

¿Cuáles y cuántas empresas del sector alimentario en Costa Rica, tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlas?

Lic. Adrián Alfonso Calderón Meza*

Resumen

Una organización que hace que el negocio sea posible y rentable y que también destina todas las utilidades generadas a la solución de un determinado problema social es considerada emprendedurismo social.

Se hizo una investigación bibliográfica para identificar el pensamiento de varios autores contemporáneos sobre este tema a nivel mundial para luego enfocarla hacia el ámbito costarricense específicamente en el sector alimentario. Se trató de identificar la existencia de este tipo de organizaciones, así como las expectativas y esfuerzos que en ese campo se ha realizado y se planea desarrollar.

Por tratarse de una investigación cuantitativa y después del análisis de la información recolectada, se concluyó que solo algunos de los elementos que tipifican un emprendedurismo social estaban presentes en las empresas encuestadas. Se comprobó que faltaba uno de los más relevantes elementos, el destino que se le da a las utilidades generadas.

Como parte de los resultados, se determinó que los esfuerzos realizados por las empresas están más enfocados a la proyección hacia la comunidad, tanto interna como circundantes, a la ubicación geográfica de sus plantas.

Palabras Clave: Emprendimiento social, valor social, grupos de interés, empresario social.

Abstract

Social entrepreneurship organization involves the technical feasibility that means, doing business possible and profitable, while allocating all profits generated to the solution of a specific social problem.

A bibliographical research was done to identify the thinking of several contemporary authors regarding this subject at a global level and then focus on the Costa Rican market and specifically in the food sector. It was intended to identify the existence of such organizations as well as their expectations and efforts carried out and if they are planning to develop in the near future.

*Licenciado en Tecnología de Alimentos y aspirante a la Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Operaciones. Correo electrónico acalderon81162@yahoo.com.mx

Since this was a quantitative research and after collecting and analysis the information, it was concluded that only some of the key elements that typify a social entrepreneurship were present in the surveyed companies. That common element was the destination given to the generated profits.

Part of the results determined that the efforts made by the companies were focused on the community projection, internally or to the close surrounding the plants location.

Keywords: Social entrepreneurship, social value, stakeholders, social entrepreneurs.

Introducción

En esta investigación se tratará de identificar cuáles y cuántas empresas en del sector alimentario en Costa Rica tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han realizado para alcanzarlas.

Precisamente, para poder abordar apropiadamente este tema se hace necesario ampliar sobre emprendedurismo social, pues, es un concepto bastante reciente. De tal manera que se toma como referencia las explicaciones que hacen Sanchis y Melián (2009) quienes indican que el término se relaciona con la creación e implantación de una organización en la que se unen tanto la viabilidad técnica y financiera (negocio posible y rentable) con la utilidad social. Otro elemento adicional diferenciador para este tipo de proyectos es que precisamente "donde la mayoría ve un problema, ellos (los emprendedores) ven la oportunidad para contribuir a la mejora de la sociedad" (Curto, 2012).

Debido a que los proyectos de emprendedurismo son en su esencia empresas, éstas, como indican Collier y Evans (2009), requieren entonces de que sus operaciones estén bien diseñadas y ejecutadas para poder ser competitivas y poder afrontar el crecimiento económico. Es decir, que sean sostenibles y que cumplan con el objetivo social a cabalidad.

Según Bernardo Kliksberg (2012), cuando aborda el tema del hambre en el mundo, indica que en el 2011 murieron 5 millones de niños por esta razón y además menciona que existen 1025 millones de personas que la padecen. Por otra parte, el mismo autor indica que la producción de caloría per cápita es superior a la cantidad mínima necesaria, lo que lleva a concluir que existe una desproporción en la distribución de los alimentos. Según Fabio Mena (2010) cerca de 200 mil personas sobre de este flagelo en Costa Rica.

El sector de la industria alimentaria en Costa Rica representa aproximadamente el 35% de los trabajadores del sector industrial y el 4,2% del empleo total (Hidalgo, Herrera, López y Rodríguez, 2009) y su crecimiento se está viendo limitado por factores exógenos y para el 2013 se pronostica un crecimiento nulo (Vindas, 2012). Aunque no se pretende indicar que este es el único sector responsable de atacar el problema de la alimentación

en Costa Rica, al ser este el responsable de la producción de alimentos y, como se indica anteriormente, también una fuente relevante de empleo (y otra forma de atacar el problema del hambre) la investigación que se presenta en este documento tiene como objetivo tratar de identificar empresas del sector alimentario de Costa Rica que sean emprendedurismo social y además conocer cuáles son las expectativas que tienen para alcanzarlos.

Revisión Bibliográfica

El desarrollo de las PYMES a nivel mundial, señalan Bonomo y Krauss (2011) que citan a Fairly (2011), ha generado una fuente de empleo en las economías, de innovación en la productividad nacional, así como una ayuda a la reducción de la pobreza. De esta manera, se establece una relación entre la creación de una PYME y el emprendedurismo, pues que este último es generador de una empresa pequeña. Por otra parte, Driver (2012) indica, al recopilar la opinión de Michael Porter reconocido pensador y profesor de Administración de negocios, que el emprendedurismo es una solución tipo "*band aid*" para los problemas creados por el capitalismo y también señala que no todos los esos problemas pueden ser solucionados por esta vía.

El fomento a la creación de las PYMES o al emprendedurismo, como se indicó anteriormente, como elemento para el desarrollo no es ajeno a lo que se hace en Costa Rica. De esta manera, la Presidente Chinchilla Miranda ha promovido y publicado el programa Costa Rica Emprende en el cual está contenida la Política Nacional de Emprendimiento (Ministerio de Economía, Industria y Comercio, 2010).

Este ha sido conformado, según indica el documento, con la finalidad de ayudar al desarrollo económico y social del país, al incremento en procesos productivos y la generación de empleos. Se persigue además el traslado de los trabajos informales hacia el sector formal. (Ley No. 8262 y Reglamento 3311). Por su parte, Dutta (2012), en el estudio sobre el Índice de Innovación Global, ubica a Costa Rica en la posición 60 en el mundo y tercera en América Latina, precisamente por las plataformas para el desarrollo de la PYMES con que cuenta el país.

Ahora bien, el emprendedurismo social tiene características especiales con relación a otros tipos de empresas. Sanchis y Melián (2012) indican que a diferencia de las empresas tradicionales éstas incorporan los fines sociales, además de la viabilidad financiera y de mercado.

Por otra parte, Dalia Silberstein (2012) al tratar la forma de definir el emprendimiento social hace referencia a la creación de valores sociales además de los comunes en los negocios. Bonomo y Krauss (2011) lo identifican como una forma especial de emprendimiento, en los cuales tanto el negocio como el empresario buscan el desarrollo y cambio social.

Driver (2012) cita a Mair & Marti (2006) quienes indican que es una forma continua de creación de cambio social positivo y también menciona que Tracey y Phillips (2007) consideran que las utilidades de esas empresas lo que persiguen es un cambio social y que esta es la principal características de los empresas sociales.

En la ponencia de Bernardo Kliksberg (2012) se cita ejemplos donde empresas si cumplen con esta característica de que su enfoque principal es el tema social. Propone el caso del Premio Nobel de la Paz, Muhammad Yunus, fundador del Grameen Bank, que se dedica a dar pequeños préstamos productivos a personas de escasos recursos, o el Banco del Ojo para cirugías de catarata por un costo de pocos dólares. Esto es congruente con lo que señalan Sanchis y Melián (2012) sobre la visión de un emprendedor social y su capacidad de crear e implantar proyectos que sean viables técnica y financieramente y con utilidad social.

Por otra parte, Kliksberg (2012) también indica que la visión de Yunus fue más allá pues abre la opción para que empresas reconocidas y que son tradicionales hagan inversiones o uniones con otras para desarrollar proyectos sociales impactantes. Tal es el caso de Danone para fabricar yogurt de bajo costo, Veolia para agua potable, Adidas para calzado a menos de un dólar y con BASF para mosquiteros contra la malaria para personas de bajos recursos. Todas ellas empresas autosuficientes y que generan valor social pero no con dedicación exclusiva hacia eso como apunta Silberstein (2012).

Esta forma de visualizar el emprendedurismo social tiene una posición más cercana a la manifestada por De Pablo (2005), citado por Sanchis y Melián, cuando indica que el emprendedurismo social tiene el compromiso de crear nuevos modelos de negocios para satisfacer las necesidades básicas que los gobiernos o entidades públicas no pueden llenar. Sanchis y Melián (2012) concluyen que con base en estos criterios las empresas sociales buscan un triple objetivo: social, económico y sociopolítico.

Por su parte, Driver (2012) resalta en su trabajo de investigación el pensamiento de Porter acerca del valor compartido (shared value) o la habilidad de crear valor económico y beneficio social simultáneamente pero que sea perpetuo y sostenible. El emprendedurismo social, indica, se puede definir ampliamente para incluir los principios del mercado y el valor económico pensando en los problemas sociales.

Este concepto de valor compartido, indicado por Porter a través de Driver(2012), contrasta con lo indicado por Sanchis y Melián, citando a Burt (2008), ya que se explica que las empresas de emprendedurismo social fueron creadas específicamente para atender un fin social o reducir un fallo de mercado y que operan como las mismas reglas que una empresa tradicional.

Sin embargo, Gregory Dees, citado por Silberstein (2012), es enfático al indicar que los emprendedores sociales (en este sentido se hace referencia al emprendedor social como el ente director de una empresa social) tienen una misión específica en mente y es convertir el mundo en un lugar mejor creando valor social. Bonomo y Krauss citan a

Austin et.al. (2006) quienes refuerzan que la misión o propósito fundamental del emprendimiento social es la creación de valor social para el bien público.

Para la Fundación Skoll (sitio online) un emprendedor social cambia la cara de su negocio, pues es un agente de cambio para las sociedades que aprovechan las oportunidades. Mejora los sistemas por medio de nuevos alcances y la creación soluciones sostenibles para mejorar la sociedad. Por su parte, Carlota Quintao (2007) cita a Dees, Emerson y Economy (2001a:p.5) y destaca las características del emprendedor social en Europa. Estas características contemplan la misión orientada a la creación y sostenibilidad del valor social, el reconocimiento de las oportunidades para lograr esa misión, su compromiso con la innovación, su acción decidida a pesar de limitaciones de recursos y con un alto sentido de transparencia. Esta misma autora referencia a Defourny y Nyssens (2006: p.5-6) quienes identificaron nuevos criterios sociales (iniciativas sociales de ciudadanos, decisiones no basadas en consecución de capital, dinámica participativa, distribución de beneficios, objetivo de servicio a la comunidad) y económicos (actividad continua de producción de bienes y servicios, mucha autonomía, nivel significativo de riesgo económico, mínimo nivel de empleo remunerado) que los delimitan.

Según Vanessa Campos (2010), citando a Laville y Nyseens (2001), las empresas sociales pueden tomar múltiples formas. Estas van desde empresas de inserción, organizaciones o entidades no lucrativas hasta cooperativas. Todas estas se caracterizan por ser empresas de interés general para servicio de la colectividad y que tienen estructuras donde participan los usuarios, voluntarios y sus trabajadores.

Ahora bien, respecto el tema en el ámbito de Costa Rica, el Decimoséptimo Informe del Estado de la Nación 2010, estudio realizado por Petry y Lebendiker (2011), sitúa al país como una economía basada en la eficiencia (según la clasificación del Reporte Global de Competitividad) en el cual la inversión en infraestructura y marco gubernamental son sus características. Esta no muestra condiciones institucionales, financieras, de infraestructura y educativas suficientes para fomentar actividades emprendedoras de mayor productividad y de alto valor agregado. De aquí también se tiene que la tasa de actividad emprendedora en Costa Rica está cerca del promedio de países con mejores índices de desarrollo humano. El análisis por sectores indica que el 63% de los emprendimientos establecidos en el país están orientados al consumidor, donde precisamente se encuentra la Industria Alimentaria que es el foco de este estudio.

Tomando como referencia el trabajo de Hidalgo, et al. (2009) sobre la industria alimentaria en Costa Rica, se indica que estas empresas una gran parte está compuesta por capital nacional y de tradición familiar. Además, apuntan que son micro, pequeñas y medianas empresas. Los autores señalan que la innovación y la incorporación del conocimiento son variables importantes para estas empresas en especial en momentos de crisis.

Por su influencia del sector alimentario en la economía de Costa Rica y por ser una posible fuente de emprendedurismo su comportamiento puede ser un indicador del resultado esperado. Sin embargo Leticia Vindas (2012) indica, que el crecimiento de la

industria alimentaria fue del 2% en el 2012 y que se pronostica un crecimiento igual o menor para el 2013. Es decir, se supone que de existir el crecimiento es muy poco o nulo influenciado probablemente por factores de otra índole.

Si se toma en consideración la situación del emprendedurismo a nivel mundial, así como su relación con desarrollo de pequeñas y medianas empresas, y que unido a esto está la tradición familiar como conformación de la industria alimentaria en Costa Rica se encuentra bastantes similitudes con el desarrollo del emprendedurismo social en otros países. Se vuelve más interesante aun que el Gobierno Costarricense tenga el programa para promover el emprendedurismo ya que la desnutrición y la distribución de la alimentación son uno de los temas sociales relevantes en el país. Por tal razón, se debe identificar cuáles son las empresas, cuántas están operando y cuáles son sus proyectos de emprendedurismo social que tienen, puede ser un aporte relevante para el sector alimentario y el país. Allí radica la importancia de hacer este trabajo investigativo.

Metodología de la investigación.

Esta investigación, por los propósitos y la forma en que fue desarrollada, se consideró de carácter cuantitativo. Se empleó la encuesta como método de recolección de la información y como fuente primaria de la investigación.

La encuesta se aplicó a 312 empresas de la industria alimentaria y que en su mayoría forman parte de la base de datos de la Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria, sin que esto fuera una limitante. No se consideró ninguna otra condición especial para las industrias seleccionadas como parte de la población y la escogencia de las mismas fue aleatoria.

La encuesta está compuesta por un total de 6 preguntas cerradas y 2 mixtas, diseñadas para determinar las características que tienen esas empresas y que sirvieron como base para la comparación con las definiciones de empresas de emprendedurismo social.

El tiempo estimado para la respuesta de la encuesta es de 4 a 8 minutos y se hizo una combinación de temas para lograr mantener la atención de los participantes. De esta manera, se planteó preguntas relacionadas con los procesos de innovación, desarrollo de productos y servicios, también sobre el propósito fundamental de la empresa y mediante una combinación de otras preguntas se averiguó sobre la sostenibilidad de la empresa en el tiempo.

Así mismo, se realizó un pre-testeo cognitivo a 10 personas con el fin de analizar q tanto se conoce del tema y para poder reducir el sesgo que puede generar una mala interpretación de las preguntas. Los participantes del pre-testeo cognitivo fueron personas ajenas a la investigación y escogidas aleatoriamente. Ninguna de ellas es experta en el tema; sin embargo se consultó a dos empresarios como expertos para

evaluar la factibilidad de que sus colegas respondan las preguntas y cómo retroalimentación del contenido de las mismas.

El nivel de confianza de la encuesta fue del 95%, con un margen de error de 12,8%. De la muestra de 312 empresas 50 contestaron la encuesta, la cual fue aplicada por medio de la herramienta "Survey Monkey" por internet. También se hizo seguimiento telefónico y en algunos pocos casos se aplicó el cuestionario personalmente. La desventaja de la herramienta fue el alto nivel de omisión por parte de las empresas. Los resultados serán analizados y presentados en forma gráfica o tabulados para facilitar su interpretación.

Discusión de Resultados

Ya que el propósito de esta investigación es la determinación de la existencia de compañías que clasifiquen como emprendedurismo social y considerando que una forma de promover este valor es a través de la creación de pequeñas y medianas empresas (PYMES), se investigó sobre su tamaño para tratar de identificar posibles candidatas que cumplan además con otros requisitos.

Tabla No. 1: Tamaño de las empresas por el número de personas que la componen.

¿Cuántos empleados en total tiene la empresa?

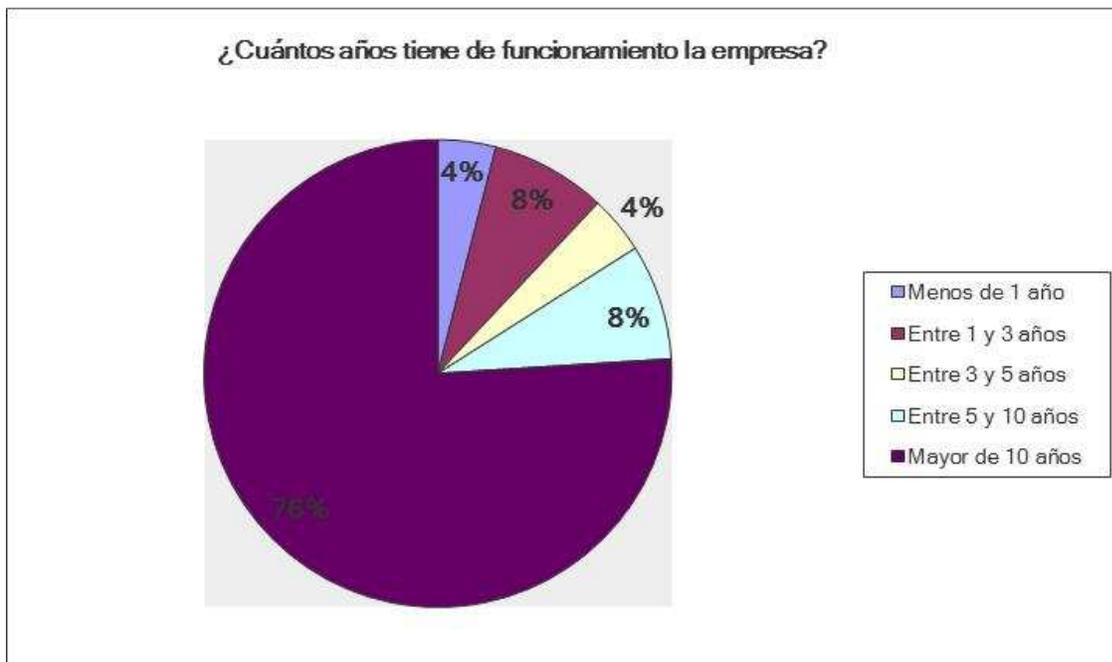
Opciones de respuesta	Porcentaje de respuestas	Cuenta de respuestas
5 personas o menos	22,0%	11
6 a 30 personas	30,0%	15
31 a 100 personas	26,0%	13
101 o más personas	22,0%	11
Respondida		50

Fuente: Proceso de investigación.

De acuerdo con la clasificación que hace la Caja Costarricense del Seguro Social, se tiene un 22% de Micro y 30% de pequeñas empresas. Es decir, más del 50% de las empresas encuestadas podrían ser emprendedurismo, si se considera la relación que se indicó en la revisión bibliográfica de que las PYMES son la forma de fomentarlo. Ahora bien, como lo que se busca es la identificación de aquellos que son de tipo social, esta información por sí sola no permite llegar a conclusiones.

Para entender si las empresas son sostenibles en el tiempo, se preguntó sobre su antigüedad, lo que de alguna manera refleja que han sido capaces de seguir operando. Es decir, son viables técnica y financieramente. Los resultados se detallan en la Gráfico No. 1.

Gráfico No. 1: Antigüedad de la empresa en años.



Fuente: Proceso de investigación.

Solo un pequeño porcentaje de las respuestas obtenidas (4%) se relaciona con empresas que tienen menos de 1 año de operación, las cuales podrían ser las consideradas como más vulnerables desde el punto de vista de sostenibilidad del negocio. Sin embargo, hay un considerable 24% que ha logrado mantenerse en el mercado por al menos 10 años. La gran mayoría tiene una buena estabilidad comercial (y se podría suponer una cierta madurez financiera, que es respalda con la siguientes preguntas de la encuesta) con más de 10 años, por lo que la muestra empleada tiene gran cumplimiento de la característica de sostenibilidad.

Uno de los temas medulares en la identificación de los emprendimientos sociales tiene relación con la razón de ser de la empresa. Como se puede apreciar en la Tabla No. 3, el 78% de las empresas considera la generación de utilidades o ganancias para los dueños o socios como parte de su misión. Esto descarta a la gran mayoría de las encuestadas. También se hace referencia, como segunda prioridad, a la ayuda que brindan para la solución de problemas sociales específicos. Luego se analiza con más detalle en las siguientes preguntas. Existe un 6% de las empresas que se enfoca en la donación de las utilidades o ganancias a proyectos sociales. Estas merecen especial atención, pues son las que cumplen con las características más importantes de un emprendimiento social.

Tabla No. 3: Misión o razón de ser de las empresas encuestadas.

¿Cuál es la razón del funcionamiento de la empresa (la Misión)? Puede marcar una o varias de las opciones.

Opciones de respuesta	Porcentaje de respuestas	Cuenta de respuestas
Generar utilidades o ganancias para los dueños y/o socios	78,0%	39
Ayudar a solucionar un problema social específico (desempleo, pobrezas, otros)	44,0%	22
Sostener económicamente a la familia del dueño o socio	30,0%	15
Donar las utilidades o ganancias a proyectos	6,0%	3
Respondidas		79

Fuente: Proceso de investigación.

Del análisis particular de sus respuestas, estas tres empresas (Soyapac, Catering Abelardo y Laboratorio Centro Natural La Fuente) se concluye que también tienen como objetivo la generación de ganancias a sus socios o dueños, es decir, que la donación de utilidades no es la única razón de ser de la organización, sino la generación de riqueza para socios o dueños.

El caso de Laboratorio Centro Natural La Fuentes indica que sí se considera un emprendedurismo social y está también planificando seguir invirtiendo dinero en proyectos sociales. Esta empresa indica que solo realiza proyectos de beneficencia.

Por su parte Soyapac no se autoevalúa como un emprendedurismo social y también planea presupuesto para proyectos sociales (una feria de la salud abierta al público).

Catering Abelardo es la más dinámica de las tres, pues tiene planes para abrir un centro de actividades sociales para rentarlo a público de bajos recursos. Ayuda a una escuela dominical, a una señora de la tercera edad y a un estudiante para que logre graduarse.

En la Tabla No. 4, se hace la presentación de las actividades de bien social o de proyección que las empresas realizan. Entre las actividades, están muchas relacionadas con proyección hacia la comunidad. Se observa que el 66% de las respuestas expresa que estas empresas realizan el desarrollo de servicios o productos nuevos o innovación. Esta es otra de las características de un emprendimiento social, pero también es una de las formas más comunes de mantenerse activo en el mercado.

Las donaciones a organizaciones y beneficios a sus empleados, ocupan el segundo orden de importancia con 60%. Esta puede ser una de las formas en que los encuestados interpretan la forma de atacar problemas sociales, es decir la generación de empleos.

La opción "Ayuda a familias de escasos recursos" es el tercer orden de prioridad (46%), "donaciones a escuelas del cantón" ocupa la cuarta posición mientras que "Proyectos de

beneficencia” la quinta. Todos estos proyectos tienden más a ser actividades de proyección hacia la comunidad que la propia razón de ser de las empresas. Estas son las expectativas que tienen las empresas para desarrollar a futuro o continuar haciéndolo. Parece que los esfuerzos van más hacia temas de responsabilidad social.

Tabla No. 4: Actividades de bien social realizadas por las empresas.

En la siguiente lista de actividades marque todas las que la empresa realiza.

Opciones de respuesta	Porcentaje de respuestas	Cuenta de respuestas
Desarrollo de servicios o productos nuevos (innovación)	66,0%	33
Beneficos especiales para sus empleados	60,0%	30
Donaciones a Organizaciones de bien social	60,0%	30
Ayuda a familias de escasos recursos	46,0%	23
Donaciones a Escuelas del cantón	38,0%	19
Proyectos de Beneficencia	36,0%	18
Ayudar a asilos de ancianos u orfanatos	34,0%	17
Donaciones a Teletón y similares	32,0%	16
Siembra de árboles	30,0%	15
Dar trabajo a personas con (discapacidad) capacidades especiales	26,0%	13
Limpezas de cauces de ríos o sitios públicos	18,0%	9
Donaciones a Municipalidades del cantón donde opera	18,0%	9
Voluntariado	14,0%	7
Otro (especifique)		2
	Respondidas	49
	Omitidas	1

Fuente: Proceso de investigación.

Cuando se les pregunta si tienen planificado destinar dinero para actividades de bien social aproximadamente la mitad de ellas indica que sí (Ver la tabla No. 5). Esto también denota que las actividades descritas con anterioridad son situaciones que no están dentro de su planificación en poco más de la mitad de los casos encuestados. El respaldo financiero para las actividades no necesariamente obedece entonces a su razón principal de ser o sea su misión. Soyapac y Laboratorios Centro Natural La Fuente, contestaron afirmativamente a esta pregunta.

Tabla No. 5: Planificación de las inversiones en bien social.

¿Se tiene entre los planes del negocio destinar dinero al desarrollo de proyectos sociales?

Opciones de respuesta	Porcentaje de respuestas	Cuenta de respuestas
Sí	42,9%	21
No	57,1%	28
Respondida		49
Omitida		1

Fuente: Proceso de investigación.

Así mismo, se preguntó sobre actividades que se planea realizar (y ya no el dinero) en la comunidad cercana y su respuesta coincide con la de la planificación del dinero, en cuanto a enfoque se refiere. Es decir, parece que la planificación de las actividades la realiza el 40% de las encuestadas. Esto lleva a concluir que lo que se tiene es una proyección hacia la comunidad más que un emprendedurismo social como objetivo fundamental de la empresa

Tabla No. 6: Actividades de bien social en la comunidad.

¿La empresa planea desarrollar algún proyecto social con la comunidad donde está ubicada, con sus empleados o vecinos?

Opciones de respuesta	Porcentaje de respuestas	Cuenta de respuestas
No	60,0%	30
Sí	40,0%	20
Especifique por favor:		7
Respondida		50

Fuente: Proceso de investigación.

Además, se hizo el planteamiento directo sobre si la persona entrevistada considera que la empresa se caracteriza por un emprendedurismo social, al que un 47% respondió positivamente. Lo cual hace suponer que las actividades que realizan para ellos representan (en cierta forma lo son, si se toma en consideración el enfoque de Porter, citado por Driver (2012)) su aporte a la solución de problemas sociales del ámbito donde operan.

Tabla No. 7: Auto evaluación como emprendedurismo social.

¿Se puede clasificar la empresa como emprendedurismo social?

Opciones de respuesta	Porcentaje de respuestas	Cuenta de respuestas
Sí	46,9%	23
No	53,1%	26
Respondida		49
Omitida		1

Fuente: Proceso de investigación.

Por último, y en combinación con las consideraciones de antigüedad de las empresas que se tocó antes en este estudio, el 62% de las empresas encuestadas indica que llegó a sus objetivos financieros del año anterior. Lo anterior, no significa que tuvieron o no ganancias, pues algunas de ellas pudieron haber presupuestado lo contrario y aun así ser sus metas anuales. Esto, sin embargo, representa una muestra más de la sostenibilidad que también caracteriza a una empresa de emprendedurismo social, pero que no es exclusiva de este tipo de empresa.

Tabla No. 8: Logro de objetivos financieros.

¿Se logró el objetivo financiero de la empresa en el último año?

Opciones de respuesta	Porcentaje de respuestas	Cuenta de respuestas
Sí	62,0%	31
No	38,0%	19
Respondida		50

Fuente: Proceso de investigación.

Conclusiones

- En todos los casos estudiados hace falta al menos un elemento para poder clasificarlos como una empresa con emprendedurismo social. El elemento más común **es el destino que se le da a las utilidades**: ganancias para los socios o dueños. Así lo definen en su razón de ser o Misión. Esto tiene gran relación con la finalidad con que una empresa ingresa al mercado y se mantiene en él. El aspecto social no necesariamente estuvo presente al inicio del negocio.
- El 66% de las empresas se enfoca en **innovación de productos y servicios**. Lo cual es una característica de este tipo de empresa con enfoque social. Sin

embargo, también es una condición muy importante para la permanencia de los negocios en el mercado, independientemente si es un emprendimiento social o no.

- Las actividades que esperan realizar van desde beneficios a empleados, donaciones a organizaciones de bien social, ayuda a familias de escasos recursos, donaciones a escuelas. Sin embargo, solo alrededor de 40% tiene **presupuesto (43%)** o **planes (40%)** para continuar haciéndolo. Es decir, no es esa su razón de ser de su negocio. Es muy probable, y no estuvo dentro del alcance de este estudio, que esto obedezca a la influencia que se da en el tema de la Responsabilidad Social Empresarial.
- El 76% de las empresas tiene más de 10 años de operar y el 62% lograron su objetivo financiero el último año. Esto indica que las empresas encuestadas son negocios viables y sostenibles. Esta es otra de las características de los emprendimientos sociales, pero lo es también de todos los negocios que se encuentran activos en el mercado.
- De acuerdo con las conclusiones anteriores y los datos obtenidos en la encuesta, ninguna de las empresas estudiadas cumple a cabalidad con la definición de emprendedurismo social. El destino de las utilidades, en todos los casos, tiene la finalidad de generar riqueza para los socios o dueños y solo en 3 de los casos también donan parte de éstas a bien social.
- A pesar de que se obtuvo un alto porcentaje de respuesta que muestran el interés de ayudar a solucionar un problema social (44%) las respuestas posteriores refuerzan el enfoque de responsabilidad social así como es de reconocer que la generación empleo y el contribuir a pasar negocios del sector informal al formal es un objetivo de la Política Nacional de Emprendimiento (Ministerio de Economía, Industria y Comercio, 2010) y también una ayuda desde el punto de vista social.
- El 47% de los encuestados considera las empresas donde labora como características del emprendedurismo sociales, lo cual denota que el concepto es confuso para ellos.

Lista de referencias

- Bonomo, A. y Krauss, C. (2011). Emprendedurismo Social: Un caso emblemático en Uruguay. Ing. Wilfredo Ponce de León. Recuperado de: www.ucu.edu.uy/linkclick.aspx?fileticket=7czujqbh0bo%3d&tabid=1749&mid=6327. Consultado el 26 de enero 2013
- Campos, V. (2010). El emprendedor social como mecanismo de inserción socio-laboral a través de la creación de empresas de la Economía Social. Recuperado de: <http://www.iudescoop-formaempleo.es/wp-content/uploads/2011/03/emprendimiento2.pdf>. Consultado el 3 de febrero 2013

- Collier, D. y Evans, J. (2009). *Administración de operaciones, bienes, servicios y cadena de valor*. México D. F.: Cengage Learning.
- Curto, M. (2012). Los emprendedores sociales: innovación al servicio del cambio social. Cuadernos de la Cátedra "la Caxia" de Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo, 13. Recuperado de: http://www.iese.edu/es/files/Cuaderno%2013_tcm5-75666.pdf. Consultado el 24 de enero 2013
- Driver, M. (2012). An Interview With: Michael Porter: Social Entrepreneurship and the Transformation of Capitalism. *Academy of Management & Education*. 3, 421-431. Doi: 105465/amle.2011.0002A.
- Dutta, S. (2012) . The Global Innovation Index. Stronger innovation linkages for Global Growth. INSEAD. Recuperado de: <http://www.globalinnovationindex.org/gii/GII%202012%20Report.pdf>. Consultado el 5 de febrero 2013
- Fundación Skoll. (2013). *Definición de Emprendedurismo Social*. Recuperado de <http://www.skollfoundation.org/about/skoll-awards/skoll-award-for-social-entrepreneurship-glossary/>. Consultado el 26 de enero 2013
- Hidalgo, A. , Herrera, R., López, v. y Velázquez, G. (2009). El sector de la industria alimentaria en Costa Rica : una perspectiva desde la cadena de valor. Recuperado de: <http://iberpyme.sela.org/Documentos/docu-final.pdf>. Consultado el 30 de enero 2013
- Kilksberg, B. (2012). *¿Cómo enfrentar la pobreza y la desigualdad?*. Recuperado de: http://www.pagina12.com.ar/especiales/archivo/bernardo_klikberg/018-KLIKBERG.pdf. Consultado el 31 de enero 2013
- Mena, F. (10 de octubre de 2010). Hambre afecta a 200 mil personas en Costa Rica. *La Prensa Libre*. Recuperado de: <http://www.prensalibre.cr/pl/nacional/33484-hambre-afecta-a-200-mil-personas-en-costa-rica.html>. Consultado el 31 de enero 2013
- Ministerio de Economía, Industria y Comercio. (2010). Política Nacional de Emprendimiento. Costa Rica Emprende. Recuperado de: http://www.meic.go.cr/index.php?option=com_content&view=article&id=214&Itemid=201. Consultado el 5 de febrero de 2013

- Petry, P. y Lebediker, M. (2011). *Emprendedurismo en Costa Rica*. Ponencia preparada para el Decimoséptimo Informe Estado de la Nación 2010. Programa Estado de la Nación. Recuperado de: <http://www.estadonacion.or.cr/index.php/biblioteca-virtual/costa-rica/estado-de-la-nacion/ponencias/1052-informe-xvii-emprendedurismo>. Consultado el 5 de febrero de 2013
- Quintao, C. (2007). *Empresas de inserción y empresas sociales en Europa*. Recuperado de: <http://ocw.unizar.es/ocw/ciencias-sociales-y-juridicas/direccion-de-entidades-no-lucrativas/ejercicios/ep-f-008-quintao.pdf>. Consultado el 24 de enero de 2013
- Sanchis, J.R. y Melián, A. (2009). Emprendedurismo social y nueva economía social como mecanismos de inserción sociolaboral. Recuperado de <http://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva2009/docs/51.pdf> Consultado el 20 de enero de 2013
- Silberstein, D. (2012). *Mitos y Realidades del Emprendedurismo Social*. Recuperado de <http://www.redceres.org/wp-content/uploads/2012/06/Articulo-Revista-FONRES-Emprendimiento-Social.pdf> Consultado el 24 de enero de 2013
- Vindas, L. (20 de diciembre 2012). Industria alimentaria pronostica crecimiento nulo para el 2013. *El Financiero*. Recuperado de: http://www.elfinancierocr.com/negocios/Industria-alimentaria-pronostica-crecimiento-nulo_0_212378761.html. Consultado el 24 de enero de 2013