

EMPRENDEDURISMO SOCIAL EN EMPRESAS DE DESARROLLO DE SOFTWARE EN COSTA RICA

Jorge Manuel Vargas Chacón¹

Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

San José, Costa Rica

Setiembre, 2013

RESUMEN

La presente investigación intenta profundizar el tema del emprendedurismo social en la industria del software en Costa Rica a agosto de 2013. Busca comprobar, si los directores de desarrollo conocen el concepto de emprendedurismo social, para determinar si es posible ejecutar este tipo de proyectos dentro de su empresa. De ser así, cuáles serían los que implementarían. Al mismo tiempo, esta investigación, intenta especificar las razones consideradas como influencias u obstáculos para realizar o no proyectos de emprendedurismo. El estudio cuenta con un enfoque cualitativo de alcance primordialmente descriptivo y de diseño no experimental transaccional.

PALABRAS CLAVE: Emprendedurismo social, responsabilidad social corporativa, software, influencias, obstáculos.

ABSTRACT

The following investigation intends to explore the social entrepreneurship topic at the software industry in Costa Rica to August, 2013; clarifying if this concept is of knowledge of the development directors, determining if it's possible to execute this kind of projects within their businesses and which would be the projects they would implement. At the same time, it specifies the reasons that are considered their influences and obstacles in order to realize or not projects under this conception. The study has a qualitative approach with a primarily descriptive scope and a non-experimental transactional design.

KEYWORDS: Social entrepreneurship, corporate social responsibility, software, influences, obstacles.

¹Bachiller en Ingeniería en Computación del Instituto Tecnológico de Costa Rica. Opta por el grado de Máster en Administración de Empresas con énfasis en Gerencia de Operaciones de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología.
Email: jorvargas.ch@gmail.com

INTRODUCCIÓN

Según Sanchis y Melián (sf), en el siglo XIX se plantearon una nueva metodología de trabajo y una nueva ideología; que buscaban disminuir la brecha abrumadora que había entre ricos y pobres. Para ese entonces, era necesario que las personas entendieran que eran parte de un entorno y que éste mismo les afectaba en diferentes dimensiones de su vida.

Actualmente, se puede comprobar que el panorama expuesto no ha cambiado, incluso empeoró con la crisis económica mundial. No obstante, gracias al esfuerzo de un grupo de personas, se está comenzando a forjar una nueva manera de llevar este mundo tan interconectado y se está creando una nueva conciencia que permita comprender que las acciones de unos cuantos pueden afectar el futuro de millones de personas que están cerca o a miles de kilómetros.

Es así, justamente, que se da el nacimiento del emprendedurismo social, como respuesta a las necesidades sociales que se enfrentan. De acuerdo con Arroyo (2013), en Costa Rica, este término comienza a emplearse desde, aproximadamente, hace unos diez años; es decir es una denominación reciente

La tecnología, es en cierto modo, una forma de emprendedurismo. Por ejemplo, el área de la computación, ha reformado la manera en que concebimos el mundo. La computadora personal, el Internet, las redes de alta velocidad, las redes inalámbricas, entre otras; han traído una serie de cambios: es posible acceder gran cantidad de información, por medio de un “click”. Sin embargo, a pesar de todas estas iniciativas, la realidad es que en nuestro país no todos poseen acceso a la tecnología.

En el estudio de Vega (2012) publicado por la CEPAL con datos a 2006, se evidencia que si bien es cierto Costa Rica, aparece con la menor brecha entre acceso a Internet rural y urbano de América Latina, su promedio de acceso a computadora e Internet es de un 15% de hogares con equipo y un 7% de conectividad web, es decir, que la gran mayoría de costarricenses no tiene una opción doméstica constante de acceso a esta información en la web.

Ahora bien, este fenómeno puede estar cambiando, según Pardo (2011) se percibe un aumento en la “capacidad de las personas y empresas en acceder a celulares e Internet”, de acuerdo con el Reporte de Competitividad Global 2011-2012 del Foro Económico Mundial, se especifica que en Costa Rica hay 65 celulares por cada 100 personas y solo un 36% de la población utiliza Internet.

Sea de una forma o de la otra, lo anterior denota que la mayoría de la población puede ver comprometido su desarrollo y se halla en desventaja con respecto a aquellas que sí gozan de la posibilidad de contar con este tipo de tecnologías que les ayuden a crecer como seres humanos y profesionales.

Este panorama origina dudas como las siguientes: en el ámbito nacional ¿Qué están haciendo las empresas en esta área para ayudar a que esta brecha entre ricos y pobres disminuya? ¿Están las empresas familiarizadas con el tema?, ¿Saben que hay detrás de este concepto? Por último se

plantea la siguiente pregunta: ¿Se conoce y puede llevar a cabo el emprendedurismo social en empresas de desarrollo de software en Costa Rica?

Sobre la base de estos cuestionamientos se formula el objetivo específico de esta investigación: describir el conocimiento relacionado con el emprendedurismo social y la posibilidad de ejecución en empresas de desarrollo de software en Costa Rica.

Además, a nivel de los objetivos generales se busca: contemplar las motivaciones y dificultades que enfrentan los líderes a la hora de ponerlos en marcha y explorar posibles ideas en torno a este tema.

Esto se alcanzará mediante la realización de una investigación con enfoque cualitativo de diseño no experimental transaccional en la cual se aplicará una entrevista a los directores de área de desarrollo de software, que por su posición de liderazgo, tienen influencia en las empresas, de inversión nacional o extranjera, ubicadas en territorio costarricense.

ASPECTOS TEÓRICOS

Un aspecto interesante, sobre el emprendedurismo social, es que aún los estudiosos del tema no se han puesto de acuerdo en qué es exactamente. Esto provoca confusión entre quienes apenas se encuentran indagando al respecto. Merino, Ballesteros, Bilbao, Carrero, Contreras, Díaz, Labajo, Linares, y Valor (sf) afirman que son ciertos matices, los que varían, dependiendo de quien responde a cómo el darle un mayor énfasis al impacto del emprendimiento, a la forma de organizar los recursos o a la discusión sobre el ánimo de lucro.

Es importante distinguir el emprendimiento social de otro tipo, en palabras de Curto (2012) “en resumen, un emprendimiento implica convertir una idea nueva en una innovación exitosa utilizando habilidades, visión, creatividad, persistencia y exposición al riesgo”. Dicho de otro modo, el emprendimiento abarca no solo cualquier área del quehacer humano, sino cualquier idea dentro de esas áreas.

Por lo tanto, la diferencia básica con el emprendimiento social es justamente la existencia de fines sociales bien definidos, es decir, según Curto (2012) el “compromiso de crear un impacto social” cuyo principal objetivo sea de acuerdo con Silberstein (2012) “convertir al mundo en un lugar mejor”. Como consecuencia, tal y como se aprecia en las diferentes entrevistas realizadas por Fonres (2012), los emprendimientos sociales miden sus utilidades no en términos de la ganancia monetaria, sino de la cantidad de ayuda que están generando socialmente. Esto no quiere decir que el dinero es un factor sin importancia; simplemente queda relegado por el valor social aportado. Otro aspecto adicional que persigue el emprendimiento social la sustentabilidad, es decir, como aclara Fonres (2012) que persista a lo largo del tiempo.

Ahora bien, es importante aclarar que como señala Silberstein (2012), que es un mito el hecho de que un emprendimiento social se derive una empresa. Varios estudios comprueban que la respuesta social empresarial o corporativa (RSC) no es, necesariamente, un tipo de emprendimiento social. Gracias a diversos estudios se puede comprobar que no necesariamente es así. Haces (2009), afirma que Feinberg se refiere a la RSC como una “adaptación de las operaciones de negocio a los estándares sociales y ambientales reconocidos, que cumplan con las obligaciones legales de su entorno y superándolas en forma voluntaria para invertir adicionalmente en bienes públicos como el capital humano, el cuidado del ambiente, la disminución de la pobreza y la competitividad del país en el que se desarrollan dichas operaciones”.

A pesar de que esta definición posee particularidades compartidas con la de emprendedurismo social, Haces (2009) establece que existen dos posiciones contrarias con respecto a la utilidad económica de las empresas que implementan RSC. Una se basa en apoyar todas las actividades que generen beneficio social, sea cual sea el resultado financiero al que se pronostique van a llegar (considerada como una posición moralista), la otra se basa en hallar un beneficio tangible para la empresa, independientemente del resultado social asociado con el mismo.

En otro estudio Haces (2009) comprobó que la RSC “tiende a ejercerse solo cuando se percibe como necesaria o cuando la situación económica es favorable”. Idea reforzada por Vélez (2011), quien afirma que después de la crisis económica la responsabilidad social comenzó a tener mayor auge, en especial como estrategia competitiva para diferenciar a unas empresas de las otras, con el fin de atraer clientes; justamente por las consecuencias de las aperturas de los mercados globales y lo difícil que se ha tornado el sobrevivir en ellos.

Sin embargo, no se puede concluir que una iniciativa bien planteada carece de posibilidades para convertirse en un proyecto de emprendimiento social. Si los fundamentos verdaderamente benefician a la sociedad, las compañías no los emplearán como medios publicitarios para atraer más clientes.

Aunque el emprendedurismo social puede aplicarse en cualquiera de las áreas del quehacer humano en la que exista una necesidad, hay una que ha ido adquiriendo mayor fuerza con el pasar de los años: la tecnología. Si bien es cierto, ésta no solventa las necesidades básicas como la alimentación, la salud y un techo digno; se puede concluir que, al menos en el plano educativo y de desarrollo humano, recibe especial atención.

Puede decirse que se ha convertido en una herramienta que ayuda a las personas a comprender su mundo; pues les permite acceder, en caso de que necesiten ayuda, a fuentes de vasto conocimiento en temas diversos, asimismo brinda, por ejemplo, la posibilidad de estudiar de manera virtual, lo cual se traduce en beneficios para el desarrollo de las personas.

Igualmente puede fungir como un medio de divulgación que expone los problemas que ciertas comunidades no saben cómo solucionar, lo cual les permite recibir ayuda de otras personas alrededor del mundo, quienes pueden enterarse de su situación.

Un ejemplo muy claro lo expone Kliksberg (2012) al referirse a Wikipedia, aplicación de software que con sus servidores mantiene una enciclopedia con unos 17 millones de artículos en 270 idiomas, creados y editados por unas 35 mil personas voluntarias. Es el sitio gratuito, que les permite a personas de cualquier raza, género, posición social o económica, conseguir, fácilmente, información de casi todo tipo.

Con base en este panorama actual, es que las empresas de software pueden representar un modelo de cambio en nuestras sociedades, pues se encargan de crear todos aquellos programas que actualmente se utilizan para una infinidad de aspectos en nuestra vida diaria. Pese a que su negocio específico es la realización de aplicaciones para computadora, hay una ventaja adicional: sus colaboradores tienen conocimiento técnico en otras ramas, por ejemplo, hardware y diseño de redes; lo cual posibilita la ejecución de proyectos de bien social en todos sus niveles técnicos.

En el ámbito nacional, Chinchilla (2006) establece que la cantidad de empresas dedicadas al desarrollo de software que existían a la fecha de creación del proyecto de ley 15981 (Fomento para el Desarrollo Nacional del Software) del año 2006 superaba las 150, así se le brindaba empleo a aproximadamente entre 3 500 y 4 000 personas. Pero a finales del año 2007, según Hernández y Vargas (2009), el panorama ya apuntaba a 264 empresas, es decir, un 40,12% del total de empresas del sector de servicios de tecnologías de la información y comunicación; las cuales de acuerdo a ellos mismos, generaban el 17% del empleo total del sector y representaba el subsector con el mayor crecimiento en términos de posiciones laborales con un 18% en los últimos cinco años.

En relación con el tema, Quirós (2012) expresa que “aunque el sector de servicios disminuyó su exportación durante la crisis económica de 2009, la industria informática no experimentó ningún declive en sus movimientos sino que sostuvo un leve incremento”. Al cierre del 2011, Quirós (2012) comenta que las exportaciones de servicios de informática e información alcanzaron un crecimiento del 26% con respecto al año anterior, equivalente a un 31% del total del sector servicios, lo cual se traduce en US\$1 533,9 millones.

Ya para el término del año 2012, el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (2013) anunció que el sector servicios en el país exportó US\$5.560,1 millones, un 11,8% (o US\$587 millones) más que en 2011; constituyendo así un 33% de las exportaciones totales del país. Asimismo, dentro de este sector el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (2013) afirma que “destacan los servicios de informática e información, así como los servicios empresariales, que crecieron un 11% en este período y alcanzaron la suma de US\$2.625,7 millones en el 2012, representando el 47,2% de las exportaciones de servicios del país y siendo el principal subsector dentro de éstos”.

Consecuentemente, aplicar una investigación de este tipo, en al menos el contexto de uno de estos subsectores, en este caso el desarrollo de software resulta atinado, porque es una pieza fundamental del crecimiento económico del país, que puede tener un impacto considerable en el emprendedurismo social.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

A continuación se exponen los diferentes puntos metodológicos que se utilizaron durante la presente indagación. Se parte de la teoría propuesta por Hernández, Fernández y Baptista (2010).

El enfoque de la investigación es de tipo cualitativo. Se pretende que el tema, tal y como se presenta en la Tabla 1, pueda ser estudiado con una mayor profundidad para alcanzar un mejor conocimiento del mismo.

Tabla 1
Matriz Básica de Investigación

Objetivo General de Investigación		
Describir el conocimiento relacionado con el emprendedurismo social y su posibilidad de ejecución en empresas de desarrollo de software en Costa Rica.		
Objetivo Específico	Variable	Indicador
Detallar el nivel de conocimiento sobre emprendedurismo social	Conocimiento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nivel de conocimiento del término “emprendedurismo social”. 2. Nivel de conocimiento del término “responsabilidad social corporativa”. 3. Establecer si existe confusión entre los dos términos anteriores. 4. Causas que han llevado a ese nivel de conocimiento.
Entender las motivaciones que llevan a los líderes de empresa a decidirse o no, por este camino.	Motivación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Razones internas de los líderes para realizar o no estos esfuerzos. 2. Influencias externas dentro de la organización. 3. Influencias externas fuera de la organización.
Descubrir aquellas dificultades que los líderes encuentran a la hora de poner en marcha este tipo de proyecto.	Dificultades	<ol style="list-style-type: none"> 1. Obstáculos internos para poder llevar a cabo estas ideas. 2. Obstáculos organizacionales. 3. Obstáculos del ambiente externo en general.

Explorar posibles ideas de emprendedurismo social en el área del desarrollo de software.

Tipos de proyectos

1. Determinar ideas que podrían convertirse en emprendimientos sociales.
2. Recursos a tomar en cuenta para implementar el proyecto.
3. Establecer si las alianzas serían parte de su agenda, incluso con competidores.

Fuente: Elaboración propia.

Para este estudio, dadas sus características concretas y el enfoque seleccionado, se ha establecido un alcance primordialmente descriptivo, que busca especificar el estado actual del tema en el área señalada. No obstante, debido a su importancia, y con el fin de ayudar a responder el problema planteado, se podrá encontrar un indicador de tipo explicativo que permita establecer algunas de las causas por las que se posee ese nivel de conocimiento. A pesar de esto, no se indaga a fondo sobre el mismo, sino que como se ha dicho, busca solamente apoyar el proceso de averiguación para ese objetivo específico, lo que representa apenas un pequeño matiz de otro enfoque.

También por las particularidades y objetivos del trabajo, se pretende conocer en un momento específico la situación del tema, en este caso a agosto de 2013, sin alterar ninguna posible variable, se ha optado por un diseño de investigación no experimental transaccional.

Al respecto, el procedimiento de muestreo es de tipo no probabilístico y por conveniencia, es decir que la muestra no se puede extrapolar porque no es representativa de todas las empresas de desarrollo de software que existen en el país y solamente se aplicará una entrevista a tres ingenieros en computación que ocupen la posición de liderazgo conocida como “director de desarrollo”. Adicionalmente, se le realizará la entrevista a una experta en la materia de emprendedurismo social con grado de máster en administración de empresas para que pueda ampliar la perspectiva del estado actual de la temática en el área del software.

Por solicitud académica se seleccionó la entrevista semiestructurada. Consta de 16 preguntas cerradas, las demás son abiertas; categorizadas de la siguiente manera: Aspectos relacionados con la responsabilidad social corporativa (3 preguntas), conocimiento del emprendedurismo social (4 preguntas), influencias para ejercer el emprendedurismo social (3 preguntas), obstáculos que limitan la ejecución del emprendedurismo social (3 preguntas), proyectos en el área de software (2 preguntas) y alianzas (1 pregunta).

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Por acuerdos de confidencialidad establecidos durante la realización de las entrevistas, solamente se utilizarán los apellidos de las personas que participaron pero no de sus nombres completos ni de las organizaciones a las cuales representan.

Todos los entrevistados en el área software afirmaron conocer lo que la responsabilidad social corporativa. Vargas (2013) brindó la definición más representativa “hay una responsabilidad ética de dar algo a la comunidad o la sociedad, desde los más necesitados hasta respetando las leyes costarricenses o leyes del lugar donde se esté, desde pagar Caja e impuestos hasta colaborar con actividades de índole cultural, educativa... cuando ocurre una inundación, terremoto que la compañía pueda utilizar sus recursos para apoyar a la comunidad”. Sequeira (2013) agregó “tiene que ver con dejar una huella en la sociedad, no solamente que mi forma actual de operar me lleve a hacer un uso correcto y responsable de los recursos desde el punto de vista humano y [material] (como papel, aire acondicionado), así como para que operen mis clientes”. Y Ortega (2013) expresó que “...no son proyectos con el afán de lucrar, sino de retornar algo a la sociedad”.

Con respecto a cómo conocieron el término, Vargas (2013) quien brindó la definición más exacta asegura haberlo conocido por primera vez en la universidad, tanto a nivel de bachillerato en un curso específico de ética como de posgrado y más tarde en las relaciones de negocios con terceros, lo cual se traduce en que él ha aplicado lo aprendido en su propia empresa. Ortega (2013) afirma que recuerda haberlo “escuchado alguna vez en alguna clase de algún profesor hablando del tema” pero que su conocimiento no es teórico, sino de lo que “uno escucha en la calle” y de noticias, por lo que es “muy por encima”. Mientras tanto, Sequeira (2013) estableció que ha sido básicamente por los medios de comunicación, los nuevos centros comerciales que tienen basureros con separadores de desechos y sus propios clientes.

Por otro lado, todos los entrevistados en el área de software, negaron conocer el término de emprendedurismo social y ante la exhortación de qué entenderían ellos por el mismo con solo escucharlo, Sequeira (2013) y Ortega (2013) pensaron rápidamente en organizaciones sin fines de lucro, tipo ONG; Ortega (2013) añadió que se refiere a la “gente emprendedora que se interesa más por el área social que por el simple hecho de generar dinero” y lo ejemplificó refiriéndose a comedores infantiles y gente que acoge a mujeres en riesgo social (que no tienen dónde vivir, poseen hijos y están en búsqueda de trabajo). Vargas (2013) habló más sobre cómo fomentar en la comunidad o localidad cadenas comerciales, unificar las diferentes entidades de la comunidad (gobierno, educación e industria) y de cómo generar nuevos negocios fomentados con el pensamiento emprendedor para revitalizar la economía local.

Ortega (2013) señaló que nunca ha participado en un proyecto social de ninguna índole. Vargas (2013) y Sequeira (2013) expresaron que han estado familiarizados con proyectos sociales en general, pero de la talla de lo que ellos consideran responsabilidad social corporativa: Sequeira (2013) dice que nunca haber participado como encargado o promotor principal, pero cuando ha sido contratado por un cliente, para colaborar con un proyecto tan interesante por medio del cual puede ayudar a las personas lo ha hecho sin recibir un pago. Vargas (2013) ha sido parte de estas iniciativas, lo ha hecho de forma individual y también ha motivado a otras personas y a las empresas en las que trabajar para que participen, “no esperamos a que el gobierno nos dé las cosas, sino que proponemos, [para generar] todo un esquema de competitividad local de la

región, para ayudar en todas las vertientes a la comunidad e impulsarla a salir adelante”, plan que está conformado por universidades, industrias y municipalidades.

Atribuyen que anteriormente, no habían escuchado sobre el tema por razones diversas, ya sea por falta de difusión en los medios de comunicación, porque las universidades no lo consideran en su enseñanza o por lo novedoso del tema.

Al respecto de las razones internas que motivan a los líderes para emprender este tipo de proyectos, Ortega (2013) cree que es “porque tienen una exposición a algún problema (viven en un barrio donde hay una vecina que el esposo le pega y el chiquito llora, la señora decide irse pero no tiene a dónde ir y entonces un vecino la acoge). Ese vecino lo hace por empatía, principios, valores... yo tengo que hacer algo para ayudar, esa situación no puede ser”. También él lo ejemplifica con aquellas personas que al haber pasado por “algún problema que pudieron sobrellevarlo, viendo hacia atrás se dicen: Si yo años atrás hubiera tenido tal ayuda hubiera sido mucho mejor, entonces quiero de alguna forma retribuir y ayudar”. Sequeira (2013) expresa que “no sé en otras personas pero en mí son los valores y el querer dejar una huella en la sociedad. En otros tal vez sea el ahorro en impuestos, el cual sí reportan al 100% a Hacienda”, criticando el aspecto que cuando hay un beneficio personal entonces sí se aseguran de que se realice adecuadamente. Mientras tanto, Vargas (2013) lo sintetiza en el querer “trascender, impulsar la economía, dar oportunidad a otros... impulsar la educación y empresas tipo ‘startups’ que hagan crecer la economía local”.

A su vez, resumen que las razones internas que no motivan a los líderes a ejecutar este tipo de emprendimientos son la indiferencia, los problemas de recursos, la falta de conocimiento (el querer ayudar pero no saber cómo hacerlo), el status quo (se sienten bien sin el riesgo que conllevan proyectos de este tipo) y la mentalidad cultural en el ámbito local y de país. Entre ellas, Ortega (2013) y Sequeira (2013) señalan que la razón es el costo y la cantidad de recursos necesarios para ejecutar estos proyectos. Sequeira (2013), refiriéndose a esto mismo, menciona que “tampoco se justifica que no se haga nada, está mal porque a veces ni lo mínimo necesario se hace”.

Las motivaciones de los líderes que ejecutan este tipo de proyectos son, entre otras: los departamentos de recursos humanos ya poseen acciones de proyección social de las cuales participan los empleados, ellos con su entusiasmo, al compartir lo bien que fue su experiencia, contagian a otros compañeros. Estas acciones dan paso a la unión de los grupos y a la mejora de la cultura organizacional. Vargas (2013) reconoce que en el momento en que las empresas apuestan por la juventud como un insumo, buscan apoyar la educación que se brinda en las escuelas, colegios y universidades; de ese modo determinan en qué tipo de profesionales se convertirán las/os estudiantes, entonces ayudan a entrenarlos y capacitarlos para que asegurarles un mejor futuro.

Los obstáculos por parte de la organización, para que no se realicen estos emprendimientos, pueden ser: la falta de interés el tema por lo que no poseen una política al respecto, por eso los colaboradores que comienzan algo se desaniman, porque no reciben apoyo de la empresa. Adicionalmente, especifican que la falta de visión y el dinero en cualquier forma (horas laborales sacrificadas o aportes adicionales en efectivo) son las barreras principales. Ortega (2013) comenta que “si la empresa la ve fea, muy posible esos sean los primeros proyectos que corten”.

Las influencias motivadoras que ejerce el ambiente externo comentan que indudablemente el papel que juega el gobierno con la deducción de los impuestos por ayuda social es una ventaja, las campañas publicitarias y los medios de comunicación con sus reportajes, favorecen la sensibilización de las personas en relación con un tema social específico

Los obstáculos desmotivadores e impuestos por el ambiente externo son: la situación en general del país con respecto a su cultura y su mentalidad, compuestas en gran parte, según Vargas (2013) por la “vagabundería y esperar a que todo se los den” y si hay o no una crisis financiera en el país o el mundo. Ésta última de acuerdo con Ortega (2013) hace que “la gente primero piense en su bienestar antes de ponerse a ayudar a alguien más. Para que alguien ayude creo que la gente debe tener cierto nivel de estabilidad... primero están sus intereses y cuando está en situación estable se presta a ayudar”. Cuando se le consultó qué considera él por estable, respondió: “Que tenga su trabajo, su ingreso, que tenga para comer, vestirse, transportarse... es más posible que esa persona emprenda algo a alguien que no tiene trabajo estable, como un vendedor de la calle que a veces tiene, a veces no”.

Entre las propuestas en el área de desarrollo de software, Ortega (2013) establece que al concebir proyectos de este tipo podría relacionárseles con la educación de adultos mayores, por ejemplo, si aprender a usar las computadoras, les sería posible efectuar trámites gubernamentales y bancarios por internet. También considera que se puede crear software para manejo de las operaciones en las organizaciones, como por ejemplo, en comedores infantiles. Sequeira (2013) propone juegos educativos de diversos temas sociales y ambientales para niñas/os, redes sociales que estimulen la conciencia social. No obstante, Vargas (2013) es de la opinión “que no se debe reinventar la rueda” y pone por ejemplo crear un portal como “Kickstarter” para emprendedurismo social y que las universidades dediquen parte de su presupuesto anual a apoyar unos 4 o 5 proyectos, es decir, que funcionen como incubadoras de negocios al estilo Yale, MIT, etcétera, ya que en su experiencia las universidades nacionales son adversas a este tipo de proyectos.

Cuando, a los entrevistados, se les consultó sobre el tipo de recursos que necesitarían para ejecutar estos proyectos Ortega (2013) dijo que “básicamente son recursos económicos, un balance entre el tiempo del empleado (no laboral) y la empresa podría poner cierto tiempo laboral... todo se reduce a recursos económicos, una hora que el empleado dedica a ese otro proyecto es una hora que se le paga pero para otra cosa”. Lo anterior es confirmado por Sequeira (2013) que opina lo mismo; mientras que para Vargas (2013) el recurso más necesario es la

disposición que tenga cada una de las partes, porque según él, en proyectos muy grandes en donde se pretende sacar a toda una localidad adelante, muchas empresas, asociaciones, organizaciones y municipalidades se pueden ver involucradas, pero lo complicado es poner a laborar a todas las partes en conjunto.

Por último, en relación con la consulta si realizarían alguna alianza incluso con competidores Ortega (2013) determinó que “dependerá de la intención real con que la alta gerencia observe el proyecto... si la intención es ayudar, la competencia no importa, pero si es puro mercadeo, entonces un competidor de seguro no se utilizará”. Vargas (2013) opina que sí realizaría alianzas con otras empresas e incluso con competidores y que de hecho ya lo han implementado en proyectos en su comunidad. Afirma que “a veces lo complicado es que las partes no tienen una visión común, entonces cada uno quiere jalar para su lado y lograr sus objetivos”. Sequeira (2013) aclara que en definitiva sí con otras empresas, pero es un poco más escéptico en lo que tiene que ver con los competidores porque según él “depende de quién sea el competidor, no con todos pero con algunos sí... solo si aplican las reglas del ‘fair play’”.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Con los hallazgos presentados en la sección anterior, se puede establecer que el nivel de conocimiento del término responsabilidad social corporativa, es muy aproximado a la definición propuesta en este trabajo, pero no así el concepto de emprendedurismo social del que nunca habían escuchado con anterioridad. Ortega (2013) estuvo bastante cerca, lo definió como “gente emprendedora que se interesa más por el área social que por el simple hecho de generar dinero” pero más tarde terminó confundiendo con ideas que arrancan una empresa en concreto, no con cualquier proyecto. Asimismo, Vargas (2013) logró concebir la amplitud de su impacto al hablar de fomentar un cambio en toda la comunidad o localidad pero no logró puntualizarlo de manera definitiva, ya que también lo guió hacia la construcción de nuevos negocios. Es decir, los entrevistados en su primera exploración concibieron el emprendedurismo social más como una rama de la RSC que se encarga de incentivar y construir empresas que ayuden a la sociedad con métodos de producción responsables y éticos.

Al respecto, la experta en el tema de emprendedurismo social Arroyo (2013) confirma que hay mucha confusión entre los términos: emprendedurismo empresarial, responsabilidad social corporativa y emprendedurismo social. Según ella, la diferencia básica del emprendedurismo social es que tiene como “fin último a las personas y su calidad de vida... y entonces en lo que se tiene que enfocar es en resolver problemas de los grupos sociales, en especial los vulnerables”.

De los entrevistados en el área de desarrollo de software, Vargas (2013) es quien posee el concepto más claro sobre RSC y afirma haberlo aprendido en un aula universitaria primordialmente, mientras que los otros dos participantes aclaran que su concepción proviene más bien del día a día e incluso viendo anuncios publicitarios sobre el tema relacionados con

otras empresas. Significa que es empírico y puede derivar fácilmente, en alteraciones. En este caso se nota el impacto positivo que tuvo la educación en Vargas (2013).

En relación con el tema de las motivaciones y dificultades en varios de los espectros del desarrollo de la vida del líder (internas a él mismo, dentro de la organización y todo el marco fuera de la organización) que pueden llevarlo o no a ejecutar este tipo de emprendimientos, se puede apreciar que son muy variadas pero se coloca especial énfasis en los recursos económicos, los valores y los principios éticos y morales. Arroyo (2013) ratifica esto al expresar que “la causa fundamental es una cuestión de lógica humana: lo que más ha provocado este desequilibrio es la pérdida de valores... reina el egoísmo, no impera como antes la solidaridad, los derechos de las demás personas, [hay un] ansia desesperada por el dinero y el poder... ya lo demás son efectos que se han facilitado por las decisiones tomadas durante el proceso de globalización, el cual se ha convertido en un proceso de deshumanización”.

Arroyo (2013) corrobora además, que los recursos financieros son una parte importante pero nunca lo podrá aceptar como una excusa para que un proyecto de emprendedurismo social se vea bloqueado porque ha observado y ha sido parte de esfuerzos que a pesar de limitarse económicamente se concretan. Arroyo (2013) considera que “esto lo hace una persona que tiene esa mente estratégica y que lleva a cabo el proceso de: Identifiquemos el problema, veamos opciones, seamos estrategas, busquemos contactos y terminamos precisamente con alianzas y es totalmente factible”. Arroyo (2013) también afirma “que cuesta mucho que las personas se presten a realizar estas alianzas, en especial por la falta de transparencia entre los grupos y personas, por temor a competencia desleal, a entregar información... sí se puede y estas son las cosas que debemos superar... lo inteligente es crear sinergias, no crear bandos y estar viendo a ver quién es el que más puede”.

En términos de las alianzas se determina que ambas partes quedan confirmadas, tanto con lo que dice Arroyo (2013) como con lo que aseguraron Ortega (2013), Vargas (2013) y Sequeira (2013), que las llevarían a cabo pero dependiendo de quiénes sean los competidores y sus intenciones.

En relación con los programas de software que se pueden crear bajo el ámbito del emprendedurismo social, Arroyo (2013) es muy enfática al expresar que “desde el punto de vista de las tecnologías, ¿tenemos algo diseñado especialmente para facilitar la gestión de los emprendedores sociales? Formalmente no”. Sin embargo, ella dice que “el emprendedurismo social no es una actividad nueva, por lo que muchas de las aplicaciones y software que se desarrollan para manejar emprendedurismo común y corriente son aplicables a emprendedurismo social”. Lo que se necesita es modificar esas aplicaciones “de carácter totalmente cuantitativo e ir a variables cualitativas... donde lo novedoso sería poder incluir indicadores de gestión o indicadores para medir impacto social que mezclen la parte cualitativa con la parte cuantitativa”.

En este aspecto, Ortega (2013) fue el que realizó la propuesta más compatible con Arroyo (2013) de crear todo un sistema de cómputo que le lleve la gestión a los emprendimientos sociales pero lógicamente sin entender las dimensiones de las variables cualitativas en la ecuación. A pesar de ello, las propuestas de Vargas (2013) y Sequeira (2013) con la visión e intenciones correctas perfectamente se pueden convertir en proyectos que se ajusten al concepto.

CONCLUSIONES

Ante el planteamiento del problema de investigación se determina que el concepto de emprendedurismo social no se conoce bien; así como Vargas (2013) lo estableció “las dos palabras juntas no las he escuchado” y la confusión entre éste concepto y la responsabilidad social corporativa es afirmativo. No obstante, se comprueba que a pesar de este desconocimiento, Sequeira (2013) ha participado en dos proyectos que pueden catalogarse como emprendedurismo social y Vargas (2013) actualmente se parte del equipo orquestador que busca sacar a toda una comunidad adelante, dedicando recursos de su empresa a esa labor. Aunque por razones de confidencialidad no se puede ahondar en ellos, representan ejemplos de cómo una empresa es capaz de ayudar a emprendimientos sociales, ya sea como líderes primarios de todo el proyecto o como aliados importantes en la cadena de valor del proyecto. Esto comprueba adicionalmente, que ya no se debe continuar preguntando si el emprendedurismo social se puede llevar a cabo en empresas de desarrollo de software en Costa Rica, es evidente que se están realizando.

Ahora bien, las causas del desconocimiento conceptual se resumen en la novedad del término, la falta de programas educativos universitarios y la difusión en los medios de comunicación; cuestiones que dificultan una expansión rápida de la definición de emprendedurismo social y que confirman el gran camino que falta recorrer.

De los entrevistados, quien mejor se aproxima a dar la definición de responsabilidad social corporativa es aquel que la recibió durante su estancia en la universidad. Se concluye que la inversión que ejecuten las universidades desempeñaría un papel fundamental en la aclaración de la terminología en las futuras generaciones, ayudando así, a difuminar las nubes de confusión que existen sobre qué es cada uno y sus respectivos alcances; lo cual es comprobado por Arroyo (2013) al hablar de la misión que posee la Red UnES.

Los recursos económicos se consideran la razón de mayor peso por la cual los directores de desarrollo de software creen que los líderes en general se desmotivan a la hora de ejecutar proyectos sociales.

Aunque se confirma que en Costa Rica hay proyectos de emprendedurismo social en el área de software, se denota un faltante de aplicaciones relacionadas al apoyo de la gestión administrativa que sean capaces de medir el desempeño de indicadores cualitativos. Por ejemplo, cuando Arroyo (2013) comenta que se busca mejorar la calidad de vida o cuando a nivel académico se examina medir problemas de capacitación o actualización en algunos grupos vulnerables.

Si bien ninguno de los resultados hallados pueda ser extrapolado, las conclusiones anteriores pueden ser utilizadas ya sea para avanzar en otras investigaciones o para aquellos con un espíritu aventurero más arraigado, inicien algún proceso de definición de proyecto que ayuden en alguna de las áreas establecidas.

RECOMENDACIONES

Considerar la modificación de los programas universitarios para dar a conocer estos temas podría ser esencial para ayudar a disminuir la falta de conocimiento que existe actualmente. Valdría la pena considerar la posibilidad de crear cursos libres adicionales o agregar uno a cada programa de bachillerato y posgrados que difundan en las aulas las concepciones correctas.

Continuar con investigaciones adicionales que determinen con mayor precisión cuántas empresas de desarrollo de software y tecnologías en general se encuentran aplicando realmente emprendedurismo social sin siquiera saberlo.

Asimismo, se podrían realizar estudios que comprueben a profundidad si efectivamente son las escalas de valores y principios o los recursos económicos y de tiempo, los factores que están bloqueando a las personas para ejecutar emprendimientos sociales en sus entornos; con el fin que se puedan resolver e influenciar así, un mayor cambio en la sociedad costarricense que le permita aumentar su igualdad.

Finalmente, tal y como se mencionó durante las entrevistas, para poder llevar a cabo emprendedurismo social corporativo, se deben revisar las cadenas de valor de las compañías costarricenses; si una se atreve a ingresar en el cambio y poco a poco influye en sus proveedores y clientes inmediatos y ellos a su vez en los siguientes eslabones, puede que los proyectos de índole social en las empresas se transformen con mayor facilidad en alianzas que proporcionen una mejor plataforma para la ejecución del bien social.

REFERENCIAS

Arroyo, I. (2013). Qué es emprendedurismo social y su aplicación en Costa Rica. Recuperado el 28 de julio de 2013 de: Entrevista personal.

Association for Computing Machinery. (2006). *Software Engineering*. Recuperado de http://computingcareers.acm.org/?page_id=12

Chinchilla, L. (28 de agosto de 2006). Proyecto de ley 15.981 – Fomento para el Desarrollo Nacional del Software. *La Gaceta*, 164.

Curto, M. (2012). *Los Emprendedores Sociales: Innovación al Servicio del Cambio Social*. Barcelona, España: IESE Business School.

- Fonres. (2012). *40 Minutos RSE – Emprendedores Sociales*. Recuperado de http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=bucAGIvpfLA#at=21
- Haces, J. (2009). Motivaciones de la responsabilidad social corporativa en Latinoamérica. *The Anáhuac Journal: Business and Economics*, 9(2), 31-54.
- Hernández, J., y Vargas, L. (2009). *Ecosistema de Servicios de Tecnologías de la Información y Comunicación*. Recuperado de <http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Perfil%20del%20sector%20de%20Servicios%20de%20TIC%20CRSS.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Chile: McGraw-Hill.
- Kliksberg, B. (29 de enero de 2012). ¿Cómo enfrentar la pobreza y la desigualdad? *Página/12*, pp. II, III, IV.
- Merino, A., Ballesteros, C., Bilbao, P., Carrero, I., Contreras, D., Díaz, E., Labajo, V., Linares, P., y Valor, C. (sf). *Guía del emprendedor social. Inspiraciones para la creación de empresas al servicio de la sociedad*. España: Universidad Pontificia Comillas.
- Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. (2013). *Exportación de servicios sumó US\$5.560 millones en el 2012*. Recuperado de http://www.comex.go.cr/sala_prensa/boletines/Boletin%2043/nota_9.aspx
- Pardo, S. (2011). *Costa Rica, tercero en acceso a tecnología*. Recuperado de https://www.larepublica.net/app/cms/www/index.php?pk_articulo=50601
- Quirós, D. (2012). *Informática se abre espacio en las exportaciones ticas*. Recuperado de <http://revistaitnow.com/2012/11/convergencia/informatica-se-abre-espacio-en-las-exportaciones-ticas/>
- Quirós, D. (2013). *Costa Rica duplica crecimiento de exportación de componentes electrónicos*. Recuperado de <http://revistaitnow.com/2013/01/hardware/exportacion-de-componentes-electronicos-duplico-su-crecimiento-durante-2012/>
- Rojas, E. (2013). *UCR sede de Congreso Internacional de Emprendedurismo Social*. Recuperado de <http://www.ucr.ac.cr/noticias/2013/06/04/ucr-sede-de-congreso-internacional-de-emprendedurismo-social.html>
- Sanchis, J.R., y Melián, A. (sf). *Emprendedurismo social y nueva economía social como mecanismos para la inserción sociolaboral*. Universitat de Valencia.
- Silberstein, D. (2012). *Mitos y Realidades del Emprendedurismo Social*. Recuperado de <http://www.redunes.org/wp-content/uploads/2012/07/Articulo-Mitos-y-Realidades-del-ES.pdf>

Vega, A. (2012). *Costa Rica es el país con menor brecha digital en América Latina*. Recuperado de <http://www.camtic.org/actualidad-tic/costa-rica-es-el-pais-con-menor-brecha-digital-en-america-latina/>

Vélez, A.M. (2011). Un recorrido hacia la responsabilidad social corporativa. *Revista Ciencias Estratégicas*, 19(25), 55-74.