenemos muchos. Se trata de pensar en cómo crear un modelo de negocio que nos permita solucionar el problema y ser autosostenible, que el ES no dependa de caridad o limosnas o de una empresa. El gobierno conoce poco de ES y por el momento está bien así, me preocuparía que si se da una política que fomente ES en vez de atraer emprendedores con vocación vaya a atraer gente que vea una oportunidad de lucro disfrazado de solucionar un problema social. Lo que sí sería bueno es, que por lo menos, se facilite a las asociaciones y fundaciones el registro.

Lic. Carrera: Son muchas las oportunidades que existen, lo importante es hacer uso efectivo de estas oportunidades. Por experiencia, pienso que lo mejor es no depender del Estado en ninguna situación. El emprendedurismo se tendrá que lograr a partir de la acción conjunta de los que componen la empresa/negocio y de cómo cada una de estos profesionales puedan aportar al crecimiento de la organización, independientemente de si existe o no alguna ayuda por parte del Estado.

Sra. Angulo: Oportunidades existen, se trata de tener una idea que genere un cambio social, sin embargo, el que se lleve a cabo y que alguien crea en mi idea es otro tema. El estado podría ayudar a través de políticas públicas e incluso dar subsidios por un tiempo definido para ver si la idea funciona y si funciona darle apoyo económico. Sí hay ideas, pero también gente sin recursos económicos, por lo que no lo pueden llevar a cabo.

Sr. Delgado: En el país hay un gran potencial para desarrollar *ES*, dado que las labores de voluntariado y RSC han ido en aumento. El Estado podría apoyar estas iniciativas, pero el elemento político juega allí un papel clave. Allí convergen muchas voluntades políticas que se mueven por diferentes aristas y responden a un sinnúmero de causas y deseos. Pero, si existiese voluntad de los líderes públicos, perfectamente se podría visualizar como algo posible.

Las oportunidades sobran, los problemas sociales en Costa Rica son múltiples, lo único que se requiere son buenas ideas, capital y personas dispuestas a emprender. El Estado podría colaborar en hacer más sencillo el proceso legal (trámites) en cuanto al registro y creación de una fundación, realizar programas y proyectos que fomenten y apoyen el *ES*, sin que ello quiera decir que se dependa económicamente del Estado.

9. *¿Cómo motivar a las personas en convertir sus proyectos en emprendimientos sociales?*

Señorita Gema: Cree que está en cada quien, el profesional no lo hace la universidad sino cada uno. Sería bueno promover los temas de liderazgo y emprendedurismo social, desde escuelas hasta la universidad.

Dra. Bravo: La primera parte es sensibilizar. En las facultades empresariales se han enfocado a enseñarles a los estudiantes que lo más importante es la maximización de la riqueza y se han olvidado de la parte social, de vez en cuando se toca algo en alguna clase pero no se hace énfasis. Es importante mostrarle a los estudiantes y a los docentes la brecha social que existe, no en África, India, sino aquí en Costa Rica y al mismo tiempo sensibilizar al estudiante mientras se le inculca el concepto de *ES*. Quitarse la idea que para solucionar un problema tiene que ser todo gratis, todo voluntariado, si bien se van a necesitar cosas gratis y voluntariado y pedir ayuda, se tiene que entender que el *ES* va a dar una manera de vivir, va ser un trabajo. Ese es el cambio de mentalidad que se tiene que desarrollar en los estudiantes desde la escuelas hasta las universidades.

Lic. Carrera: La motivación tiene que venir de cada uno de los integrantes de la empresa, quienes tienen que comprometerse a darle un giro a la empresa para buscar que tanto el negocio como la comunidad obtengan beneficios a largo plazo.

Sra. Angulo: Con ejemplos. Fomentarlo a los estudiantes e incluso a otras personas. Creerse cada uno lo que quiere y tener el valor para ponerlo en práctica, perder el miedo al fracaso.

Se trata de vender la idea a los emprendedores de que sus proyectos podrían tener un impacto social.

Sr. Delgado: El tema debe ser promovido en los centros estudiantiles, desde primaria hasta la vida universitaria, para ir educando a la población hacia una cultura emprendedora y enfocarse en cómo a través de ideas innovadoras también se puede ayudar a la sociedad mientras se costean al mismo tiempo nuestras responsabilidades personales.

Conclusiones

Las condiciones o factores que explican que una empresa no pueda ser calificada como emprendimiento social varían, desde su razón de ser hasta factores externos. Los emprendimientos sociales corresponden a una idea innovadora, transformada en una actividad económica, lucrativa y con una finalidad, objetivo social. Sin embargo, el mismo desconocimiento del tema constituye un impedimento para ser categorizadas como tales. La “moda empresarial”, en lo que respecta a responsabilidad social, está latente en las grandes potencias mundiales e incluso en empresas de países emergentes como el nuestro, estas compañías realizan grandes inversiones en campañas de responsabilidad social y el tema de RSE se encuentra bastante claro a nivel organizacional, sin embargo, el término de ES no está claro. La confusión entre ambos conceptos causa que las empresas no tengan el enfoque o planeamiento necesario para que estos proyectos puedan evolucionar y convertirse en proyectos auto sostenibles. La ignorancia llega a limitar programas de bien social sólo en dos opciones:

fundaciones mantenidas a través de donaciones o responsabilidad social corporativa.

Si se trata de una empresa ya constituida, uno de los primeros pasos para encaminarse al emprendimiento social es a través de la responsabilidad social y la responsabilidad social es muy amplia, puede ir desde voluntariado, hasta donaciones o proyectos más completos. Una vez que se haya fomentado el sentido de responsabilidad social empresarial dentro de las organizaciones y se tenga en claros los objetivos, se puede incursionar en un proyecto de bien social unido a un modelo de negocios que no dependa de otras instituciones o donaciones, sino que pueda costearse por sí mismo y contribuir al desarrollo social y económico.

El desempleo, la pobreza y el deterioro ambiental son algunas de las grandes problemáticas que nos rodean y ante las cuales nos sentimos impotentes para poder generar un cambio. En otras ocasiones entregamos el pan o el pez, para aliviar el hambre, pero no les enseñamos a pescar o les brindamos los instrumentos necesarios, no se brinda una solución eficiente a los problemas; en el tanto no se generen o creen soluciones trascendentes no habrá un verdadero impacto a estas fuertes problemáticas. Es necesario sensibilizar a la población, fortalecer una cultura empresarial, innovadora, para que podamos creer en proyectos, emprendimientos en los cuales puedo costear mis gastos, puedo tener un estilo de vida, un trabajo, desarrollar mi carrera y crecer profesionalmente, mientras estoy también ayudando a los sectores necesitados.

Lista de referencias:

Drayton, B. (s.f.). *Ashoka United States Investing In New Solutions For Our World's Toughest Problems* . Recuperado el Mayo de 2013, de Home: usa.ashoka.org

Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine* .García, R. F. (2010).

Responsabilidad Social Corporativa. España: Imprenta Gamma.

García, F. N. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica*. Madrid, España: ESIC Editorial.

Herrera, H. M. (2005). *El Marco Ético de la Responsabilidad Social Empresarial*. Bogotá, Colombia: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

Hisrich, R., & Brush, C. (1985). *The Woman Entrepreneur: Starting, Financing, and Managing a Successful New Business*. Lexington,MA: Lexington Books.

Hisrich, R., Peters, M., & Shepherd, D. (2010). *Entrepreneurship*. Nueva York: McGraw Hill.

Kirzner, I. M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Estados Unidos: University of Chicago Press, Ltd.

Organización Internacional de Trabajo. (2008). Qué es el emprendimiento social? *Concurso Emprendedor Social del Año* (pág. 2). Schwab Foundation for Social Entrepreneurship the Voice of Social Innovation.

Poncio, D. (2010). *Animarse a Empezar*. Editorial: Universitaria Villa María.

Sanchis, J. R., & Melián, A. (2010). Emprendedurismo social y nueva economía social como mecanismos para la inserción. España.

Schwab Foundation for Social Entrepreneurship. (2008). *¿Qué es el emprendimiento social?* America Central: Organización Internacional del Trabajo.

Unite For Sight. (2013). *Unite For Sight*. Recuperado el Mayo de 2013, de Social Entrepreneurship vs. Charity: www.uniteforsight.org