

# ¿Cuáles y cuántas empresas en Heredia tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlos?

**Autora: Rebeca Hernández Tencio.<sup>1</sup>**

**Resumen:** *El emprendedurismo social corresponde a un modelo de negocios comerciales sostenibles generadores de riqueza con la capacidad de innovar y beneficiar como fin principal a colectivos excluidos de manera social y laboral o con necesidades sociales específicas; asimismo, a un empresario que crea el negocio por vocación para satisfacer dichos colectivos y donde la viabilidad de su empresa es fundamental para mantener su rentabilidad a largo plazo. En esta investigación cuantitativa se establece un vínculo con el perfil del emprendedor social y de las empresas sociales puestas en marcha, dada la necesidad de especificar las propiedades más importantes de este, medir diversos aspectos y componentes esenciales para el propio entendimiento. Por lo tanto, es imprescindible considerar investigaciones sobre el presente tema, porque contribuyen con la implementación de futuros emprendimientos sociales.*

**Palabras clave:** *Bienestar social, Comportamiento innovador, Desarrollo económico y social, Igualdad de oportunidades, Necesidad social.*

**Abstract:** *Social entrepreneurship is defined as a sustainable commercial business model which generates wealth and has the capacity to innovate and benefit those who are labor and/or socially challenged. In other words, an entrepreneur creates a business out of vocation, in order to satisfy collective aims, and where the viability of his or her business is fundamental to maintaining the business profitability. In this investigation, a close proximity between the social entrepreneur and the social entities is established. Through a descriptive study, it measures different aspects for success from normal business standards. These measurements are established for the sake of clear understanding and motivating the subjects to be benefited. The results of this could contribute essentially to the implementation of future social entrepreneurs.*

**Keywords:** *Social welfare, Innovation behavior, Economic and social development, Equal opportunity, Social needs.*

---

<sup>1</sup>Bachiller en Periodismo de la Universidad Latina de Costa Rica.  
Optando por la Maestría en Administración de Negocios con énfasis en Recursos Humanos ULACIT.  
rebe.hernandez@gmail.com

## **Introducción**

Los proyectos de emprendedurismo social son actividades comerciales generadoras de riqueza esencialmente fundamentadas como un modelo de negocios transformador y sostenible. Según Burt (2008), un emprendedor social líder logra identificar una situación social negativa estática que causa exclusión, marginalización o sufrimiento de un sector de la humanidad y descarga sobre esa injusticia su inspiración, acción directa, creatividad, coraje y fortaleza al buscar un nuevo y sólido equilibrio que asegure beneficios indisolubles para el grupo meta y la sociedad en general.

Al respecto, conviene comentar que en Costa Rica, el emprendedurismo social se evidencia con la puesta en marcha de exitosas pequeñas y medianas empresas, cooperativas, centros de inserción, sociedades laborales, entre otros; con el claro objetivo de beneficiar a la población en riesgo por la cual fueron creadas. Por lo tanto, las empresas de carácter social costarricenses requieren de un financiamiento económico que mayoritariamente se obtiene de fondos públicos, privados o bien, por el mismo emprendedor social.

Por su parte, la provincia de Heredia cuenta con una extensión total de 282,60Km<sup>2</sup>, mientras que el distrito primero (Heredia centro) tiene una extensión de 2,83Km<sup>2</sup>; según el Índice de Desarrollo Humano cantonal (IDHc) del 2009 al 2011 presentado por el PNUD en Diciembre del 2012, donde hubo mejorías importantes en las condiciones de vida a nivel nacional; no obstante, las brechas entre cantones se mantienen al limitar las posibilidades de las poblaciones menos favorecidas de mejorar

su calidad de vida. Según los resultados del IDHc, Heredia es una de las provincias con algunos de los cantones que presentan mejor desarrollo humano y económico.

Por lo señalado anteriormente, es importante desarrollar esta investigación dado el éxito que esta provincia representa al pasar de un pueblo agrícola y rural a una ciudad con un amplio desarrollo industrial y urbano, ya que logró articular propuestas de inserción en el mercado global y de las tecnologías de punta, potenciar los negocios rentables, seguros y eficaces que aportan beneficios a la sociedad, disminuir el desempleo, la precariedad laboral y problemas sociales aunados a la pobreza y el desarrollo humano.

Así mismo, el objetivo de esta investigación es determinar si en la provincia de Heredia existen empresas con expectativas de desarrollar proyectos de emprendedurismo social y qué esfuerzos han realizado para lograrlos.

De esta manera, se realiza una investigación cuantitativa secuencial con respecto a la estructura propuesta inicialmente en la introducción para justificar el objetivo de estudio, el segundo especifica la revisión bibliográfica, el tercer apartado desarrolla la metodología de la investigación para obtener de los sujetos de estudio la información requerida; seguidamente el cuarto apartado describe la presentación de los resultados de las encuestas y la discusión de los resultados obtenidos al utilizar la teoría como base y el estudio de campo como práctica, y se aportan conclusiones fundamentadas en el quinto apartado. Y por último, el sexto apartado expone las referencias bibliográficas.

## Revisión bibliográfica

El análisis del emprendedor, el emprendimiento y las empresas desde la perspectiva social, se realiza dentro del ámbito de la economía social y fundamentalmente, de la denominada nueva economía social o solidaria para evitar la pulverización tradicional entre cooperativas (producción) y mutuas (cooperación) al devolverle fuerza al trabajo en red (Laville, 2001). Asimismo, Favreau (1997), identifica el emprendedurismo social como un resurgimiento comunitario, el cual necesariamente demanda intervenciones integrales, territoriales y proactivas, basadas en la cooperación económica y social.

Empero, Carpi (1997) se refiere al emprendedurismo social como un nuevo estilo de desarrollo desde abajo, el cual se basa en tres elementos vitales: movimientos asociativos (catalizadores locales), comunidades locales (espacios básicos de interacción y movilización) y economía social (instrumentos estratégicos de gestión y educación). De la misma manera, se logran resultados basados en la democracia, trabajo, solidaridad y cooperación; es uno de los cinco valores comunes del emprendedor social, según el reporte final del ESEP 2011; European Social Entrepreneur Program), un programa de descubrimiento, orientación y formación de líderes sociales liderado por Cooperación Internacional e InterMediaConsulting convocado por la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2011).

Es imprescindible señalar que en las últimas décadas, el compromiso social tomó fuerza, asociado al consumo e implementación de proyectos corporativos responsables, de esta forma se aumentó la conciencia mutua de los consumidores y la

mejora en la calidad de vida; para Carpi (1997), los nuevos y necesarios indicadores de evaluación, aunados a la tradicional eficiencia económica (implicación, aprendizaje, flexibilidad, creatividad y seguridad), logran sus méritos máximos en la economía social comprometida, donde se producen nuevos valores, actitudes y hábitos relacionados con la seguridad social, el desarrollo comunitario, la sanidad y la gestión medioambiental. Al traducirlo en números, es importante considerar que desde 1999 a 2005, los fondos de inversión con responsabilidad social incrementaron las inversiones en los Estados Unidos en un 11% y en Europa en un 41%, hasta llegar a un total de 201.000 millones de dólares y 35.000 millones de euros (CEPAL, 2008). Todo esto parece confirmar que cualquiera que sea el sector del mercado en el que se desenvuelva, los analistas y las autoridades de regulación reconocen ahora que, a la larga, una empresa responsable es lucrativa.

No obstante, a diferencia de las formas tradicionales y según De Pablo (2005), el emprendedurismo social es el compromiso para crear nuevos modelos de la actividad que desarrollen productos y servicios para satisfacer las necesidades básicas de los grupos desatendidos por las instituciones sociales y económicas establecidas, o del mismo modo, como un acercamiento desde la perspectiva de los valores de la iniciática, el compromiso y la autonomía de actuación característicos de los proyectos empresariales, con el ámbito social. De esta manera, Laville y Nyssens (2001), definen el concepto de emprendedor social al establecer una serie de criterios sociales y económicos que logran equilibrar a las empresas que surgen de estas iniciativas, con las de objetivos netamente capitalistas. Llegado a este punto, es necesario aclarar que las empresas sociales deben buscar objetivos: sociales, económicos y sociopolíticos.

Justamente, ese vínculo entre lo social y lo económico, suscitó las primeras definiciones del concepto de emprendedor social en el ámbito anglosajón (Estados Unidos y Reino Unido). Por lo que Dees, Emerson y Economy (2001a; 2001b), lo definen como un agente de cambio que busca nuevas oportunidades para mejorar dicho valor social (y no privado), el reconocimiento y seguimiento de nuevas oportunidades para mejorar dicho valor social, el compromiso con un proceso continuo de innovación, adaptación y aprendizaje y la exhibición de un elevado sentido de transparencia y rendición de cuentas a sus interesados y de verificación de resultado.

Así, Burt (2008) define el término de emprendedor social como un líder que logra identificar una situación social negativa estática que causa exclusión, marginalización o sufrimiento de un sector de la humanidad y descarga sobre esa injusticia su inspiración, acción directa, creatividad, coraje y fortaleza al buscar un nuevo y sólido equilibrio que asegure beneficios indisolubles para el grupo meta y la sociedad en general. De igual manera, el tema en estudio fortalece las operaciones organizacionales en la cooperación para beneficiar al recurso humano y potenciar diversos aspectos de su bienestar tales como: la satisfacción laboral en el trabajo, la confianza, el bienestar psicológico, el trabajo en grupo y el compromiso con la compañía (Koschatzky, 2002; Moyano, Bruque y Eisenberg, 2007).

Durante la década de los años noventa se llevaron a cabo las primeras investigaciones internacionales sobre emprendedurismo social y de estas resultaron las políticas de apoyo financiero aprobadas por la Unión Europea; y según señala Quintao (2007), en el estudio realizado por Estivill, Bernier y Valadou (1997), se recogen diferentes casos sobre nuevas formas de empresas calificadas como sociales que

surgen ante el agravamiento de la exclusión social y el desempleo en Europa. De igual manera, de los proyectos de inicios del Siglo XXI, Quintao destaca los Proyectos ELEXIS7 y PERSE. De tal forma que todos los planes de este tema demuestran que las empresas sociales se presentan a través de distintas formas organizativas, existen diferencias significativas entre un país y otro y su desarrollo se logra en distintos campos de la actividad económica (medio ambiente, servicios sociales, desarrollo local, entre otros).

Los estudios empíricos realizados sobre las empresas sociales destacan la presencia mayoritaria de las de inserción, organizaciones o entidades no lucrativas y las cooperativas sociales; y poseen como factor común que no son empresas privadas tradicionales ni públicas. Y poseen principalmente, la condición de empresa de interés general por su finalidad de servicio a la colectividad y la existencia de estructuras con múltiples partes colaboradoras de las que son miembros a la vez los usuarios, voluntarios y trabajadores (Laville y Nyssens, 2001). En concordancia, Burt (2008), expresa que estas empresas son creadas para atender un fin social o mitigar o reducir un fallo del mercado, y que operan con la disciplina financiera, innovación y determinación del sector empresarial; aunque no cuentan con una legislación clara y se acogen a la ley según las formas organizativas estructuradas jurídicamente y depende del país. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC, 2013) en la provincia de Heredia operan más de 4030 empresas, tanto de productos como de servicios.

A nivel internacional las empresas líderes reportan entre un 1% y un 2% de sus utilidades dedicadas a inversión social y algunas invierten hasta 5% o más. Según

Vargas (2010), de acuerdo con una encuesta de la agencia Edelman PR Worldwide, aplicada entre 2500 líderes de opinión en Estados Unidos, Europa y Australia, los organismos no gubernamentales gozan de una ventaja de dos a uno sobre corporaciones y gobiernos con respecto a ser fuentes creíbles en materia de ambiente, salud y derechos humanos. Es preciso destacar que las ONG se han convertido en súper marcas porque están a la defensiva todo el tiempo, llevan su mensaje al consumidor, son ingeniosas para crear coaliciones, tienen una agenda clara y se movilizan con medios vitales como el internet. Asimismo, otro importante aporte es el del punto de vista de Yunus (2006), quien clasifica las empresas como sociales basadas en el mercado y las no basadas en el mercado; acentúa que las actividades de los empresarios sociales destacan por realizarse con el objetivo de satisfacer una necesidad social y no por oportunidad únicamente; de esta circunstancia nace el hecho de que este beneficio está por encima del fin comercial o económico.

En otro orden, el financiamiento de los proyectos de emprendedurismo social es trascendental, sustentado por Mercedes Poiré, directora del Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México (UVM); quien explicó que para consolidar sus proyectos, el 43% de los emprendedores sociales tiene como principal fuente de financiamiento a su familia, los voluntarios afiliados al mismo y los recursos que ellos mismos aportan, según Delgado, M. (2013).

## **Metodología**

El presente trabajo investigativo se realizó bajo un enfoque cuantitativo al poner una concepción positivista hipotética- deductiva, objetiva, particularista y orientada a los resultados; desarrollada más directamente en la tarea de verificar y comprobar teorías por medio de estudios muestrales representativos (Barrantes, 1999).

La investigación partió de tener como objetivo fundamental, un tópico desconocido o poco estudiado en Costa Rica como lo es el emprendedurismo social, tema del que existe poca información bibliográfica confiable o determinante de la cantidad e identificación de las empresas que cumplen con dichas características en la zona; exploración aunada a una descriptiva por la necesidad de especificar las propiedades más importantes de este y medir diversos aspectos y componentes esenciales para el propio entendimiento.

El instrumento de investigación utilizado para la recolección de información y fuente primaria de la investigación, fue la encuesta, realizada a cincuenta empresas con operaciones en la provincia de Heredia; las cuales fueron elegidas de la base de datos proporcionada por la Municipalidad de Heredia y el directorio telefónico del Instituto Costarricense de Electricidad (ICE). Al considerar como alcances el aportar conclusiones fundamentadas en los resultados de la misma que puedan contribuir esencialmente con la implementación de futuros emprendimientos sociales y se motive la investigación del tema.

Asimismo, las limitaciones correspondieron al tiempo y disposición que los empleados tuvieron para responder la encuesta y entregarla durante horas laborales,

los representantes de las empresas estudiadas no conocen el concepto de emprendedurismo social y que los resultados de esta investigación sean dados a conocer a los encuestados que permitan el surgimiento del tema de estudio como un fenómeno empresarial exitoso.

La encuesta se dividió en secciones para mejorar el entendimiento de la misma, la primera para abarcar generalidades y conocimientos del tema, compuesta por cinco preguntas cerradas con el propósito de obtener información concreta sobre las características y expectativas que tenían las empresas analizadas con respecto al tema de investigación con el fin de reducir considerablemente la parcialidad del encuestador o la posibilidad de inducción de la respuesta y facilitar el procesamiento de respuesta. La segunda sección sobre los objetivos y prácticas para las empresas, incluyó dos preguntas mixtas mediante la opción de selección múltiple, la tercera parte se utilizó para identificar la prioridad de inversión en proyectos sociales y los motivos para ejecutarlos y la última sección para conocer sobre los esfuerzos y expectativas de emprendedurismo social que se han venido realizando para lo que se ofreció la oportunidad de realizar comentarios y observaciones adicionales.

Así mismo, se realizó un pre- testeo cognitivo a diez personas con el fin de analizar qué tanto se conocía del tema y reducir el sesgo que pudiera generar la mala interpretación de las preguntas. Los colaboradores fueron estudiantes de la ULACIT y la Universidad Nacional de Costa Rica (UNA), que desconocían el tema.

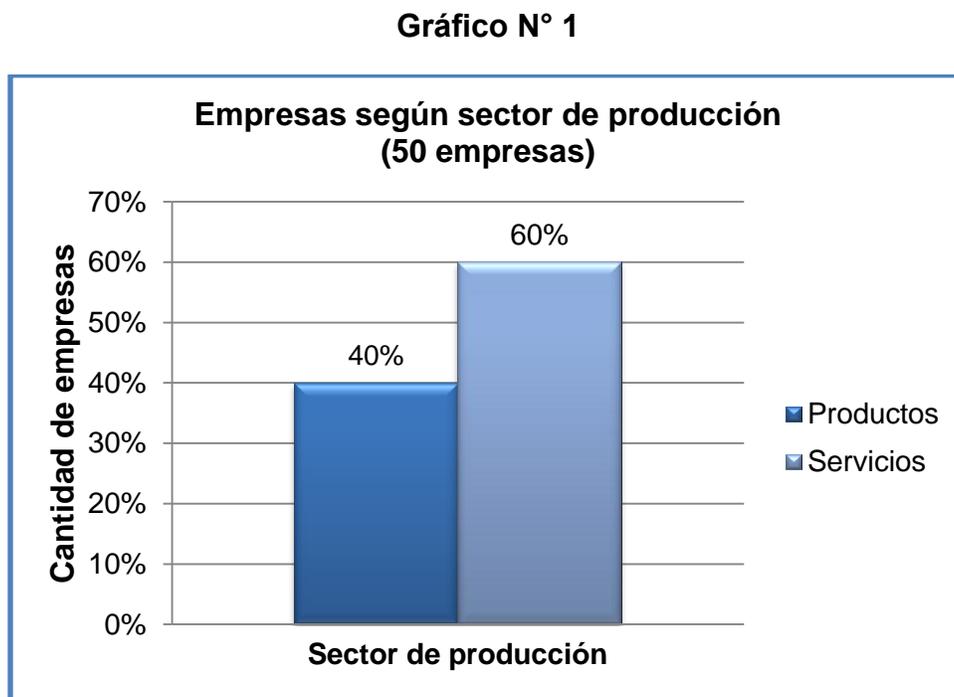
Se estimó diez minutos para completar toda la encuesta que se aplicó de forma personal y de la que surgieron los resultados que se presentarán mediante tablas y gráficos que faciliten el análisis.

### **Análisis de resultados**

En esta fase se analizan las derivaciones obtenidas de la encuesta realizada sobre emprendedurismo social, a una muestra de cincuenta empresas de la provincia de Heredia. Los resultados, analizados por preguntas, se muestran a continuación:

#### **Pregunta 1: ¿A qué sector pertenece su empresa?**

El Gráfico N° 1 muestra el total de las empresas encuestadas según el sector de producción en el que operan:



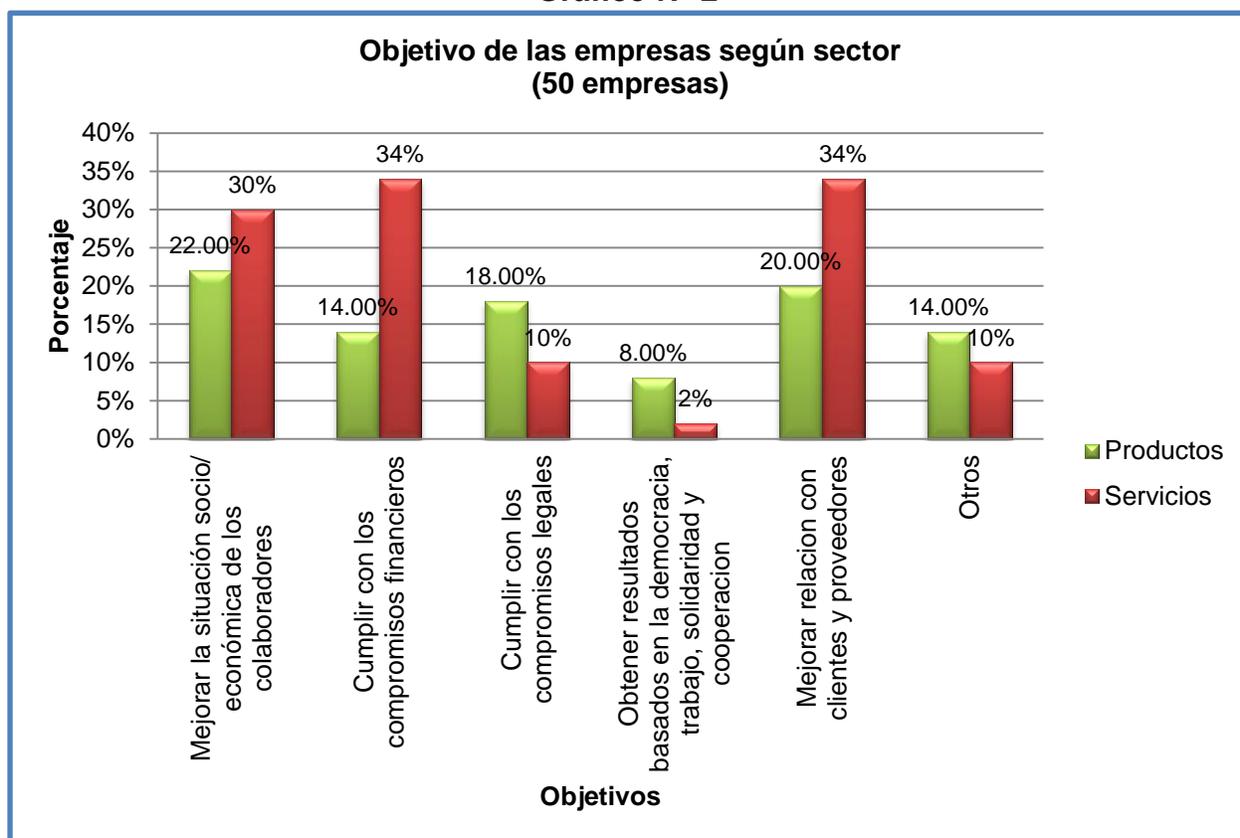
*Fuente: recopilación propia del trabajo de campo, 2013.*

De esta manera, se observa que del total de cincuenta empresas encuestadas, treinta pertenecen al sector servicios y las otras veinte al de productos; representando un 60% y un 40% respectivamente; pregunta realizada para identificar la tendencia de las operaciones en la provincia; ya que según el INEC en la provincia de Heredia operan más de 4030 empresas, tanto de productos como de servicios. Asimismo, la clasificación por sectores se torna relevante dado el gran crecimiento en los últimos años de las actividades terciarias como elementos claves de la economía costarricense; proceso evidenciado en los resultados obtenidos y el cual ha estado acompañado de una notable reducción de las actividades primarias y secundarias, compensado con un aumento significativo del sector servicios.

**Preguntas cruzadas: ¿A qué sector pertenece su empresa? Y según el objetivo de su empresa, ¿cuáles son las razones que mejor describen el propósito por el que funciona? Selección múltiple.**

En este mismo tema el Gráfico N° 2 es una combinación de variables entre el sector al que pertenece la empresa encuestada y los objetivos por los que funcionan para analizar las tendencias.

Gráfico N° 2



Fuente: recopilación propia del trabajo de campo, 2013.

Al analizar ambos sectores se evidencia cómo para el de servicios, mejorar la relación con clientes y proveedores promueve de forma paralela el cumplimiento de los compromisos financieros; ya que ambas fueron la opción elegida por la mayoría de las empresas (34%). Asimismo, en servicios una minoría (2%) le atribuye importancia a direccionar su objetivo hacia el obtener resultados basados en la democracia, trabajo, solidaridad y cooperación; también minoría (8%) de las empresas del sector productos como uno de los cinco valores comunes del emprendedor social según el reporte final del ESEP (2011)

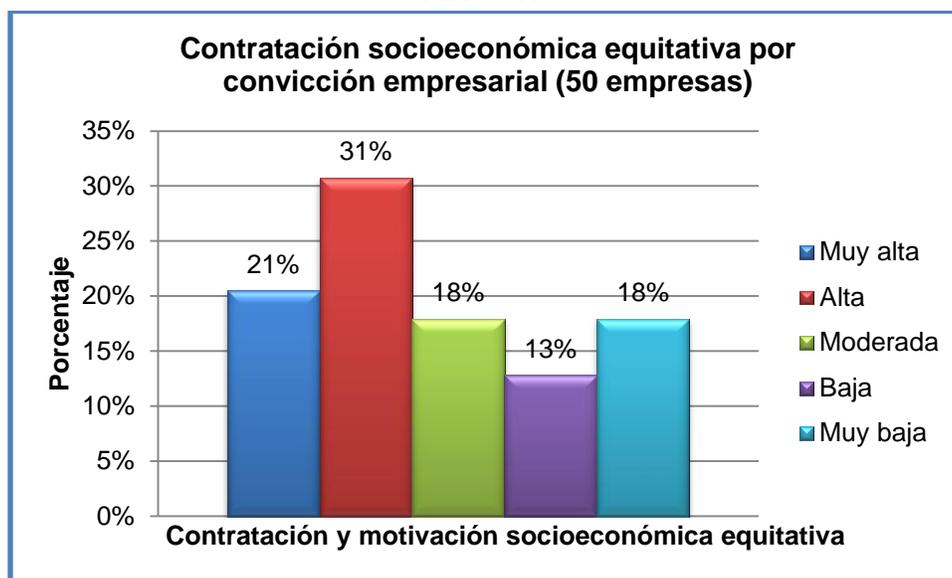
Desde la perspectiva del sector productos, el objetivo empresarial está ligado a optimizar la situación socio económica de los colaboradores según la mayoría (22%), por medio de la mejora en la relación con clientes y proveedores considerada por el 20%; manteniendo una estrecha relación con los compromisos legales (18%) y los financieros (14%).

Dada la evidente inclinación de ambos fragmentos hacia el beneficio económico sustentado por el cumplimiento de los compromisos legales y financieros; se amplía la brecha que las separa considerablemente del emprendedurismo social; el cual fortalece las operaciones organizacionales en la cooperación para favorecer al recurso humano y potenciar diversos aspectos de su bienestar tales como: la satisfacción laboral en el trabajo, la confianza, el bienestar psicológico, el trabajo en grupo y el compromiso con la compañía (Koschatzky, 2002; Moyano Fuentes, Bruque Cámara y Eisenberg, 2007).

**Preguntas cruzadas: Según su percepción, ¿ha sido su empresa capaz de contratar y motivar equilibradamente la participación de los individuos de distintas clases sociales? Relacionado con la variable de motivación sobre la prioridad que tiene la empresa sobre la convicción. (1= muy baja, 2= baja, 3= moderada, 4 = alta, 5= muy alta).**

El Gráfico N° 3 combina las variables de la percepción sobre la contratación y motivación equilibrada de individuos de distintas clases sociales con la motivación que tienen los empresarios para hacerlo desde la convicción como punto de análisis según los datos siguientes:

**Gráfico N° 3**



*Fuente: recopilación propia del trabajo de campo, 2013.*

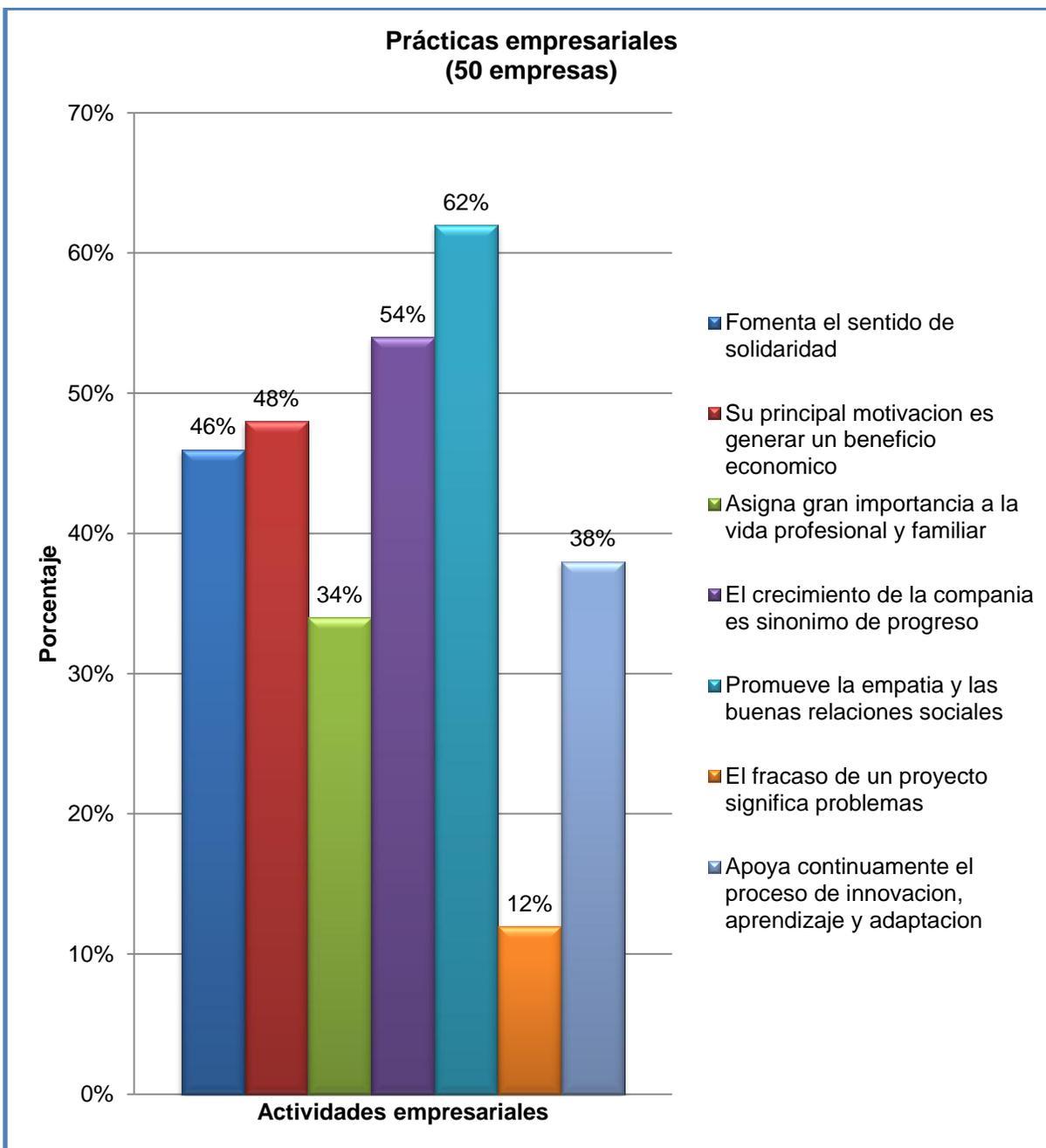
Al analizar las empresas que respondieron “sí” a la capacidad de contratar y motivar equilibradamente la participación de los individuos de distintas clases sociales, destaca un 78% que al compararse con la respuesta de la pregunta sobre la importancia que le asignan a la convicción empresarial como razón para emprender proyectos sociales; tan sólo el 20,51% de ese total le adjudicaron la prioridad muy alta; un valor muy por debajo de la alta que alcanzó el nivel máximo con el 30,76%. Asimismo, se aleja considerablemente con el 12, 82% que representa a las que le otorgaron la prioridad más baja a la convicción. Se evidencia la disparidad de acciones realizadas actualmente con la dirección futura.

**Pregunta: ¿Cuáles de las siguientes prácticas son realizadas por su empresa? (Selección múltiple).**

El Gráfico N° 4 muestra la lista de actividades que las empresas practican, cabe señalar desde el punto de vista de Yunus (2006), con esta pregunta se logran identificar

las empresas como sociales basadas en el mercado y las no basadas en el mercado; acentuando que las actividades de los empresarios sociales destacan por realizarse con el objetivo de satisfacer una necesidad social y no por oportunidad únicamente; de aquí que este beneficio está por encima del fin comercial o económico.

**Gráfico N° 4**



*Fuente: recopilación propia del trabajo de campo, 2013.*

Las empresas heredianas cumplen con promover la empatía y las buenas relaciones sociales al encabezar la lista de las actividades más realizadas según la encuesta; opción planteada por ser el segundo atributo incluido en la investigación de los cinco en total considerados por el ESEP (2011); no obstante, el 62% de las encuestadas promueven que el crecimiento de la compañía es sinónimo de progreso. De esta manera las aleja del tema de estudio, ya que el 48% respondió considerar como su principal motivación, el generar un beneficio económico. Dentro de la categoría de características del emprendedurismo social, se ubica el fomento a la solidaridad con un 46%.

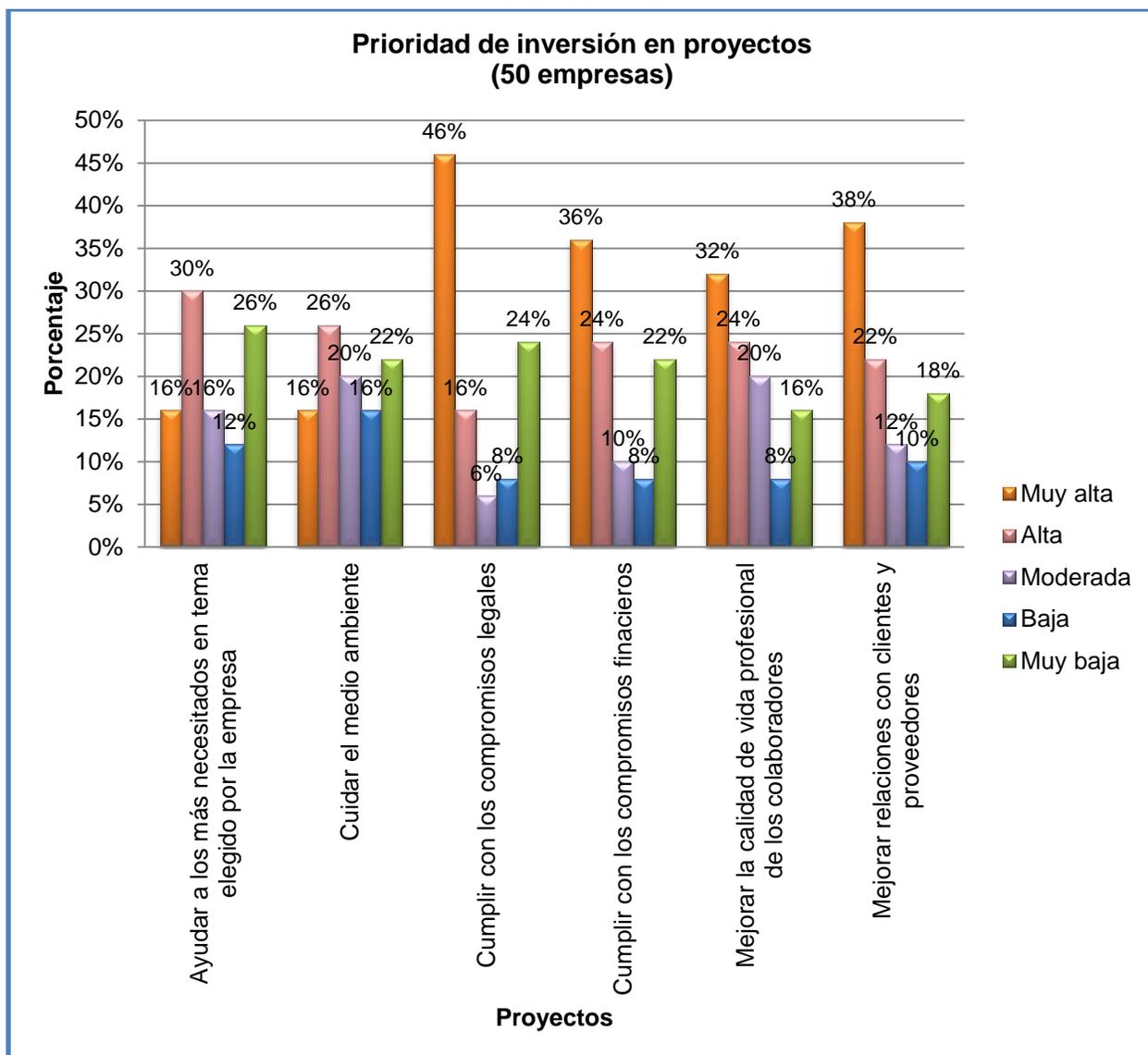
Así, deja en el cuarto lugar, la característica número cuatro del emprendedor social según ESEP (2011), como lo es el apoyo continuo del proceso de innovación, aprendizaje y adaptación con un 38%; y el último de esas, una de las más significativas representantes para el ámbito social pero la menos valorada, la asignación de gran importancia a la vida profesional y familiar igual a un 34%. Así, el considerar el fracaso de un proyecto como sinónimo de problemas a la que el 12% respondió que sí es una práctica empresarial adoptada.

**Pregunta: Si su empresa tuviera que invertir en algún proyecto, ¿cuál de los siguientes temas consideraría como el primordial? (1= muy baja, 2= baja, 3= moderada, 4 = alta, 5= muy alta).**

El Gráfico N°5 evidencia como el 46% de las empresas tienen expectativas muy claras acerca de las inversiones y cuáles proyectos representan una clara prioridad para ellas.

Los datos sobre la prioridad de inversión en proyectos se exponen en el siguiente gráfico:

**Gráfico N° 5**



Fuente: recopilación propia del trabajo de campo, 2013.

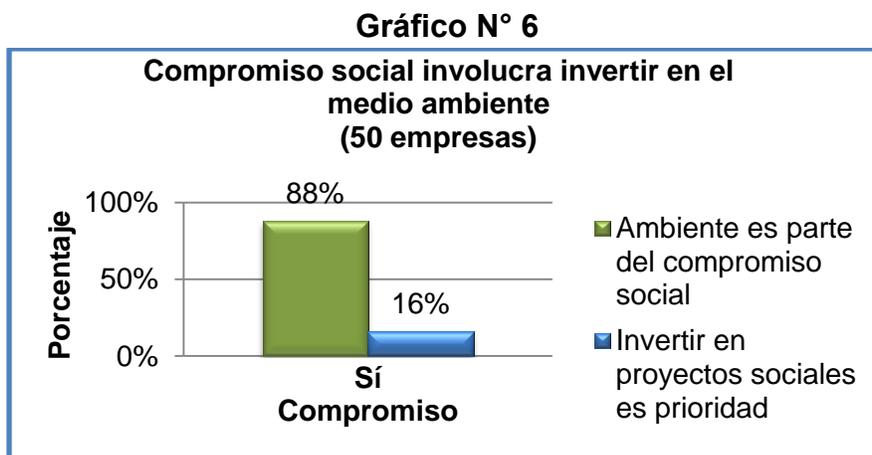
El gráfico anterior evidencia la tendencia del enfoque hacia el propósito de cumplir con los compromisos legales; aunado a este resultado, es necesario considerar que lo segundo más importante es el 38% correspondiente a mejorar las relaciones con

clientes y proveedores. De lo anterior se desprende que gracias a esto podrán cumplir con los compromisos financieros (36%) para lo que un 32% considera la necesidad de mejorar la calidad de vida profesional de los colaboradores.

Por otra parte, tan sólo el 16% del total de empresas encuestadas consideran la expectativa de invertir en proyectos que ayuden a los más necesitados en algún área que la empresa elija. Así, el invertir en proyectos para cuidar el medio ambiente fue elegida por el mismo porcentaje.

**Pregunta: ¿Considera usted que para su empresa el compromiso con la sociedad también involucra un deber con el medio ambiente? y ¿qué tan prioritario es para la empresa invertir en proyectos para cuidar el medio ambiente como parte del cuestionamiento de las expectativas de inversión?.**

El Gráfico N° 6 permite identificar mediante la combinación de variables, identificar cuáles empresas consideran que el compromiso con la sociedad también involucra un deber con el medio ambiente como teoría y cuáles en la práctica consideran que es un tema primordial en el que se debe invertir.



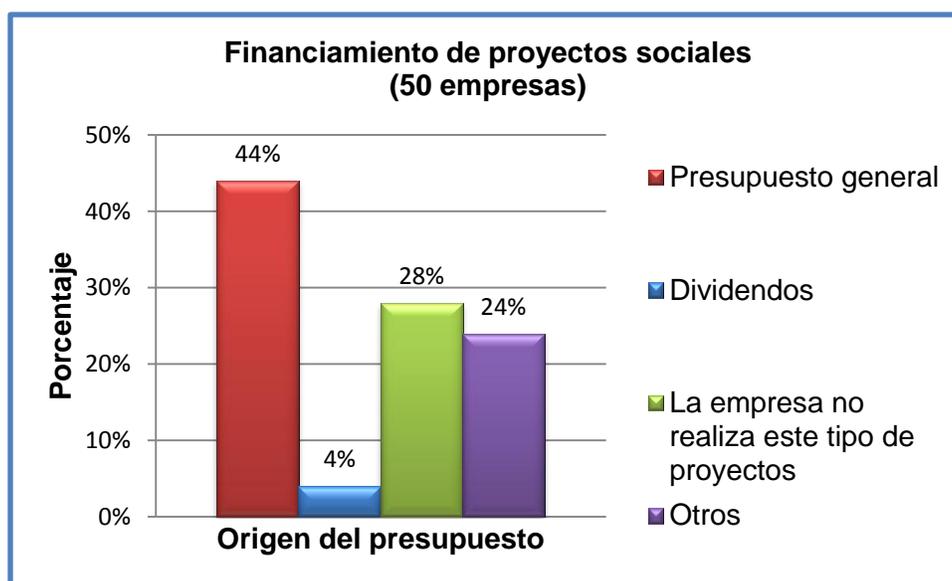
*Fuente: recopilación propia del trabajo de campo, 2013.*

El 88% de las empresas respondieron que sí consideran al ambiente parte del compromiso social; no obstante, en la pregunta sobre la prioridad que le asignarían a proyectos si tuvieran la posibilidad de inventir, sólo el 16% le otorgó a los medioambientales la prioridad: muy alta. Distanto ampliamente la teoría de la práctica.

**Pregunta: ¿Los proyectos de beneficio a la sociedad realizados por su empresa, son financiados con presupuesto que proviene de presupuesto general, dividendos, la empresa no realiza este tipo de proyectos?**

El Gráfico N° 7 permite evidenciar lo afirmado por Poiré, en Delgado (2013), directora del Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México (UVM), en la presentación de los resultados del reciente estudio titulado: “Perfil de los emprendedores sociales exitosos”; quien explica que para consolidar sus proyectos, el 43% de los emprendedores sociales tiene como principal fuente de financiamiento a su familia, los voluntarios afiliados al mismo y los recursos que ellos mismos aportan.

**Gráfico N° 7**



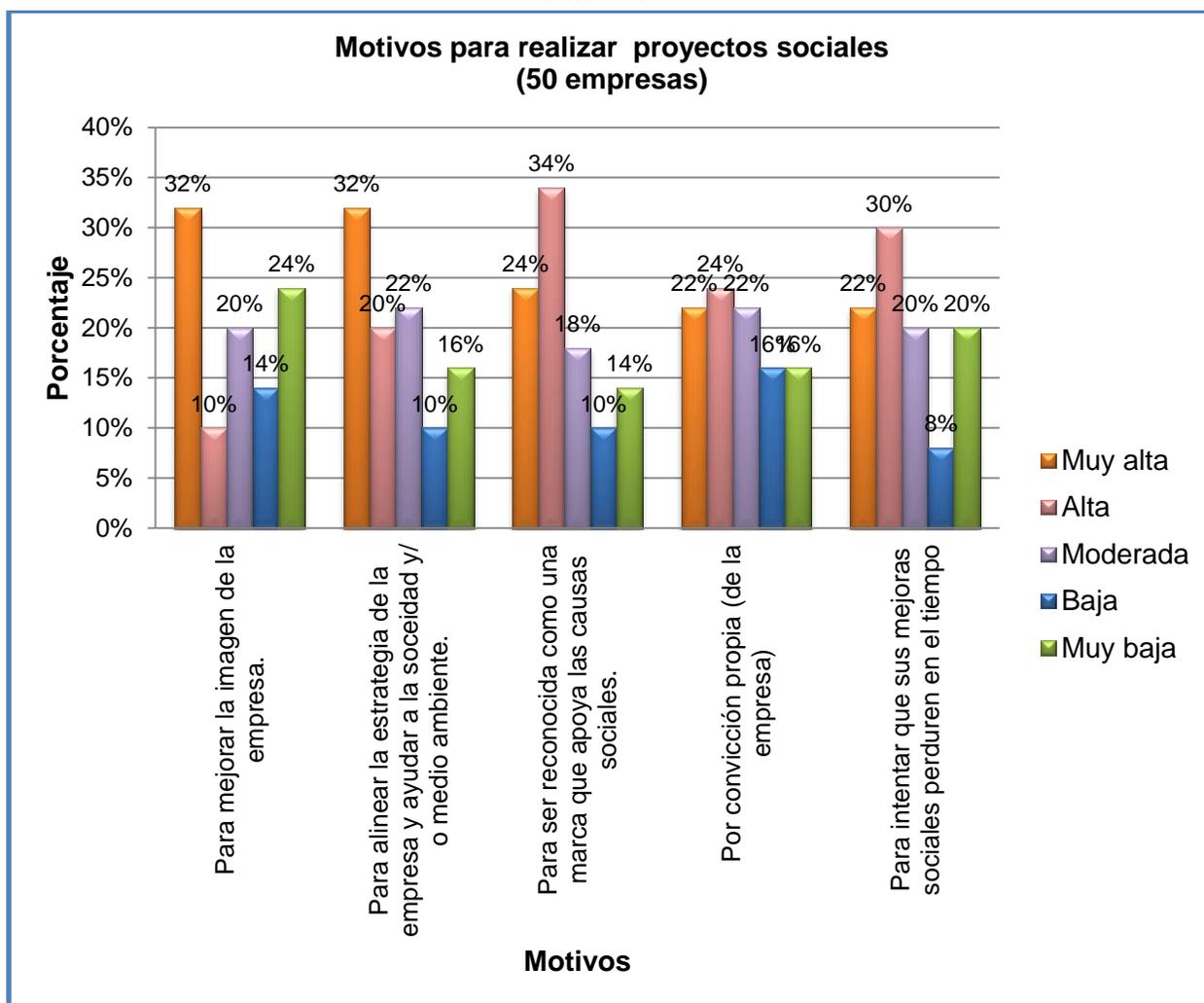
*Fuente: recopilación propia del trabajo de campo, 2013.*

La información anterior muestra que el 44% de las empresas encuestadas afirma que financian proyectos de bienestar social con el presupuesto general, un 24% con la ayuda de otros medios y tan sólo el 4% los mantienen con los dividendos. No obstante, un importante 28% respondió que del todo, la empresa no realiza este tipo de proyectos.

**Pregunta: Si tuviera que realizar un proyecto que beneficie directamente a la sociedad, valore el nivel de importancia que su empresa tendría como la razón para ejecutarlos.**

El Gráfico N° 8 muestra cuáles son los motivos que las empresas encuestadas consideran más importantes si de invertir en proyectos sociales se tratara; evidenciando la tendencia hacia la mejora de la imagen corporativa. La información se condensa a continuación:

**Gráfico N° 8**



*Fuente: recopilación propia del trabajo de campo, 2013.*

La motivación más alta para invertir en proyectos sociales fue alcanzada con un 32% tanto para mejorar la imagen de la empresa como alinear la estrategia y ayudar a la sociedad y/ o el medio ambiente, no obstante, la razón de prioridad alta que superó a la muy alta al ser 34%. Contrario a esto la convicción empresarial mantuvo un equilibrio en todas las prioridades desde el 24% hasta la más baja con un 16% y en el caso de intentar que sus mejoras sociales perduren en el tiempo un 22% que recibió la prioridad muy alta, por debajo de la alta con un 30% y muy distante de la baja con un 8%. Es

importante analizar cómo las empresas desean ser reconocidas como marcas que apoyan las causas sociales pero no necesariamente pretenden que sus mejoras perduren.

**Pregunta: Si su empresa tiene expectativas de desarrollar emprendimientos sociales, detalle ¿qué esfuerzos ha venido realizando para alcanzarlas?**

- Programas de voluntariado.
- Capacitaciones.
- Eventos para niños en fechas especiales.
- Ayuda a necesitados por eventualidades.
- Asignación de un monto fijo del presupuesto mensual para ayuda social específica.
- Regalías de productos.
- Proyectos sociales implementados sólo si la rentabilidad empresarial es estable.
- Ayuda a comunidades aledañas.
- No por el momento.
- Desconocimiento del tema.

De las cincuenta empresas encuestadas, veinte respondieron claramente no tener expectativas de desarrollar emprendimientos sociales por el momento y las otras treinta expusieron las variadas formas en las que se acercan a ayudar a los colaboradores de la compañía y los individuos de las comunidades aledañas o en riesgo socio- económico identificadas y elegidas por ellos mismos; destacando que el

tema en estudio, el emprendedurismo social, se desconoce tanto por los gerentes como los colaboradores de empresas líderes en productos y servicios del área investigada, despertando gran interés en investigarlo e implementarlo.

## **Conclusiones**

Con base en la investigación realizada a una muestra de cincuenta empresas en la provincia de Heredia, se obtuvo el resultado de que ninguna cumple con características propias de emprendedurismo social ni expectativas de desarrollar proyectos de este tipo; valoradas mediante la encuesta utilizada como método de recolección de información, la cual se compuso de dos grupos de preguntas: el primero utilizado para seccionar información de las empresas que pudieran evidenciar alguna tendencia de las inversiones y el segundo, para filtrar a las empresas según las particularidades del tema. De esta circunstancia, nace el hecho de que las empresas logran concebir valor social derivado del valor económico y no como resultado del cumplimiento del objetivo principal, se refleja que las actividades cumplidas por las compañías estudiadas se ejecutan fundamentalmente para cumplir con los compromisos legales y financieros y se demuestra la amplia brecha que separa a las empresas del fin del emprendedurismo social que considera que el motivo operacional se basa en obtener resultados basados en la democracia, trabajo, solidaridad y cooperación.

Con referencia a las expectativas de las empresas para transformarse en emprendimientos sociales, el 40% de los encuestados respondió claramente no tenerlas por el momento y el 60% restante, expuso las diversas formas en las que se acercan a ayudar a los colaboradores de la compañía y los individuos de las

comunidades aledañas o en riesgo socioeconómico identificadas y elegidas por ellos mismos. Dado lo anterior, destaca que el tema en estudio, el emprendedurismo social, se desconoce tanto por los gerentes como los colaboradores de empresas líderes en productos y servicios del área investigada y tienden a confundirlo con responsabilidad social empresarial, no obstante, marca una pauta positiva y de especial consideración para investigaciones futuras al haber estimulado gran interés en algunos encuestados de indagar e implementarlo a futuro.

Los esfuerzos realizados para lograr implementar proyectos de emprendimiento social propiamente son muy pocos y destaca que el financiamiento es una de las principales debilidades de la puesta en marcha; asimismo, las empresas que invierten en proyectos de responsabilidad social dependen de la rentabilidad para desembolsarlo ya que no todas lo toman del mismo recurso, la muestra se dividió en: el 44% de las empresas los realizan con parte del presupuesto general, 4% con los dividendos y 24% con la ayuda de otros; despuntando un 28% que del todo no los realizan.

Por consiguiente, quienes invierten y están dispuestos a realizar proyectos que beneficien a la sociedad encuentran gran motivación en la significativa mejora de la imagen de la empresa y el alinear la estrategia para ayudar a la sociedad y al medio ambiente según el 32%, sin embargo, la motivación más reveladora recae sobre la búsqueda por parte de las empresas de estrategias que beneficien a la sociedad con el fin fundamental de ser reconocidas como marcas que apoyan las causas sociales igual a un 34%. Finalmente, recalca que aún cuando las empresas desean ser reconocidas de tal forma, no necesariamente pretenden que sus mejoras perduren con el tiempo al

ser considerada como de prioridad muy alta por un 22%. Lo anterior, distancia particularmente la inversión empresarial del emprendedurismo social.

## Referencias bibliográficas

Barrantes, R. (1999). *Investigación. Un camino al conocimiento: Un enfoque cuantitativo y cualitativo*. San José, Costa Rica: UNED.

Burt, M. (2008). El nuevo campo del emprendedurismo social: teoría y práctica. *Desarrollando nuevos emprendimientos*. Santa Cruz de la Sierra, Bolivia: Centro de Formación de la Cooperación Española.

Dees, G. Emerson, J. y Economy, P. (2001a): *Enterprising nonprofits: a toolkit for social entrepreneurs*, John Willey & Sons, INC, New York.

Dees, G. Emerson, J. y Economy, P. (2001b): *Strategic tools for social entrepreneurs*, John Willey & Sons, INC, New York.

Delgado, M. (2013). Emprendedores sociales, sin rentabilidad. *El Economista*. Recuperado el 12 de marzo de 2013 de: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2013/03/06/emprendedores-sociales-sin-rentabilidad>

ESEP. (2011). *Reporte final 2011: "Los cinco valores comunes de los emprendedores sociales"*. Recuperado el 20 de febrero de 2013 de: [http://www.ciong.org/doc/publicacion/the\\_5\\_common\\_values.pdf](http://www.ciong.org/doc/publicacion/the_5_common_values.pdf)

INEC. (2012). *Empresas según cantón y distrito*. Instituto Nacional de Estadística y Censo. Recuperado el 14 de febrero de 2013 de: <http://datos.inec.go.cr/datastreams/74785/total-de-empresassegun-provincia-canton-y-distrito-2011/>

Koschatzky, K. (2002). Fundamentos de la economía de redes. Especial enfoque a la innovación. *Economía Industrial* núm. 348, pp. 15-126.

Laville y Nyssens, (2001): “*Hacia la empresa social?*”, en Laville, J. L., Nyssens, M. y Sajardo, A. (eds.) *Economía Social y Servicios Sociales*, Ed. CIRIEC- España, Valencia, pp. 273- 283.

Moyano, J., Bruque, S. y Eisenberg J. (2007). *La influencia de las redes sociales en la adaptación de los trabajadores al cambio tecnológico*, Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, Atlanta, USA, núm. 31, pp. 147- 170.

PNUD. (2012). *Atlas del Desarrollo Humano Cantonal de Costa Rica 2012*. Recuperado el 28 de enero de 2013 de: <http://www.pnud.or.cr/mapa-cantonal/atlas.pdf>

Quintao, C. (2007): “*Empresas de inserción y empresas sociales en Europa*”, *Revista CIRIEC- España*, núm. 59, pp. 33-60.

Vargas, I. (2010). CNN Expansión. *El negocio de la responsabilidad social*. Recuperado el 21 de julio de 2012 de: <http://www.cnnexpansion.com/mi-dinero/2010/01/26/el-negocio-de-la-responsabilidad-social>

Yunus, M. (2006): *El banquero de los pobres: los microcréditos y la batalla contra la pobreza en el mundo*, Ed. Paidós, Barcelona.