

¿QUÉ SE NECESITA PARA CONVERTIR UNA EMPRESA LUCRATIVA EN UNA EMPRESA DE EMPRENDEDURISMO SOCIAL?

Elizabeth López Camacho¹

Resumen

El objetivo del presente estudio es identificar todas las variables necesarias, que debe cumplir una empresa para convertirse, en una empresa de Emprendedurismo Social. El estudio se basa en tomar los lineamientos con los que debe contar la compañía y compararlas con las características actuales.

La expectativa que posee este estudio es que se pueda desarrollar una empresa que adopte este concepto y genere un beneficio social, para niños de zonas marginales aledañas, a raíz de las utilidades generadas por las actividades principales de la empresa. Para esto se realizaron 51 encuestas dirigidas a personas de todos los niveles sociales, empresarios, trabajadores, estudiantes, entre las edades de 18 a 50 años y 7 encuestas aplicadas a los colaboradores de la empresa, con el fin de medir el nivel de conocimiento del término Emprendedurismo Social, si conocen las características del emprendedurismo y si estarían dispuestas a enrolarse en este concepto, para poder adoptar dentro de la empresa donde labora este modelo y rediseñar el esquema actual de la empresa.

¹ Licenciada en Contaduría Pública CPA 6369, opta por la maestría en Asesoría Fiscal de Empresas Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología, San José, Costa Rica, Marzo, 2014, email lopezc.elizabeth@gmail.com.

Los resultados de la investigación fueron que el término “Emprendedurismo Social”, a pesar que se ha escuchado hablar de él, no se conoce en su amplitud, esto hace que no se pueda practicar y gozar de los beneficios que conlleva. La empresa en estudio, mostró un alto nivel de emprendedurismo por parte de su fundador, al desarrollar un negocio con dos finalidades: el sustento propio y el beneficio cultural, confundiendo la terminología a responsabilidad social, ya que no se cuenta con los tres elementos claves del Emprendedurismo Social: un objetivo social, un modelo de negocios y una innovación transformadora, por lo que se rediseña la visión y misión de la empresa bajo el parámetro de Emprendedurismo Social y sus características.

Palabras clave:

Emprendedurismo social, emprendedor, empresa

Abstract

The objective of the present study is to identify all the variables that a company needs, to become a social entrepreneurship. It is based on taking the lineaments that the company should count on, and compare these with the actual characteristics.

The expectation of this study is to try to develop a company that adopts this concept, in order to generate a social benefit for the children in the surrounding marginal areas, following the utilities generated by the main activities of the company. Fifty one surveys was targeted to different people of all social classes, businessman, workers, students, between the ages of 18 to 50, and 7 surveys was apply to the company`s employees, to measure the level of knowledge on the social entrepreneurship subject and if they know the characteristics of it, and also if they would be willing to enroll in this concept and adopt it, in order to redesign the company`s actual scheme or format.

The research result was that, although people have heard about the term “social entrepreneurship” it is still not known in its extensiveness, this makes it not be practiced and enjoyed with all the benefits that it has.

The company that was studied, shows a high level of social entrepreneurship by its founder, by developing a business with two purposes; the own livelihood and the cultural benefit but also, confusing this definition to social responsibility.

Since they don't count with the three key elements of the social entrepreneurship; a social objective, a business model and a transformative innovation, the vision and mission of the company is going to be redesigned under the parameter of the social entrepreneurship and its characteristics.

Key words:

Social entrepreneurship, entrepreneur, company

Introducción

Se escucha muy frecuentemente cómo las personas manifiestan su inconformidad con la crisis económica que afecta a la sociedad actual, definitivamente esta crisis económica es real. Se observa como los medios de comunicación hacen referencia a que Costa Rica muestra una tríada: pobreza, desempleo y desigualdad, la más alta de América Latina (La Nación, 2014). Pero, no es necesario investigar mucho sobre el tema, basta con mirar al alrededor, las regiones aledañas que colindan con este país, para darse cuenta cómo se encuentra realmente Costa Rica.

Si se logra hacer conciencia de la necesidad que existe y no solo esperar a que el gobierno genere algún mecanismo que logre mejorar la situación de este país, hacer comprender a la gente que se puede formar parte de la solución, por medio empresas ya existentes y que se puede forjar un espíritu emprendedor, fuerte, seguro, valiente, donde se tome conciencia de la necesidad de un cambio positivo, sería muy diferente y se le daría un giro de 180 grados a tan preocupante situación.

En Costa Rica existen muchos profesionales, con habilidades intelectuales que son emprendedores innatos y otros que comienzan por necesidad, según menciona Arrázola (s.f.), en su documento publicado:

¿El Espíritu emprendedor es algo innato o es algo que se puede aprender o fomentar? Se puede advertir que hay personas que empiezan emprendimientos por necesidad, porque tienen la obligación de generar ingresos económicos que les permitan sustentar a sus familias. Pero hay otros que han realizado sus estudios y que emplean energía y esfuerzo en aplicar lo que han aprendido en la vida real. Más allá de las circunstancias que den lugar al surgimiento de un emprendedor será el camino que transite el que lo validará como emprendedor. (p.5)

Por lo tanto, el principal objetivo de la investigación es diseñar los lineamientos necesarios para convertir una empresa, en una empresa de Emprendedurismo Social (ES en adelante), así como los objetivos específicos ayudarán a:

a) comprender el nivel de entendimiento sobre el concepto de emprendedurismo social dentro de la empresa.

b) revisar las diferentes actividades a las que se dedica la empresa y

c) rediseñar la misión y visión que posee.

Para lograr estos objetivos se utilizó un enfoque cuantitativo, que permite conocer el nivel de comprensión de los miembros de la empresa, determinar las áreas oportunas de mejora y las ventajas que posee, que son pie para iniciar el camino hacia el emprendedurismo social, a través de la literatura, la elaboración de reportes por medio del análisis de datos, la interpretación de los resultados y la elaboración de conclusiones y recomendaciones.

El proceso consistió en la aplicación de 51 encuestas dirigidas a personas de todos los niveles sociales, empresarios, trabajadores, estudiantes, entre las edades de 18 a 50 años, con el fin de medir el nivel de conocimiento del término ES, si conocen las características del emprendedurismo y si estarían dispuestos a enrolarse en este concepto, para poder adoptar dentro de la empresa donde se labora este modelo y rediseñar el esquema actual de la empresa, así como 7 encuestas aplicadas a los colaboradores de la empresa en estudio.

El estudio ayudará a comprender la necesidad de empresas de emprendedurismo, y la forma en que la sociedad visualiza este concepto como un medio de mejorar sus recursos económicos y salir de la pobreza y desempleo, y si es viable tomar una empresa lucrativa y convertirla en una de emprendedurismo social, y poder replantear la naturaleza de existencia de la empresa en estudio.

Dentro del ámbito de la empresa en estudio, se diseñaron cuestionarios aplicados a los colaboradores, uno fue elaborado en carácter de pre testeo, con el fin de medir el entendimiento del concepto “Emprendedurismo Social”, y el otro fue un pos testeo, aplicado después de la retroalimentación del término en estudio. Se les brindó material de lectura a los colaboradores, para retroalimentarse del concepto y adquirieran conocimiento del mismo. El potesteo aplicado fue el cuestionario – encuesta – que fue aplicada a las 51 personas ajenas a la empresa estudiada, esto permitió medir el nivel de comprensión y compromiso adquirido posterior a la retroalimentación realizada.

También se realizó una pequeña encuesta de 3 preguntas al fundador de la empresa analizada, con el fin de obtener información necesaria para el cumplimiento de los objetivos específicos del estudio.

Los resultados de la investigación serán de gran interés para empresarios actuales y para aquellos que deseen indiciar un proyecto, ya que genera información de utilidad, como características específicas y experiencias reales de un emprendedor encaminado al “Emprendedurismo Social”.

Marco Teórico

Según Fischel (2013), el emprendedurismo es una necesidad para contrarrestar la situación socio económica del país, como indica en la conferencia de Red Unes:

- El emprendimiento social se apoya en la innovación y la competitividad, instrumentos favorecedores de proyectos y empresas generadoras de empleos y de oportunidades de ingreso sostenible.
- Las alianzas entre distintos actores sociales garantizan la viabilidad de los programas o proyectos de desarrollo.

- El emprendimiento social conlleva también metodologías participativas y de fiscalización ciudadana, mecanismos necesarios para la promoción y control social. El aporte solidario de recursos humanos y financieros es la clave para dar contenido económico a los proyectos y asegurar su sostenibilidad.
- La participación de las instituciones gubernamentales, de los Municipios, de los grupos organizados de la sociedad civil, de organismos no gubernamentales, de entes cooperantes y del sector empresarial, garantiza la concreción y sostenibilidad de obras y servicios. (p.2)

Con respecto a las actitudes de un emprendedor en el documento publicado por Arrázola (s.f.) se detallan:

- Tener los objetivos claros en la vida.
- Creer en el propio proyecto.
- Las cosas no suceden por sí solas, sino que uno mismo hace que sucedan.
- Se debe dedicar todo el tiempo, recurso y esfuerzo necesario para lograr los objetivos.
- Es necesario tomar riesgos en la vida y disfrutar de estos desafíos.
- Disponer de gran energía.
- Saber que actuar con honestidad es beneficioso.
- Valorar la perseverancia y el esfuerzo.
- Valor de la educación permanente (p.2)

En cuanto a características y actitudes de un emprendedor también se puede nombrar las que citó Anzola (2003):

- Definición económica de emprendedor: realiza cambios de recursos de una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad.

- Definición pragmática de emprendedor: es una persona que inicia su propio negocio nuevo y pequeño.
- Definición operativa de emprendedor: aplica su talento creador e innovador para iniciar su propia empresa o engrandecer una ya existente.
- Definición general de emprendedor: el que hace que las cosas sucedan.

Respecto al tema de emprendedurismo, Melian Navarro, Campos Ramón (2011). REVESCO Revista de Estudios Cooperativos, No. 106, mencionan en su artículo, que:

“El emprendimiento social se lleva a cabo a través de la creación o potenciación de las empresas sociales. Estas empresas sociales juegan un papel de agente de cambio en la sociedad, ayudan a paliar los efectos del desempleo y la pobreza, aumentan la productividad, mejoran la competencia y aumentan la calidad de vida, de modo que tanto la empresa como la sociedad se benefician de sus actividades. En definitiva, el trabajo del empresario social conduce al incremento de la riqueza social”. (MacMillan y Boisot, 2004).

En consideración a los aportes de todas las personas que han brindado definiciones del concepto de emprendedor, la del Dr. Fernando Flores L, (1994) presidente Bussines Desing Ass, define emprendedurismo como: “El espíritu emprendedor puede ser enseñado, aunque no puede ser enseñado como un método. Por esto es que hablamos de espíritu emprendedor y no de un método”.(p.3)

Hasta aquí se han comentado las características que se deben poseer para ser un emprendedor social o una empresa de emprendedurismo social, no obstante se deben detallar los pasos a seguir para convertir una empresa en emprendedurismo social, que de igual manera nacen del espíritu del

emprendedor, propuestas por Flores (1994), las cuales se citan de manera puntual:

- El surgimiento de innovación, consiste en mirar las posibilidades, las preocupaciones y traer un producto o servicio que se haga cargo. Eso es lo que los innovadores hacen.
- Observación o sensibilización a las anomalías. Las anomalías consisten fundamentalmente en darse cuenta de que los productos y servicios, las calidades y las insatisfacciones que todos los días están en este mundo, pueden y merecen tener un tratamiento distinto.(p.5)

Así mismo Flores (1994), habla de tres niveles distintos de escuchar, como mecanismo para enfrentar las anomalías, los que se citan textualmente:

- El primer nivel es el nivel pragmático de escuchar, escuchar a los clientes. Esto significa saber escuchar al otro como un ser que vive “lanzado” hacia un futuro que le preocupa, y que le inquieta porque en su futuro hay cosas que a él le importan- como oportunidades o como amenazas, como el porvenir de sus hijos, de su empresa o de su país.
- Un segundo nivel consiste en adelantarse a las preocupaciones del otro. Ahora ese ser preocupado no expresa esas preocupaciones totalmente ni está totalmente en contacto con ellas. A todos les preocupa la salud, pero son muy pocos los que ven el colesterol entrando a su estómago cuando están comiendo, por ejemplo papas fritas. Se pueden tener preocupaciones contradictorias y contribuir con alguna de ellas de manera contradictoria.

Entonces, la empresa con liderazgo innovativo no sólo está mirando el presente de hoy día, las preocupaciones del cliente de hoy, sino que está anticipándose a posibilidades que surgen porque tiene una mirada más

adelante porque no está a cargo de este cliente sino que está a cargo del nicho de evolución. Ve que los proveedores están haciendo otros productos, otros servicios, están cambiando el mundo en su entorno, en función de eso es capaz de diseñar productos. El diseño innovador se hace cargo de construir e introducir al mercado productos nuevos. La empresa innovadora se hace cargo de eso. Entonces hay que saber escuchar al cliente y mejor que lo que el cliente se escucha a sí mismo, porque el innovador tiene un entorno más amplio del cual ilumina parte del mundo del cliente. Esto se traduce en ver quiebres donde los clientes no ven, es decir, ver quiebres donde los demás ven lo normal.

- El tercer nivel del escuchar que se debe tener, es hacerse sensible al cambio humano. Nada es permanente, todo cambia y en ese cambio constante están surgiendo nuevos mundos. De los pequeños laboratorios y de los volantines de Franklin surgieron los telégrafos y surgieron las plantas de Edison y surgió el mundo eléctrico de hoy día.(p.5-7)

Por otra parte, se puede citar a manera de resumen, que este emprendimiento social se lleva a cabo a través de la creación o potenciación de las empresas sociales. Estas empresas sociales juegan un papel de agente de cambio en la sociedad, ayudan a paliar los efectos del desempleo y la pobreza, aumentan la productividad, mejoran la competencia y aumentan la calidad de vida, de modo que tanto la empresa como la sociedad se benefician de sus actividades. En definitiva, el trabajo del empresario social conduce al incremento de la riqueza social (MacMillan y Boisot, 2004).

En el caso de España, se ha puesto en marcha el modelo de emprendedurismo social a través de la creación de empresas que contribuyan al beneficio a nivel local, pero se necesita el apoyo de entidades gubernamentales, privadas y otras, para lograr lo que define Moral y Jurado (2006):

- Las sociedades cooperativas constituyen ejemplos asombrosos de “desarrollo territorial”, aunque dentro de las entidades de economía social no sólo las sociedades cooperativas se pueden considerar elemento de transformación, sino que también pueden desempeñar un papel relevante otras formas de economía social como las sociedades agrarias de transformación, sociedades laborales, asociaciones y fundaciones, por su capacidad para fomentar el cambio, generar empleo, engendrar actividad e, indudablemente, por la interacción que pueden derivar en la integración de estas organizaciones en redes nacionales e internacionales (p.50)

Cuando se leen todas estas teorías y conceptos sobre el emprendedurismo social, el potencial del emprendedor, pareciera muy simple en ocasiones, pero otras pareciera que esto de ser emprendedor es solo para unos cuantos, o los que posean excelentes habilidades, pero la verdad es que solo se necesita tener una idea y un espíritu que impulse al individuo a tomar las decisiones.

Realmente la sociedad y específicamente cada ser humano debe detenerse un momento y hacer conciencia de cuál es el beneficio que busca. Emprendedurismo social, son dos palabras que prácticamente muy pocos conocen su significado, muy pocos lo comprenden y los que la practican lo hacen sin saber a qué se refiere.

Bastará con dar una capacitación eficiente, con buscar su significado y ponerlo en práctica, bastará con desear serlo, realmente es lo que se necesita para poder adoptar este término y hacerlo funcionar, este es el objetivo del presente estudio, por lo que se intentará tomar todas las definiciones anteriores de personas que se han dedicado a estudiar este concepto, y se tratará de enfocar una empresa en su actividad a que practique el ES.

La encuesta aplicada al fundador Josué Zumbado (2014) de la empresa en estudio, detalla dos actividades que realiza, que se pueden catalogar de bien social:

- Realizar actividades no solo por el sustento propio, sino para proporcionar un bien social.
- Proporcionar mecanismos que ayuden a las familias de la sociedad.

Estas actividades bien enfocadas pueden generar beneficios como ES.

Metodología de Investigación

Tipo de estudio

Esta investigación utilizó el método cuantitativo, con un alcance descriptivo, ya que los resultados obtenidos son analizados tal y como se obtuvieron.

Participantes

Como instrumento de recolección de datos, se utilizó la encuesta aplicada a 58 personas, 51 encuestas a personas que van de los 18 a los 50 años de edad, de todos los niveles sociales, empresarios, estudiantes, trabajadores de empresas, y a 7 personas que laboran en la empresa en estudio, con el fin de poder obtener un resultado de manera general tanto en concepto como en visión.

Se seleccionó a conveniencia la muestra, debido a la disponibilidad de una dirección de correo electrónica, y el grado de accesibilidad a internet.

Además se realizó un pre testeo a los 7 colaboradores de la empresa en estudio, con el fin de medir el nivel de entendimiento del tema, la pregunta planteada a los

colaboradores también fue aplicada dentro de las 58 encuestas, para medir a manera general el conocimiento del término ES, así como un postesteo aplicado después de realizar una retroalimentación del concepto y características del ES.

Instrumentos

Se utilizó la encuesta aplicada mediante la herramienta “Survey Monkey” y consta de 5 preguntas cerradas con el fin de delimitar y comprender el sentido de emprendedurismo social, sus causas y efectos en la sociedad, y una escala de medición para el concepto estudiado.

Como medio de obtención de información, se recopilaron datos en la literatura existente y conceptos ya establecidos sobre el emprendedurismo y su aplicación, con el fin de poder desarrollar el instrumento evaluador y poder incorporar a la investigación aspectos relevantes y determinantes en la empresa.

Se realizó una comunicación de retroalimentación con el director de la empresa estudiada, así como un proceso de observación sobre las actividades que desarrolla la empresa, para poder entender el motivo de operación de la misma y poder analizarla a la luz del ES.

Procedimientos

El pre testeo realizado fue aplicado de manera personal, a los 7 colaboradores de la empresa estudiada.

Una vez realizado el pre testeo a los colaboradores de la empresa estudiada, se procedió a realizar una retroalimentación del concepto de emprendedurismo

social, y aplicar una encuesta a cada colaborador para valorar el grado de asimilación y comprensión - pos testeo – también de manera personal.

Cuando los datos fueron recopilados, se procedió a revisar y a analizarlos con el fin de organizar la información y brindar los resultados obtenidos, al finalizar se establecieron las conclusiones y recomendaciones basadas en el análisis de los resultados.

En conjunto se aplicó la encuesta a 51 personas ajenas a la empresa en estudio, para medir y obtener resultados sobre el nivel de entendimiento sobre ES, y su aplicación en la sociedad.

Análisis de resultados

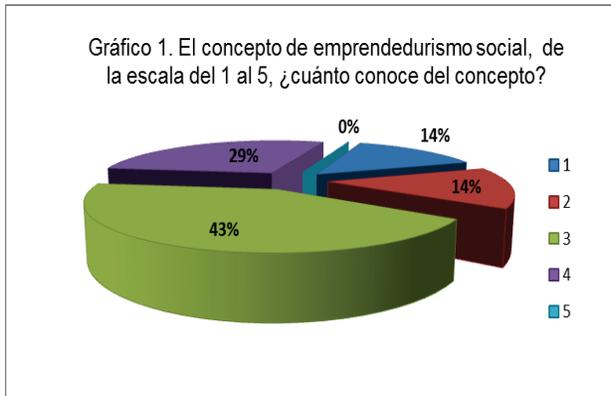
Según el pre testeo realizado en la empresa, con el fin de medir el grado de conocimiento del concepto de ES, se determinó que el 43% de los colaboradores de la empresa dicen estar a un nivel de comprensión 3, que representa un 60% de comprensión, gráfico 1.

Posteriormente, se procedió a realizar una inducción del término de “Emprendedurismo social” y sus características, con el afán de retroalimentar a los colaboradores de la empresa y que se pudiesen identificar con el término, por lo que el porcentaje una vez aplicado el postesteo, es de 43%, un 60% y 80% (nivel 3-4) de entendimiento.

Escala de Medición

El concepto de Emprendedurismo Social, de la escala del 1 al 5, ¿Cuánto conoce ud. de dicho concepto?

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |

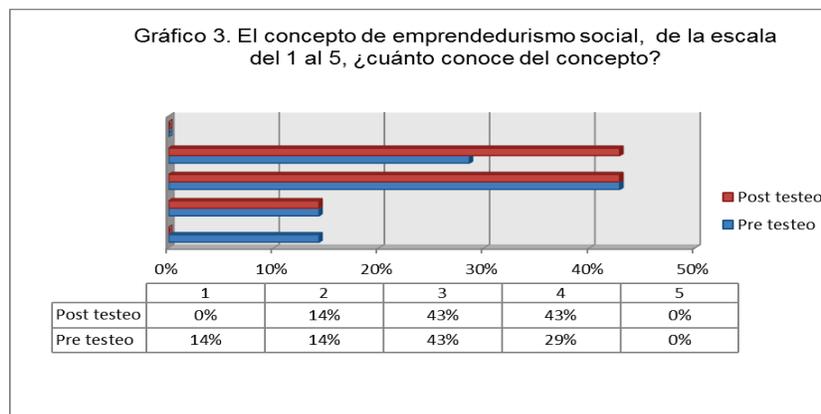


Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 3, se muestra una comparación entre ambos resultados, el pretesteo y el posttesteo, del nivel de conocimiento dentro de la empresa.

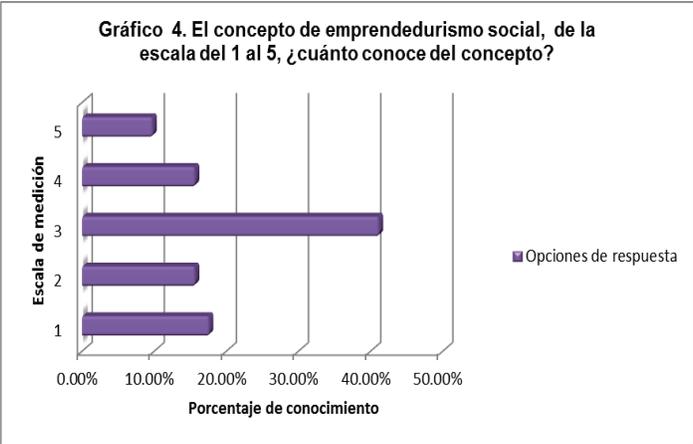


Fuente: Elaboración propia

El estudio pretende recopilar información sobre como la sociedad interpreta el concepto de emprendedurismo, con el fin de poder aplicarlo a una empresa específica, por lo que se procedió a preguntar, a 51 personas ajenas a la sociedad. La muestra indica que el porcentaje de asimilación es de un 43%, nivel 3, no llega ni al 50% de comprensión.

El concepto de Emprendedurismo Social, de la escala del 1 al 5, ¿cuánto conoce del concepto?

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |



Fuente: elaboración propia

Fuente: elaboración propia

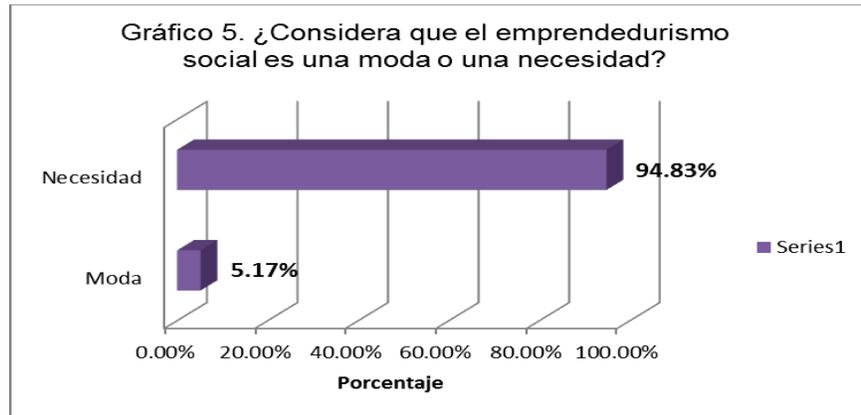
El resultado fue similar al obtenido en la empresa en estudio, un 41% de nivel de conocimiento.

Encuesta aplicada

En los siguientes resultados que se mostrarán, la cantidad de encuestas es de 58, las cuales están conformadas por 51 encuestas a personas agentas a la empresa en estudio, y 7 encuestas aplicados a los colaboradores de la empresa, posterior a haber aplicado la retroalimentación del término.

Para medir un poco más el grado de comprensión, se planteó la siguiente pregunta:

1. ¿Considera que el Emprendedurismo Social es una moda o una necesidad?

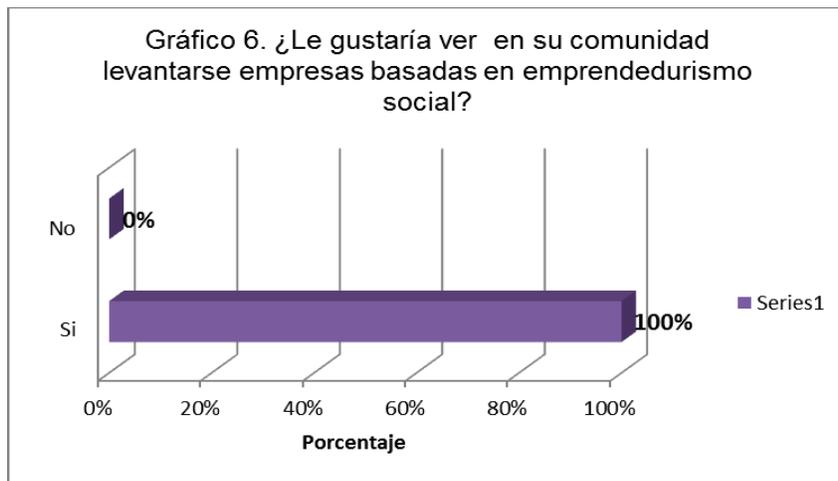


Fuente: Elaboración propia.

El resultado con relación a la primer pregunta planteada, se logra interpretar que el término sí se conoce, ya que el 94.83% de los encuestados afirman que el ES es una necesidad.

La siguiente pregunta planteada permitirá captar el deseo de las personas por ver el ES adoptado en la sociedad.

2. ¿Le gustaría ver en su comunidad levantarse empresas basadas en Emprendedurismo Social?

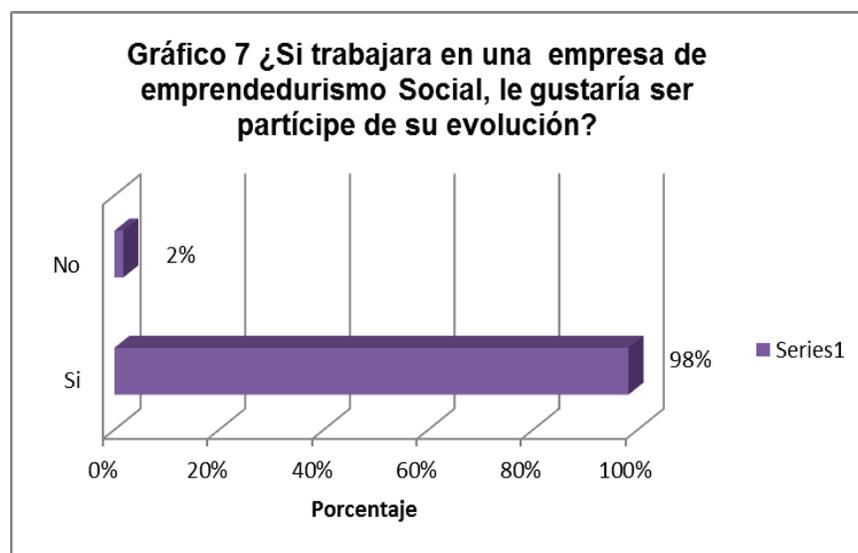


Fuente: Elaboración propia

El 98% de los encuestados, están identificados con la necesidad de levantar empresas que adopten el esquema de ES.

La siguiente pregunta, pretende medir el grado del deseo de participación de las personas encuestadas en el sentir del desarrollo del ES.

3. ¿Si trabajara en una empresa de Emprendedurismo Social, le gustaría ser partícipe de su evolución?

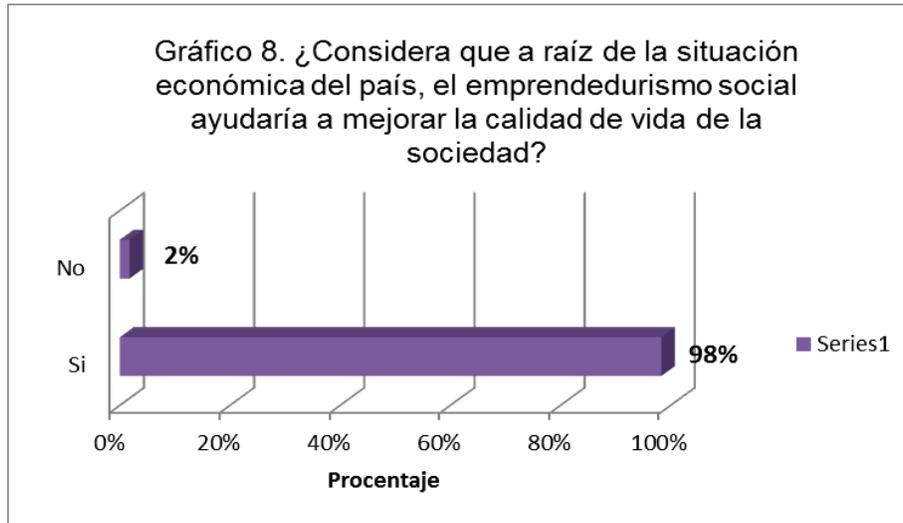


Fuente: Elaboración propia

El 98% de los encuestados sí desean ser partícipes en el Emprendedurismo Social.

La pregunta siguiente pretende medir el grado de consciencia que poseen los encuestados, sobre la necesidad social y este concepto de emprendedurismo social.

4. ¿Considera que a raíz de la situación económica del país, el Emprendedurismo Social ayudaría a mejorar la calidad de vida de la sociedad?

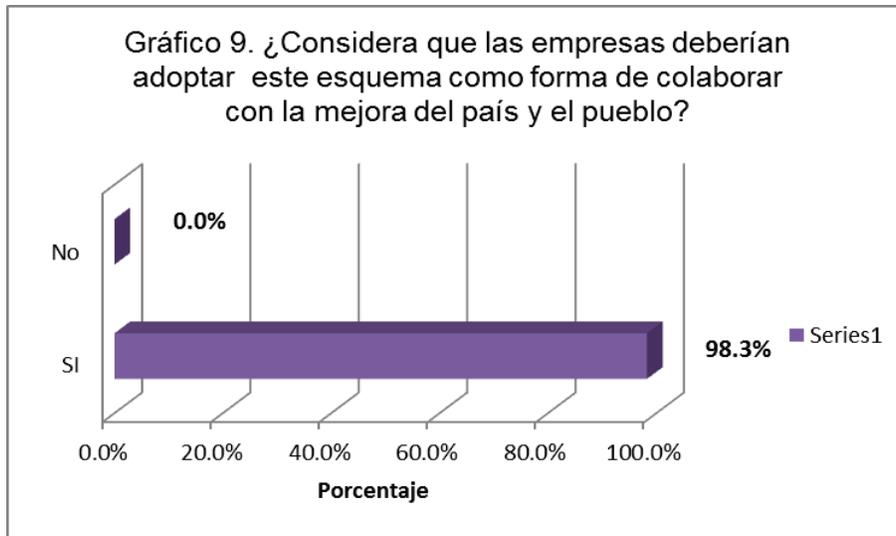


Fuente: Elaboración Propia

El 98% de los encuestados considera que el emprendedurismo social beneficiaría de una u otra forma a la calidad de vida tanto económica como social de la sociedad.

La última pregunta se planteó con el fin de saber si consideran, que las empresas deberían adoptar este concepto como forma de ser un instrumento que colabore con el beneficio social.

5. ¿Considera que las empresas deberían adoptar este esquema como forma de colaborar con la mejora del país y el pueblo?



Fuente: Elaboración Propia

El 98.3% de las personas consideran que se debe planear el concepto dentro de las empresas.

Estas fueron las 5 preguntas, más la escala de medición, para determinar el nivel de comprensión, participación, valoración del Emprendedurismo Social, aplicada a 58 personas, (incluye 7 personas que laboran para la empresa estudiada).

Para describir las actividades de la empresa y el motivo de su aplicación, se diseñó un cuestionario aplicado al director-fundador de la empresa, con el fin de determinar el motivo y sentir de cada actividad, la misión y visión de la empresa en estudio, así como un proceso de observación para poder determinar las características de la empresa y amoldar la información al ES.

El resultado fue:

- La creación de la empresa, fue para satisfacer necesidades básicas, para el dueño y su familia, así como cubrir una necesidad – entretenimiento – cultural, a muchas personas.

- Las actividades que desarrollan traen un beneficio personal y uno social, en cuanto a satisfacción se refiere.
- Se imparten actividades gratuitas con el fin de beneficiar a la sociedad.
- Al dueño le gustaría rediseñar actividades de su empresa enfocadas al emprendedurismo social.

Adicionalmente se ha llevado a cabo un proceso de observación, de la empresa, que permite tener una idea más clara de la forma de operar y sus expectativas, así como la viabilidad de adoptar el tema en estudio.

Conclusiones

El objetivo general, es diseñar los lineamientos necesarios para convertir una empresa lucrativa, en una empresa de ES.

Después de indagar y extraer datos de la literatura existente de varios autores, se pueden destacar tres lineamientos necesarios:

- un objetivo social,
- un modelo de negocios y
- una innovación transformadora

Estas tres características aunadas a la investigación realizada en el presente estudio, como lo citado por Fischel (2003) en la conferencia realizada sobre emprendedurismo, indica que:

- El emprendedurismo social apoya la innovación, la competitividad, generadoras de empleo e ingresos sostenibles.
- La forma en que se sostienen estas empresas, son con alianzas de diferentes actores sociales, que permitan desarrollar proyectos.
- No se puede desarrollar empresas con emprendedurismo social sin el apoyo de entidades gubernamentales y no gubernamentales, el apoyo solidario de recursos humanos y financieros (p.2).

Todo esto lleva a la conclusión de que no es fácil convertir una empresa lucrativa en una de emprendedurismo social, se puede adoptar el esquema pero en un área específica, o una nueva actividad.

Según la metodología aplicada y la integración de los datos, permite concluir, para los objetivos específicos:

- El nivel de conocimiento sobre el término ES, para los colaboradores de la empresa en estudio, no es muy claro, y después de impartida la retroalimentación sobre el concepto y características, el nivel de comprensión no mejoró significativamente, lo que provoca una incertidumbre en el momento de querer llevar a cabo el objetivo general.
- Las actividades realizadas por la empresa, según se observaron y validaron con el director de la empresa, son actividades que permiten no solo proveer utilidades a la empresa, sino que son un aporte cultural para las personas de cualquier edad y a la comunidad, y para el director de la empresa traen una satisfacción personal, de poder ayudar a otras personas mientras disfruta de lo que le gusta: la música.

- La visión y misión fueron rediseñadas bajo el esquema del ES y cumpliendo con la meta de creación de un comedor infantil para niños de escasos recursos, adoptando las características de Emprendedurismo Social, donde se puede dar trabajo a personas de escasos recursos, jefas de hogar, para la atención del comedor infantil.

| | ACTUAL | REDISEÑO |
|--------|---|---|
| VISION | Utilizar la música para la integración familiar | Propiciar la integración familiar a través de los esfuerzos comunitarios y de colaboradores dispuestos, que permitan un Desarrollo Social sostenible. |
| MISION | Impartir servicios en el arte con el mejor precio accediendo a todas las personas | Impartir servicios en el arte, accediendo a todos los niveles sociales, para mejorar la calidad de vida de los niños de escasos recursos, mediante un comedor infantil. |

Todo lo anterior plasmado en la realidad, es complejo y difícil de implementar en una empresa ya consolidada y que no es de ES, lo que se puede realizar como se indicó anteriormente, es adoptar una unidad o proyecto específico de negocio, pero una transformación total de la empresa es difícil.

Recomendaciones

Para los objetivos específicos planteados al inicio de la presente investigación, las recomendaciones para cada uno de ellos son:

- Si el Emprendedurismo Social, como lo indican muchos de los autores citados en la presente investigación, es una forma de desarrollo sostenible para la sociedad, se deben implementar mecanismos más agresivos para

que las empresas y los empresarios, así como los emprendedores innatos, logren asimilar este concepto y llevarlo a una realidad.

La opinión adquirida por la investigadora a través de este estudio es que el Emprendedurismo Social, es sin duda una posibilidad de mejora social continua, pero no está al alcance de todos, por no ser un concepto claro, conocido e interpretado por muchos, ya que se encuentran empresas y empresarios realizando labores de responsabilidad social mal interpretadas como ES.

El gobierno debería incentivar más este concepto, ya que es un apoyo para la mejora social y económica de las sociedades.

Así los ciudadanos empresarios, emprendedores, pueden aportar ayuda a su comunidad, todos en conjunto pueden ayudar a una mejora sostenible de la sociedad.

No obstante una empresa no puede cambiar radicalmente de ser lucrativa y con un fin propio a ser una empresa basada en el ES por completo, puede adoptar una parte o programa enfocado a esto y que contribuya siendo generadora de empleo, ingresos sostenibles y un objetivo social.

Referencias Bibliográficas

La Nación, (2014) *La tríada: pobreza, desempleo y desigualdad*.
Por Bernal Pacheco. Recuperado el 28-02-2014 de
[http://www.nacion.com/opinion/foros/triada-pobreza-desempleo-
desigualdad_0_1388261161.html](http://www.nacion.com/opinion/foros/triada-pobreza-desempleo-desigualdad_0_1388261161.html)

Laville, J.L. y Nyssens (2001) ¿Hacia la empresa social? Economía Social y Servicios Sociales, Ed. CIRIEC-España, Valencia, 2001, pp. 273-283.

NUENO, P. (2003): «El espíritu emprendedor», Creación de empresas: los mejores textos, pp. 171-186, Barcelona, Ed. Ariel.

REVESCO N° 100 (2009) - Extraordinario 2010 Monográfico: La respuesta de la Economía Social ante una crisis global - ISSN: 1885-8031 - www.ucm.es/info/revesco Fecha de recepción: 02/06/2009 Fecha de aceptación: 23/07/2009

REVESCO N° 100 (2009) Emprendedurismo y Economía Social como mecanismos de Inserción Socio laboral en tiempos De Crisispor Amparo Melián Navarro Y Vanessa Campos Climen (P.46-67)

Congreso Internacional de Emprendedurismo Social, Astrid Fischel, Universidad de Costa Rica, 6 y 7 de junio 2013