



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN
DEL CAMPUS MARÍA ZAMBRANO DE SEGOVIA

MÁSTER DE COMUNICACIÓN CON FINES SOCIALES, ESTRATEGIAS Y
CAMPAÑAS



TRABAJO DE FIN DE MÁSTER

EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL JUVENIL
UNA ALTERNATIVA DE EMPLEO PARA LOS JÓVENES DE SEGOVIA

“Del desempleo al emprendimiento social”

Autor

Lic. María Isabel Abarca Flores

Tutores

Dra. Ma. Cruz Alvarado

Dr. Manuel Montañés Serrano

Segovia-España-2015

EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL JUVENIL

Una alternativa de empleo para los jóvenes de la ciudad de
Segovia.

“Del desempleo al emprendimiento social”



Agustín García Matilla



Álvaro Mehrgut



Laura Aragonese



Clara Luquero



Laura Pérez



Isa Carvalho

La vida siempre te ofrece otra oportunidad. Se llama hoy, no esperes ver que otros lo hagan, hazlo tú y revolucionas.

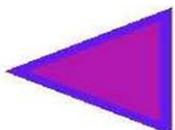
Isa Flores.



CAMPUS PÚBLICO
MARÍA ZAMBRANO
SEGOVIA

“No nos hace falta valor para emprender ciertas cosas porque sean difíciles, sino que son difíciles porque nos falta valor para emprenderlas”.

Lucio Anneo Séneca



Iluminare ES

INDICE

Dedicatoria.....	8
Agradecimientos.....	9
Resumen.....	10
Palabras clave.....	10
Summary.....	11
Keywords.....	11
PRIMER PARTE.....	12
 <i>CAPITULO 1. INTRODUCCION METODOLÓGICA</i>	
1.1 . Presentación	13
1.2 . Justificación.....	15
1.3 . Antecedentes.....	16
1.4 . Planteamiento de la investigación	18
1.4.1. Objeto de estudio	19
1.4.2. Objetivos.....	20
1.4.3. Hipótesis	21
1.4.4. Metodología	22
1.4.5. Técnicas de investigación.....	23
1.4.6. Fases y cronograma.....	26
 SEGUNDA PARTE.....	28

CAPITULO 2: MARCO TEÒRICO Y CONCEPTUAL

2.1. TEORÍA Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL.....31

2.1.1. Conceptualización de ES.....	27
2.1.2. Definición de juventud	29
2.1.3. Definición de emprendimiento social.....	30
2.1.4. Principales características de un emprendedor social.....	32
2.1.5. Tipos de emprendimiento social.....	34
2.1.6. Tipos de emprendedores sociales.....	35
2.1.7. El Emprendimiento y el cambio social.....	37
2.1.8. Delimitación propia de emprendimiento social.....	39
2.2. Valores relacionados con el emprendimiento social.....	39
2.3. Relación del tercer sector con el emprendimiento social.....	41
2.4. El emprendimiento social y la comunicación.....	42
2.5. El emprendimiento social y redes sociales.....	44

CAPITULO 3: MARCO INSTITUCIONAL43

3.1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

3.1.1. El emprendimiento social en el contexto europeo.	46
3.1.2. El emprendimiento social en el contexto Español.....	51
3.1.3. El emprendimiento social en Castilla y León.....	54

3.1.4. El Emprendimiento Social en Segovia.....	56
3.2. EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE SEGOVIA.....	58
3.2.1. El Ayuntamiento de Segovia y el Emprendimiento Social.....	59
3.2. 2. La Concejalía de juventud de Segovia y el Emprendimiento Social.....	60
3.3. EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y LOS ACTORES SOCIALES.....	62
3.3.1. La universidad de Valladolid-Campus Ma. Zambrano y el ES....	63
3.3.2. Actores sociales de Segovia y el emprendimiento social.....	66
3.3.3. El emprendimiento social; como alternativa de empleo.....	66
3.3.3.1. Ejemplos de emprendedores sociales de Segovia.....	71
<i>TERCERA PARTE.....</i>	<i>71</i>
<i>CAPITULO 4: DIAGNÓSTICO Y REALIDAD.</i>	
4.1.Diagnóstico de la realidad del emprendimiento social en Segovia desde los actores implicados.....	79
4.1.1. Aplicación de la metodología:.....	80
4.1.2. Análisis de Entrevistas.....	80
4.1.3. Análisis de Grupo de Discusión	100
4.1.4. Resultados y principales hallazgos relevantes para el estudio....	120
<i>CUARTA PARTE</i>	
<i>CAPITULO 5: PLAN INTEGRAL DE COMUNICACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN SEGOVIA.....</i>	<i>125</i>

1- Presentación	127
1.1. Valores y el emprendimiento social.....	128
2- Problemática/realidad.....	125
3- Justificación	130
4- Entidad	135
5- Finalidad.....	135
6- Mensaje principal.....	137
7- Logotipo y lema.....	137
8- Ámbito de actuación	138
9- Alcance.....	134
10- Estrategia comunicacional	139
11- Acciones y actividades.....	142
11.1. Propuestas de acciones y actividades	143
11.2. Campañas de comunicación.....	146
12- Presupuesto.....	153
13- Cronograma.....	154
14- Limitaciones.....	156
15- Mantener el impacto social.....	156
16- Evaluación.....	157
17- Control de Resultados.....	158
18- Indicadores	160
6. CONCLUSIONES.....	152
7. BIBLIOGRAFÍA.....	167
8. ANEXOS.....	175

DEDICATORIA

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta donde estoy, darme salud, sabiduría y fortaleza para lograr mis objetivos, por brindarme su infinita bondad y amor, por darme fuerza cuando me sentía perdida y sin salida, ser mi luz y permitir que estuviera firme a pesar de todo.

A mi madre María Isabel Flores Flores.

Por ser para mí, más que la persona que me trajo al mundo, es mi mejor ejemplo de vida, mi mayor espejo de motivación para luchar y darle lo que ella se merece, ese lugar que como reina debe tener en esta vida.

A mis hermanos

Aquilino, Juan José, Rosa, Basilia, Angélica, Ana y una persona muy especial en mi vida a Guillermo Salvador Pérez.

A mis tutores.

Dr. Manuel Montañés, por su gran apoyo y motivación para lograr la culminación de este trabajo, por sus excelentes consejos, confianza y reto para hacer mejor.

Dra. Mari Cruz Alvarado, por darme esa confianza y seguridad que han sido de ejemplo y retos para mí.

A los maestros: Susana de Andrés, Agustín García Matilla, Daniel Muñoz, Rodrigo González.

A mis compañeros del Máster y amigos.

¡Gracias a ustedes!

AGRADECIMIENTO

Este trabajo para mí significa un gran reto, por tanto ha requerido grandes esfuerzos por conseguir su culminación. Hasta la más pequeña aportación, ha sido muy significativa, por mi parte, me siento muy agradecida por cada palabra brindada, consejo, regaño, explicación, sugerencias por parte de amigos, maestros y tutores.

Agradezco principalmente a Dios, que me ha dado la sabiduría para recorrer esta nueva aventura en mi vida y darme la dirección para llegar hasta donde estoy, logrando finalizar con éxito el Trabajo. Es el resultado de un año de estudio en el Máster de comunicación con fines sociales impartido por maestros del Campus María Zambrano de Segovia. Un agradecimiento para ellos por brindarme las herramientas necesarias para elaborar el Trabajo de la mejor manera.

También agradezco a mis tutores Ma. Cruz Alvarado y Manuel Montañés, por ser guía en este camino de la investigación, por ser pacientes y transmisores de sus valiosos conocimientos para formarme como una profesional competente y de éxito. Por tener la paciencia de corregir mis errores y aportar interesantes ideas que han sido de gran ayuda para lograr el resultado de este trabajo.

También a las personas que han contribuido con el resultado obtenido, y aquellas que me han brindado información, facilitado entrevistas y los jóvenes que me brindaron la oportunidad de lograr los objetivos y hacer enriquecedor este trabajo.

A mis compañeras Laura Aragonese y Sara Dos Anjos, que en gran parte ellas son las motivadoras a investigar este tema, y sobre todo a una persona muy especial que no se puede quedar sin mencionar y es una de las principales motivadoras por la cual estoy aquí, agradezco a mi madre Ma. Isabel Flores Flores, que en gran parte ha sido uno de mis motores principales para seguir luchando.

Y finalmente un agradecimiento especial a todos mis compañeros del máster, los que durante este camino han sido como mi familia, nos hemos acompañado en las buenas y en las malas, dándonos ánimos cuando nos desanimábamos, cuando extrañamos a los nuestros, llorando, comiendo, viajando y celebrando juntos.

Gracias a todos.

RESUMEN

En estos últimos años, el Emprendimiento Social se ha establecido en una de las áreas más innovadoras de la actividad económica y social de Europa, es una actividad que ha impulsado a las autoridades a fortalecer estrategias y acciones. Es un fenómeno de reflexión principalmente en las áreas sociales enfocadas a resolver las problemática que afecta el bienestar de la ciudadanía.

La crisis global que se sufre en la actualidad está haciendo que las labores realizadas por las empresas que trabajan socialmente sean imprescindibles en el mercado, con el fin de alcanzar con sus labores una sociedad más eficiente, justa e igualitaria.

En España el número de empresas sociales está en crecimiento, empresas que con sus servicios brindan solución a los diferentes problemas sociales, principalmente aquellos olvidados por las instituciones públicas, los problemas que aquejan a la población y que de alguna manera se ven incrementados por la crisis, así como los sectores más vulnerables ante el decreciente desarrollo económico.

La finalidad de este trabajo es promover el Emprendimiento Social como una alternativa de empleo para los jóvenes de Segovia, mediante actividades y acciones que motiven a los jóvenes a emprender socialmente; que descubran mediante el emprendimiento social una solución a los problemas sociales y a su vez logren mejorar su situación laboral. A tal fin, se requiere conocer la imagen e interés que tienen los jóvenes Segovianos sobre el emprendimiento social, y los factores que les limitan a emprender socialmente.

También se pretende conocer las estrategias de la administración pública para promover el emprendimiento social juvenil en la ciudad de Segovia, los tipos de emprendimiento que se promueven, lo que hacen los actores sociales implicados; entre éstos, se tratará en especial lo que hace la Universidad de Valladolid-Campus María Zambrano para promocionar el emprendimiento social entre sus estudiantes. Considerando que el emprendimiento social ha impulsado grandes avances para el mercado y los negocios tradicionales, cada vez tiene más sentido emprender socialmente y generar, gracias a ello, cambios en el campo social.

PALABRAS CLAVE: Creatividad. Emprendedor. Emprendimiento Social. Innovación. Oportunidad.

SUMMARY

In recent years, the Social Entrepreneurship is established in one of the most innovative economic and social activity areas of Europe, is an activity that has prompted the authorities to develop strategies and actions. It is a reflection phenomenon mainly in social areas focused on solving the problems that affect the welfare of citizens.

The global crisis which is currently suffering is making the work done by companies that are socially necessary work in the market, in order to reach their work efficient, just and egalitarian society.

In Spain the number of social enterprises is growing, companies that provide services solution to different social problems, especially those forgotten by the public institutions, the problems facing the population and that somehow affected by the crisis as well as the most vulnerable to the declining economic development.

The purpose of this paper is to promote social entrepreneurship as an alternative employment for the youth of Segovia, through activities and actions that encourage young people to undertake socially and find a solution to social problems through social entrepreneurship and in turn achieve better their employment situation. To this end, it is necessary to know the image and interest of the young Segovianos on social entrepreneurship, and the factors limiting undertake socially.

It also aims to know the strategies of public administration to promote youth social entrepreneurship in the city of Segovia, the types of projects that are promoted, they do stakeholders among these, the University of Valladolid-Campus María Zambrano to promote entrepreneurship social among their students. Whereas social entrepreneurship has driven breakthroughs to the market and traditional businesses increasingly seen the true sense of social undertaking, and generating changes in the social field, thus see the results as a social phenomenon.

KEYWORDS: Creativity. Entrepreneur. Social Entrepreneurship. Innovation. Opportunity.

PRIMERA PARTE

CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN METODOLÓGICA

PRESENTACIÓN Y ESTRUCTURA DE LA OBRA

Muchas veces la vida te pone a pruebas para ver si eres lo suficientemente fuerte para luchar y cumplir tus sueños, no esperes que pase el tiempo, el presente es hoy, lucha por esos sueños, Isa flores.

1.1. PRESENTACIÓN

Los emprendedores sociales son personas o equipos de personas que crean una empresa para solucionar un problema social existente de forma rentable y sostenible. Los emprendedores sociales unen las oportunidades de negocio con las mejoras de la sociedad que les rodea. El emprendimiento es un fenómeno social que está en la mira de los sectores sociales y las administraciones públicas.

Conscientes de esta realidad, con este trabajo pretendemos conocer qué hacen, en el caso de Segovia, las distintas entidades implicadas para promover el emprendimiento social entre los jóvenes, en particular la Universidad de Valladolid en el Campus María Zambrano. Así, mediante entrevistas en profundidad y grupos de discusión con jóvenes estudiantes y con emprendedores sociales, que se han beneficiado de lo hasta ahora realizado, intentaremos conocer las estrategias que se utilizan, y si existen alianzas entre organismos públicos o privados para apoyar el emprendimiento social.

La administración pública también juega un rol importante en la sociedad, el de brindar apoyo a los jóvenes para su crecimiento y desarrollo. De tal manera planteamos conocer también qué hace el Ayuntamiento de Segovia para promover el emprendimiento social entre la juventud segoviana. El ámbito en que se ubica esta investigación es el de los fines sociales, pero también será necesario mencionar el ámbito económico, al abordar el emprendimiento social como alternativa de empleo para los jóvenes; estos dos ámbitos a veces confrontados, están aquí próximos porque el emprendimiento social aborda a la vez los problemas del sector económico y del sector social.

El emprendimiento social es un tema de creciente interés para los gobiernos nacionales y regionales. Ya que con el fin de desarrollar nuevas empresas los emprendedores sociales constituyen una parte importante del proceso de creación de empleo y son un factor estimulador del crecimiento, pues no sólo generan mayor riqueza y bienestar en el país, sino que cuando el fin de la empresa sigue un enfoque social o los objetivos que se cumplen con su creación son sociales, se mejoran situaciones sociales problemáticas; como por ejemplo la inserción laboral de personas en estado de exclusión y colectivos con otras necesidades sociales existentes en la sociedad.

Uno de los hechos que me motivó a investigar este tema ha surgido de la convivencia que he mantenido con dos chicas españolas (Laura y Sara). De alguna manera, convivir y compartir experiencias, historias y sueños de vida con ellas despertó mi interés por conocer sus inquietudes respecto a lo que esperan al finalizar sus carreras, ya que están en los últimos años de Derecho y Magisterio Infantil respectivamente.

De esa vivencia surge la pregunta inicial: ¿Cuál es la oportunidad que tienen estas jóvenes de encontrar un trabajo en la difícil situación de desempleo que se vive actualmente en España? Las probabilidades son prácticamente nulas a juzgar por sus propias experiencias, ya que llevan dos años tratando de solicitar una oportunidad para trabajar con una beca de prácticas sin obtener respuesta. Son jóvenes inteligentes y competentes, pero no encuentran una oportunidad. Sin embargo, ambas tienen ideas por las cuáles podrían emprender socialmente, lo que sería una oportunidad de crecimiento tanto para ellas como para el desarrollo de la ciudad y es ahí cuando surge la idea de investigar en profundidad el tema del emprendimiento social como alternativa de empleo para los jóvenes de Segovia.

De ahí nace a su vez una inquietud mayor, sobre cómo será la situación de aquellos jóvenes que no tienen en algunos casos educación universitaria u otros estudios que complementen sus competencias básicas. Tras llevar a cabo diversas lecturas sobre el emprendimiento social en Europa y su contexto en Segovia, hemos detectado los principales aspectos que benefician el desarrollo social de una comunidad, como los relacionados con la reducción de la pobreza, el cambio climático, la cooperación para el desarrollo, la disminución de las tasas de desempleo, el incentivo a la educación, etc. Temas como estos pueden ganar (y ya están ganando) nuevos significados con el crecimiento de los emprendimientos sociales y el incentivo a la innovación.

Pensar en nuevos productos, servicios o formas de enfocar las problemáticas sociales es el primer gran paso. El presente trabajo cumple los requerimientos que establece una investigación cualitativa y en su contenido recoge también las experiencias existentes de emprendedores sociales segovianos.

1.2. JUSTIFICACIÓN

Los emprendedores sociales son personas que identifican una demanda social y desarrollan modelos, productos, negocios y/o metodologías innovadoras para mitigar o eliminar los problemas sociales que de alguna manera perjudican a la población. Los emprendedores sociales son una prueba de que la determinación, la perspectiva sistémica y la colaboración pueden cambiar el mundo.

La administración pública debe jugar un rol importante en la sociedad brindando apoyo a los jóvenes para su crecimiento y desarrollo, de tal manera que en este caso planteamos conocer qué hace el Ayuntamiento de Segovia para promover el emprendimiento social entre la población.

La juventud en la actualidad está experimentando un período de crisis importante que vive como una amenaza a su estatus.

Según Cotarelo.

“Esta percepción de los jóvenes de encontrarse en constante riesgo conlleva cambios importantes en su forma de pensar, actuar y sentir, considerando que en España la población joven es uno de los sectores más afectado por la crisis y el desempleo, una buena salida es la creación de empresas sociales, como las que últimamente están saliendo al mercado”. Cotarelo (2009: 125).

Es importante resaltar que el emprendimiento social es también un tema de discusión para la Comisión Europea que *“...abre debates en torno a la inclusión social y éstos se enmarcan dentro del objetivo de promover la cohesión social”* (Kyriakou, 2008: 38). Tanto los gobiernos como las instituciones europeas, se dirigen de forma general al desarrollo de la sociedad y de forma particular al desarrollo de las competencias individuales para lograr ser ciudadanos activos.

Según Barroso y Tajani *“El emprendimiento social puede ser sin lugar a dudas un programa de cambio muy valioso para lograr mejores resultados en pro del bien común,¹ es una de las fuentes de potencial desaprovechado en el mercado español y, constituye un buen ejemplo de un planteamiento empresarial responsable, contribuye a un tiempo al crecimiento y el empleo, ... estas persiguen objetivos de desarrollo social, ético o medioambiental, pero también han de respetar un modelo económico²”.* Barroso y Tajani (2015)

¹ José Manuel Durao Barroso, (2015) Presidente de la Comisión Europea.

² Antonio Tajani. Vicepresidente de la Comisión Europea responsable de Industria y Emprendimiento. (<http://www.europapress.es/>).

1.3. ANTECEDENTES

No se tiene mucha información sobre los orígenes del emprendimiento social en Europa, aunque en la actualidad éste, ha emergido de forma clara por la necesidad de encontrar soluciones a la situación económica, principalmente al desempleo que afecta a la juventud. El fenómeno del emprendimiento en España está referenciado con varios términos, dependiendo del enfoque que se le da. En el caso de las cooperativas, por ejemplo, se habla de “economía solidaria”, sin embargo, las organizaciones le dan el nombre de “proyectos sociales”, y la empresa privada habla de “emprendimiento social y solidario y empresas sociales”; aunque se puede decir que todos estos nombres están enfocados hacia la búsqueda de una solución a la problemática que se vive.

Haciendo una breve reseña del emprendimiento social y de su relación conocida con otros términos, podemos decir que el concepto de “empresa social” como tal apareció por primera vez en Italia, donde fue promovido por los medios de comunicación en 1990; si bien por primera vez fue publicado en un periódico titulado *Impresa social*.

Según Defourny y Nyssens, *“en los últimos años de la década de 1980 habían surgido en ese país nuevas iniciativas semejantes a cooperativas para responder a necesidades no satisfechas, especialmente en el ámbito de la integración laboral, así como en el de los servicios personales. Como la legislación existente no permitía a las asociaciones desarrollar actividades económicas, el Parlamento italiano aprobó una ley en 1991 que creaba una nueva forma legal, concretamente la “cooperativa social”, que demostró estar muy bien adaptada a estas empresas sociales pioneras”*. Defourny y Nyssens, (2008: 89).

Tal y como afirma el Comisario de Interior de la Comisión Europea, Michael Barnier, el emprendimiento social tiene la capacidad de satisfacer las necesidades sociales mediante una solución sostenible basada en los principios de emprendimiento, y es una de las áreas sin explotar por la Unión Europea. El emprendimiento social en la actualidad es una realidad económica y, además, un sector en crecimiento que ofrece nuevas alternativas y oportunidades laborales. Según Barnier *“Se valora la importancia que le da la Comisión Europea al emprendimiento social y se justifica la necesidad de*

este trabajo, ya que el emprendimiento social puede ser una salida y una alternativa laboral principalmente para los jóvenes". (Barnier, 2015)³. Castilla y León es una comunidad con una larga trayectoria con la puesta en marcha de grandes proyectos emprendedores sólidos y bien contruidos, y con grandes ejemplos de personas emprendedoras que los han hecho posibles y que son el mejor exponente de la capacidad de iniciativa, compromiso y rigor; así consta en el preámbulo I de la Ley de Juventud aprobada en 2012 en esta Comunidad (Ley 11/2002).

Asimismo, como se recoge en la modificación de la misma ley realizada el 10 de julio del 2012, al objeto de favorecer e impulsar proyectos emprendedores y la libre prestación de servicios en el ámbito de las actividades juveniles de ocio y tiempo libre en Castilla y León, se sustituye la autorización previa por una mera comunicación; considerando que el emprendimiento social es un tema de interés para las autoridades tanto de la Unión Europea, como de los estados miembros y de las comunidades autónomas, en este caso de Castilla y León.

El emprendimiento social en Segovia, es abordado últimamente con más interés por la administración pública y las empresas privadas, y también por la universidad, específicamente la Universidad de Valladolid-Campus María Zambrano, entre otros actores sociales involucrados con el tema. Actualmente en Segovia, se ha dado apertura de la II Lanzadera de Empleo y Emprendimiento Solidario, puesta en marcha por la Fundación Santa María la Real, también la Fundación Telefónica y el Ayuntamiento de la ciudad, tal como se ha dado a conocer en una jornada divulgativa sobre el emprendimiento social.

Con esta iniciativa se promueven talentos emprendedores y se les da seguimiento hasta consolidar los planes de negocios que plantean, desde su formación hasta la puesta en marcha. Oportunidad que algunos emprendedores sociales de la ciudad ya están aprovechando.

³ Tomado de : http://ec.europa.eu/internal_market/publications/docs/sbi-brochure/sbi-brochure-web_es.pdf

1.4. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

El siguiente trabajo consta de tres aspectos: el teórico, el práctico y el metodológico.

El aspecto teórico está centrado en presentar las razones teóricas que justifican la investigación, en ello se señalan las teorías analizadas por autores o especialistas en el tema con las que se complementa el contenido de la misma. Considerando que el emprendimiento social ha existido siempre, a lo largo de la historia se encuentran personas como Florence Nightingale, fundadora de la primera escuela de enfermería, o la Madre Teresa de Calcuta, las cuales han aplicado soluciones prácticas a problemas sociales, combinando la innovación, la captación de fondos y la oportunidad, mediante la búsqueda de espacios y alternativas de solución a las problemáticas presentadas en la sociedad.

En el aspecto metodológico, se aborda la aplicación de la investigación mediante técnicas de investigación. Las implementadas en este trabajo son la entrevista en profundidad y los grupos de discusión, herramientas que han dado el resultado presentado en el desarrollo del trabajo y en el plan de comunicación.

Y en el aspecto práctico se exterioriza el aporte de la investigación, mediante el análisis de resultados de los principales hallazgos. La investigación se basa en la realidad social y la situación que viven los jóvenes de Segovia, con el fin de promover el emprendimiento social juvenil, como una alternativa de empleo para los jóvenes de la ciudad.

El resultado de este trabajo beneficia la comunidad en su conjunto, desde los jóvenes de Segovia, hasta la administración pública y los actores sociales involucrados con el emprendimiento social juvenil, ya que este se presenta como una alternativa de empleo para la juventud que favorezca el desarrollo económico y social tanto de los jóvenes como de la ciudad.

Además, esta actividad contribuye al desarrollo profesional de los jóvenes ya que se vuelven más competentes en el mercado laboral en un contexto en el que muchas empresas buscan jóvenes con experiencia en liderazgo y emprendimiento.

1.4.1. OBJETO DE ESTUDIO

El objeto de estudio de esta investigación es el emprendimiento social como una alternativa de empleo para los jóvenes de Segovia.

Tras el transcurso de los primeros meses en este país y buscando la forma de investigar un tema de interés, me dediqué a conversar con jóvenes de la ciudad, desde estudiantes, profesionales y jóvenes que no estudian ni trabajan. Después de conversar con mis maestros surgió como objeto de estudio, el emprendimiento social, entendido como una alternativa de empleo para los jóvenes de Segovia; un objeto que consideramos novedoso y al que trataremos de aproximarnos con objetivos concretos. Entre ellos, conocer la imagen que tienen los jóvenes del emprendimiento social y el interés por sus perspectivas e inquietudes o las dificultades que presentan o tienen en el momento de emprender; así como los tipos de emprendimiento que promueven los actores sociales de Segovia y las administraciones públicas, y las estrategias empleadas para motivar a los jóvenes a emprender.

Considerando que el emprendedor social es un agente de cambio que contribuye a paliar los efectos del desempleo y de la exclusión social mediante la creación de empresas cuyo fin primordial es la inclusión socio-laboral de colectivos desfavorecidos o la mejora de alguna problemática social o medioambiental. Por tanto su importancia e interés del objeto planteado es innegable.

En la literatura económica aunque no existe un reconocimiento explícito y claro del emprendimiento social y de la figura del emprendedor social, sí se considera la figura de empresarios que crean un negocio por vocación para cubrir necesidades sociales y donde la viabilidad de la empresa es fundamental para la continuidad del negocio. Por tanto, muchas de las actividades emprendedoras con un perfil social pueden enmarcarse dentro del ámbito sostenible y de solidaridad, ya que satisfacen las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades.

Creemos que en Segovia existe una gran oportunidad para aquellos jóvenes que deseen desarrollar sus capacidades y ponerlas en práctica en proyectos sociales que ayuden al desarrollo económico y social de la comunidad.

1.4.2. OBJETIVOS

Promover el Emprendimiento Social como una alternativa de empleo para los jóvenes de Segovia es la motivación central de este trabajo, y para aproximarnos a tal fin establecemos los siguientes objetivos operativos y analíticos. De ellos es conocer la imagen que tienen los jóvenes segovianos del emprendimiento social, el interés, perspectivas, inquietudes y dificultades que se les presentan o que tienen en el momento de emprender.

Descubrir los factores que los limitan o que son validados en su decisión de decantarse por el emprendimiento social, si lo ven o no como una alternativa de empleo; los tipos de emprendimiento que son apoyados y las estrategias que se utilizan para motivar a los jóvenes, tanto desde la administración pública como desde otros actores sociales, y de esa manera conocer cómo promueven el emprendimiento social.

Como objetivos generales analíticos se establecen:

1. Conocer la imagen y el interés que tienen los jóvenes por el emprendimiento social.
2. Conocer los factores que limitan a los jóvenes a emprender socialmente.
3. Conocer cuáles son las estrategias que implementan las administraciones públicas (Ayuntamiento de Segovia, Concejalía de Educación y Juventud), para promover el emprendimiento social juvenil en la ciudad.
4. Conocer qué tipo de emprendimiento promueven actores sociales de Segovia, entre; (Universidad de Valladolid-Campus María Zambrano).

Como objetivos operativos se establecen:

1. Dar a conocer las inquietudes que tienen los jóvenes del emprendimiento social juvenil en Segovia.
2. Abrir el debate y la reflexión en los jóvenes segovianos del emprendimiento

- social como una alternativa de empleo.
3. Dar a conocer las acciones de la administración pública en relación al emprendimiento social y sus compromisos con los jóvenes de la ciudad.
 4. Dar a conocer las inquietudes y sugerencias de los jóvenes para emprender socialmente.
 5. Hacer una propuesta de acciones de comunicación que pueda servir para promover el emprendimiento social entre los jóvenes de Segovia.

1.4.3. HIPÓTESIS

Se establecen también las siguientes hipótesis de partida.

H1. La imagen que los jóvenes tengan de la promoción y el apoyo al emprendimiento social por parte de las administraciones públicas y de los actores sociales los dispondrá a motivarse y emprender.

H2. La desinformación es uno de los factores que limita los jóvenes para aventurarse al emprendimiento social y verlo como alternativa de empleo.

H3. El mayor o menor interés de los jóvenes por el emprendimiento social, marcará su predisposición a emprender.

H4. La disposición de la juventud segoviana a incorporarse a las actividades enmarcadas al emprendimientos social les brindará oportunidades de empleo.

H5. El apoyo por parte de las administraciones públicas y los actores sociales, marcará el incremento del emprendimiento social en la ciudad de Segovia.

1.4.4. METODOLOGÍA

Para la realización de este trabajo en sus diferentes fases se utilizaron varias herramientas metodológicas.

Una de ellas es la búsqueda, selección y análisis de textos bibliográficos relativos al tema, para lo que se abordaron varias fuentes relacionadas con el emprendimiento social juvenil. Se recabó información del entorno, la evolución y los antecedentes del emprendimiento social, tanto en Europa como en España, Castilla y León y Segovia.

Otra herramienta fue la búsqueda de información mediante páginas web, que son una fuente de gran importancia para esta investigación. También se ha recurrido a la observación etnográfica y a técnicas como la entrevista en profundidad, con el fin de conocer qué hacen el Ayuntamiento de Segovia y la Universidad de Valladolid-Campus María Zambrano para promover el emprendimiento social.

Además se ha estructurado un plan de comunicación enfocado al emprendimiento social, como alternativa de empleo para los jóvenes de Segovia.

En resumen, trabajamos la investigación en tres líneas, la primera relacionada con la conceptualización y contextualización revisando conceptos, leyes, programas... y analizando el marco en el que se sitúa el emprendimiento social.

La segunda línea se basa en la realización del diagnóstico a través de la realización de entrevistas y análisis de sus resultados; realizadas tanto del público objetivo (los jóvenes) como a los actores sociales

La tercera sería de tipo creativo, elaborando un plan estratégico, como propuesta de comunicación para promover el emprendimiento social entre los jóvenes de Segovia.

En este proceso de investigación y reflexión descubrimos que es un tema muy amplio y complejo, y todavía difícil de definir, como planeta Say *“la delimitación conceptual de fenómenos sociales que están emergiendo día a día en diferentes marcos geográficos, económicos y jurídicos conlleva ciertas dificultades epistemológicas para definir y clasificar las iniciativas sociales que comparten el paradigma del emprendimiento y la innovación con fines o utilidad social”* (Say, 2012: 125).

1.4.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Una de las técnicas de investigación que se utilizó para llevar a cabo esta investigación fue la entrevista en profundidad dado que es una investigación cualitativa. Se realizaron entrevistas a jóvenes de Segovia, a universitarios, a emprendedores sociales y a responsables implicados en el emprendimiento social de Segovia.⁴ Los responsables de las administraciones públicas fueron seleccionados para conocer cómo promueven el emprendimiento social y también diversos actores sociales relacionados con el emprendimiento social en la ciudad, y con el apoyo de emprendedores sociales mediante las redes sociales. Personas que abordan el tema desde el enfoque social, con conocimientos del emprendimiento.

Se entrevistó también a emprendedores que trabajan en proyectos sociales actualmente.

Se eligió esta técnica de investigación porque nos permite compartir directamente con las fuentes seleccionadas y permite obtener información con la que atender las demandas formuladas en los objetivos, también por las ventajas que tiene; la riqueza informativa que proporciona, la posibilidad de indagación y la flexibilidad para abordar a las fuentes.

Según Ruiz Olabuénaga.

“La entrevista en profundidad es una técnica de obtención de información, mediante una conversación profesional con una o varias personas para un estudio analítico de investigación o para contribuir en los diagnósticos o tratamientos sociales” (Ruiz Olabuénaga (2012,17).

Se eligió ésta herramienta teniendo en cuenta que es un proceso de comunicación que permite de manera artificial la recogida de datos y la recopilación de información mediante la interacción entre entrevistador y entrevistado.

Se efectuó el registro de las entrevistas haciendo uso de los siguientes medios: radio grabadora, libretas, correo electrónico, Skype y Facebook. El análisis de las entrevistas se da a conocer en el capítulo cuatro en el resultado de análisis.

⁴ En el anexo se muestra la transcripción del resultado de las entrevistas y el audio completo.

Otra técnica empleada fue la realización de Grupos de Discusión (GD). El GD, es una herramienta utilizada para conocer la imagen y el interés que tienen los jóvenes del municipio de Segovia del emprendimiento social; y para descubrir los factores que limitan a los jóvenes para emprender y lo que les impulsa en su decisión de decantarse por el emprendimiento social.

Elegimos esta herramienta porque es la que nos permite desde un panorama general abordar nuestro objeto de estudio.

Según Krueger.

“Un grupo de discusión puede ser definido como una conversación cuidadosamente planeada, diseñada para obtener información de un área definida de interés, en un ambiente permisivo, no directivo. Se lleva a cabo con aproximadamente siete a diez personas, guiadas por un moderador experto. La discusión es relajada, confortable y a menudo satisfactoria para los participantes ya que exponen sus ideas y comentarios en común. Los miembros del grupo se influyen mutuamente, puesto que responden a las ideas y comentarios que surgen en la discusión”. Krueger, 1991: 24).

Para presentar un trabajo con variada información, se realizaron tres grupos de discusión formados por hombres y mujeres: uno con jóvenes que no estudian ni trabajan (6 personas), otro con estudiantes (8 personas) y el tercero con emprendedores sociales de la ciudad (8 personas).

La temática que sirvió como enfoque fue: el desempleo y el emprendimiento social como alternativa de empleo para los jóvenes. Se realizó una planificación, selección, moderación y análisis del informe final. Los subtemas tratados fueron los siguientes: el emprendimiento social en Segovia, imagen del emprendimiento social, perspectivas, inquietudes, oportunidades de empleo y situación del empleo juvenil en Segovia.

El contenido íntegro de la aplicación de ésta técnica se puede ver en los anexos, si bien el análisis del mismo se integra dentro del capítulo número cuatro.

1.4.6. FASES Y CRONOGRAMA

Esta investigación está complementada por tres grandes fases que se acompañan la una de la otra de manera cronológica. A continuación se detalla el contenido de cada una de ellas.

PRIMERA FASE.

Esta fase está compuesta por la búsqueda de información bibliografía de las diferentes herramientas existentes, utilizamos buscadores y fuentes como: Google académico, Teseo, Dialnel, Scoop It o la Biblioteca de la Uva. Este proceso llevó varios meses de selección de información y fuentes, recogida de datos y lectura, concluyendo de ello información compartida por maestros y especialistas.

SEGUNDA FASE.

En esta etapa se realizó un proceso de análisis de la información obtenida, acompañándola de información de entrevistas ya existentes de expertos y personas relacionadas con el emprendimiento social. También en el transcurso de esta fase se realizaron entrevistas a personas que trabajan en las áreas sociales o responsable de las fuentes seleccionadas, a jóvenes emprendedores que trabajan proyectos con fines sociales originarios de Segovia, así como a jóvenes con o sin experiencia en el ramo. También se entrevistó al responsable de proyectos sociales del tema de juventud y empleo, y se realizaron los grupos de discusión.

TERCERA FASE.

Esta fase consiste en la realización de un plan de comunicación, el mismo se presentará al Ayuntamiento de Segovia, a la Consejería de la Juventud y la Universidad de Valladolid-Campus María Zambrano. En el plan se elaboran propuestas para la promoción del emprendimiento social en la ciudad de Segovia. Finalmente se expondrán las conclusiones y recomendaciones del trabajo.

A continuación se presenta el cronograma en el que se plasma el proceso de la investigación hasta la presentación final.

SEGUNDA PARTE

CAPITULO 2:

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

“Da tu primer paso con fe, no es necesario que veas toda la escalera completa, sólo da tu primer paso”

Martin Luther King.

2.1. TEORÍA Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

En el siguiente capítulo se dan a conocer teorías y contextualizaciones sobre el emprendimiento social recogidas en el transcurso de este trabajo, acompañándose de citas y enunciados que enriquecen su contenido.

2.1.1. Conceptualización de Emprendimiento Social



No existe una definición única o concreta del emprendimiento social. Cuando buscamos información que nos concrete su significado, encontramos diferentes definiciones, pero no hay una específica que se le asigne, si bien se conoce que el emprendimiento social existe desde hace muchos años, y que es una novedad en su configuración actual al emplearse con el nuevo significado que ahora se le asigna. Cuando se habla de emprendimiento social, algunos expertos señalan a Martin Luther King a Gandhi y a Bill Drayton como ejemplo de emprendedores sociales. Les dan el nombre de emprendedores sociales por el liderazgo y el interés de poner en marcha proyectos e ideas a favor del interés social.

El término del emprendimiento social, fue originalmente empleado por Bill Drayton, considerado uno de los principales líderes del tema en los Estados Unidos y en el mundo. Drayton utilizó la expresión “emprendedores sociales” (*social entrepreneurs*, en inglés) para definir a las personas que resuelven problemas sociales con propuestas orientadas al cambio social. Según Sullivan. “*El emprendedor social identifica problemas, busca soluciones y se esfuerzan por crear propuestas satisfactorias ante las situaciones existentes, logrando cambios y beneficios para la sociedad*”. Sullivan (2007: 78). Los emprendedores sociales buscan soluciones para problemas sociales que afectan a la sociedad en su conjunto, como el analfabetismo, la drogadicción o la contaminación ambiental; buscan el beneficio de la sociedad mediante proyectos que cubran las demandas tanto de las personas que emprenden como los que serán beneficiados con las actividades realizadas. Según Roberts y Woods (2005: 50), el emprendimiento social “*Es una actitud benevolente motivada por una necesidad profundamente arraigada de dar a otros, pero va más allá de esto, los emprendedores*

sociales son gente de negocios y de cambios sociales”. Mientras que Martin y Osberg plantean que *“Los emprendedores sociales son individuos comprometidos e identifican problemas y proponer soluciones, y desarrollan programas para abordar las situación que enfrenta la sociedad que les rodea”*. Martin y Osberg (2007: 59).

De tales afirmaciones consideramos que los emprendimientos sociales son proyectos que se desarrollan localmente, su impacto permanece restringido, su servicio confinado a la población local y su alcance es determinado por los recursos que sean capaces de atraer. Son creados por personas o equipos de personas que crean una empresa para solucionar un problema social existente, de forma rentable y sostenida; unen las oportunidades de negocio con el fin de lograr un beneficio para la sociedad, ponen la creación de valor social frente a la creación de valor económico y buscan emprender con el fin de prestar soluciones a los problemas sociales y sus propias necesidades. Según Galindo. *“La actividad del emprendedor social representa actualmente una alternativa para enfrentarse al problema del desempleo y evita las tensiones sociales que pueden provocar otro tipo de medidas como la flexibilidad del mercado de trabajo”*. Galindo (2009: 68).

Por lo que este tipo de emprendimiento se caracteriza por la creación de valor social, es la clave que lo diferencia de los proyectos caritativos. Actúa como agentes de cambio frente a las problemáticas sociales, innovando, creando y actuando de acuerdo con el propósito de crear un valor social sostenible, presentando una alternativa a las necesidades existentes. Según Reis y Clohes *“El emprendimiento social es fuertemente influenciado por el deseo del cambio social y sostenibilidad de la organización y los servicios sociales que presta”*. (Reis y Clohes, 2001: 116) y Novy-Hildesley plantea que estos emprendedores *“presentan planes de negocios centrados especialmente en la sostenibilidad financiera y crean valor social”*. (Novy-Hildesley, 2007: 89). Por lo general son impulsados por personas interesadas en el desarrollo de sus comunidades, personas visionarias que no se quedan esperando que llegue el cambio sino que son ellos los que generan esos cambios. Buscan alternativas y oportunidades para el cambio social y en muchas ocasiones logran atraer personas para alcanzar sus objetivos. Según Roberts y Woods *“El emprendimiento social es la construcción, evaluación y persecución de oportunidades para el cambio social transformativo llevado a cabo por individuos visionarios, apasionadamente dedicados”*. (Roberts y Woods, 2005: 49).

2.1.2. Definición de juventud



Definir el término juventud, resulta un poco difícil por las diferentes acepciones que se le han asignado al término. Remontando un poco a los antecedentes, el uso del término juventud se inició en Europa entre finales del siglo XVIII y principios del siglo XIX. Algunos autores señalan que se asigna el término “Juventud”, debido a los cambios producidos por la modernización económica, social y política, y el desarrollo de los países. Cuando se usa el término juventud, en algunos casos se refiere al cambio de edad, también al proceso de independencia que se da en el momento en que una persona puede sostenerse tanto en su vida profesional como económica.

Según Olivier Galland *“la juventud actual vive una gran diferencia respecto a la juventud pasada; porque debido a la crisis tanto política como económica, de pensamiento y valores, los jóvenes deben ajustarse a lo que les ofrece la sociedad y la cultura”*. (Olivier Galland, 2000, 18). Mientras que Kustrín opina que el término *“Se refiere al proceso de la adolescencia, como una de las etapas de la vida que cada persona debe enfrentar en la que se deja de ser niño para ser responsable de las acciones de su vida y tomar decisiones personales en todos los aspectos, desde las predeterminaciones derivadas del sexo o del estatus social”*. (Kustrín, 2007: 179).

Y Urbietta lo define como *“aquellas personas que ya no pueden seguir siendo considerados niños, pero que todavía no son adultos”*. (Urbietta, 2003: 126). De esta afirmación, se puede considerar que la juventud es el desarrollo o etapa de la vida, en que con mayor intensidad se evidencia el desfase entre las dimensiones biológicas, psicológicas y socioculturales en el camino hacia la madurez, como afirma Burak, (2001) *“El punto de partida útil para superar la dificultad de delimitar lo juvenil ha sido el situarse en la perspectiva de entender el sentido que los propios jóvenes dan a su realidad y a sus expresiones el sentido de responsabilidad”*.

Es el trance del aceptar y ser consciente de las situaciones, responsabilidades y derechos que se tienen como persona, mediante las etapas de la vida; se va asumiendo el sentido de la realidad, cambio y aceptación de responsabilidad.

2.1.3. Definición de emprendimiento social



Según Emerson (1996) *“Los emprendedores sociales han utilizado las técnicas comerciales y los conocimientos de gestión para crear empresas que cumplen fines sociales, además de ser financieramente viables”*. Por lo general se

enfocan en proyectos que sean innovadores, que generen un impacto social, se centran en los problemas que vive la sociedad y crean iniciativas innovadoras para actuar y movilizar recursos que den respuestas a esas problemáticas. Según Martin y Osberg (2007,45), el emprendimiento social tiene tres componentes fundamentales.

- *“El primero es la identificación de un equilibrio estable, a pesar de las dificultades o carencias que debe enfrentar para alcanzar el beneficio o fin que sigue.*
- *La segunda es la identificación de una oportunidad, desarrollando una propuesta de valor social y utilizando inspiración, creatividad, acción directa, coraje y fortaleza, desafiando de ese modo la hegemonía del estado estable.*
- *La tercera es la creación de un equilibrio estable y de un mejor futuro para el grupo objetivo y la sociedad”*.

Es una actividad que busca soluciones a problemáticas sociales a través de la creación, valoración y persecución de oportunidades que permitan la generación de valor social sostenible, alcanzando nuevos equilibrios estables en relación con las condiciones sociales. Esta actividad hace referencia a un tipo de empresa en la que su razón social es, en primer lugar, atender necesidades de la sociedad en la que se desenvuelven.

Por lo general, nacen con el objetivo primordial de crear valor social. De hecho, la búsqueda de dicho valor es el motor central de su nacimiento o creación. Hay que tener en cuenta que la mayoría de los proyectos de emprendimiento social no son el resultado meramente de iniciativas individuales, sino de esfuerzos de trabajo en equipo. Proponiendo actividades y creando oportunidades socioeconómicas que favorezcan las

comunidades. No buscan atender sólo los problemas inmediatos, sino el sistema social en su generalidad. Según el World Report *“El nacimiento de un emprendimiento social se da la siguiente manera: Un miembro de la comunidad percibe un problema o una demanda social, posteriormente trata de identificar a las personas u organizaciones que pueden abordar este problema o demanda y, cuando no encuentra los proveedores o cuando cree que hay mejores maneras de lidiar con el problema o la demanda, pone en marcha su propia iniciativa”*. World Report (2005).

Para Pérez Camarero *“El nuevo emprendimiento social se ha desarrollado entre la vieja economía social, formada esencialmente por cooperativas, asociaciones y fundaciones y la economía de mercado, sociedades y empresas en general, todos sus principios y valores, sus formas jurídicas y gran parte de sus técnicas de gestión”*. (Pérez Camarero, 2012, 86).

Para finalizar, consideramos que el emprendimiento social es una actividad que se vuelve cada vez más relevante para el desarrollo de la economía, mediante propuestas innovadoras y responsabilidad, que busca oportunidades para generar cambio, beneficios y desarrollo en las comunidades mediante propuestas que cumplan un fin social.

2.1.4. Principales características de un emprendedor social

Un emprendedor social es aquella persona que inicia una actividad empresarial innovadora, cuyo principal objetivo es el bien comunitario, social o medioambiental, aunque no por ello debe prescindir de la obtención de beneficio económico. Según Lepoutre *“El emprendedor social crea su negocio con el objetivo prioritario de dar solución a un problema social”*. Lepoutre (2011,34). Busca participar en un proceso de innovación continua, por tanto una empresa social que ofrece soluciones creativas y diferentes, está al día con las novedades y oportunidades. Algunos dependen del apoyo de los recursos públicos y/o donaciones, aunque la empresa social ha de contar con ingresos propios.

Según Murphy *“Los recursos generados facilitarán la supervivencia y el éxito de la empresa social, lo que ayudará a cubrir las necesidades de grupos socialmente excluidos y aumentará el bienestar social, ganando, a su vez, legitimidad ante los posibles donantes”*. Murphy (2009: 8), Mientras Dess afirma que *“Los emprendedores*

sociales perciben oportunidades en los problemas o necesidades urgentes que han sido olvidadas o son mal atendidas por otras instituciones, sus oportunidades están donde el resto ven problemas que les son ajenos”. (Dess (2001,65)

Según MacMillan y Boisot *“El trabajo del empresario social conduce al incremento de la riqueza social, de forma que la empresa, como la sociedad, se beneficia de su actividad”*. MacMillan y Boisot (2004, 12). Uno de esos beneficios es la creación de empleo, el aumento de la productividad, la mejora de la competencia y el aumento de la calidad de vida.

Según Yunus *“Lo que diferencia al empresario social del resto de empresarios es su capacidad para lograr beneficios sociales, por lo que el fin social está por encima de los fines comerciales o financieros, mientras que para el resto de empresas, los fines sociales son una consecuencia o un efecto secundario y no el fin prioritario”*. (Yunus 2007, 78).

Por lo general, el comienzo de un emprendedor suele atribuirse exclusivamente a un individuo, por tanto la creación de la iniciativa requiere de un proceso social, donde la interacción del líder con otros actores sociales y el entorno en el cual opera juegan un papel determinante. Según Díaz. *“La posición que ocupa un individuo dentro de la sociedad puede facilitar el emprendimiento, el contacto con redes sociales le proveen acceso a oportunidades que de otra forma no hubiera podido tener”*. Díaz (2013: 54

Al respecto, Sekn considera que *“Los emprendedores sociales son líderes y sus habilidades emprendedoras consisten en la capacidad de identificar y aprovechar oportunidades”*. (Sken, 2006: 215). Por lo general buscan obtener beneficios, no para enriquecerse, sino para reinvertirlos en el propio proyecto, quieren que su compañía sea sostenible y, de forma paralela, buscan el impacto social de su empresa.

2.1.5. Tipos de emprendimiento social



Existen diversos tipos de emprendimientos sociales, y aunque no hay una regla que detalle los tipos de emprendimientos que existen, podemos mencionar que un emprendimiento social se puede clasificar dependiendo de la

finalidad de su creación, podemos afirmar que es el líder que la inicia, también se puede ver la manera que lleva su organización o administración.

Para conocer qué tipos de emprendimientos sociales existen, señalamos algunos casos expuestos por expertos y emprendedores sociales. Según Ceballos, emprendedora social española *“Un tipo de emprendimiento social se diferencia por la capacidad de organización para asumir los riesgos, la intuición y la flexibilidad que tenga para adaptarse a la realidad del entorno y buscar soluciones”*. Lina Ceballos (2015).

Según la Revista Formulas Exitosas” *“Un emprendimiento social está conformado por uno o varios individuos que desarrollan actividades sociales buscando mejorar la calidad de vida de las persona con escasos recursos o que presentan alguna necesidad”*. (formulasexitosas.com. (2014).

Es una actividad que está identificando problemas y alternativas de solución a las diferentes problemáticas existentes. Cuando se inicia una actividad casi siempre está conformada por personas que tienen capacidad de intuición, persuasión y capacidad para explorar nuevos mercados. Por lo general requieren tener una excelente administración, inventario, recursos humanos, ventas, marketing, y conocimiento del mercado y producción, ya que no esperan a que el gobierno o el sector privado llegue a solucionar un problema social, sino que buscan cambiarlo ellos mismos, liderando el cambio en su entorno, comunidad o país.

Por lo general son actividades comprometidas con el desarrollo de las personas y la comunidad, son una fuente de salida para muchas personas, involucran a individuos o grupos de individuos con un mismo fin, logrando estabilidad económica y social donde se ejecuta, principalmente si es un emprendimiento sostenible.

2.1.6. Tipos de emprendedores sociales

Existen numerosos tipos de emprendedores sociales. Se les conoce como aquellos individuos que desarrollan actividades sociales, buscando mejorar la calidad de vida de las personas que presentan problemas a causa social; se diferencian por la capacidad para asumir riesgos, su tolerancia y su pasión por todo lo que hacen, su intuición y flexibilidad para adaptarse a la realidad del entorno y buscan alternativas y oportunidades para dar respuestas o alguna solución a las problemáticas existentes.

La revista americana empresarial Pulso Social, a finales del 2014 publicó un artículo en el que explica los tipos de emprendedores sociales que pueden existir. Según esta revista los distintos emprendedores sociales son:

- *El visionario; es un emprendedor capaz de realizar diferentes tareas y hacerlas todas bien, son personas versátiles, vocacionales, y pasionales, principalmente no le temen al riesgo.*
- *Los que buscan una solución; se destacan porque generalmente emprenden por necesidad o deseo de cambiar las circunstancias actuales. Son cautos, constantes, perseverantes y tienen muy desarrollado el valor del esfuerzo individual.*

Es importante mencionar que, en general, son persuasivos, utilizan su capacidad de influencia para el beneficio del proyecto, son personas capaces de convencer a los demás empujándolos hacia un mismo objetivo. Los emprendedores sociales tienen un poco de todo, desde innovación, intuición, y persuasión, hasta formación diversa como tecnólogos o psicólogos. Lo que les ayuda es la personalidad con la que enfrentan las situaciones, saber cuál es la visión, intuición, persuasión y capacidad para explorar nuevos mercados; y se les puede agregar la capacidad de adaptación, innovación, creatividad y conocimiento sobre muchos campos.

Son personas dinámicas, están en constante innovación y saben tomar riesgos. Pueden ser universitarios o no haber tenido ningún tipo de estudio, ya que su función no se determina por el nivel de estudio que tenga el individuo, sino por el amor y el compromiso que tenga con el desarrollo de su entorno, luchan por el desarrollo y bienestar de sus comunidades, se solidarizan con las demás personas y buscan la manera de ayudar, buscan soluciones y si no las tienen piden ayuda.



Gráfica 2: Fuente: Elaboración propia.

La siguiente gráfica está editada por imagen e información que complementa la acción del emprendedor social, es información propia, se señala en el contenido del texto, el título de “Emprendedores sociales”, marca que son innovadores, por lo general siempre están buscando como hacer cosas nuevas. Las dos textos que acompañan el diseño contienen información del trabajo que realizan los emprendedores sociales, la imagen que acompaña es parte de la visión que se sigue con el emprendimiento social por lo general se busca el bienestar tanto para la sociedad, el medio ambiente y la tecnología, parte de los avances tecnológicos.

La globalización permite hacer mejor trabajos mediante el compartir ya sea información o experiencia desde cualquier parte del mundo con otros emprendedores sociales que ha sobresalido con sus empresas. La imagen que acompaña el proceso que realizan los emprendedores para ejecutar sus proyectos, parten de un diagnóstico de la realidad, un proyecto viable y sostenible, formulan el proyecto, ejecución y lo evaluación. El resultado es económico y social.

2.1.7. El Emprendimiento social y el cambio



El emprendimiento social es una de las actividades que están siendo más populares en el ámbito empresarial, por su impacto positivo en la actividad económica. También es un área que está siendo tomada en cuenta por la comunidad académica. El emprendimiento social es uno de los temas recientes de investigación tanto desde la economía como para investigadores, literatos y sociólogos. Y es un campo que ha empezado a llamar la atención en los últimos años también en España.

Cuando se habla de emprendimiento social se hace referencia al fenómeno social del cambio. Según Leadbeater, en el libro “The rise of social entrepreneurship” existe *“La creciente necesidad de desarrollar de manera innovadora nuevas formas de capital social que fomenten la erradicación de la pobreza y la solución de los problemas sociales”* (Leadbeater (1997. 37).

El emprendimiento social, está siendo uno de los puntos de referencia para dar respuesta a la demanda del desempleo no solo en Segovia sino en las demás ciudades de España; es una alternativa para el desarrollo de la economía del país. En el año 2013 la Unión Europea, presentó una iniciativa juvenil a favor del emprendimiento social, con el propósito de construir un ecosistema para promover las empresas sociales en el centro de la economía y la innovación social. En uno de los reglamentos se establece un marco que habla sobre el uso de la designación de un Fondo de Emprendimiento Social Europeo admisible con las siglas (FESE). Este marco regula la composición de la cartera de los fondos que se dediquen a ejercer este tipo de actividad.⁵

También se establecen normas uniformes sobre la naturaleza de los fondos de emprendimiento social europeo, en particular sobre las empresas admisibles en cartera a las que se permitirá invertir los fondos de emprendimiento social europeo, y sobre los instrumentos de inversión que podrán utilizarse. Esto es necesario a fin de trazar una clara línea entre un fondo de emprendimiento social europeo admisible y fondos alternativos de inversión que desarrollan otras estrategias de inversión menos

⁵ Mayor información en REGLAMENTO (UE) No 346/2013 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 17 de abril de 2013 sobre los fondos de emprendimiento social europeo.

especializadas que el presente reglamento no pretende favorecer. A fin de garantizar la claridad y seguridad necesarias, se establecen criterios uniformes para definir las empresas sociales que podrán ser empresas en cartera aceptables para recibir esos fondos.⁶

De tal manera, una empresa social, es agente de la economía social, cuyo principal objetivo es tener una incidencia social, más que generar beneficios para sus propietarios o sus socios. Esta ópera proporcionando bienes y servicios al mercado y utiliza sus beneficios fundamentalmente para alcanzar objetivos sociales. Está gestionada de manera responsable y transparente, en particular mediante la participación de empleados, consumidores, voluntarios y partes interesadas en sus actividades comerciales. Cabe destacar que parte de ese cambio se ha visto por primera vez en la agenda europea. Eso hace cada vez más notoria la participación de los medios de comunicación por divulgar el trabajo del emprendedor social y el interés de las administraciones públicas, por tanto el cambio social es un término de transformaciones, las empresas lo enfocan con la responsabilidad social, aunque su relación no está determinada. Parte de ese cambio social se da mediante las innovaciones en las diferentes áreas de la economía.

El emprendimiento social, es una alternativa para salir de la situación económica a las que se enfrenta la economía mundial, en muchos casos los emprendimientos sociales son financiados por países desarrollados. Por ejemplo en Nicaragua, ubicado en Centro América, que es el segundo país más pobre después de Haití. Aunque es un país con grandes riquezas no solo naturales sino también materiales, valioso por su estructura volcánica, y sus riquezas agrarias, ganaderas y mineras (como el oro); se han apoyado empresas sociales, financiadas por países como Finlandia, Estados Unidos y Canadá.

Según Amit (1997: 98), *“el emprendimiento es parte de ese cambio, por el espíritu emprendedor innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento y el cambio”*.

⁶ (Tomado de 25.4.2013 Diario Oficial de la Unión Europea)

“El Reglamento se inscribe en el marco de la iniciativa en favor del emprendimiento social, presentada por la Comisión en su Comunicación de 25 de octubre de 2011 titulada «Iniciativa en favor del emprendimiento social. Construir un ecosistema para promover las empresas sociales en el centro de la economía y la innovación sociales». (<http://ec.europa.eu/>).

2.1.8. Delimitación propia de emprendimiento social.

Después de analizar y leer una serie de definiciones de lo que es un emprendimiento social, planteamos aquí una definición propia, entendiéndolo como *la creación de una empresa basada en idea innovadora, con un fin social, capaz de satisfacer inquietudes o necesidades de las personas y la sociedad, que puede ser mediante de un producto o servicio, y realizado por una o varias personas.*

Un emprendimiento es el que sea prioritaria y evidente la manera en que la empresa se orienta a cubrir determinadas necesidades y que esté enfocada a una problemática social; por ejemplo: salud, educación, medio ambiente, reciclaje, protección de los animales, o comunicación. Una actividad que beneficie el desarrollo de las personas y las comunidades, motivando a los jóvenes a ser líderes, emprendedores e innovadores que luchen por el cambio, el desarrollo económico y social, y sean ejemplo para los demás.

2.2. Valores relacionados con el emprendimiento social

Los valores sociales juegan un papel muy importante en el emprendimiento social. Al momento de emprender un proyecto con fines sociales se proyectan valores que son parte fundamental en el proceso y ejecución del mismo. Valores como; la igualdad de oportunidades, la solidaridad, y la responsabilidad social son valores motivacionales de la personalidad que se desarrollan a lo largo de la vida del ser humano, un proceso en el que intervienen la familia, la escuela, los padres, los medios de comunicación y la sociedad en su conjunto.⁷

Valores sociales que en su mayoría están presentes en los emprendedores que ejecutan proyectos sociales, ya que su principal labor es social, solidaria, cooperativa y de apoyo. Por lo general las personas que emprenden socialmente son conscientes del valor social que generan, y brindan la oportunidad a las demás personas de ser parte de ese cambio social por el que apuestan. El emprender crea oportunidades. Por ejemplo, si un grupo de personas inicia una actividad económica social, todas ellas deben de ser conscientes de que el papel que desempeña cada persona es clave, sobre todo si se trabaja en igualdad, respetándose y apoyándose mutuamente, siendo conscientes de la

⁷ Principios básicos: la dignidad humana, las libertades fundamentales, la igualdad entre las personas, la solidaridad, la ciudadanía y la justicia. (<http://www.europarl.europa.eu/>).

responsabilidad que tienen de crear, ayudar y generar cambios. Otro valor que está presente en los emprendedores sociales es la solidaridad, ya que es solidario con las personas, con su comunidad, con el medio ambiente y con su entorno con el fin generar beneficio social.

La solidaridad es un principio fundamental relacionado con los fines sociales. Según Helberg (2008) *“Solidaridad es un principio de intercambio de producción y distribución de bienes, busca el bienestar en su conjunto, logrando estabilidad y satisfacción del entorno”*. Por tanto, en la actualidad se hace intercambio cuando unos tienen un bien y existe necesidad de ese bien por parte de otros y es allí cuando surge la necesidad de emprender socialmente, para tratar de satisfacer necesidades mediante las capacidades ya sean físicas, intelectuales o económicas, y ver como resultado el beneficio social que se busca.

El emprender se asocia también con el valor de la igualdad entre hombres y mujeres para que se tengan las mismas oportunidades. En algunos países la igualdad entre hombres y mujeres ha sido promovida con el fin de que ambos logren los mismos derechos⁸. Así ha sucedido por ejemplo en la Unión Europea y sus precedentes. En 1957, el Tratado Constitutivo de la Comunidad Económica Europea consagró el principio de igualdad entre mujeres y hombres, exigiendo, en un primer momento, la misma remuneración por un trabajo de igual valor. También la Carta Europea de los Derechos Humanos, define los valores relativos a la dignidad, libertad, igualdad, ciudadanía y justicia.

Esta carta fue proclamada en el Consejo Europeo de Niza en diciembre de 2000, a finales del 2009 la adopción del tratado de Lisboa dio un cambio considerable, puesto que la Unión cuenta con una carta de los derechos fundamentales jurídicamente vinculante, y el artículo dos del tratado dispone que la Unión Europea se fundamenta en valores de respeto de la dignidad humana, libertad, democracia, igualdad, y respeto de los derechos humanos.

⁸ Actualmente, la Unión Europea y el Consejo de Europa mantienen negociaciones sobre la adhesión de la Unión al Convenio. En julio de 2013, la Comisión pidió al Tribunal de Justicia que se pronunciara acerca de la compatibilidad del proyecto de acuerdo de adhesión con los Tratados, (18 de diciembre de 2014 <http://ec.europa.eu/>).

2.3. Relación del tercer sector con el emprendimiento social



Según Laville (2004) *“En Europa, el concepto de empresa social aparece por primera vez a principios de la década de 1990, en el ámbito del Tercer Sector”*. Este Tercer Sector agrupa áreas con perfiles económicos y sociales diversos

como las cooperativas, asociaciones y fundaciones; y es un término que se identifica con la economía social. En algunos casos, como se comentó antes, el término “emprendimiento social” es considerado sinónimo “empresa social”, y también se relaciona a menudo con términos como “cooperativas sociales” y “economía social”.

Según Kerlin (2006) *“En los Estados Unidos los conceptos de emprendimiento social y empresa social encontraron una aceptación positiva en los primeros años de la década de 1990”*. La relación que hay entre el Tercer Sector y el emprendimiento social se da en el compromiso y la implicación de jóvenes que principalmente emprenden proyectos de mejora en su entorno social, y logran ver más allá de la realidad, siguiendo un mismo fin, el de buscar soluciones a las problemáticas existentes.

El Tercer Sector está complementando el emprendimiento social como vehículo para construir un futuro mejor y más justo, mediante acciones y actividades formativas. Tanto el emprendimiento social como el Tercer Sector buscan escenarios comunes para diseñar sus estrategias. Ambos plantean consolidar la función social mediante sus servicios, haciendo uso de la comunicación, la participación y la gestión.

Considerando que la marca es uno de los aspectos que cuidar en ambos casos, ya que, según Veciana *“Tanto el marketing como las empresas sociales cuidan el signo de la marca, es su representación gráfica que sirve para distinguir en el mercado sus productos o servicios. Se considera que la marca pueden ser palabras, imágenes, figuras, letras, dibujos, etc.”*(Veciana, 2005: 114).

2.4. El emprendimiento social y la comunicación



La comunicación juega un papel muy importante en el desarrollo del emprendimiento social, valorando que la comunicación es, por demás, sustancial para el ser humano. La comunicación, entendida como participación e intercambio, más que como difusión de información, es uno de los elementos más importantes para la relación entre los individuos, y para llevar a cabo un emprendimiento social no solo se necesita comunicar, sino que hay que saber comunicar bien. Cuando se emprende socialmente es indispensable mantener una buena comunicación tanto interna como externa. Para comunicarse bien con los públicos el mensaje debe ser claro, preciso y adecuado, utilizando los canales y las fuentes necesarias.

Se deben utilizar las fuentes y los medios de comunicación precisos y que darán los mejores resultados, hay que saber elegir los medios donde se transmitirán o darán a conocer los mensajes, ya sea en relación al contenido o los resultados del proyecto.

La comunicación se considera una necesidad para los proyectos de emprendimiento social, pero todo dependerá de la forma de su aplicación. Hay casos que los resultados de algunas empresas o proyectos sociales han salido adelante mediante una buena comunicación, generando una comunicación afectiva. Esta se debe a que se establece un vínculo entre la comunidad y el grupo y porque comparten valores, lo que permite aumentar la confianza, logrando un mejor servicio, y que las actividades sean productivas y los resultados exitosos.

Cuando los emprendimiento sociales, logran desarrollar una buena comunicación, llegan a relacionarse con organizaciones y la administración pública y se dan a conocer mucho mejor, se debe a una comunicación afectiva, además de efectiva. Para que logre su desarrollo se necesita mayor dialogo, respeto y confianza, de modo que la comunicación permita apoyarse mutuamente.

La buena comunicación permite al individuo conocer sus inquietudes y compartir experiencias y, sobre todo, saber si se siguen unos mismos objetivos. Cuando se emprende en equipo es necesario mantener una buena comunicación ya que esto genera confianza y las relaciones son más estrechas y generan fidelidad tanto entre los miembros del grupo como con sus clientes, inversionistas, etc.

Cuando los emprendedores emplean una buena comunicación, esto les permite obtener excelentes resultados, ya que lograrán transmitir sus mensajes y podrán tener una excelente planificación de sus recursos. La buena comunicación les permitirá plasmar lo que visionan y planean para sus proyectos y de esa manera lograr los cambios que se proponen.

Un elemento importante que aborda la empresa social es la comunicación como herramienta de transformación, la comunicación centrada en las personas. La adopción de proyectos de comunicación centrados en las necesidades, entendidas como espacios abiertos en los que se afrontan retos cuyo objetivo es mejorar la calidad de vida, y donde la principal herramienta es la comunicación.

Además de comunicación, cuando se emprende socialmente la palabra innovación social viene de la mano. El término innovación es un término que suena muy familiar, en la actualidad, se habla permanentemente de ello en todos los ámbitos ya sean políticos, sociales y económicos. Si la innovación se aplicara personalmente hablaríamos de personas dispuestas a transformar los problemas en nuevas formas de ver el mundo.

Se puede decir que la innovación social hace referencia a todos los planteamientos, perspectivas y actividades dirigidas a solucionar problemas y demandas sociales desde el punto de vista innovador, basado en estrategias que estén acorde a los cambios sociales y que ofrezcan alternativas variadas, garantizando la participación de los cambios sociales, y buscando el beneficio de todos tanto económico como social.

Es importante resaltar, que por lo general, las empresas sociales cuando implementan la comunicación lo hacen con responsabilidad, pensado en el contenido del mensaje, y por lo general es planificada por especialistas de la comunicación social, porque quieren llegar a su público: la población que de alguna manera es beneficiada con el desarrollo de la empresa.

Mantener una comunicación eficiente, será de gran ayuda para las empresas sociales, ya que éstas a su vez siguen y usan los beneficios tanto económicos y sociales de las comunidades donde se desarrollan y deben comunicar esos beneficios a la comunidad y a la sociedad para adquirir mayor valor social y generar más apoyos.

2.5. El emprendimiento social y las redes sociales



Según Urresti *“Cuando nos referimos al internet, estamos hablando del mundo de la tecnología digital, se trata de una gran autopista por la que circulan a una velocidad que va aumentando progresivamente la información cada vez más pesada y digitalizada”*. (Urresti, M., 2008:45)

El emprendimiento social y las redes juegan un papel fundamental para la ejecución y desarrollo de estos proyectos ya que permiten dar a conocer el trabajo que se realiza, sobre todo para contactar con personas que puedan interesarse por ellos y de esa manera encontrar aliados que lo impulsen o favorezcan.

Muchas empresas utilizan las redes para dar a conocer sus productos o servicios y compartir sus proyectos, logrando complementarlas con acciones y estrategias nuevas y creando alianzas con personas especialistas, o con otros emprendedores con los que pueden establecerse sinergias. El mundo de las redes sociales está en constante crecimiento y cada día avanza la competencia de los profesionales para su mejor aprovechamiento. Además por su simplicidad de uso y su escaso coste, redes como; Facebook, Twitter o Intagram, se han convertido en herramienta imprescindible de las empresas con fines sociales.

El emprendimiento social busca conocer las necesidades de las comunidades y las redes sociales juegan un papel fundamental en este cometido. Los proyectos se pueden dar a conocer mediante las redes y transmitir el fin que se proponen, ya sea buscar soluciones a los grandes problemas sociales, buscar aliados o simplemente informar de su actividad. Las redes permiten crear perfiles y, por lo tanto, generar campañas con fines sociales, crear mensajes, oportunidades, alternativas e incluso llegar a otros países, crecer y poder compartir ideas y soluciones.

Últimamente han revolucionado el mundo de la comunicación, logrando que los mensajes lleguen más rápido, que la información fluya con mayor rapidez; permiten hacer envíos, compartir informaciones y mantener contacto con las principales fuentes de desarrollo para sus proyectos. Muchos han logrado grandes alianzas y convenios para poner en marcha sus negocios, encontrando grandes socios que son muy útiles en el desarrollo y ejecución de los trabajos.

CAPITULO 3: MARCO INSTITUCIONAL

CONTEXTUALIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

“Si quieres llegar rápido camina solo, si quieres llegar lejos camina en grupo”.

Proverbio africano.

3.1. El emprendimiento social en el contexto de la Unión Europea, España, Castilla y León y Segovia.

Este capítulo refleja el contenido relevante encontrado en el proceso de esta investigación, plasmando el contexto desde la Unión Europea, España y Castilla y León, hasta la ciudad de Segovia.

3.1.1. El emprendimiento social en el contexto Europeo



Casi todos los países avanzados, y desde luego los de la Unión Europea, comparten el mercado y en su mayoría tradiciones culturales. Son países que ayudan de diversas maneras a sus pequeñas y medianas empresas y por ende a los emprendedores que las ponen en marcha. Los países hacen esta acción política y económica de fomento al emprendimiento social en los diferentes ámbitos públicos y sociales, mediante desarrollo en las diferentes áreas sociales, educativas, laborales, políticas y económicas. Según Quintao *“Las primeras formas legales de Emprendimiento social en el contexto Europeo tuvieron lugar en Francia, Portugal, España y Grecia; y fueron de tipo cooperativo, mientras que en otros países como Bélgica, el Reino Unido e Italia se destacaron por utilizar modelos de empresa social que continúan hasta nuestros días”*. Quintao (2012: 49-59).

Se da sobre todo desde el año 2007 en países europeos, principalmente en Italia, que fue uno de los países que adoptó el surgimiento de las empresas sociales desde un avance más amplio. Los primeros emprendedores se iniciaron con empresas que cubrían determinadas demandas de la población, y en el año 2010 se adoptó el nombre de económica solidaria, pero actualmente le han dado el nombre de empresas o emprendimientos sociales. En este tipo de empresas y según figura en sus estatutos legales, los beneficios estaban dirigidos a empleados, usuarios y voluntarios.

Según Defourny (2008: 89) *“Hay países europeos que introdujeron nuevos estatutos legales dirigidos a la relación económica por el incremento de organizaciones sin ánimo de lucro”*.

Entre los países europeos que han desarrollado fuertemente empresas que tienen fines sociales, destaca principalmente Italia. Fue uno de los primeros países en poner en marcha iniciativas con perfiles sociales, ya que siempre había mayor demanda por iniciar algo propio. Después siguieron los demás países europeos abriendo mercado con las empresas sociales y España muy recientemente está tomando más en serio la actividad del emprendimiento social, en parte por la situación del paro que viven los jóvenes principalmente y por la crisis económica.

También la empresa social ha sido promovida por cooperativas y organizaciones creadas por propietarios que cuentan con capital y que invierten en empresas con intención social. El parlamento del Reino Unido aprobó una ley en el 2009, mediante la cual se creaba la “empresa de interés comunitario”. Según Defourny *“El gobierno británico, por su parte, definió el termino empresa social como “Negocio con objetivos sociales cuyos excedentes se reinvierten principalmente para este fin en el negocio o en la comunidad, dirigida por la necesidad de maximizar los beneficios para los accionistas y propietarios y enfocarlos a un beneficio general que contribuya al cambio social”* Defourny (2008: 89).

Mientras recoge Nyssens *“Antes de que se pusieran en marcha la mayoría de las políticas públicas europeas para empresas sociales, un grupo de investigadores procedentes de todos los Estados miembros de la Unión Europea, inició un importante programa de investigación gestionado por la Comisión Europea, con un enfoque denominado “empresas sociales”*. Nyssens (2006:89), en 1996.

Con lo que este sería el origen de las acciones conjuntas realizadas en la Unión sobre este tema. Hoy en día el emprendimiento social es una de las áreas de la economía europea que está siendo más estudiada.

Según Carmelo (2015)⁹.

“La Unión Europea, debe desarrollar programas y estrategias, analizar la importancia de impulsar programas competentes dirigidos a estudiantes en materia de responsabilidad social, promoción de la solidaridad, temas enfocados a las necesidades de medio ambiente, turismo, salud o educación, las personas mayores y la niñez...mediante el emprendimiento social”.

⁹ Miguel Carmelo, presidente de la comisión europea en el 2015.
<http://ec.europa.eu/>

Para lo que sería necesario fomentar proyectos y programas con el propósito de motivar y crear habilidades necesarias para hablar y debatir en público, donde los jóvenes planteen sus iniciativas y sean tomadas en cuenta para su ejecución.

La Unión Europea, gestiona actualmente varios programas y estrategias dirigidas al emprendimiento social juvenil. Se propone para la próxima década una economía inteligente, sostenible e integradora, y reforzar el tema del emprendimiento social, mediante campañas y talleres de motivación, con el fin de contribuir a que la Unión Europea logre altos niveles de empleo y productividad y un mayor apoyo al ámbito social. Ha establecido para 2020 cinco objetivos ambiciosos en las áreas de empleo, innovación, educación, integración social, clima y energía (Estrategia 2020).

Una de las prioridades de esa estrategia es el conocimiento y la innovación, fomentar la empleabilidad basada en la cohesión económica y social, promover el espíritu emprendedor y apoyar propuestas que realicen los jóvenes. El emprendimiento social está en el plan futuro de gestión de la Unión Europea, y uno de los fines que se propone es explorar las formas de promover el espíritu emprendedor mediante programas dirigidos a los jóvenes profesionales y plantea lanzar un Marco de Empleo que subraye las políticas destinadas a reducir la tasa de desempleo¹⁰. En ese marco, cada estado gestiona las estrategias de acuerdo con sus necesidades. La Unión Europea desde 2013, está implementando la “Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016”, que se enmarca en el objetivo del Gobierno Europeo de impulsar medidas dirigidas a reducir el desempleo juvenil, mediante la inserción laboral por cuenta ajena o a través del autoempleo y apoyo de proyectos sociales.

La estrategia, es el resultado de un proceso de diálogo y participación con interlocutores sociales, responde a las recomendaciones que, en materia de empleo joven, ha realizado la Comisión Europea y se enmarca dentro de Plan Nacional de Reformas puesto en marcha por el Gobierno.

Además, está en marcha con los objetivos de la “Garantía Juvenil” europea, que es una acción que desarrolla buena parte de las recomendaciones específicas o líneas de actuación que propone el documento. Una de ellas es contribuir a mejorar la

¹⁰ Ver en mayor detalle de esta estrategia en <http://europa.eu/> (<http://ec.europa.eu/>).

empleabilidad de los jóvenes, aumentar la calidad y la estabilidad del empleo joven, así como promover la igualdad de oportunidades y fomentar el espíritu emprendedor.

Según plasma la Iniciativa de Empleo Juvenil (2012) *“Tiene como objetivo integrar en el mercado laboral a los jóvenes que ni trabajan, ni estudian, ni reciben formación (los ni-ni), y también apoyar iniciativas de los jóvenes que deseen emprender empresas sociales”*.

La iniciativa está especialmente dirigida a aquellos países de la UE, entre ellos España, donde la tasa de paro entre los jóvenes es superior al 25 %. Para el periodo 2014-2020 se cuenta con un presupuesto de 6000 millones de euros¹¹. La Unión Europea también está implementando programas dirigidos al emprendimiento social. Uno de estos programas es EaSI, que está dirigido al empleo, la política social, y la innovación social.

Según la información que encontramos sobre ello en el portal web¹², *este programa es un instrumento financiero gestionado por la Comisión Europea para apoyar el empleo, la política social y la movilidad laboral en toda la Unión Europea*.

Y parte de la financiación se utiliza para evaluar ideas de reformas y, posteriormente aplicar las ideas mejores de forma generalizada en todos los Estados miembros. Desde el punto de vista legal, en cuanto a los reglamentos relacionados con el emprendimiento social de la Unión Europea encontramos el Reglamento N° 346/2013 del Parlamento Europeo y del consejo de 17 de abril de 2013 sobre los fondos para emprendimiento social europeos, que, como se afirma en él

“...se inscribe en el marco de la iniciativa en favor del emprendimiento social, presentada por la Comisión en su Comunicación de 25 de octubre de 2011 titulada, Iniciativa en favor del emprendimiento social, que pretende construir un ecosistema para promover las empresas sociales en el centro de la economía y la innovación social”.¹³

Se pretende con ello establecer normas uniformes para los fondos de emprendimiento social europeos admisibles que impongan las mismas obligaciones, en todos los Estados miembros, a los gestores que deseen captar capital y, las normas que deben garantizar la confianza de los inversores que deseen invertir en los proyectos.

¹¹ Más datos e información en, <http://ec.europa.eu/>.

¹² Más detalles en <http://www.exteriores.gob.es/>.

¹³ Mayor información detallada en, <http://eur-lex.europa.eu/>.

En la actualidad se está brindando mejor acceso de las empresas sociales en el área de la financiación, se han movilizado fondos públicos para ayudar a empresas sociales. Uno de los programas es *Empleo e Innovación social*, que está a la disposición de las empresas sociales para apoyar el desarrollo del mercado de inversión social con un presupuesto de 85 millones de euros y también facilitará acceso a la información mediante instrumentos de financiamiento a partir del 2014-2020. Es importante resaltar que, para el mismo período se han reformado los fondos estructurales también con el fin que los estados miembros puedan destinar fondos a la financiación de las empresas sociales.

El fondo europeo ha establecido el distintivo de *Fondo Europeo de Emprendimiento Social*, con el objetivo de facilitar acceso a las empresas sociales a la financiación y propiciar posibilidades a futuras inversiones. Ese distintivo de la Unión Europea está disponible desde julio del 2013. También están gestionando el mercado de valores sociales con el fin de la creación de una plataforma europea que permita la negociación de acciones de las empresas sociales en una bolsa de valores regulada por la *Autoridad de Servicios Financieros (ASF)*.

Para octubre del 2013, se publicó un *Código De Conducta* para la creación de microcréditos, con el objetivo de que el sector pueda hacer frente a los retos que plantea el acceso a la financiación. También se está trabajando en la recopilación de información sobre la captación de fondos en internet en Europa y para crear valor que pueda aportar a la Unión Europea¹⁴.

El emprendedor social del siglo XXI está en el centro de la atención, como en su momento estuvo el emprendedor económico en el siglo XX, el emprendedor social promueve el estado de la evolución respecto a lo relacionado con las necesidades del desarrollo y evolución social.

¹⁴ Para ampliar información en, <http://ec.europa.eu/>

3.1.2. El emprendimiento social en el contexto Español



El emprendimiento social es una de las áreas económicas que está siendo explorada en estos últimos años por la economía Española, y aunque en España el emprendimiento social se ha venido trabajando en años anteriores, no se ha desarrollado como se está enfocando actualmente, siendo una de las posibles salidas a la

crisis y el paro.

Según (Barnier, 2015) *“el emprendimiento social es una realidad económica y un sector en crecimiento que ofrece nuevas alternativas y oportunidades laborales, España es uno de los países que debe desarrollar estrategias dirigidas al emprendimiento social”*. Como acabamos de ver, en los últimos años el emprendimiento social ha sido un tema de estudio e investigación también en España, abordado sobre todo por organizaciones, universidades y la administración pública, que se está convirtiendo en el foco de salida de la crisis y sobre todo de la situación de desempleo existente.

España está gestionando iniciativas que se desarrollan en catorce comunidades autónomas en colaboración con universidades, instituciones financieras, fundaciones y gobiernos, la iniciativa consiste en desarrollar actividades para promover el emprendimiento social en sus comunidades¹⁵, se detalla que la población Española entre 15 y 25 años de edad es más positiva al valorar la educación social, como un tema importante para implementar en la juventud, mediante discursos que despierten el espíritu emprendedor de los jóvenes. Sin embargo, *“pese a que los datos de una parte de la juventud europea permiten cierto optimismo, no puede ocultarse que, en general reflejan un retraimiento de la actitud emprendedora en occidente y muy especialmente en España”*.¹⁶ (Regional Entrepreneurship Monitor (2015))

Desde el año 2007, se han realizado estudios para conocer el impacto del emprendimiento social, en el año 2007, el Informe REM realizó varias encuestas dirigidas a personas adultas y a expertos, valorando las áreas de tecnología, productividad y capital de riesgo. Los resultados revelan que la actividad emprendedora en España ha sido creciente principalmente en iniciativas con enfoque social,

¹⁵ Para más detalles en la REM (Regional Entrepreneurship Monitor (2015))

¹⁶ Datos del Flash Eurobarometer, (2015).

relacionadas con el medio ambiente, las personas mayores, los niños, la salud y las nuevas tecnologías.

“...En España como en la mayoría de los países europeos, el tejido empresarial se desarrolla principalmente a partir de la pequeña empresa o microempresa. En España de cuatro de cinco empresas tienen dos o menos y el tamaño medio es de cinco trabajadores, condiciones similares a los demás países de Europa, con una cantidad de seis empleados por empresa, en comparación a Japón con diez y Estados Unidos con 20, y el tejido empresarial está integrado por microempresas o pequeñas empresas”¹⁷. (Regional Entrepreneurship Monitor (2015)

En España hay leyes que apoyan la actividad emprendedora, la *Ley /2013, Ley de apoyo a los emprendedores y su internacionalización*, del 27 de septiembre, en su artículo 3, se refiere a la educación como clave para descubrir el espíritu emprendedor entre los jóvenes; y promueve la idea del emprendimiento en la enseñanza primaria, secundaria y universitaria, así como la formación del profesorado en materia de emprendimiento, para lo que plantea.

“... Los jóvenes españoles, deben obtener, mediante el sistema educativo las competencias y habilidades requeridas para emprender. Ya que la idea del emprendedor y de la cultura empresarial es indispensables para el desarrollo económico y social del país, incorporando actividades o talleres de emprendimiento con fines sociales, como objetivo específico en las etapas de la educación básica en la formación profesional y en el bachillerato”¹⁸. (Ley /2013, Ley de apoyo a los emprendedores (2013)

El fomento del empleo y las políticas de emprendimiento, son una estrategia que forma parte del *Plan de Empleo Juvenil* dentro del *Programa Nacional de Reformas de España* iniciado en 2012 por el Gobierno de España, el plan incluye áreas muy específicas como, mercado laboral, flexibilidad, formación y educación, también promueve iniciativas en relación a la reforma de las instituciones laborales, las políticas activas de empleo, la educación y la formación profesional, la mejora de la empleabilidad y del sistema universitario, la eficiencia de políticas de becas y el

¹⁷ Más detalles en <http://www.boe.es/>.

¹⁸ Más detalles en http://www.boe.es/diario_boe/.

fomento del aprendizaje de idiomas y del emprendimiento social¹⁹.

Del mismo modo la *Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven*, nacida en el *Ministerio de Empleo y Seguridad Social*, se refiere al emprendimiento y plantea como cuatro objetivos prioritarios, la situación laboral en la que se encuentran muchos jóvenes en España, el fomento al emprendimiento social mediante la mejora de la intermediación y el apoyo económico, la empleabilidad y el estímulo a la contratación.²⁰

Desde fuera del ámbito gubernamental estatal, una de las organizaciones que también apoya el emprendimiento social en España es la Fundación Caja Rural. Gestiona un programa con el objetivo de generar autoempleo para apoyar el desarrollo del tejido social y económico del país, dirigido a personas emprendedoras preferentemente jóvenes, que presenten ideas de negocio o proyectos de creación de empresas en las zonas de actuación de Caja Sur donde los beneficios se den en sus comunidades a modo de iniciativas sociales. Por lo general financian proyectos que son promovidos por grupos de jóvenes, empresas que presentan planes donde de alguna manera benefician o favorecen las necesidades de la comunidad²¹.

Otro plan europeo relacionado con el emprendimiento social, es un plan que implementan algunas universidades u organismos que trabajan en emprendimiento social, con el objetivo de desarrollar capacidades de las personas que deseen iniciar sus empresas sociales y se dirige también a las organizaciones de los sectores empresariales para fortalecer sus propias actividades, su contribución a un mundo más justo y sostenible, generando conocimientos y aportando la formación en los ámbitos de la responsabilidad social y los beneficios sociales al trabajar con iniciativas que favorezcan las necesidades de la población.

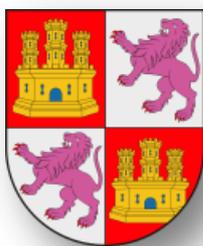
Entre los actores que trabajan en emprendimiento social es España implementando el Plan de Emprendimiento Social, está, Campus Barcelona, Campus Madrid, Campus Buenos Aires, Global Center São Paulo, Global Center Munich, Esade y el Europeo Instituto de Innovación Social.

¹⁹ Más detalles en www.lamoncloa.gob.es/

²⁰ Para más información (www.empleo.gob.es).

²¹ Más detalles de esta información en <https://portal.cajasur.es>.

3.1.3. El emprendimiento social en Castilla y León



La ley 11/2002 (Ley de Juventud), menciona en el preámbulo I, que *“Castilla y León es una Comunidad con una larga trayectoria con la puesta en marcha de grandes proyectos emprendedores sociales y sólidos, con grandes ejemplos de personas emprendedoras que los han hecho posibles y que son el mejor exponente de la capacidad de iniciativa, compromiso y rigor, en la actualidad siguen las estrategias y programas establecidas por la Unión Europea, y los proyectos que implementan en las diferentes ciudades de España”*²². Según señala Begoña Hernández, Vice consejera de Política Económica, Empresa y Empleo de la Junta de Castilla de y León a principio del 2015.

“El emprendimiento social es un activo muy importante para la comunidad de Castilla y León, ya que actualmente cuenta con 30.000 empleos en mano de sociedades y cooperativas dirigidas al emprendimiento social. Y además es una de las actividades que no ha sufrido la crisis económica y que en algunos casos hasta ha aumentado los puestos de trabajo con empleos garantizando estabilidad y de calidad”.²³ (Hernández, 2015)

El emprendimiento social es una iniciativa de crecimiento en España, por tanto apoya al tejido empresarial actual.

Según Hernández,

“Se ha reconocido que con esa actividad del emprendimiento social, se puede lograr más desarrollo en el territorio, también aprovechar los recursos existentes del lugar donde se impulsa, sin olvidar las áreas que requieren mayor atención como el medio ambiente, la tecnología y la investigación, el emprendimiento social supone en torno al 10% de las empresas en funcionamiento y es una actividad que se ha adelantado a los gobiernos, y los estados, es una actividad que debe ser aprovechada por la juventud, jóvenes universitarios y el emprendimiento social como alternativa para poner en práctica sus conocimientos”. Hernández, (2015).

²² Para más detalles de esta información buscar en http://www.boe.es/diario_boe/.

²³ Más detalles en www.heraldodesoria.es/

La Administración de la Comunidad de Castilla y León promoverá y potenciará la figura de la persona emprendedora como hecho económico y social positivo en todos los ámbitos de su actuación y competencia. La ya mencionada Ley 11/2002, en el título primero habla de que *“La administración de la Comunidad de Castilla y León, en colaboración con las universidades, con el fin de garantizar la aportación a la actividad emprendedora y la perspectiva ética, trabajará por la consecución, así como la incorporación en sus planes de estudio de habilidades y destrezas orientadas a la innovación, el fomento de la creatividad, el emprendimiento social y el espíritu empresarial.”*²⁴

De manera que podemos afirmar, que en la comunidad de Castilla y León existe un marco legal favorable al emprendimiento social y desde él se impulsan programas para promoverlo. Es, por ejemplo el caso de las Lanzaderas de empleo, una alternativa para dar respuesta a las demanda de los jóvenes, en las que mediante charlas y talleres se promueve el talento emprendedor y, a su vez, se proponen cambios mediante políticas de inserción laboral, con el fin de fomentar empresas sociales en la comunidad.

En Castilla y León, se sigue lo que el Gobierno de España acordó del Sistema Nacional de Garantía Juvenil, garantizar que todas las personas jóvenes menores de 25 años reciban una buena oferta de empleo, educación continua, formación o un periodo de prácticas en empresas. Se trata de una estrategia que se plantea, además, en plena coherencia con el Programa Operativo de Empleo Juvenil 2014- 2020. Este programa se constituye como el instrumento fundamental de impulso del empleo y del emprendimiento joven, dentro de la estrategia global del Gobierno, para avanzar hacia la recuperación económica población joven activa y empleada.²⁵

Mediante la orientación, formación y cualificación de los jóvenes, mejorando sus competencias profesionales para su correcta inserción en el mercado laboral. Además, incide en fomentar el espíritu emprendedor para la creación de empresas y la movilidad entre los jóvenes con experiencias europeas que permitan su inserción laboral. También se ha referido a otras iniciativas legislativas como la Ley del Emprendedor, la Ley de Educación, la Reforma Laboral o la Ley de las Administraciones públicas.

²⁴ Detalles de la información en www.jcyl.es/.

²⁵ Mayor información en <http://www.empleoygarantiajuvenil.es/>

3.1.4. El Emprendimiento Social en Segovia



El emprendimiento social en Segovia es una actividad que está en crecimiento, y podemos afirmar que últimamente los jóvenes segovianos están enfocando sus proyectos a los fines sociales, ya que en muchos casos estos tipo de iniciativas no requieren de tanta inversión ni experiencia, lo que hace que se motiven a emprender en proyectos con el fin de buscar respuesta a la problemática social existente en la ciudad. En la ciudad de Segovia se implementa la LEY 3/2006, *Ley de Creación del Instituto de la Juventud*, esta ley se refiere a la creación del Instituto de la Juventud, como instrumento de planificación, programación, organización, seguimiento y evaluación de las actuaciones, relacionadas con la promoción, y la participación en materia de juventud. De tal manera que en Segovia *la Casa Joven* da seguimiento a esta ley, como un agente de apoyo al emprendimiento social en la ciudad, hasta hoy tienen tres años de ponerla a la práctica, aunque no implementan de manera efectiva la promoción de este trabajo, se realizan programas enfocados a emprendimiento social juvenil y les están dando seguimiento.

De tal manera, la administración pública de Segovia, como organismo que garantiza competencias juveniles, desarrolla iniciativas dirigidas a la juventud con el fin de contribuir a su desarrollo tanto económico como social, enfocando el apoyo aquellos jóvenes que muestran interés por el desarrollo de sus comunidades, y garantizando los medios y recursos para desarrollar sus ideas. En la ciudad de Segovia la administración pública considera el emprendimiento social como un elemento importante en la ejecución de sus programas.²⁶

En Segovia, desde el año pasado e inicios de este año 2015, se han implementado programas a nivel local dirigidos a dar respuesta a las demanda de los jóvenes, uno de esos programas es la *Lanzaderas de Empleo*. A inicios del 2015 se inauguró la segunda Lanzadera en Segovia, con el objetivo ahondar en la cultura emprendedora, así como de descubrir las actitudes y aptitudes que debe tener el buen emprendedor para saber elegir

²⁶ En este apartado utilizaremos algunas de las informaciones extraídas de las entrevistas realizadas a representantes de la Administración Pública en Segovia y a otros expertos locales considerados relevantes para comprender el estado de la cuestión en la ciudad de una manera más directa. En este caso se trata de la entrevista realizada a la Alcaldesa de Segovia, Sra. Clara Luquero. Más detalles en anexos.

los nichos de mercado que existe en la actualidad. Desde ahí se trabaja la inserción laboral tanto por cuenta ajena como por cuenta propia, y se trata de analizar con más detalle la cultura del emprendimiento con el fin de resolver problemas sociales.²⁷

Otra iniciativa relacionada con el emprendimiento social en Segovia, es la que realiza el El Instituto de la Juventud en coordinación con la Asociación de Jóvenes Empresarios de Segovia, que consiste en la formación de proyectos juveniles con el nombre de *“Tu vuelta al mundo en 80 días. Les enseñan cómo montar su empresa en 80 días y no morir en el intento”*. Mediante historias transmiten cada paso que deben hacer los jóvenes con el fin de que ellos planifiquen sus ideas de emprendimiento. Y en ese proceso surgen ideas con perfil social, por lo que es una manera de motivar a los jóvenes a emprender y a ver las necesidades que hay en su comunidad y hacerlos parte del desarrollo económico y social de la misma.

Una estrategia que están implementando es la que establece el marco de cooperación para el 2010-2018, dirigida a la responsabilidad del estado en el ámbito juvenil, en la que siguen los objetivos de crear más oportunidades con mayor igualdad para los jóvenes en la educación y el mercado de trabajo y animar a los jóvenes a participar activamente en los problemas sociales²⁸.

El Consejo de la Juventud, promueve las políticas de juventud conforme a las necesidades de los propios jóvenes, impulsando las áreas de educación, empleo, vivienda, movilidad y salud; promoviendo la participación juvenil, motivando a los jóvenes que quieran iniciar una empresa que tengan objetivos enfocados al desarrollo social y económico de las comunidades, apoyando su participación e iniciativas. En los Consejos de la Juventud las organizaciones juveniles están representadas, y apoyan los programas dirigidos a promover las políticas locales de juventud, y cuentan con la participación de los mismos jóvenes. Además, la Diputación Provincial de Segovia, tiene un programa de Cooperación, dirigido a jóvenes entre los 20 y 35 años, para que desarrollen sus proyectos de cooperación para el desarrollo y cambio social, y en un periodo de tres meses ofrece cursos de prácticas y sensibilización sobre el enfoque que

²⁷ Entrevista al responsable de la Lanzadera en Segovia, Sra. Sara Serna.

²⁸ Más detalles en , www.dipsegovia.es

deseen desarrollar en sus comunidades; y siguen perfiles que brinden propuestas para el desarrollo tanto social, y económico²⁹.

También siguen algunos puntos relacionados al emprendiendo social como, el que marca el Libro Verde del Espíritu Emprendedor, considerando que este libro define la actividad emprendedora como una actitud en la que se refleja la motivación y la capacidad del individuo para identificar una oportunidad y trabajar por ella, para producir nuevo valor o éxito económico a la sociedad. Habla del espíritu que hace que la creatividad o la innovación se introduzcan en un mercado y compitan en él dando lugar, a la creación de nuevos mercados. Según este libro (2012)

“Para que una idea de negocio sea un éxito es necesaria una capacidad de combinar la creatividad o la innovación con una gestión sólida y de adaptar el negocio de modo que su desarrollo se vea optimizado durante todas las fases de su ciclo de vida, sobre todo si este sigue el enfoque social que se requiere. Esto va más allá de la gestión diaria, ya que afecta a la estrategia y las ambiciones de la empresa”³⁰ (Libro verde 2012, <http://ec.europa.eu/>)



El grupo de emprendedores sociales, junto al proyecto ganador, durante el evento HUB Micro. Tomado de ABC.

Foto tomada de <http://www.dipsegovia.es/>

Otros proyectos sociales presentes...

*“Una cena, cuatro proyectos de emprendedores sociales y... un ganador. O varios, porque en este tipo de encuentros todos ganan, ya que el objetivo no es otro que **apoyar las iniciativas innovadoras de jóvenes que trabajan para mejorar la sociedad**. Durante la cena - patrocinada por Santander Universidades y Sodexo-, se presentaron **otros tres proyectos**. **EscueLab**, de **Cristina Balbás**, proyecto creado por jóvenes científicos y artistas que pretende acercar la ciencia a la sociedad y despertar vocaciones científicas entre los más pequeños; **Apadrina un Olivo**, de **José Alfredo Martín Piñas**, que nace con el objetivo de recuperar miles de olivos centenarios de Oliete, Teruel; y **la Academia de danza Aliño**, de **Elena Manera Ferrer**, que realizó una representación en directo con **jóvenes bailarines**”. (<http://www.abc.es/economia/20150320/abci-premios-universidad-europea-emprendedores-201503181803.html>, MADRID, Día 24/03/2015).*

²⁹ Mayor información en <http://www.dipsegovia.es/>

³⁰ Comisión Europea (2003) Libro verde, El espíritu empresarial en Europa, Bruselas. (2003).

3.2. EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL JUVENIL Y LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE SEGOVIA.



Acueducto de Segovia

La administración pública de Segovia es uno de los actores claves en la ejecución de este trabajo. Para conocer como es la relación que tiene nuestro público objetivo, en este caso, los jóvenes de Segovia, planteamos conocer la actividad enfocada al emprendimiento social del Ayuntamiento de Segovia y la

Concejalía de Educación y Juventud de Segovia.

Se establece la relación mediante entrevistas en profundidad, de tal manera que se aborda la acción de la administración pública de Segovia y conocer cómo promueven el emprendimiento social. Como fuente principal del Ayuntamiento de Segovia se entrevistó a su Alcaldesa actual, la señora Clara Luquero de Nicolás y como responsable de la Concejalía de Educación y Juventud de Segovia, se entrevistó al señor Víctor Herrero, también coordinador de los emprendimientos sociales existentes en la ciudad. Información que complementa el desarrollo de este trabajo.

3.2.1. El Ayuntamiento de Segovia y el Emprendimiento Social

El municipio de Segovia está ubicado en la parte meridional de la Comunidad autónoma de Castilla y León, y es una ciudad situada al pie de la sierra de Guadarrama. Cuenta con una población de 54. 000



habitantes. La ciudad tiene en su interior el Acueducto de Segovia, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1985, que es uno de los monumentos más significativos que dejaron los romanos y es considerada una de las obras más importantes de España.

El Ayuntamiento de Segovia, mira el emprendimiento social juvenil como una salida para enfrentar el desempleo existente en la ciudad y que afecta principalmente a los jóvenes. Durante las tres últimas legislaturas municipales ha impulsado iniciativas de emprendimiento. Y, aunque se trabaja el emprendimiento social en su conjunto, el ayuntamiento no cuenta con un plan de acciones dirigido al emprendimiento social, sin embargo realiza convocatorias de ayudas dirigidas a jóvenes emprendedores que hayan

constituido su empresa o que están en camino de ello.

Los jóvenes beneficiarios de estas ayudas obtienen alquiler de oficina a precios módicos, talleres, becas y subvenciones para desarrollar sus proyectos. Se apoyan propuestas que presentan los estudiantes de las universidades con las que tienen alianzas, con el IE University y la Universidad de Valladolid; mediante programas que facilitan la mejora de los conocimientos de idiomas de los jóvenes que emprenden. También han establecido convenios con el sector empresarial, la Cámara de Comercio y la Asociación de jóvenes Empresarios. El Ayuntamiento propicia iniciativas enmarcadas en el ámbito cultural, dirigidas a artistas, estimulándolos para que presenten proyectos con fines sociales. También talleres de arte y pintura para que los jóvenes complementen sus iniciativas.

Es notorio como el ayuntamiento está cumpliendo con el apoyo a los emprendedores, el 13 de agosto de 2015 hizo pública la convocatoria de la undécima edición del programa "Segovia Emprende". Con una inversión de 13.500 euros, con el objetivo de facilitar y apoyar a las empresas de reciente creación y proyectos de autoempleo, cuya viabilidad contenga términos económicos enfocados al desarrollo de la ciudad. Pretenden cubrir el empleo y la innovación, apostando por el fomento de la actividad empresarial en la ciudad. Para ello presta un servicio integral: asesoramiento individualizado en el plan de viabilidad, formación dentro del programa "A la medida de tu empresa", alojamiento en los talleres de oficios y viveros de empresas a precios subvencionados, y las subvenciones del programa "Segovia Emprende"³¹.

³¹ Para mayor detalles en <http://zoquejo.com/not/23951/nueva-convocatoria-del-programa-segovia-emprende-dirigido-a-las-empresas-de-reciente-creacion>

3.2.2. La Concejalía de Educación y Juventud de Segovia y el Emprendimiento Social.

La Concejalía de Educación y Juventud, impulsa la iniciativa “*Segovia Joven*”, con esa iniciativa pretende llevar información al mayor número de jóvenes posible, así como promover servicios y dar una demanda a las necesidades mediante la creación de espacios informativos y de asesoramiento, así como la gestión de gestión de proyectos y la participación de los jóvenes para ayudarles a formar sus proyectos sociales.



Se plantean fomentar la participación de los jóvenes, promover el desarrollo personal, social y económico, mejorando la calidad de vida y bienestar social de los jóvenes segovianos mediante actividades, formación y asesoramiento para consolidar sus ideas. Es un espacio donde las personas más jóvenes pueden encontrar información sobre las diferentes actividades y programas que realizan. Según Herrero (Coordinador la Concejalía de Juventud en Segovia) “...se apoya el emprendimiento social desde sus inicios. Durante tres años consecutivos se han venido apoyando iniciativas con fines sociales presentadas por los jóvenes, desde la creación de la idea hasta consolidar la estructura del proyecto; le dan seguimiento hasta estructurar el perfil social”. (Entrevista a Herrero, número 2). También mediante el desarrollo de los programas le dan acompañamiento. Les brindan apoyo garantizando soluciones a las necesidades que presentan, les brindan asesoramiento y ayuda desde lo económico, incluso si necesitan material, así como instalaciones donde pongan en marcha sus proyectos.

Buscan dar respuesta a lo que los jóvenes necesiten para que así se motiven a emprender. El proceso que utilizan para la selección que los proyectos es el análisis detallado de cada propuesta que se presenta.

Según Herrero “No es que los jóvenes presenten las ideas y se les dé el apoyo, eso no es así, antes se estudia, se analiza... y si la propuesta es viable, buscando la manera más efectiva, viendo la forma de ejecutar el proyecto para ver si funciona o no hasta organizarlo que sea sostenible”.³²

³² Mayor datos de la entrevista a Víctor Herrero, Responsable de Concejalía de Educación y Juventud de Segovia, y coordinador de los emprendimientos sociales, grabación 2, 29 de julio de 2015, tamaño, 1,65 MB (1.734.324 bytes. Duración 00:08: 03, audio en anexo.

Actualmente se están ejecutando tres proyectos sociales. Uno consiste en la interrelación de personas mayores con jóvenes; otro en compartir espacios con personas que tienen discapacidad, descubren sus potenciales y comparten sus inquietudes; y el último es de carácter ambiental, y está relacionado con la necesidad de cuidar los parques, y se está trabajando en esa iniciativa con el propósito que toda la sociedad salga beneficiada. Son proyectos que de alguna u otra manera atienden necesidades de la población.

Según el coordinador de Casa Joven. *“el Ayuntamiento asigna una partida presupuestada en 8.000 euros para la promoción de los valores sociales, de ese presupuesto le dan seguimiento a las iniciativas sociales, que se están desarrollando actualmente en la ciudad”* (Entrevista 1. Administración pública)

También cubren la gestión de talleres y charlas sobre temáticas variadas que se abordan, desde la motivación hasta la generación de ideas mediante *brainstorming*, implementando y desarrollando diferentes técnicas de trabajo en equipo, hasta técnicas para hablar en público donde los jóvenes presentan sus inquietudes, promoviendo los valores sociales y la solidaridad con el propósito de empoderarlos y sientan que están siendo apoyados. Que los jóvenes puedan transmitir el contenido de sus proyectos y tengan las herramientas necesarias para que implementen y logren empresas sociales sostenibles y que brinden oportunidades a demás jóvenes.

Según Herrero.

“...la Concejalía de educación y juventud, cree en el emprendimiento social, como una de las principales actividades que ayudará a los jóvenes a dar respuestas a las problemáticas que están enfrentando, con la falta de empleo en la ciudad, y porque creemos apostamos por el emprendimiento social, ahora esa es la salida que se está implementando y solo esperar que los jóvenes aprovechen esas oportunidades”. (Entrevista 1. Administración pública)

Como administración pública, pretende seguir apoyando los proyectos sociales existentes, por tanto se compromete a seguir apoyando las iniciativas que presenten los jóvenes de la ciudad, siempre que estos cumplan el fin social que se sigue.

3.3. EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y LOS ACTORES SOCIALES

Los actores sociales son elementos claves para complementar la información de esta investigación. Como fuentes principales para este contenido, seleccionamos algunos de los actores sociales relevantes de Segovia para conocer la relación que tienen con el emprendimiento social juvenil. Los actores sociales que se entrevistaron son, la Universidad de Valladolid-Campus María Zambrano, y otros involucrados con el emprendimiento social en Segovia, representantes de Lanzaderas de empleo, la Caja Rural de Segovia, y la empresa privada. Mediante las entrevistas se logró obtener la información esperada, logrando superar los objetivos planteados respecto al trabajo relacionado al emprendimiento social.

3.3.1. La Universidad de Valladolid-Campus María Zambrano y el Emprendimiento Social



La Universidad de Valladolid Campus María Zambrano de Segovia, en los últimos años ha promovido el emprendimiento social juvenil entre sus estudiantes con el propósito de motivarlos a descubrir sus talentos y a que

logren cumplir las propuestas que presentan.

Se trabaja en tres líneas de ayuda, la primera, que inculcan la formación a lo largo de la carrera en sus estudiantes, la segunda es la formación a través de postgrados y finalmente la tercera consiste en la creación de puentes con las instituciones y actores sociales interesados con el emprendimiento social. Si bien el campus no tiene un plan de comunicación dirigido al emprendimiento social, lo promueven mediante acciones concretas, actividades y apoyo a los estudiantes.

Según Agustín García Matilla (Decano de la Facultad de CC. Sociales, Jurídicas y de la Comunicación del Campus María Zambrano).

“El emprendimiento social es una alternativa de empleo para los jóvenes tanto de Segovia como las demás ciudades de España. Mientras que existan intereses privados y convencionales habrá oportunidades. Por ejemplo, la publicidad se

identifica como la venta de productos, instrumentos para conseguir vender o las relaciones publicas, y se ve que los jóvenes cada vez están pensando en términos de innovación y están planteando sus propias iniciativas con el afán de satisfacer esas necesidades que presenta la sociedad”³³ . (García Matilla, entrevista número 3).

El Campus María Zambrano, vincula la formación emprendedora con propuestas creativas y las presenta a las instituciones que trabajan el tema del emprendimiento social en la ciudad de Segovia. Actualmente han llevado a cabo varias iniciativas, una de ellas es el proyecto de “Biblio Bus”, que consiste en la visita a pueblos de Segovia para hacer difusión de la lectura y préstamos de libros. Otro de los proyectos realizados es el festival “Publicatessen”, en el que los estudiantes se encargan de organizar el evento en los últimos años de estudios académicos. Esta acción se vincula a la promoción del emprendimiento y despierta el interés en los estudiantes que lo llevan a la práctica. Lo que se pretende es rescatar el afán emprendedor mediante propuestas sociales y contribuir con la motivación de los jóvenes.

Según el Decano

“...se está coordinando para que se implemente en el área de comunicación de la universidad y los demás campus el emprendimiento social como una de las áreas para que sean apoyadas, tanto económicamente como en asesoría. Se pretenden que esa acción no se limite solo al campus de Segovia, que sea una acción emprendedora global porque es una oportunidad para el desarrollo de los estudiantes, tanto económica, intelectual y socialmente” . . (García Matilla, entrevista número 3).

Se considera que el interés por parte de los jóvenes universitarios en emprender es cada vez mayor.

Relata García Matilla que *“... Al iniciar al año escolar los alumnos de primero siguen teniendo la mentalidad de que hay que terminar y buscar un trabajo y tener un puesto de funcionario, esta es la rutina que se les ha enseñando a jóvenes durante muchos años, pero se está viendo el cambio como el mismo sistema y las condiciones sociales, les hace ver otras salidas” . (Entrevista 3 de los actores sociales)*

Es evidente que al pasar el tiempo los jóvenes se dan cuenta que, con las herramientas

³³ Entrevista al Decano del Campus María Zambrano de Segovia, Dr. Agustín García Matilla, (4 de julio de 2015, 16:31:23, 6,27 MB (6.584.008 bytes) Duración 00: 26: 52

que tienen, como las redes sociales, los avances tecnológicos mediante la globalización, etc., están en un mundo que les permite ampliarse y comenzar a tener ingresos sin tener que trabajar para determinada empresa e institución. Cada vez se dan más cuenta que tienen que ser emprendedores y que tienen que formar sus propias ideas creativas para poder conseguir una continuidad en un trabajo, que ellos mismo construyan. Por tal razón motivan a los jóvenes a que presenten sus proyectos emprendedores y hasta el momento se han presentado proyectos relacionados con diseños de webs y producción de audio y video.

La universidad organiza actividades con el propósito de que los estudiantes descubran sus potenciales y desarrollen el espíritu emprendedor, sientan que son apoyados en el momento de presentar sus iniciativas. Además se imparten talleres por especialistas y los motivan a que desarrollen sus ideas. El Máster de Comunicación con Fines Sociales: Estrategias y Campañas, es una de las iniciativas que se crearon con el fin de promover actividades y acciones con fines sociales, y a través del mismo se promueven prácticas que muchas veces dan lugar a actividades emprendedoras en lo social. También se está impartiendo en el Grado de Publicidad, una asignatura llamada *“Comunicación, educación y social en el contexto digital”*, en la que se les brinda a los estudiantes información para empoderarlos al emprendimiento. Se pretende reforzar el currículo de los participantes para que sean más competentes en el mercado laboral.

Según el Decano *“Es de gran importancia que los estudiantes desde el primero hasta el último año de sus carreras tengan una línea de actuación en la que reconozcan la necesidad de promover y trabajar sus propios emprendimientos”* (Entrevista 3 de los actores sociales).

Con esas iniciativas pretenden ser puente entre las autoridades y los emprendedores. En muchos casos, los jóvenes logran concretar sus ideas a través de diálogos con maestros, estudiantes, e instituciones. De esa manera surgen ideas que son llevadas a la práctica por cada estudiante con el fin de que logren concretar sus iniciativas y se busquen los beneficios tanto personales como sociales. Una manera de motivar a los estudiantes que ha dado resultado es involucrarlos con empresas establecidas en el mercado donde ellos realizan sus prácticas. Desde esa experiencia algunos se atreven a presentar sus ideas cuando hay concursos. Como resultado de esas prácticas hay varios jóvenes que han iniciado sus emprendimientos sociales, y esos tienen el apoyo directo de la universidad,

colaborando con las iniciativas de la universidad eso les permite darse a conocer y adquirir mayor experiencia.

Según el Decano.

“Los estudiantes que tienen iniciativas deben aprovechar las oportunidades que les da la universidad, desde el primer curso deben descubrir cuál es su elemento en el concepto de lo que les gusta, descubrir su potencial, la búsqueda del elemento que les apasiona en la vida, lo que les hace fluir para encontrarse a gusto con una iniciativa que pueda servir para proyectar su vocación y ayudar a la sociedad”. ”. (Entrevista 3 de los actores sociales)

Los estudiantes tienen que buscar su elemento, deben buscar lo que les apasiona, su vocación, su talento y ponerlo en marcha.

3.3.2. Actores sociales de Segovia y el Emprendimiento Social

En Segovia los actores sociales que trabajan el emprendimiento social son diversos y para poner en marcha las iniciativas que van surgiendo, complementan una combinación público – privada. Así ha sido en las Lanzaderas de Empleo, que están dentro del programa Empleabilidad Joven, se han puesto en marcha como nueva fórmula de inserción laboral. Sus colaboradores son, por ejemplo, la Fundación Santa María La Real, pero hay una entidad financiadora como es la Fundación Telefónica; y está el apoyo institucional del Ayuntamiento de Segovia.

Si bien, es importante considerar que a día de hoy la mayoría de los jóvenes de Segovia, después de finalizar los estudios ya sea la formación secundaria o la universitaria, no tienen interés por emprender, y siguen con la idea de salir de la universidad y buscar un trabajo en alguna empresa y permanecer allí de manera fija. Pero dado que la situación actual no permite eso, muchos jóvenes están siendo más conscientes que una de las formas de encontrar un empleo es mediante el emprendimiento.

Según la opinión de Sara Serna³⁴:

“El emprendimiento social en Segovia es una salida para la situación de desempleo que viven principalmente los jóvenes. Desde el hecho de detectar una

³⁴ Entrevista a Sara Serna, Coordinadora Lanzadera de empleo en Segovia, martes, 17 de enero de 2012, 13:38:46, tamaño, 6,19 MB (6.492.160 bytes). Audio en anexo.

necesidad en la sociedad y si se sabe cubrir, solo es plantear la idea. En muchos casos el emprendimiento social es financiado por organismos interesados en el desarrollo de la ciudad, el Ayuntamiento está en la obligación de cubrir las demandas de los jóvenes en el caso de proponer ideas que beneficien el desarrollo de la ciudad” (Entrevista 4, actores sociales)

No se garantiza a los jóvenes que emprender socialmente será una tarea fácil, pero sí que si se organizan, buscan ayuda y financiación, al ser empresas sociales que cubren alguna necesidad de la población, será más fácil que se les abran las puertas. La mayoría de los jóvenes en Segovia tienen un perfil bien cualificado, solo deben aprovechar las oportunidades y mirar dónde están las necesidades. Hay que ser consciente de que cada persona es capaz de aportar algo a los demás y a la misma sociedad, y de que en Segovia hay capacidad y hay oportunidades, solo deben buscarlas.

Según la responsable de Lanzaderas de empleo en Segovia³⁵.

“Hace falta que la administración pública brinde más apoyo a los jóvenes al momento de emprender. Hace falta educación y cultura emprendedora. Ya no existe el pensar que vas a salir de estudiar y vas a encontrar trabajo, hay que iniciar uno mismo, hay que generar, no es emprender por necesidad, hay que pensar en las estrategias”. (Entrevista 4, actores sociales).



lanzaderas
empleo y emprendimiento solidario

Las lanzaderas de empleo en Segovia están dirigidas a jóvenes solidarios y activos. Para que los jóvenes participen en el proyecto, realizan un proceso que consiste en que se abre un periodo de inscripción, se realizan preguntas para ver qué es lo que buscan y de esa manera ver si son emprendedores o no. Se considera importante ver que muchos jóvenes de Segovia están pensando cada vez más en emprender, esto se viene dando debido a la situación de desempleo. Es notorio ver que algunos jóvenes ya tienen incluso experiencia emprendedora, sin olvidar que al principio es muy complicado tener conocimientos de cómo empezar. Muchos lo hacen por necesidad y eso los hace expertos, lo que necesitan es asesoría de cómo emprender paso a paso para lograr que sean proyectos sostenibles.

³⁵ Entrevista a Sara Serna, Coordinadora Lanzadera de empleo en Segovia, audio en anexo.

La Lanzadera de Empleo, se inicia con la creación de un grupo de 20 personas, jóvenes desempleados que presentan perfiles variados y que durante un periodo de 5 meses se apoyan para descubrir sus dificultades y sus talentos, y de esa manera buscar un trabajo o emprender sus iniciativas. Las estrategias que se aplican están basadas en la gestión de técnicas de *coaching* a través de sesiones individuales y grupales, focalizando objetivos profesionales, realizando planes de acciones individuales de búsqueda de empleo y de apoyo a emprendedores; talleres de seguridad, autoestima, para mejorar la situación personal para que los jóvenes puedan encontrarse mejor, identificar y seguir lo que desean alcanzar como personas.

Al principio se trabajan temas de competencias transversales: gestión del tiempo, inteligencia emocional, técnicas de búsqueda de oportunidades; pero después de ese periodo de formación los jóvenes que participan en las lanzaderas forman una empresa, cada uno con especialización diferente. Todos saben y aportan sus ideas y conocimientos, y se organizan por departamentos. Lo más importante es la creatividad y la visibilidad en el momento de buscar oportunidades, ya sea de empleo o de financiación.

En el transcurso de la formación visitan empresas, diseñan sus propios folletos de presentación y realizan actividades para darse a conocer. Para emprender socialmente se da apoyo en la formación y asesoramiento en todo el proceso, desde dar forma a la idea hasta finalizar el plan de empresa, de modo que al finalizar la lanzadera los jóvenes de Segovia ya saben cómo continuar, crear contactos, ampliar sus redes de cara a las empresas, etc. También les ayudan cuando van a realizar trámites legales. Existen alianzas con las distintas entidades que pueden ayuda en el proceso como: la Cámara de Comercio, el Ayuntamiento, la Concejalía de empleo juvenil, y algunas empresas que trabajan en temas de asesoramiento en la creación, comunicación, redes de contactos, etc. Además, es importante mencionar que cuando los jóvenes finalizan la Lanzadera y crean sus empresas, se vuelven independientes y sus emprendimientos son sostenibles; si bien se mantienen en contacto con los demás compañeros para realizar visitas informativas, solicitar apoyo a las administraciones, etc.

La realidad indica que desde que los jóvenes llegan a ellas hasta que salen hay una gran diferencia, ya que salen con conocimientos que cambian la forma de ver el emprendimiento y quieren emprender socialmente. Como resultado de la lanzadera de

este año salieron tres emprendimientos, de los cuales uno es con perfil social y consiste en la creación de una empresa que brinda asistencia médica y cuidado de las personas mayores, es una idea emprendida por una joven que estudió enfermería y no ha encontrado trabajo.

También la empresa privada en Segovia trabaja en el área del emprendimiento social.



Uno de los actores sociales es la FES, *Federación de*

Empresarios de Segovia, que actualmente está llevando un proyecto de autoempleo con el nombre de *Programa de autoempleo 2015*. Ese programa va dirigido a jóvenes desempleados y personas que están en mejora de iniciativas existentes, el Servicio Regional de Empleo en Segovia, se encarga de brindar asesoría dirigida a los emprendedores, el programa es con el objetivo único de aterrizar las ideas de negocio que tienen los jóvenes, el proceso consiste que los jóvenes desarrollen el plan, lo que pretenden es que las ideas no se queden sin analizar y dependerá de lo que cada emprendedor quiera seguir. La demanda de emprendimiento en Segovia es constante desde el inicio del proyecto. Atienden de 5 a 6 personas al día, y la atención es personal, para así conocer lo que ellos buscan y descubrir cuál es su potencial.

Según el responsable de FES en Segovia.

“...La atención es individual, aunque el programa no les apoye económicamente, se les ayuda en el asesoramiento y se les indica que lugares pueden buscar, ya sean organizaciones que realizan financiamientos, también bancos, el Ayuntamiento, y lugares que brindan subvenciones y también buscar socios que se interesen en sus proyectos. La Fes tienen las condiciones y servicio de capacidad para asegurar el asesoramiento de los jóvenes hasta concluir”³⁶. (Entrevista 5, actores sociales)

Para finalizar el proceso del proyecto, se aseguran de que los emprendimientos ya estén listos para que ejecuten sus empresas; desde darse de alta, hasta cerrar el plan de viabilidad. Es importante que los jóvenes aprovechen sus ideas, no las deben desestimar

³⁶ Entrevista a Libardo Palma, Responsable de emprendimiento en la Federación Empresarial Segoviana (25/07/2015).

y lanzarse solo por una necesidad económica.

Según el responsable de FES *“Hay muchas personas que lo primero que hacen es darse de alta y ese es un error, por lo tanto los emprendedores cuando están iniciando lo primero que deben hacer es organizarse, preparar el plan y después darse de alta”*.

Últimamente se está hablando mucho de emprendimiento social, y la empresa privada está enfocando esa línea, aunque en la realidad como iniciativas propias dirigidas al emprendimiento social las empresas de Segovia no tienen individualmente, las hacen en coordinación con las demás organizaciones públicas; aunque como Federación les dan atención cuando presentan iniciativas sociales. Hasta ahora han presentado dos iniciativas con fin social y se está buscando la forma de impulsar programas dirigidos al emprendimiento social ya que es un área en la que los emprendedores necesitan atención y asesoría.

Actualmente la FES, está gestionando proyectos enfocados al desarrollo empresarial de los jóvenes, en coordinación con la administración pública de empleo; proyectos que van desde la formación inicial hasta que son empresas sostenibles. También la Caja Rural de Segovia, trabaja en el emprendimiento social juvenil, desde el enfoque de economía social; facilitan créditos a los jóvenes para que ejecuten sus proyectos, les brindan asesoría y trabajan especialmente con jóvenes de la ciudad de Segovia en la formación. Ofrecen un taller de gestión de empresas en redes sociales, y aunque hemos sabido que hay varios jóvenes que han logrado establecerse no se logró más información al respecto. Sí se conoció por parte de los jóvenes que habíá recibido apoyo pero que no se les da continuidad. Parece que los grupos de desarrollo local apoyan a los emprendedores, pero falta difusión para llegar a los jóvenes.

La Iniciativa Social de Mujeres Rurales, ISMUR, también trabaja el emprendimiento social en Segovia, lo hacen mediante el acompañamiento, y también con la creación de talleres para fortalecer sus empresas. Uno de los talleres impartidos en el mes de julio fue dirigido a mujeres jóvenes con el fin de empoderarlas en la formación de sus empresas, se les enseñó cómo dar a conocer sus empresas en las redes sociales.

Según el técnico de emprendimiento en ISMUR

“De las veinte las participantes empresarias, cuatro de ellas ejecutan proyectos con perfiles sociales, son jóvenes que han buscado empleo sin resultado alguno, se deciden a iniciar proyectos que en muchos casos ya tenían formulados pero

por miedo no las iniciaban, se les da apoyo, las asesoran y si necesitan de financiamiento se les ayuda donde lo deben buscar”.³⁷

En su mayoría las mujeres empresarias aglutinadas en ISMUR ejecutan sus proyectos en el área rural, aunque los últimos que están atendiendo son para la ciudad, ya que también están apoyando proyectos no solo en la zona rural.

Según Del Campo *“Últimamente la demanda por parte de las mujeres jóvenes de Segovia capital ha sido insistente, se han organizado talleres para dar respuesta, aunque no es mucho lo que se les ayuda, ya que la atención de Ismur está dirigida a las mujeres del campo, sería importante aprovechar el potencial que tienen los jóvenes de la ciudad, y lo más importante es que ellos lo están buscando, aunque sea por necesidad, se les debe dar una respuesta.* (Entrevista 6, actores sociales).

3.3.3. El emprendimiento social, como alternativa de empleo para los jóvenes de Segovia.

El emprendimiento social es una alternativa de empleo para los jóvenes, ya que en la ciudad de Segovia hay varios servicios que pueden ser atendidos con proyectos sociales, y que no se están cubriendo. Los jóvenes tienen potencial para emprender socialmente y cubrir de esa manera las demandas o necesidades que están viviendo. El desempleo es una de esas necesidades y el emprendimiento social puede ser una alternativa de empleo y desarrollo tanto en lo profesional como la comunidad.

Para conocer la realidad que viven los jóvenes emprendedores que tienen empresas sociales, conversamos para conocer sus experiencias e inquietudes, son jóvenes de Segovia cuyos proyectos están en marcha.

³⁷ Entrevista a Carlos del Campo, técnico responsable de emprendimiento, detalles en anexos. ISMUR, Iniciativa social de mujeres sociales.

3.3.3.1. Ejemplos de emprendedores sociales de Segovia.

Aunque Segovia es una ciudad muy reciente en el área del emprendimiento social, hay varios ejemplos de emprendedores que trabajan en el área social en Segovia, en algunos casos han recibido apoyo pero la mayoría lo ha hecho por cuenta propia. Para conocer la realidad, las experiencias y sugerencia que tienen del emprendimiento social hemos hablado con algunos de estos jóvenes emprendedores como Álvaro Merghut, que opina lo siguiente:

*“El emprendimiento social es una oportunidad que los jóvenes de la ciudad de Segovia deben explotar, no deben quedarse quietos y aprovechar las oportunidades que brindan tanto las organizaciones públicas y privadas. El emprendimiento social hoy en día es necesario, es un punto de equilibrio entre el capitalismo y el beneficio social, sobre todo porque es un hecho que tiene que surgir dentro de la comunidad, de los actores y de los ciudadanos”.*³⁸

En Segovia los jóvenes se están aventurando en el emprendimiento social.

Un ejemplo de ello, es el emprendimiento de UNIVERSITY. Es la iniciativa de un grupo de jóvenes que participaron en un concurso que brindó la Universidad de Valladolid con el nombre de *“Comunicación y emprendimiento social”* en 2012. Diseñaron una herramienta web con el nombre de University, que es un repositorio de expansión para publicidad creativa, diseñan blogs con temas relacionados con la cultura de Segovia. Uno de ellos es *“Muévete más Segovia”*, aplicación mediante la que brindan información de horarios de buses y trenes.

Otro caso es la creación de un portal dirigido al alumnado de Segovia, un espacio donde los estudiantes pueden tener un centro de información, comunicación y formación, con el objetivo de crear formación online para los jóvenes de la ciudad. Este proyecto comenzó a mediados de Agosto de 2012, como afirma Álvaro, *“ante la llegada de nuevos estudiantes a la Universidad se nos ocurrió crear un espacio digital en el cual poder ayudar a la formación de futuros publicistas, ya que cuando nosotros llegamos a ésta Universidad, nos faltó esa ayuda que ahora pretendemos dar. De esa idea nace Baianai University”*.

³⁸ Entrevista Álvaro Mehrgut, Ayer, 30 de julio de 2015, 23:59:09, tamaño, 31,8 MB (33.390.592 bytes).

Para ello, crearon una página web, “En la cual alojan todas las páginas web y el contenido de la misma”. Según su presidente, fueron descubriendo y consultando a lo largo de los años para ir complementando la formación universitaria”.³⁹ El objetivo de iniciar la empresa, era crear un puente entre la brecha que existe entre el temario de la carrera y el contexto profesional, con un fin más práctico y cambiante, aunque pocas veces les impartían contenido relacionado a lo que buscaban.

Seguidamente después de iniciar la empresa crearon nuevos apartados dentro de la web, entre ellos:

- *Publicidad creativa*: contiene páginas nacionales e internacionales dedicadas a la publicidad.
- *Blogs*: dedicados a todo tipo de contenidos que creen importantes para una educación integral: blogs de cine, documentales, música, diseño, arquitectura, fanzines digitales...
- *News*: noticias relevantes sobre convocatorias, cursos, etc.
- *Muévete + Segovia*: En esta sección centralizamos toda la información que los alumnos necesitan en su día a día, desde horarios de clase, exámenes, aplicación sigma, deportes, agenda cultural de la ciudad, horarios de autobuses urbanos, interurbanos, trenes y noticiarios de Segovia.
- *Vosotros*: este apartado es para contactar con ellos a través de las diferentes redes sociales, enlace a los proyectos realizados por alumnos y ex alumnos de la facultad.

Según el joven emprendedor Mehrgut, en la fase de inicio y el proceso de difusión del proyecto consiguieron menciones en blogs y páginas webs para dar publicidad y el nombre de la empresa, y el programa logró darse a conocer dentro del panorama nacional, y ahora internacional, ya que han realizado varias actividades en alianzas con emprendimiento de Estados Unidos. A día de hoy la empresa cuenta con una media de 70 visitas diarias.



BAIANAI es otra iniciativa de emprendimiento social en Segovia, cuando se inició los jóvenes realizaron alianzas con empresas existentes, crearon un repositorio web y con ayuda de estas realizaron una lista de empresas existentes en Segovia acompañada de artículos con información de las mismas. Crearon alianzas con emprendimientos que realizan el mismo trabajo y así han evolucionado en

³⁹ www.university.baianai.es

el mundo digital, y han organizado varios eventos sociales en la ciudad y siguen buscando la forma de motivar a los demás jóvenes. Traen a personas emprendedoras de otros países para que compartan sus experiencias, son artistas, conferenciantes, empresarios, etc.

Baianai, un ejemplo de empresa social en Segovia, surgió hace un año y que representa la confianza de 5 estudiantes de publicidad y relaciones públicas, de la Universidad de Valladolid del campus María Zambrano de Segovia, surge mediante la amistad, el esfuerzo, el aprendizaje en base a proyectos y el sentido de emprender.



El objetivo es generar y desarrollar ideas que hacen comulgar lo social con lo mercantil, yendo de lo local a lo global. Mediante una actitud proactiva, procurando detectar problemas y necesidades para ofrecer soluciones que generen valor y en el mejor de los casos, funcionen como palanca social para la

mejora del entorno, todo ello compaginándolo con los estudios. Según uno de los jóvenes de la empresa⁴⁰.

“Muchos jóvenes piensan que porque es una empresa social no se gana dinero, no es así, como empresa acompañan su labor al servicio social. Tienen otros proyectos que les cubren económicamente, tanto los gastos de la empresa como las finanzas personales. VID, es uno de los proyectos que genera ingresos, es una agencia digital enfocada a la producción musical y es la que cubre económicamente, de esa manera demuestran que el emprendimiento social es una alternativa de empleo para los jóvenes y no tienes que emigrar o buscar trabajo en una empresa establecida para que puedan realizarte tanto profesional, económica y socialmente”.

Mientras iba creciendo la empresa Baianai⁴¹, surgió el proyecto social Rorschach

“Este proyecto, es el resultado del entusiasmo y dedicación de una asociación de familiares y amigos de personas afectadas por enfermedades mentales, conocida con el nombre de Amanecer,⁴², para complementar el trabajo realizan actividades para motivar y acompañar a las personas, también les dan terapias y talleres ocupacionales que estimulan el ánimo de las personas.”

⁴⁰ Entrevista Álvaro Madurga Jiménez, información en anexos.

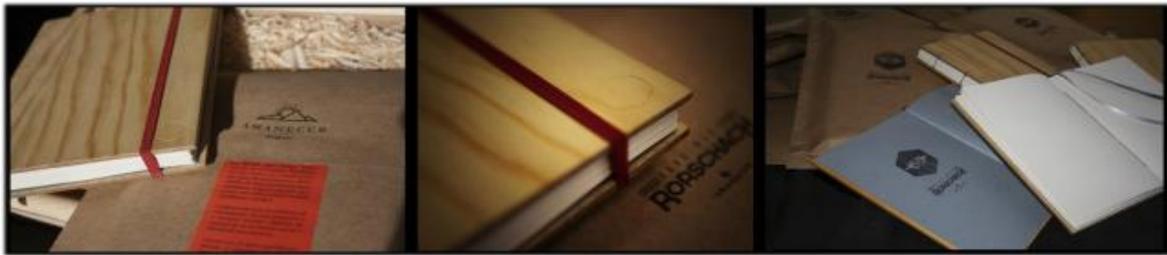
⁴¹ <http://www.baianai.es/>

⁴² <http://amanecer.asociaciones.segovia.es>

La organización está conformada por treinta personas de todas las edades, desde 25 hasta 65 años, que presentan diferentes discapacidades mentales que no les permite llevar una vida normal. Al inicio se realizaban las libretas a mano, como respuesta al intento de armonizar la inclusión social y laboral. Y ante todo, el delicado tacto del buen hacer.

Según uno de los socios de la empresa⁴³

“Desde que tenían la mitad de la formación universitaria tuvieron claro que querían poner sus conocimientos al alcance de personas reales. Y unirse con la asociación fue la mejor decisión, porque trabajar con las personas que lo necesitan es gratificante, no importa cuánto puedas ganar de dinero, cuando ves la satisfacción de las personas es doble la ganancia”,(entrevista 8, jóvenes emprendedores).



El proceso para abrir el mercado se realizó mediante la venta de las libretas y el apoyo a las personas que lo necesitan; también por el reconocimiento a la labor que se realiza en la organización. Cuando se inicio, surgieron preguntas como ¿por qué hacer una libreta? La respuesta es porque tenían experiencia en encuadernación y el proceso productivo se adaptaba fácilmente al taller ocupacional. Además, una libreta es interesante porque es un producto que todos compran por lo menos una vez al año, cuya compra no requiere grandes tiempos de reflexión, de decisión ni evaluación exhaustiva de oportunidades, sino que se compra en el momento.

Y... ¿Por qué una marca? Porque una marca es la punta de lanza, es más reconocible y permite al consumidor interactuar con los valores de ésta. Los periódicos locales se hicieron eco del proyecto y consiguieron su difusión. A día de hoy existen 3 modelos diferentes de libretas, y están empezando a ofrecerse como libreta a medida para eventos.

⁴³ Entrevista a Miguel Castro Fernández, información en anexo.

TED^x RealSt

x = independently organized TED event

Es otro de los proyectos sociales emprendidos en Segovia. Creando alianzas con el resto del mundo.

“El viernes 17 de mayo de 2013 en el Palacio Quintanar de Segovia, se inició, mediante un evento de divulgación que organizaron con una licencia otorgada por la organización californiana sin ánimo de lucro, TED “ideas worth spreading”.

El objetivo es introducir en Segovia en ese gran discurso global dispuesto a cambiar el mundo. TED comenzó hace 25 años como una conferencia anual de 4 días en California. Hoy en día es una organización sin ánimo de lucro que se extiende a nivel mundial. Su objetivo es reunir personas para que compartan algo muy valioso, sus ideas. Entre sus oradores podemos encontrar a personalidades como Bill Gates, Bill Clinton o premios Nobel como James D. Watson, Murray Gell-Mann y Al Gore, entre otros.

Según uno de los socios.

“El ánimo del evento fue, divulgar ideas valiosas de personas del entorno, personas a las que no llegarían si no fuese por los organizadores independientes. Con el mismo interés de apoyar los problemas sociales, la iniciativa fue dispuesta para revitalizar el panorama local y crear una atmósfera inspiradora en la que surgieron nuevos planteamientos, relaciones e ideas”⁴⁴.

Otro proyecto que se ha ejecutado es con el Campus María Zambrano. Como ejemplo ilustrativo, en vez del campus nuevo, aparecían las sedes antiguas, y las opciones que ofrecían estaban descolocadas, ya que esa página estuvo construida inicialmente por miembros de la Universidad, de forma altruista. Ante ese problema crearon una nueva página, mejor organizada y más cuidada estéticamente para que la propia universidad pueda actualizarla fácilmente. Ahora están trabajando con la universidad para explicarles cómo gestionar la página con independencia desde agentes externos.

Otro ejemplo de emprendimiento social en Segovia, es la empresa impulsada por dos jóvenes, Nora Soler y Luis Madrid. Se graduaron de la carrera de publicidad, pero cuando terminaron era muy difícil encontrar un empleo, razón principal por la que

⁴⁴ Entrevistas: Rodrigo Martínez Barbero, Álvaro Mehrgut Palenzuela, y Tomás González Álvarez, información y audios en anexos.

decidieron emprender. Luis inició un proyecto de diseño como autónomo, trabajaba para aquellas empresas conscientes de generar un impacto en la sociedad y sabiendo que tienen que transformar su entorno.

Ese es el inicio, después de esa experiencia y encaminado en el emprendimiento surgió la idea no solo de trabajar para aquellas empresas que ya tenían la filosofía y la cultura del impacto social, sino de alguna manera trabajar con empresas que pudieran cambiar su forma de ser interna y así cambiar el impacto que tienen en la sociedad. De allí surge Angaraveca⁴⁵.

Es un emprendimiento social que está centrado en la atención de las personas, el principal objetivo es empoderar a las personas como empleados y como consumidores. Realizan proyectos de innovación social, con el objetivo de generar espacios en los que puedan poner en contacto a empresas, asociaciones y administración pública y así entre todos resolver los problemas que enfrenta la sociedad y también las empresas, valorando que la comunicación es ese elemento clave que ayuda a generar modelos de negocio sostenibles a través de valores compartidos.

Según Nora *“La comunicación es una herramienta poderosa de transformación y si se trabaja en el área social será notorio los grandes cambios que se pueden generar, tanto para los jóvenes como la sociedad”*.

Trabajan en varias líneas para cumplir sus objetivos, uno es el sentido de la marca, la relación con el usuario, la relación con el entorno.

Según De Madrid⁴⁶

“Entre los grandes retos a los que deben enfrentar las marcas de hoy, se encuentra el de renovar y mantener sus relación con el usuario, la propuesta consiste en volver a crear el vínculo a través de proyectos de innovación social corporativa, que integran a las personas en sus dinámicas y que estén enmarcadas en los planes de comunicación de las empresas”

⁴⁵ Luis Madrid, CEO & FUNDADOR. Diseñador e innovador social. Su trabajo se enfoca en el diseño centrado en los usuarios.

⁴⁶ Entrevista a Nora Miralles, planificación estratégica, Transforman la relación entre los negocios y la sociedad. la innovación social y los nuevos modelos económicos, detalles y audio en anexo.

TERCERA PARTE

CAPITULO 4:

DIAGNÓSTICO Y REALIDAD
“EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL”

El emprendedor siempre busca el cambio, responde a él y lo utiliza como oportunidad”, Peter Drucker.

4.1. Diagnóstico de la realidad del emprendimiento social en Segovia desde los actores implicados

Como se avanzó en el capítulo introductorio, para realizar el diagnóstico de la realidad del emprendimiento social en Segovia se realizaron entrevistas en profundidad y grupos de discusión, de los cuales se realizará aquí el análisis.

El público objetivo de esta investigación son los jóvenes de la ciudad de Segovia, estudiantes y no estudiantes, emprendedores sociales que actualmente están llevando sus empresas adelante. También la administración pública, y actores sociales involucrados con el emprendimiento social en la ciudad.

Como dice uno de los entrevistados, el profesor García Matilla *“Los emprendedores sociales son los protagonistas de la próxima revolución de nuestro siglo. Los jóvenes de Segovia tienen talento, solo deben enfocarse y buscar su desarrollo como profesionales y como personas independientes”*.⁴⁷

De este comentario añadimos esta reflexión realizada por la alcaldesa Clara Luquero.

*“Los jóvenes son los que más ha sufrido las consecuencias de la crisis, el 50% de los jóvenes en este país están desempleados y es la generación mejor formada, eso es intolerable, es injusto para ellos y económicamente es un desastre para un país que ha invertido muchos recursos económicos para ofrecer la mejor formación posible a los jóvenes. Desde el punto de vista humano es un drama inadmisibile y desde el punto de vista económico es una barbaridad, porque el estado español ha invertido muchos recursos económicos en formar a esos jóvenes con varias oportunidades de becas, enriquecimiento de idiomas, experiencias en el extranjero y resulta que no podemos ofrecerles oportunidades de empleo en el país, los estamos perdiendo y eso va ser irreversible”*⁴⁸

⁴⁷ Entrevista. Dr. Agustín Matilla Decano de Campus María Zambrano.

⁴⁸ Entrevista. Alcaldesa de Segovia. Clara Luquero de Nicolás.

4.1.1. Aplicación de la metodología

A continuación se ofrece en análisis de las entrevistas realizadas a las distintas personas consideradas actores relevantes para el problema en estudio. El análisis detalla cada elemento enfocado por los jóvenes, sobre todo la experiencia de vida y la relación con la situación económica, el desempleo y el emprendimiento social, como una alternativa de empleo para los jóvenes de Segovia.

4.1.2. Análisis de las entrevistas

PERSONAS ENTREVISTADAS		
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA		
1	Ayuntamiento de Segovia	Clara Luquero de Nicolás
2	Concejalía de educación y juventud	Víctor Herrero
ACTORES SOCIALES		
3	Universidad de Valladolid	Agustín García Matilla
4	Lanzadera de empleo)	Sara Serna
5	Federación empresarial segoviana	Libardo Palma
6	Iniciativa social de Mujeres Rurales	Carlos del Campo
JÓVENES EMPRENDEDORES SOCIALES		
7	Entrevista 7: Emprendedor social	Álvaro Merghut
8	Entrevista 8: Emprendedor social	Álvaro Madurga Jiménez
9	Entrevista 9: Emprendedor social	Miguel Castro Fernández
10	Entrevista 10: Emprendedor social	Rodrigo Martínez Barbero
11	Entrevista 11: Emprendedor social	Luis Madrid
12	Entrevista 12: Emprendedor social	Nora Miralles
13	Entrevista 13: Empresaria internacional de emprendimiento social)	Halla Tómasdóttir
14	Entrevista 14: Emprendedor social	Lucía Gómez Balcácer
JÓVENES SEGOVIANOS		
15	Entrevista joven segoviano	Sonia Zubiaga.
16	Entrevista joven segoviano	Paula Sevilla Martín.
17	Entrevista joven segoviano	Laura Aragoneses.
18	Entrevista joven segoviano	Laura Torquemada Solís.
19	Entrevista joven segoviano	Miguel Ángel Tercero.
20	Entrevista joven segoviano	Paula Esteban.
21	Entrevista joven segoviano	Héctor Soto.
22	Entrevista joven segoviano	Esteban Miranda.
23	Entrevista joven segoviano	Salvador López.
24	Entrevista joven segoviano	Juan Carlos De Andrés.
25	Entrevista joven segoviano	Juan Antonio Gonzales.
26	Entrevista joven segoviano	Blanca Estela Rubio
27	Entrevista joven segoviano	Héctor Rubio.
28	Entrevista joven segoviano	Paula Aragoneses
29	Entrevista joven segoviano	Arturo De Andrés.
30	Entrevista joven segoviano	Cesar Miranda Gómez.

Análisis de las entrevistas Administración Pública y Actores Sociales de Segovia

La administración pública y los actores sociales de Segovia, son las fuentes principales para llevar a cabo este trabajo, por tanto se realizaron una serie de entrevistas para complementar los objetivos planteados.

De la administración pública de Segovia, se entrevistó, del Ayuntamiento de Segovia a su alcaldesa *Clara Luquero de Nicolás*, y a *Víctor Herrero*, Responsable de Concejalía de Educación y Juventud de Segovia, y coordinador de los emprendimientos sociales.

Los otros actores sociales entrevistados son, de La Universidad de Valladolid Campus - María Zambrano, al Decano de la Facultad de CC. Sociales, Jurídicas y de la Comunicación, *Agustín García Matilla*. También se entrevistó a la responsable de las Lanzaderas de empleo en Segovia, *Sara Serna*. De la empresa privada, a *Libardo Palma*, Responsable de emprendimiento en la Federación Empresarial Segoviana.

Del resultado de las entrevistas se ha realizado este análisis contemplando los detalles más relevantes para este estudio.

El emprender socialmente es una forma de salir de la situación de desempleo, es importante porque desde la concepción de la idea ya se está pensando en los problemas sociales, ya sea desde la conformación jurídica, ya sea una cooperativa rural, o un servicio a la población. El verdadero emprendedor social es aquél que va rellenando los espacios de ineficiencia social generados por los emprendedores económicos en la búsqueda del crecimiento y desarrollo económico sin importar los perjuicios que ocasione.

El ayuntamiento de Segovia no tiene un presupuesto específico para el emprendimiento social, pero sí cuenta con recursos que son destinados a diferentes áreas. Se trabaja el emprendimiento desde Concejalía de Juventud, desde Desarrollo Económico y Empleo, desde Cultura, y está distribuido en distintas áreas que trabajan proyectos juveniles; hay partidas presupuestarias para cada área, y se considera trabajar el emprendimiento social desde un enfoque más dirigido, por ejemplo, organizar actividades y proyectos para promover el emprendimiento social, donde los jóvenes puedan presentar sus ideas que de alguna manera presenten respuesta a las problemáticas de la ciudad.

Se ha notado como se está cumpliendo uno los compromisos que señaló la alcaldesa cuando se hizo la entrevista. Ya que el día 13 de agosto del presente año, el Ayuntamiento presentó una convocatoria donde reconoce el apoyo que brinda a los emprendedores segovianos. Un apoyo que ahora se ve reflejado en la convocatoria mediante el programa “Segovia Emprende”.

El proyecto contempla una partida presupuestaria de 13.500 euros, y el objetivo es apoyar a las empresas que no han iniciado y que están por iniciar, también apoyar las empresas existentes pero de reciente creación, empresas sociales de autoempleo y cuya viabilidad contribuya en términos generales al desarrollo de la ciudad.⁴⁹

Según la Alcaldesa Sra. Clara Luquero de Nicolás *“El ayuntamiento no tiene un plan específico orientado al emprendimiento social, solo tienen alianzas con algunas universidades que trabajan en materia de emprendimiento social”*. Aunque asegura que en el futuro se trabajará en con ese enfoque social.

Una de las iniciativas que el Ayuntamiento está planificando para los jóvenes es la creación de laboratorios para la creatividad en el ámbito de las artes y la pintura y promover así la cultura social. Hasta ahora la manera que en que se han entendido los negocios tradicionales implicaba un propósito de generar beneficios económicos y generar una sociedad de consumo, ahora mismo hay muchas necesidades sociales que no están siendo cubiertas y hay que trabajar sobre ellas, hay que innovar y generar productos donde también se generen beneficios.

Cuando se emprende socialmente, se generan empleos por muy pequeños que estos seas. Cuando se habla de emprender, y se busca qué hacer, por tanto, lo primero que hay que hacer es descubrir los problemas sociales que se enfrenta en la actualidad. En España hay muchos problemas sociales tales como: el envejecimiento de la población, el paro, o las necesidades de movilidad dentro de la ciudad.

Según la empresaria Islandesa Halla Tómasdóttir.

“Hay que identificar focos donde se debe trabajar y buscar soluciones, es allí donde se inician los emprendimiento sociales, esa búsqueda de soluciones que se pueden convertir en un gran negocio porque puede generar rentabilidad, es obligación de la

⁴⁹ Para mayor información <http://zoquejo.com/not/23951/nueva-convocatoria-del-programa-segovia-emprende-dirigido-a-las-empresas-de-reciente-creacion>

administración pública y los actores dar respuesta, se debe introducir el tema del emprendimiento social en la educación, porque para emprender hay que dar acompañamiento. Los emprendedores deben pensar en crear sus propios empleos, crear alianzas con las universidades, con organismos internaciones, utilizar las herramientas digitales y los medios de comunicación, emprender es crear, pero crear empresas que beneficien a otras personas, las mujeres solo somos diferentes, y es una necesidad que todos trabajemos por iguales, con la mujer hay una brecha de capacidad y confianza. Las empresas sociales, son el inicio a la nueva era, y deben poner más dinero en mano de esas empresas, hay que introducir el cambio, el cambio de pensamiento porque ahora las empresas sociales son el ejemplo del futuro”.

La administración pública es consciente del compromiso que tiene con el apoyo a los emprendedores.

Según la alcaldesa

“Es obligación de la administración pública como de las organizaciones, ya sean públicas o privadas, apoyar a los jóvenes cuando estos presenten alguna iniciativa. Es lamentable ver la situación que están viviendo los jóvenes de Segovia, son profesionales y no encuentran trabajo tienen que hacer trabajos que los puede hacer una persona sin necesidad de tener una profesión, hay que abrirles las puertas y hacerles sentir que no están solos, debemos gestionar programas y proyectos dirigidos a los jóvenes para promover sus talentos, que se den cuenta de que pueden hacer más que lo simplemente pueden ver”.

Tanto la administración pública, como los actores sociales, están interesados por promover el emprendimiento social en la ciudad, ya que en Segovia está surgiendo el interés de los jóvenes por emprender, desde que se reúnen se mira la forma de compartir, de ser solidario, de interesarse por la necesidad del otro. También comparten con personas emprendedoras y cuando comparten manifiestan sus inquietudes.

El emprendimiento social es una alternativa de empleo para los jóvenes de la ciudad, principalmente para las mujeres jóvenes, dada la dificultad que tienen estas para insertarse por cuenta ajena al mercado laboral. Según la Alcaldesa, *“se han de formar, deben buscar oportunidad, que cuando tengan una idea sean capaces de impulsarlas y*

pelear por ella, que se muevan convencidas de que son capaces de transformar sus vidas, logrando ser mujeres emprendedoras de éxito”.

Uno de los compromisos del Ayuntamiento es continuar promoviendo aquellas iniciativas que tengan un fin social, que presenten alguna propuesta relacionada con las necesidades de la ciudad. Otro compromiso es financiar proyectos que cumplan requisitos establecidos por el Ayuntamiento. Cuando financian programas los participantes deben cumplir una serie de requisitos regulados por especialistas que asigne el ayuntamiento, pero requisitos ajustados a iniciativas de jóvenes que están iniciando, por tanto serán requisitos que puedan cumplir, como la elaboración de un plan del proyecto.

Se puede observar el apoyo que brinda el Campus María Zambrano. En lo que va de año han apoyado algunas ideas que presentan los estudiantes; les brindan apoyo en el proceso de la idea, ayudan porque que siguen la filosofía de que hay que aprender para emprender. Muchos jóvenes se han interesado en participar en las actividades relacionadas con el emprendimiento, de esa manera se les irá quitando el miedo a emprender. Mediante el emprendimiento se enfrentarán a sus miedos y al enfrentarlos, se darán cuenta de si estos son reales o no.

El emprendimiento social debe ser una asignatura que se inculque a los estudiantes desde los primeros niveles del sistema educativo, ya que esta actividad tiene un componente de solidaridad y de valores positivos que hay que inculcar a todo negocio en la actualidad. Es decir, ese concepto del negocio y el mundo empresarial basado exclusivamente en el beneficio sin tener en cuenta lo que se daña o lo que genera de desigualdad sin importar los valores sociales, y las personas, en definitiva eso ha llevado a la crisis que existe.

“Cada vez la sociedad tiene que tender a impulsar proyectos que tengan valores, es lógico que un emprendedor o una empresa inicie buscando beneficio económico, pero no tiene que ser a costa de dañar la sociedad. Los proyectos que tienen un valor social añadido deben ser especialmente apoyados por las administraciones y deben tener una imagen social inmejorable”⁵⁰.

⁵⁰ Entrevista realizada a la alcaldesa de Segovia, Clara Luquero de Nicolás, grabación 1, jueves, 28 de mayo de 2015, 12:11:47, 3,66 MB (3.840.048 bytes) duración 00: 15: 40.

Aunque el emprendimiento social, se promueva, no apoyan a los jóvenes en lo que estos necesita, hay actores que les facilitan apoyo, también en ocasiones les facilitan créditos a algunos emprendedores.

Se considera que en muchas ocasiones, cuando les dan créditos lo hacen a proyectos que no tienen ningún futuro. Por ello deben mejorar la calidad de los profesionales que se encargan de asesorar y estudiar los proyectos, y conceder créditos con menos garantías, pues un buen asesoramiento sería sinónimo de éxito casi seguro. La administración pública y el sector privado, deben favorecer el desarrollo de las ciudades y en definitiva el progreso del país. Creando programas de becas a los que puedan acceder un gran número de ellos, de forma que se favorezca la innovación y se estimule el crecimiento económico, lo que a su vez impactará positivamente sobre el país.

Un emprendedor social no espera a que el gobierno o el sector privado lleguen a solucionar un problema social, sino que buscan cambiarlo ellos mismos, liderando el cambio en sus comunidades. El emprendimiento social hace referencia a un tipo de empresa en la que su razón social es en primer lugar satisfacer necesidades de la sociedad en la que se desenvuelven. Las empresas o emprendimientos sociales nacen con el objetivo primordial de crear valor social. De hecho, la búsqueda de dicho valor es el motor central de su nacimiento.

Ante esta situación se debe impulsar a replantear el comportamiento, la economía solidaria, los valores sociales, sobre todo en un contexto de crisis económica, en parte derivada de comportamientos y responsabilidades de amplios sectores de ejecutivos financieros. Y como punto clave aparece el emprendimiento a partir del beneficio social.

El reto para que un emprendimiento social sea sostenible, es encontrar vías que se puedan compatibilizar, y que tenga un beneficio económico que permita a los emprendedores que puedan vivir de ello, les ofrezca satisfacción a sus necesidades, puedan involucrar a más personas. Que sea un emprendimiento social, que no sea solo mercantilista con fines económicos, pensando solo en incrementar la cuota interior. Sino que presente alternativas de solución a las problemáticas que se enfrentan en la comunidad.

Para que un emprendimiento social, sea sostenible la única opción que hay es contar con la ayuda del dinero público, ya que al iniciar un emprendimiento necesitas un soporte

económico, porque sin ayuda de nadie, como hemos visto en las opiniones de los jóvenes, se hace casi que imposible. La Federación Empresarial Segoviana, también gestiona programas dirigidos a promover el liderazgo de los jóvenes, aunque no tienen un plan para el emprendimiento social especialmente, promueven el emprendimiento en general, lo dejan a que los jóvenes decidan o elijan el tema a emprender.

Actualmente están presentando un proyecto, que consiste en una asesoría personalizada. Hablan con los jóvenes desde la primera fase, los motivan y todo depende de lo que el joven necesite hasta la formación del plan. Según Libardo Palma⁵¹, *“los jóvenes explican lo que quieren, el área que quieren cubrir. El programa está dirigido para promover la realización de acciones de asistencia para el autoempleo encaminado a la inserción profesional llevado a cabo por la Federación Empresarial Segoviana y financiado por la Junta de Castilla y León y el servicio público de empleo. Tiene como finalidad el promover el inicio de actividades económicas por cuenta propia como vía alternativa de acceso al mercado laboral”*.

Como vemos, los propios empresarios pretenden fomentar la cultura emprendedora y el espíritu empresarial así como acompañar a las personas emprendedoras en la puesta en marcha de su iniciativa empresarial. También proporcionar información, asesoramiento y asistencia técnica e individualizada durante todo el proceso y facilitar a los usuarios diferentes recursos que les serán de utilidad a la hora de poner en marcha su proyecto empresarial.

Análisis de la entrevistas a emprendedores sociales

El emprendimiento social, cada día se ve más presente en las ideas de los jóvenes de Segovia, aunque la situación a la que se enfrentan no les facilita en nada sus emprendimientos. Hay organizaciones que les proporcionan financiación, pero no los preparan y los dejan solos a la hora de emprender, de esa manera es muy difícil que logren un emprendimiento con resultados positivos.

En el proceso del análisis se van dando a conocer los jóvenes entrevistados con sus nombres y sus inquietudes. En esta parte solo se entrevistaron jóvenes emprendedores y que actualmente están trabajando en sus empresas.

⁵¹ Libardo Palma. Coordinador del programa de Emprendedores en la Federación Empresarial Segoviana, Entrevista miércoles, 29 de julio de 2015, 0:49:41. Tamaño 2,56 MB (2.686.976 bytes).

Al conversar con los jóvenes hemos visto que en algunos casos tienen bien definido lo que quieren hacer para el futuro, más bien, tienen definido su proyecto de vida, pero la mayoría no tienen nada claro lo que quieren hacer. Considerando que se entrevistó a jóvenes emprendedores, se supone que son personas con ganas de salir adelante a pesar de la situación que están viviendo. En algunos casos estos jóvenes tienen bien definido lo que son y lo quieren ser.⁵²

Una de los jóvenes entrevistadas, Gómez Balcácer, dice:

*“Me defino como una persona entusiasta, me considero emprendedora porque intento llevar a cabo todas las ideas que se me propongo a pesar de la mala situación que enfrentamos principalmente los jóvenes. Si nos apoyaran sería otra la situación, porque cuando los jóvenes estamos entretenidos con lo que nos gusta generamos satisfacción tanto para nosotros como personas, como para los demás. Si desde pequeños nos enseñaran a luchar por nuestros sueños, ser lo que nos gustaría, la realidad sería diferente. Siempre nos están enseñando el mismo sistema antiguo, que debemos estudiar y ser mejores, buscar un trabajo y quedarnos allí hasta que seamos mayores. Eso no te impulsa a más, sabes que estarás bien, es como estar acomodado a lo que hay, no creas, no impulsas, no innovas... es hora de luchar por lo que como personas no proponemos ser, nuestros sueños. Solo como jóvenes podemos hacer ese cambio, y no es buscando mejores alternativas en otros países, debemos luchar para crear nuestra propia alternativa en nuestra propia ciudad”.*⁵³

Los mayores riesgos a los que se han enfrentado los jóvenes en este terreno, han sido la formación y la iniciación de las empresas por la falta de financiación y por el desconocimiento del proceso, al faltar apoyo en asesoría. Cuando los jóvenes emprenden corren el riesgo a fracasar, por lo tanto ese es el miedo que tienen, miedo al fracaso. Solo cuando lo intentan, se enfrentan y descubren su potencial. Algunos jóvenes tienen claro lo que quieren emprender, saben que un emprendimiento social les ayudará en su formación y en adquirir experiencia. Que en la actualidad la mayoría de las empresas que buscan personas para trabajar, les piden experiencia y liderazgo o ser emprendedores.

⁵² Entrevista a Lucía Gómez Balcácer, detalles en anexos.

⁵³ Entrevista a Álvaro Mehrgut.

Alguno de los jóvenes entrevistados, ya tiene establecidos sus propios negocios, y al ver que no les va bien en el mercado se impulsan a establecer otra empresa. Eso demuestra el interés que tienen por buscar una respuesta a la situación que se enfrentan.

Según una de las jóvenes *“Quiero montar una nueva empresa teatral en Segovia capital, considero que un emprendimiento social de este tipo será de gran utilidad para muchas personas, un proyecto social les vendrá bien y tener un espacio donde crear y descubrir sus talentos será de gran ayuda para el desarrollo de la ciudad”*⁵⁴,

Según otra de las chicas, lo que le motivó a emprender fue su inquietud personal y el estar convencida de que es necesario un espacio de encuentro entre artistas en Segovia. Explica que ha recibido formación y asesoramiento en la creación de sus empresas e industrias culturales o artes, pero debe estar en constante asesoramiento en el inicio de creación de la empresa. Lo más difícil al momento de emprender ha sido la venta de artes escénicas, es algo que casi nadie compra en España y menos en una ciudad pequeña como es Segovia, eso ya es complicado, es un reto para ellos como emprendedores.

Dice una de las chicas

*“Estoy contenta porque mi proyecto ayuda a la expresión y a la creación, cosas que favorecen a cualquier persona. Desde ese enfoque social de ayudar a la gente, es una satisfacción emprender socialmente porque aunque cueste, los resultados son buenos, al final cuando vez los resultados solo decís valió pena, pero sería mucho más fácil si brindaran ayuda cuando miran que uno como emprendedor quiere emprender”*⁵⁵.

La realidad de los jóvenes en Segovia es un poco difícil, porque muchos no tienen motivación para hacer algo por sus vidas. Sopesan demasiado lo económico y no emprenden porque les cuesta asumir riesgos, prefieren que les contraten. Y a los jóvenes que se atreven a emprender les cuesta mucho más porque se enfrentan a una situación que desconocen, y ven que no tienen ayuda en un proceso más difícil. Varios de ellos consideran que el emprendimiento social, es una alternativa para los jóvenes principalmente porque se puede iniciar una pequeña empresa sin invertir mucho y al ver que es una necesidad la que estás resolviendo con tus ideas, tienes más opción de que te

⁵⁴ Entrevista a Sonia Zubiaga, información en anexos.

⁵⁵ Entrevista a Nora M Soler, información en anexo.

brinden apoyo.

Según uno de los jóvenes, trabajar en un emprendimiento social puede ser una opción de vida sostenible laboralmente y económicamente en la ciudad de Segovia. Al menos para tener un sueldo digno. Se puede emprender algo relacionado con la ayuda a los niños o a los mayores. Las organizaciones, sean públicas o privadas, y el Ayuntamiento pueden apoyar las ideas de los jóvenes sean cuáles sean, y con mucha más razón si es un emprendimiento social porque el beneficio es para todos.

Uno de los jóvenes considera que los jóvenes deben intentar emprender porque si no lo intentan nunca sabrán si pueden “...*Un consejo para los jóvenes que quieren emprender es que sueñen con lo que deseen de verdad...Piensen y digan cosas que hagan presente tu sueño*”⁵⁶ Los jóvenes que emprenden socialmente se quejan de no tener ayuda por parte de organizaciones e instituciones públicas, muchos de los proyectos de emprendimiento social no son el resultado meramente de iniciativas individuales, sino de esfuerzos varios radicados en el ámbito local, emprendimientos que recogen modelos de las actividades socioeconómicas de las necesidades de la comunidad.

Según Madrid “*Escucharse a uno mismo es fundamental, porque es la única persona que sabes cómo quiere que sea su realidad y su futuro o medio de vida, hay que descubrir el potencial que como personas se tienen y es responsabilidad de cada uno desarrollar su potencial. En otros países la mayoría de los jóvenes tienen sus propias empresas, cuando no es la familia que les ayuda tienen ayuda del estado o las organizaciones privadas*”.

Mientras la joven Sevilla opina “*La administración pública, debería poner más atención a las necesidades de los jóvenes y no solo ver, como se van a buscar mejores oportunidades a otros países. Eso no ayuda ni a los jóvenes mucho menos al desarrollo de las comunidades y el país, considerando que la mayor población es mayor como van hacer para sacar adelante el país, si están dejando ir el potencial*”.⁵⁷

En Segovia algunos jóvenes tienen interés por emprender, al ser una ciudad pequeña y con riquezas que deben ser explotadas. Hay jóvenes con talento que se quieren poner en

⁵⁶ Entrevista a Luis Madrid detalles en anexos.

⁵⁷ Paula Sevilla Martin.

marcha y muchos solo están esperando la oportunidad. Tienen bien definido lo que son y por lo tanto recomiendan a los demás jóvenes que deben seguir, buscar y actuar ahora y no caminar como dormidos, sin motivación ni ganas de innovar.

Una joven de las entrevistas, De Andrés afirma;

“Me defino con la frase presente continuo, siempre hay que estar muy atentos, sin pensar mucho en el pasado, sin pensar demasiado en el futuro, no preocuparse mucho por lo que va a venir aunque siempre hay motivos, porque siempre hay una salida para todo. Hay que pensar en el ahora y buscar qué es lo que se tiene que solucionar. Soy una persona emprendedora inconscientemente, jamás pensé que llegaría a tener una empresa, en parte ha sido fruto del devenir pero trabajando para forjarlo”⁵⁸E14.

Según uno de los jóvenes, el mayor riesgo que enfrentan al momento de emprender ha sido en la parte económica, aunque otros dicen que han tenido apoyo familiar para iniciar su proyecto. Pero cuando no tienen una familia que les ayude, sienten la necesidad de buscar y mejorar. La mayoría de los jóvenes, están seguros de que el emprendimiento social, es una alternativa de empleo que les permite beneficiarse por varias razones: una, obtienen un empleo; dos, tienen dinero en el caso de irles bien; tres, contribuyen a al desarrollo de la comunidad y también sienten la satisfacción de ayudar a los demás.

Según la joven Aragoneses *“el emprendimiento social es una alternativa de empleo principalmente para los jóvenes, cuando se crean proyectos de beneficio a la sociedad, cuando te acercas al mundo social, pues todo se complementa tanto en experiencia y puedes ser independiente económicamente, lo más importante que se puede estar estudiando y trabajando y al terminar la carrera eso es una ganancia, porque tus conocimientos están más encaminados y al buscar un empleo será más fácil de encontrar por la experiencia de liderazgo y emprendimiento, que ahora se vuelve una competencia para las empresas.”⁵⁹.*

Hay que tomar conciencia que al emprender socialmente también se obtienen beneficios económicos, es una actividad que se acompaña de varios complementos, porque no se

⁵⁸ Entrevista a Teresa De Andrés.

⁵⁹ Entrevista a Laura Aragoneses.

puede limitar solo al ayudar a los demás; al contrario un emprendimiento social te beneficia tanto personal, como colectivamente. No se crea una empresa social solo por satisfacción personal, también hay que hacerlo con el fin de crear cambio social y recibir beneficio de ambas partes.

Según una de las jóvenes emprendedoras *“Por mi parte me prohíbo emprender y no obtener un beneficio, cuesta, eso sí, pero las cosas en esta vida no es nada fácil, cuando se crea un emprendimiento social siempre debe tener un beneficio económico.”*⁶⁰.

El panorama económico de España motiva a los jóvenes a emprender, ya que desde hace años se les hace imposible encontrar un empleo y cuando finalizan la universidad muchos piensan en la realidad que les espera, y viendo esa situación es cuando el emprendimiento se vuelve una alternativa; no solo los emprendimientos con fin social, sino cualquier emprendimiento que les brinde una salida, una oportunidad de empleo.

Pero cuando los jóvenes se atreven a emprender casi nadie les apoya, y cuando lo hacen en algunos casos les dan préstamos con elevadas tasas de interés que no pueden pagar, y eso les desmotiva o se les hace más difícil el proceso de iniciar sus empresas.

Hay personas que les abren las puertas pero lamentablemente en España pocas organizaciones están comprometidas con el emprendimiento, y menos si es con fin social, sobre todo cuando es realizado por jóvenes. Aunque últimamente se está viendo que hay varias organizaciones incluso la administración pública que están apoyando el emprendimiento juvenil, y planes que presenten desarrollo para la ciudad. Según uno de los jóvenes: *“Recuerdo cuando inicié con la empresa no tenía ningún conocimiento de cómo crear una empresa, los primeros pasos se crearon mediante el apoyo de la información de internet, de acuerdo a las necesidades se iban buscando soluciones en el momento”*.⁶¹. Hay muchas dificultades que se tienen que enfrentar cuando se crea una empresa, entre otros los costes económicos señala *“Lo malo es que cuando se inicia una empresa aunque sea con fines sociales, no tienes el dinero que te piden cuando se inscribe, nadie te ayuda. No es justo que tengas que pagar determinada cantidad de dinero sin generar ganancias, las instituciones públicas de Segovia tienen la obligación de apoyar a los jóvenes cuando se atreven a emprender”*.⁶².

⁶⁰ Laura Torquemada Solís.

⁶¹ Entrevista a Miguel Ángel Tercero.

⁶² Entrevista a Paula Esteban.

Hay jóvenes que no tienen claro sus proyectos de vida y eso les dificulta enfrentarse a la realidad, están esperando que sus padres les den dinero para resolver la vida, disfrutan y hacen lo que puedan sin buscar más, sin descubrir sus potenciales. Se conforma con lo que ya está establecido, y lo que hacen es decir que la situación está difícil, que no hay empleo, y que antes era mejor... lo malo es que algunos jóvenes se conforman con esa situación, no innovan, no buscan generar y un cambio.

Pero por otro lado, hay muchos jóvenes que no tienen ayuda por parte de sus familias, y son esos los chicos que al no recibir apoyo se inventan qué hacer, buscan como innovar, se reúnen y crean.

Según la joven Esteban

“Lamentablemente los jóvenes solo piensan en emborracharse desde los jueves, tristemente es una de las realidades de Segovia; hay muchos jóvenes que viven como que no tienen los pies en la tierra, pero también hay que ver lo bueno, quizá un 30% de los jóvenes tienen algún tipo de iniciativa, se animan a emprender algún proyecto o colaboran, algunos tienen ganas por lo menos ahora que miran que las oportunidades de empleo son muy complicadas”,⁶³ E15

Una manera de buscar alternativas a la situación de desempleo es emprendiendo socialmente. Aunque al aplicarlo a la realidad, es cierto que cuesta, el emprendimiento social es un reto que se deben plantear los jóvenes porque el objetivo no es solo ganar dinero sino ver el papel activo en la sociedad, ver cómo van a influir de forma positiva en la comunidad. Cuando emprenden socialmente se proponen más retos pero también hay más facilidades, tienen más facilidad de recibir ayudas, subvenciones, no todo son obstáculos en el emprendimiento social como lo miran algunos. Hay organizaciones que financian ese tipo de proyecto, solo es presentarlo y trabajar por ello. La Caixa, el Banco Santander apoyan proyectos sociales y verdaderamente esos son los proyectos de futuro, tanto las organizaciones como la administración pública tienen la mirada puesta en la actividad del emprendimiento social.

Las organizaciones deben apoyar principalmente los proyectos que llevan un fin social, pero este proceso es un cambio en el que deberían estar todos involucrados de una u otra manera. Según Miranda

⁶³ Entrevista a Héctor Soto.

“Cuando me inicié con la empresa, no se recibí ninguna ayuda y eso permitía que a veces desistiera, por tanto debería haber ayuda para cuando un joven quiere emprender, y ellos deben arriesgarse y asumir los posibles fracasos como experiencia, que también las experiencias de fracasos son parte del aprendizaje, los grandes han llegado a cima fracasando varias veces”,⁶⁴

Sin duda el emprendimiento social, es una alternativa, es una oportunidad para los jóvenes, les permite desarrollarse en sus talentos, y contribuye al desarrollo de la sociedad, es una satisfacción que de alguna manera se hace algo por la comunidad. Muchos de los emprendimientos sociales, que se impulsan en otros países, deben ser ejemplo para los jóvenes de Segovia.

Pérez, uno de los jóvenes entrevistados afirma que

“Uno de los principales consejos para los jóvenes es que miren fuera de España, que se inspiren por las cosas que suceden alrededor del mundo, tanto en Occidente como en Oriente, intenten despegarse de las tradiciones del país, ya que uno de los principales problemas es que España no solo Segovia, es un país de muchas tradiciones, hay muchas ideas preestablecidas y tristemente cuesta romper con ese sistema. Ya dejar la idea de solo buscar un empleo, se debe buscar la forma de generar empleo”⁶⁵, E17

Los jóvenes deben ser astutos y ver fuera, deben viajar, deben romper con las tradiciones preestablecidas y no tener miedo al fracaso, ya que el emprendimiento es un proceso, deben pensar que cuando se emprende siempre se lleva un aprendizaje más positivo que negativo. Otro de los frenos que se puede ver al momento de emprender, es que cuando se inicia un emprendimiento no se puede decir que se va a estar económicamente estable, en algunos casos después de un año apenas se sostienen económicamente, pero la trayectoria profesional les satisface como individuos mucho más que estar trabajando en una compañía con una estabilidad económica mucho más fuerte. Nadie les garantiza que todo es fácil, hay limitaciones, pero sin duda la principal es la económica.

También el ser joven es un factor que a veces les limita porque genera cierta desconfianza, al realizar un negocio cuando se trata de cambiar las perspectivas sociales

⁶⁴ Esteban Miranda.

⁶⁵ Salvador López.

de las empresas existentes en el mercado o cuando brindas un servicio que requiere mayor conocimiento o experiencia. Igualmente sucede cuando hay jóvenes que ponen miles de excusas, cuando deben hacer trámites legales de sus empresas y muchas veces los costes que deben pagar les limitan a emprender.

El aspecto económico los jóvenes emprendedores lo deben hacer legalmente. Hay facilidades para los jóvenes autónomos que emprenden y son menores de 30 años, les dan 6 meses de descuento en la paga mensual, lo que les ayuda porque cuando la situación no es buena y les cobran cantidades que no tienen pues eso también les dificulta. Hay organizaciones que les ayudan no a nivel económico, sino a nivel de asesoría, pero la mayoría están en Madrid, y en Segovia hasta ahora no se conoce ninguna.

Según Madrid *“Cuando se trabaja con proyectos de productos donde sí necesitas invertir se ve muy complicado, por eso hay que elegir emprendimientos que requieran menos inversión y en Segovia hay varias áreas que necesitan ser exploradas”*.

Análisis de la entrevista a jóvenes de Segovia

La situación de desempleo es lo más fuerte que están viviendo actualmente los jóvenes, en la ciudad de Segovia, cuando ellos mismo se refieren a este fenómeno se muestran preocupados y desanimados. La situación actual de desempleo está generando por un lado lo que se ha denominado la generación perdida, personas cualificadas o no, que en el momento de su inserción en el mundo laboral se encuentran con las puertas cerradas del mercado y que a sus 30 años de edad están sin ningún tipo de experiencia profesional.

Por otro lado el desánimo, demasiado tiempo buscando empleo sin resultados conduce al desánimo y los obliga a dejar de buscar. Muchos de estos jóvenes se han incluido en el colectivo NINIS (ni estudian, ni trabajan). No hay que olvidar que el ámbito laboral es otra fuente de aprendizaje del que se está privando a los jóvenes, por lo que sus posibilidades de inserción se ven reducidas. El desempleo está afectando muy seriamente a los jóvenes por ambos motivos, y por ello es necesario encaminar las políticas de empleo al sector joven.

En esta parte del análisis se complementa con el contenido de las entrevistas a jóvenes de Segovia, en el transcurso del análisis se dan a conocer los nombres de los jóvenes entrevistados, correspondientes a cada aportación que ellos mismo hacen. La situación económica que vive España ha forzado a muchos jóvenes a tener que abandonar el país para poder encontrar trabajo.

La elevada tasa de paro supone un coste elevadísimo por los subsidios, reduce los ingresos del Estado vía impuestos, erosiona la credibilidad de España en los mercados y genera un lógico malestar social. Es necesario fortalecer el tejido empresarial, fomentado la creación de nuevos modelos de negocios asociados a las nuevas tecnologías, lo que a su vez favorezca la creación de empleo. A pesar del panorama económico los jóvenes se muestran motivados en sus estudios y en el deseo de formarse como profesionales, aunque hay algunos que se muestran interesados en el emprendimiento social, otros manifiestan miedo y desconocimiento de la actividad.

Según opina De Andrés *“Le gustaría terminar su carrera profesional y trabajar en Recursos Humanos, en Interventor laboral, pero con la situación que se vive es un sueño salir de la universidad y encontrar un empleo...No es mi fuerte pero me gustaría emprender en algún proyecto brindando atención a madres de familias de escasos recursos económicos, en asesoría familiar”*.⁶⁶

Otro joven plantea que, le gustaría llegar a tener su propia empresa pero ahora mismo no se atreve, considera que es una gran responsabilidad, principalmente porque no hay apoyo para los jóvenes. Cuando los jóvenes están motivados a emprender, nadie cree en sus capacidades, y cuando se ven solo pues se desaniman...*“La verdad cuando uno quiere emprender no tiene apoyo y trabajar solo no se va hacer mucho”*.⁶⁷

Eso es lo están viviendo la mayoría de los jóvenes en Segovia. Por lo general los chicos que están emprendiendo, son un ejemplo de admirar porque prácticamente están enfrentándose solos a una cultura que casi no cree en los jóvenes, una cultura que no invierte, y solo mira cómo se van los talentos del país. Según Castillo *“Es una triste realidad la que estamos viviendo los jóvenes, cuando miras que hay otros países que apoyan a los jóvenes pues te animas a dejar los miedos y enfrentarte e trabajar por tu proyecto, solo esperemos que esto cambie y haya más oportunidades, ya sea laboral o*

⁶⁶ Jóvenes entrevistados: Juan Carlos De Andrés.

⁶⁷ Juan Antonio Gonzales.

*de apoyo a los emprendedores, y mucho más si son emprendimiento sociales, porque al final eso ayudará el desarrollo tanto de nosotros en la práctica y nuestra economía como el beneficio de la ciudad”.*⁶⁸

La mayoría de los jóvenes entrevistados, que no emprenden consideran importante emprender principalmente en este momento que la situación de encontrar un empleo para los jóvenes es crítica.

Al menos dos de los tres jóvenes no descartan la idea de emprender muy pronto. Son conscientes de que no les han inculcado el deseo de tener algo propio, no se les ha enseñado la cultura emprendedora como en Irlanda, Holanda e Italia. Son países que tienen una amplia cultura emprendedora, muchos son los jóvenes que tienen sus propios negocios, que se motivan por tener y buscar sus propios recursos, tienen ese espíritu por emprender; mientras que en España, la mayoría lo hacen por necesidad hasta que buscan un empleo y no lo encuentran, se atreven a emprender y es allí donde fracasan porque no tienen una experiencia y no hay mucho apoyo al sector del emprendimiento social.

Según uno de los jóvenes *“Tener mi propia empres, y que sea sostenible económicamente y dar empleo a demás jóvenes, es una opción que no descarto, pero creo que los emprendedores lo tienen muy difícil con la crisis actual. El tema del desempleo y el emprendimiento social, debe ser un tema que esté al día en la agenda pública y los medios de comunicación transmitiendo mensaje más dirigido a los jóvenes al empoderamiento, a la innovación”.*⁶⁹

Conocer el emprendimiento social es muy importante para los jóvenes, porque se trata de emprender con un fin social y de que el objeto social sea ofrecer un beneficio que favorezca a todos, que haya beneficio tanto para la ciudad y su desarrollo, como empleo y sobre todo que los jóvenes puedan sentirse útiles para la sociedad; todo con un fin de compañerismo y amor por el desarrollo social y económico de la comunidad.

El emprendimiento es una solución innovadora a un problema de desarrollo socio-económico y una estrategia que puede proporcionar grandes beneficios a la sociedad. Es una forma de hacer frente a problemas de desarrollo social, culturales y económicos.

⁶⁸ Blanca Estela Rubio

⁶⁹ Entrevista a Miguel Ángel Castillo

Una de las jóvenes entrevistadas, comenta

“Mi sueño es prepararme como Profesora de Economía o Asesora Financiera. Solo espero tener un trabajo en ello cuando termine la carrera, da tristeza ver a mis amigas que han salido hace dos y tres años y no tienen nada de trabajo, y sus padres les tienen que dar para tener un euro en el bolsillo, es una vergüenza pero es lo que vivimos los jóvenes, aunque me gustaría tener mi propia empresa, me da un miedo horrible tener bajo mi tanto responsabilidad, quizá lo haga en un futuro, quizá que haya asesoría y así ya saber cómo hacer el proceso, estar seguro que estás haciendo algo bueno y que no se va a fracasar en un año”,⁷⁰

Otros jóvenes plantean terminar sus estudios en las carreras de Derecho, Administración de Empresa y Turismo. En Segovia hay muy pocas organizaciones e instituciones que apoyan el emprendimiento social. Están, como hemos visto antes, las Lanzaderas de Empleo, que gestionan programas de *coaching* para cambiar la actitud de los desempleados hacia el autoempleo. Sin embargo hay jóvenes que desconocen el trabajo de esa organización.

Según uno de los jóvenes

“He oído buenos comentarios del trabajo que está realizando las Lanzaderas, aunque no conozco los resultados de las mismas, considero que no lo divulgan de la mejor manera y no explican especialmente para quienes está dirigido, muchas veces cuando queremos buscar ya han pasado los proyectos y quedamos en lo mismo, deberían trabajar más en la divulgación de la manera adecuada para llevar a los jóvenes principalmente”,⁷¹

Escalera es otra organización que trabaja con jóvenes de Segovia, gestionan iniciativas innovadoras que impactan positivamente sobre el crecimiento de la ciudad, al ser programas dirigidos a los jóvenes de alguna manera cambian la mentalidad de los mismos, se empoderan y es cuando miran otras alternativas para enfrentar la situación económica. Los jóvenes muestran la realidad que saben de las organizaciones que promueven programas juveniles, en algunos casos los conocen, pero hay jóvenes que no se interesan por conocer sus estrategias.

⁷⁰ Leticia Del Pozo.

⁷¹ Héctor Rubio.

Uno de los jóvenes, señala *“Realmente conozco la existencia de determinados organismos de Castilla y León (como INJUVE) y otros como SEGOVIA JOVEN del Ayuntamiento, pero exactamente no conozco su actividad, me gustaría conocer más del trabajo que ellos realizan, deben enfocarse más en los mensajes para llegar a los jóvenes”*.⁷² “Agilismo”, es otro de los actores sociales de Segovia, es un movimiento colaborativo cuyo objetivo es favorecer el cambio de personas y entidades, el grupo se reúne una vez al mes y organizan actividades grupales, analizan las problemáticas, ese tipo de organizaciones deben crearse más en la ciudad. El parque científico de la Uva con el lema “Soy emprendedor UVA”, desde el 2007 iniciaron la actividad con el fin de promover la creación de empresas basadas en nuevas tecnologías o en el uso intensivo del conocimiento. Según Daniel Miguel San José *“Es importante tener en cuenta que el trabajo destinado a promover la cultura emprendedora en una comunidad universitaria es una labor compleja y a muy largo plazo, se sabe cuando se siembra, pero no se tiene ninguna certeza sobre la recogida de los frutos”*.⁷³

La agencia de innovación, empresarial de la Junta de Castilla y León organizó a inicios del 2015 una jornada, denominada ‘Tecnologías descriptivas que cambiarán nuestra Economía: Emprendimiento e Innovación’, en la Universidad de Valladolid-Campus María Zambrano, y ahí se dieron cuenta de que apoyar a los jóvenes a emprender les ayuda mucho.

Según uno de los jóvenes entrevistados *“ya es hora que se dé cuenta el Ayuntamiento de esta ciudad y demás organizaciones que apoyar las iniciativas de los jóvenes, nos ayudará a salir de la crisis. Las organizaciones y la administración pública, deben crear campañas informativas, buscando verdaderos profesionales para el asesoramiento al emprender, facilidades de crédito, subvenciones y bonificaciones. Su apoyo permitiría que esas iniciativas contribuyan al desarrollo tanto de los jóvenes como de la sociedad, aun me he atrevido a emprender, y no me gustaría arriesgarme, porque no veo ningún futuro para los jóvenes, no veo que nos quieran apoyar y, para mientras haya cambio, seguiré buscando un empleo, si me permite ahorraré y solo después miraré la forma de trabajar independiente”*.⁷⁴

⁷² Entrevista a Arturo De Andrés.

⁷³ Daniel Miguel San José. Director general del parque Científico de la Uva, referencia del libro Soy emprendedor Uva.

⁷⁴ Entrevista a Esteban De Pablo.

En Segovia hay varias iniciativas que buscan el beneficio social una de ellas es un proyecto por iniciativa de una de las jóvenes entrevistadas, que consiste en llegar a aquellos niños que necesitan ayuda en algunas asignaturas, niños que no pueden permitirse recibir clases de pago por no tener recursos para tener clases particulares, aunque necesitan apoyo o refuerzo.

Según la joven *“Si recibiera apoyo por parte de alguien lo haría mucho mejor, a veces los jóvenes tenemos las ideas, pero como nunca nos han inculcado el de trabajar en lo que nos gusta, descubrir nuestro potencial, cuando lo hacemos tenemos mucho miedo, ya es hora de hacer ese cambio, es cierto que cuesta, pero nadie te garantiza que será difícil... lo importante es hacer el intento y si se mira qué necesita y no tiene ese recurso hay que buscar, pedir, alguien tendrá que escucharte.”*⁷⁵

Con esta información queda comprobado que en Segovia, hay muchos jóvenes con deseo de emprender, pero también con mucho miedo de hacerlo, en algunos casos por falta de experiencia, por falta de ayuda o apoyo, tanto en asesoría como en financiación para los mismos. Y aunque hay algunas organizaciones en Segovia que conceden créditos y asesoramiento y en algunos casos les apoyan, les piden trámites muy costosos y que al ser jóvenes que están iniciando su vida laboral difícilmente van a poder pagar. Los jóvenes sienten que la situación es muy crítica para ellos, según una de las jóvenes *“Es una situación muy lamentable, que perjudica a gran parte de la población española, especialmente a jóvenes que no tienen oportunidad de demostrar su valía y conocimientos, y también a parados de larga duración que se sienten “excluidos del ámbito laboral”, sin esperanza de encontrar empleo, en mi opinión son los más perjudicados por la crisis económica.”*⁷⁶

⁷⁵ Rosa Estela Collado.

⁷⁶ Entrevista a Paula Revilla, detalles en anexos.

4.1.3. ANÁLISIS DEL GRUPO DE DISCUSIÓN

El grupo de discusión es una de las herramientas primordiales que se tomaron en cuenta para conocer del emprendimiento social juvenil en Segovia, el público objetivo son los jóvenes segovianos, para tal fin se realizaron tres grupos de discusión, y en ellos los jóvenes reflejaron la realidad que están atravesando. Sobre todo se discutió el emprendimiento social, como una alternativa de empleo para los jóvenes de Segovia.

El análisis de los Grupos de Discusión, está formado por un grupo de discusión con jóvenes de Segovia, otro grupo de discusión con jóvenes universitarios de Segovia y el tercero con jóvenes emprendedores de Segovia. El análisis está complementado por la participación de los jóvenes, esta segmentado por un orden, y se han elaborado preguntas, donde se amplía el análisis con lo que los jóvenes consideran. Cada contenido se abre con un subtítulo que hace alusión al contenido del análisis. En los grupos participaron un número aproximado de 20 jóvenes segovianos.

El empleo y el emprendimiento juvenil en Segovia.

Percepción de la realidad por los jóvenes segovianos

El tema del emprendimiento social en Segovia es muy nuevo, siendo que es una ciudad pequeña, y tiene pocas empresas que brinden empleo. De tal manera se complica más al momento de buscar empresas donde los jóvenes puedan realizar sus prácticas profesionales al finalizar sus carreras y que se relacionen con el perfil de las mismas, por ejemplo los jóvenes que estudian publicidad, turismo, etc. Al iniciarse a buscar un empleo no tienen opciones, no hay empresas que les brinden esta oportunidad. El desempleo es una de las principales razones por las que muchos jóvenes segovianos se aventuran a emprender. Lo cual no es nada fácil, por varias razones, una es en términos económicos, y también no hay ayuda, no hay un soporte, nadie les ayuda.

Según uno de los jóvenes.

“Claro pues al emprender nadie te va a tirar para atrás lo que intentes, pero vas a tener que hacer un esfuerzo enorme y hay que buscar o tener un soporte

económico que te permita seguir o sacar adelante tu emprendimiento, emprender es una situación que no es nada fácil, hay que estar consciente que con la situación económica que se vive, si quieres emprender vas a tener que sudar mucho. No es nada fácil”.

También hay empresas tecnológicas, y con las nuevas tecnologías de internet se puede trabajar desde cualquier parte y para cualquier empresa. Los jóvenes de Segovia ven este fenómeno como oportunidad para emprender, facilita que puedan estar trabajando para clientes de la misma ciudad, de otras ciudades de España y del mundo y esa es una oportunidad que tienen, y que deberían expresar.

Plantea uno de los jóvenes.

“El nuevo fenómeno de la tecnología, es una gran oportunidad para emprender, eso hace que haya un poco de movimiento con las industrias y muchas empresas que son de Madrid están dando las oportunidades a los jóvenes, y no hay que desaprovecharlo, se puede trabajar ideas que sean de beneficio social y así todo salimos ganando⁷⁷”.

Segovia es una ciudad que tiene muchos espacios públicos que son desaprovechados, hay muchas infraestructuras que las han dejado paralizadas, las administraciones públicas deben ayudar para que se continúe con esos proyectos y sean aprovechados.

Según uno de los jóvenes

“La administración pública debe trabajar en la construcción de los edificios que se han dejado abandonados, considero que con un buen planteamiento podrían hacer algo con jóvenes que tengan base tecnológica que las fronteras no sean una barrera, que ni el tiempo ni el espacio se vean influidos porque teniendo internet haces una conexión con skype, u otra red y todo queda solucionado”.

El problema es que hay personas que no confían en los jóvenes, porque gran parte de la juventud no son conscientes de que pueden crear una idea, que no necesariamente puede ser algo físico, puede ser algo descentralizado, puede ser un espacio virtual; muchos no logran ver que pueden hacer eso porque en la educación formal, ya sea en el bachillerato o la universidad, no se les enseña.

⁷⁷ Cesar Miranda Gómez.

Según uno de los jóvenes.

“Hasta hace poco tiempo todo estaba dirigido a la forma tradicional que hasta este momento existía de encontrar un trabajo y acomodar su perfil de los estudios, al momento de finalizar la carrera hacer un currículum y enviarlo a empresas que te van a contratar, y ese modo de trabajo prácticamente ya no funciona, va quedando descartado, ese modo antiguo de enviar tu currículum y te llamaban o contactaban si les interesaba tu formación, todo ha cambiado. Ahora pueden pasar tres años y no encuentran un empleo”.

Los jóvenes son conscientes de que cuanto más tiempo le dediquen a esta forma antigua de buscar un empleo, sobre todo en la formación, menos oportunidades de empleos van a tener. Quizá en algún momento lo encontrarán, pero deben pensar que la práctica también los fortalece, y el emprender les favorece en sus conocimientos y serán más competentes en el mercado laboral.

Aunque hay pocas organizaciones que promueven el emprendimiento hay algunas que por el momento lo hacen. Según uno de los jóvenes *“Hace unos pocos días miré información que la universidad de San Sebastián, había creando una programa que se dedica a motivar a los jóvenes a crear sus propias empresas, les facilitan a los jóvenes emprendedores un capital que deben invertir al momento de formar parte de la universidad, y les dan seguimiento.”*, D6 .

Ese apoyo que dan a los jóvenes universitarios, es un verdadero ejemplo que debe ser considerado a realizar en Segovia, en una gran oportunidad que les permite adquirir experiencias, aunque no se les garantiza que les saldrá bien el proyecto. Pero, si les sale bien pueden seguir con el proyecto, y si les sale mal es algo que han ganado, ya que en el momento de buscar un trabajo van a tener una experiencia y por lo tanto hay más posibilidades de ser elegido con más facilidad en el mercado laboral.

Agrega uno de los jóvenes.

“No es lo mismo que vayas a buscar un trabajo con experiencia y con un buen currículum y digas he hecho esto y esto, a que digas he salido de la universidad y no tengo experiencia... Como empresario obviamente me quedaría con el chico o la chica que al menos lo haya intentado, independientemente que lo haya hecho bien o lo haya hecho mal. Las ganas de hacer y lo que aprendes al hacerlo es

mucho más competente que pasar horas frente a un papel leyendo que luego haces un examen, lo apruebas o no y simplemente tienes una respuesta de sí o no, que al final nadie te garantiza que te darán ese empleo porque son muchos jóvenes los que están en lo mismo”.

Percepción del desempleo por los jóvenes Segovianos

Hay una serie de tópicos desde hace tiempo respecto al desempleo, no solo en Segovia, sino también en las pequeñas ciudades de España, que se repiten una y otra vez sobre que al que no encuentra trabajo le está yendo muy mal. Principalmente aquellos jóvenes que han finalizado sus estudios y llevan meses o años que no han conseguido un trabajo, refuerzan ese sentimiento negativo a base de repetirse el tópico de “no hay nada”, “aquí no hay trabajo, no hay industria, nadie nos ayuda, estamos en crisis económica”.

Los jóvenes perciben la realidad del desempleo como un problema sin salida, ya que no se motivan por buscar otra fuente para mejorar sus condiciones. Uno de los jóvenes considera al referirse de la realidad de Segovia y la situación en que se encuentran los jóvenes que *“Segovia solo es hostelería, y todo este tipo de tópicos a base de repetirse mucho se lo termina creyendo la persona y hace que le cueste más salir del agujero. Lamentablemente en esta ciudad ese tipo de pensamiento está muy latente”.*

Los jóvenes deben ser conscientes de que hay que romper barreras y dejar atrás la mala situación. No es solo ver lo que ya está estructurado, sino ver más allá de la realidad que perciben. Cuando se enfocan en ver cosas diferentes, crear, innovar, reunirse con otros jóvenes para ver de qué forma pueden hacer algo diferente, eso les permite ver la realidad con positivismo; muchos jóvenes están trabajando en emprendimientos sostenibles, esos testimonios contagian a los demás jóvenes que están desmotivados. Otro aspecto es que la educación lleva mucho tiempo moviéndose en una estructura muy vieja, no presentan actividades nuevas, siguen con el sistema de educación memorística y repetitiva.

Añade uno de los jóvenes.

“Es una triste realidad, ver como la misma educación se encarga de enseñar los mismos tópicos, los mismos maestros te limitan, siempre es lo mismo y en el año que estés de la carrera, te dan lo que vas a estudiar, lo debes aprender de

memoria, y debes decir todo como está en el papel, así la mente se estructura a lo mismo, no te dejan crear, innovar, la educación ni los maestros son emprendedores, no te motivan, aunque algunas veces se tiene la suerte de encontrarte con maestros que te cambian el panorama y te enseñan a ver de diferente manera”, ⁷⁸

Los jóvenes de Segovia, son conscientes de la realidad que están viviendo, aunque consideran que cambiar esa formación que tienen no será nada fácil. Según uno de los jóvenes *“Tristemente eso es algo que va a tardar mucho tiempo en cambiarse, el hecho de que se inculque cambiar de mentalidad, por ejemplo que tienes que ser tú el que busque, que seas tú quien busque lo que necesitas, que tienes que buscarte la vida, que debes reinventarte, que no puedes quedarte parado simplemente viendo o denunciando lo mal que están las cosas. Pero hay que ser conscientes que ese es un chip mental que tarda incluso casi hasta generaciones, pero hay que ver que esa es la dirección que debemos seguir, D5.*

Otra limitación es en el caso de Segovia, el hecho de ser una ciudad pequeña y no haber espacio físico para algunas cosas. La salida que queda es montar un emprendimiento social que sea digital, que no los limite el hecho de estar en una ciudad que no es muy grande. El desempleo es un tema que afecta casi a la mayoría de los jóvenes de Segovia, y casi todos cuentan la misma historia al discutir el tema del desempleo.

Según uno de ellos

“Aquí tenemos amigos o conocemos casos de jóvenes profesionales, excelentes académicamente, incluso con carreras de las más prestigiosas del país, que han salido de las universidades más prestigiosas y que tristemente no encuentran nada, no tienen posibilidad, pasas cada mes y solo les queda la sensibilidad que no encuentran nada y eso los deja más deprimidos”, D9⁷⁹

Según otro de los jóvenes

“Otro punto es la calidad del empleo a nivel salarial, a los jóvenes nos han metido en la mente que cobrar 600 o 700 euros es el gran sueldo. Cuando hace cinco años eran mil euros lo que se pagaban y eso no era nada, simplemente

⁷⁸ Julián Gómez información en anexos.

⁷⁹ Teresa Torres.

han bajado a ese nivel y nos han acostumbrado que ese salario es bueno, y hasta nos peleamos por un salario de esa cantidad. Y hay mucho que se sienten cómodos, es parte de la doctrina que les han vendido, y solo nosotros mismos vamos a cambiar al no aceptar esa realidad”,⁸⁰ D6.

De la misma manera que hay que romper la barrera de las viejas estructuras en la educación, también hay que romperlas en lo político, en lo económico y en el sector de la comunicación, en este caso en el tema de la publicidad. Ya que cuando los jóvenes terminan la carrera de publicidad la única alternativa que tienen es emigrar a Madrid a empezar sus prácticas en una empresa, en muchos casos gratis o con un sueldo irrisorio. Y los jóvenes son conscientes de esa realidad, saben que no son prácticas, que son puestos de trabajo encubierto al que se dan el nombre de prácticas.

Según uno de los jóvenes.

“De cualquier caso para hacer prácticas sería ir a una empresa y ver cómo trabajan. Pero cuando está en la empresa, ves que no son prácticas sino que eres un trabajador más y que estás haciendo lo mismo de los que están contratados, lo que pasa que cuando terminas la carrera se lo dan con la etiqueta de prácticas y te pagan 300 euros al mes o a veces nada, porque también hay prácticas no remuneradas, es una triste realidad la que estamos viviendo los jóvenes y no solo en Segovia sino en todo el país”⁸¹.

Lamentablemente esa situación la están viviendo muchos jóvenes que están terminando de estudiar, y lo peor es que hay muchos que se conforman y se justifican.

“Al ver esta situación, que es lo que queda, pues ir a Madrid y te queda ajustarte a lo que te den. Cuando no te revelas no queda de otra, o accedes a ese sistema lisiado o me levanto por la mañana al día siguiente, y ver qué puedo hacer yo, que puedo ingeniar y que es lo que de verdad se hacer, el caso es que todo está hecho para qué pases por ese mismo sistema, no te dan otra oportunidad, no tienes otras facilidades para hacer otra cosa, y lo que les interesa es que sigas en ese mismo círculo, y si quieres hacer otra cosa tienes que remar muy a contra corriente”, D5

⁸⁰ Wilfredo De Andrés Jiménez.

⁸¹ Laura Aragoneses.

El emprendimiento social como alternativa de empleo para los jóvenes de Segovia

Los jóvenes consideran y están seguros que el emprendimiento social es una alternativa para salir de este círculo vicioso que tienen, la crisis y el desempleo. Son conscientes de que cuando emprenden con un perfil social deben enfrentar riesgos, enfrentarse a algo que no saben si será fácil o más difícil; pero compensa al ser una actividad enfocada desde el punto de vista ético y también la desde la satisfacción tanto profesional como personal, tanto en lo económico como en lo social.

Algunos jóvenes conocen la actividad del emprendimiento social, cómo se debe realizar y el proceso que deben seguir, y tienen claro que debe ser sostenible económicamente considerando que al ser un emprendimiento social, no debe ser solo de ayuda, sino también dar beneficio.

Según uno de los emprendedores segovianos *“El emprendimiento social también debe ir acompañado de términos económicos, considerando que es una actividad que se mueve para solucionar las necesidades sociales existentes, también considerando que es más complicado la viabilidad económica y sabiendo que los beneficios de un emprendimiento social son todavía más difícil, los resultados se ven a mediano o largo plazo”*.

Sin embargo la situación no les permite invertir aunque consideren que emprender socialmente es importante para el desarrollo de la ciudad y una satisfacción como personas. Añade uno de los jóvenes.

“El emprendimiento social es muy urgente, pero se necesita invertir, sabemos que es importante, y eso es una contradicción y un problema fatal, porque me parece súper necesario pero lamentablemente dentro de este sistema económico, estamos a contra corriente, y lo peor es que se cobra un salario de 600 euros y no alcanza ni para vivir, no se pueden dedicar a nada, si se tuvieran una base económica en la cual puedes decir, bueno estoy viviendo bien y me sobran dos euros al día, puedes motivarte y decir que puedes emprender socialmente, y te sientes impotente porque todo va de la mano, si no puedes ni pagar para vivir, te tienen que estar ayudando otras personas, tus padres, tus familiares con lo que sea para vivir, como vas a poder emprender un proyecto social”.

Según uno de los jóvenes, cuando eres joven y te enfrentas a estas situaciones no quedan muchas alternativas. Muchas veces se ven obligados a hacer cosas más mercantilistas, que les den una solución, donde puedan ver parte de los problemas resueltos y a partir de allí pueden plantear proyectos sociales. Pero ya una vez teniendo resueltas las necesidades básicas cubiertas, porque si no las tienen cubiertas será muy difícil lanzarse a emprender un proyecto principalmente que sea social. Un ejemplo claro es la experiencia de emprendimiento social Rorschach antes comentada, que es una alternativa real de emprendimiento que satisface a sus cinco socios. Convencidos de que el emprendimiento social es una alternativa de empleo principalmente para los jóvenes, y con este emprendimiento que surge en la universidad de Valladolid-Campus María Zambrano, es un proyecto que les satisface personalmente, aunque económicamente aun no les llena las expectativas porque aun están abriendo mercado.

Un joven dice *“Nos estamos dando a conocer, la satisfacción más grande es vender las libretas, y ver a las personas que las han elaborado, nos orgullece, porque ayudamos a personas con problemas mentales, en comparación cuando nos pagan por la elaboramos de una página web y que no hacemos ningún beneficio social, pues nos satisface al saber que trabajamos con personas que en realidad lo necesitan”*.

Según otro de los socios:

“La satisfacción que sientes cuando realizas un emprendimiento social no se puede comparar que cuando realizas un emprendimiento meramente económico. Está claro que cuando inicias un emprendimiento social, es muy difícil cuando no es sostenible económicamente, está claro que necesitas comer, pagar un piso y los demás gastos. Por lo tanto necesitas un básico de dinero para vivir bien, y después dedicar tu tiempo para emprender”.

Los jóvenes plantean que una alternativa que daría solución a la problemática que viven, sería que el programa del Ayuntamiento de Segovia, dirigido por su alcaldesa Clara Luquero, incluya en el presupuesto una partida destinada a dar soporte a jóvenes que emprendan proyectos sociales, que tengan unos objetivos coherentes y relacionados al plan de gobierno que haya para la ciudad con el compromiso social; que de esa manera se pueda ayudar al desarrollo económico de la ciudad.

Según López *“Si se incluyera una partida dirigida a ayudar tanto económico como en*

asesoría a los jóvenes que presenten sus ideas, sería mucho más fácil y hubiera mayor participación por los jóvenes, es hora que se den cuenta que es una de las formas para dar respuesta a las necesidades que se viven, creando ideas innovadoras que conserven la cultura, las tradiciones de la ciudad”⁸².

El emprendimiento social juvenil, la administración pública y los actores sociales

El emprendimiento social juvenil, es una de las actividades que la administración pública y los actores sociales de Segovia, están enfocados en apoyar, por lo tanto plantean gestionar proyectos y actividades que estén relacionadas al desarrollo de los emprendimientos sociales.

Aunque actualmente la mayoría de los jóvenes que emprenden socialmente, no reciben apoyo financiero, aunque es cierto que hay algunos jóvenes que han sido beneficiados por algunos concursos que ha venido gestionando la Universidad de Valladolid-Campus María Zambrano. Por ejemplo, el año pasado se realizó un concurso de emprendimiento, y a los ganadores les dieron premios de 1000 euros, los jóvenes ganadores invirtieron el dinero en material para iniciar a trabajar con sus empresas.

Como resultado de ese concurso, surgió la empresa social de la que se ha venido hablando en el apartado anterior, el proyecto social de las libretas en coordinación con la asociación de las personas con enfermedad mental. Según uno de los jóvenes, “...*la universidad es la única institución que hasta el momento ha apoyado a los jóvenes a emprender y que les ha motivado*”.

Aunque la universidad no tiene un programa dirigido al emprendimiento social juvenil a largo plazo, ayuda a pequeña escala; pero los jóvenes consideran que estas actividades no llenan sus expectativas como verdaderamente ellos demandan. Los jóvenes que participaron en el grupo de discusión, desconocen si en Segovia hay alguna organización que les de financiación, ya que solo conocen la asesoría y el hecho de que en algunos casos las que brindan apoyo económico son las cooperativas, pero tienen que estar asociados. En el caso de FES (Federación empresarial Segoviana), ellos apoyan a los jóvenes con asesoría y cuando finalizan los talleres, los asesoran para ver en qué banco pueden solicitar préstamos.

⁸² Teresa López información en anexo.

Otro de los actores sociales que apoya el emprendimiento social es la Caja Rural de Segovia, aunque según los jóvenes les piden varios requisitos que muchas veces les cuenta completar.

Según Gonzales *“Últimamente por la situación económica que tenemos, hay algunas organizaciones que están promoviendo el emprendimiento en la ciudad, una de estas es la Cooperativa Caja Rural, lo único malo que ésta apoya solo entre cooperativas, o al menos que te unieras a una cooperativa, ellos apoyan proyectos sociales, con el nombre de proyectos de economía social. Les dan ejemplo de proyectos ya existentes para motivar a los jóvenes, el programa beneficia a los jóvenes, les daban 1000 euro, pero lo malo es que les dan un seguimiento, no elaboran los proyectos con objetivos a largo plazo, donde les permita a los jóvenes continuar y ver los resultados”*,⁸³

Los jóvenes también reconocen el trabajo que ha realizado la Universidad de Valladolid en el Campus María Zambrano, reconocen el apoyo que les ha brindado a los jóvenes, principalmente a los emprendimientos juveniles presentados por los alumnos recién titulados que salen de los diferentes grados, y no solo realizando apoyos monetarios cuando hay algún concurso. En cada informe que se presenta a la universidad, ya sea de investigación o trabajo académico, les reconocen y eso es un pilar fundamental sobre todo si estas son iniciativas de emprendimiento juvenil. Los jóvenes se sienten apoyados por el Campus, aunque sienten la necesidad de que se desarrollen proyectos y programas que promuevan el emprendimiento social juvenil.

Según uno de los jóvenes *“Reconocemos el trabajo que hace la universidad aunque debe gestionar fondos y ayudar las ideas que sean con fines sociales, ya que esas ayudaran al desarrollo tanto de la ciudad como los ciudadanos, debe asociarse con demás organizaciones que brinden apoyo a los jóvenes, creando alianza con universidad de otros países, las que emprenden socialmente, compartiendo ideas de proyectos que sean ejemplo no solo para Segovia sino también España, que son pocos los emprendimientos que se impulsan, organizaciones como ASHOKA, que promueve el emprendimiento social, pero lo hace en varios países del mundo”*,⁸⁴

Es importante que dentro de las propias universidades, los diferentes departamentos, tengan poder de autorización y que les den un presupuesto para apoyar estas iniciativas,

⁸³ Sofía Gonzales, información en anexo.

⁸⁴ Indira Hurtado, detalles en anexo.

porque la situación que enfrentan es que no tienen recursos económicos de manera notable. Lo importante es que estén comprometidos con el desarrollo de las iniciativas emprendedoras presentadas por sus estudiantes.

Agrega uno de los jóvenes *“Deben buscar la manera de apoyar y que no sea solo un apoyo en vano de que bueno soy que te apoyo, sino que pueda haber un beneficio mutuo, ellos salen beneficiados porque los jóvenes también les apoyan, y los mismo jóvenes también se benefician porque luego encuentras un trabajo, y ves que ha merecido mucho la pena, y se han beneficiado todas las partes, solo es querer hacerlo, querer apoyar y encontrar una solución, considero que tiene que haber la posibilidad, de apoyar cualquier emprendimiento social propuesto por los jóvenes.”*

Lo que deben hacer las administraciones públicas y los actores sociales para apoyar a los jóvenes a emprender socialmente

Las administraciones públicas y los actores sociales involucrados con el emprendimiento social, deben brindar un apoyo para que merezca la pena emprender, que tenga los beneficios necesarios, que les permita descubrir sus potencialidades y a la vez hagan buenas cosas por la sociedad; un proyecto por el beneficio y bienestar social. Promover actividades con ideas que motiven a los jóvenes y que eso les ayude a dedicarle tiempo y despertar el interés por seguir sus sueños, impartir talleres con frecuencia y hacer una buena convocatoria, con tiempo de que llegue el mensaje.

Uno de los puntos importantes a mencionar es que la administración pública tiene muchas infraestructuras vacías, por lo que tampoco hace falta que inviertan grandes recursos, sino simplemente aprovechar los recursos que hay y saber administrarlos.

Según uno de los jóvenes *“Un ejemplo es la infraestructura del edificio de emprendedores del Círculo de las Artes y la Tecnología (CAT), allí tienen tres oficinas las que están sin uso, deben facilitar el arranque a los jóvenes al momento de emprender. Sería importante que faciliten el uso de esas oficinas, que los jóvenes paguen los gastos del servicio público, y aprovechar su uso, y así no corren el riesgo de que se metan a robar, o suceda cualquier cosa. Deben ponerse a pensar que si no tienes para iniciar pues te sería de gran ayuda, diferente es ya estés generando ganancias y que puedas pagar una oficina”, D15.*

Otra alternativa sería que se motive a los jóvenes a presentar los emprendimientos sociales que quieran iniciar y que les den un año o dos años un local para que saquen adelante la idea. Y si los objetivos se cumplen pues buscar otra forma de continuar. No es regalar dinero como tal, sino facilitarles y aprovechar los recursos existentes del Ayuntamiento, la Diputación, etc., y que están sin ocuparse.

También deben facilitar el tema del pago del impuesto de la cuota de autónomos, y pequeñas empresas, facilitar, principalmente a los jóvenes, este trámite porque hay muchos que tienen ideas y se pierden por la maraña burocrática que hay que hacer previamente. *“Tristemente para tener el primer día trabajado ya tienes que haber pagado dos mil euros”*

Hasta que un emprendimiento empiece a dar beneficio pasará un tiempo, por lo que tienen que cubrir todos sus gastos, y eso hace que se deba apoyar por lo menos para que no paguen los primeros meses.

En varios países europeos no pasa lo mismo que en España con la cuota para iniciar un emprendimiento, aquí se paga antes de iniciar mientras que en otros países apoyan a los jóvenes. En España deben dar una cuota de 250 euros al mes. Habrá gente que dirá que no es nada pero hay muchos que no lo pueden pagar y se quedan sin hacer nada.

Dice uno de los jóvenes, *“Si hubiese apoyo cambiaría la situación, por ejemplo si estas iniciando y vez que el gobierno te está quitando dinero de alguna u otra manera, pues cuando tengas dinero estás cabreado con ellos, pero sí en cambio te facilitan al inicio esa ayuda luego se lo vas a dar cuando lo tengas y tranquilo, porque vez que te han ayudado, has confiado en mí, te lo devuelvo como debe ser”*.

Algunos culpan a la mala gestión política la situación económica que están viviendo, consideran que se debe enfocar más el tema de la juventud, pero no solo verlos como los más perjudicados, sino crear programas que los beneficien directamente, no regalándoles nada sino apoyándoles. Deben incluir en la agenda pública el emprendimiento juvenil como una urgencia.

Según los jóvenes.

“En parte la mala situación es una cuestión política y es que falta poner ese foco de atención en la gente joven, que lo están descuidando, no entiendo porque no

lo hay, no se sabe si es porque luego hay cosas del orden del día que se les comen las agendas o es que no les interesa, por lo que sea pero el caso es que no se mira realmente a jóvenes que se motiven a emprender y a facilitar el emprendimiento social juvenil. Hay un vacío muy evidente y debe ser una prioridad para las autoridades el tema de la juventud, porque en cierta manera somos los que vamos a sostener el país porque cada día hay más jubilados.”

Lo que más les ha costado a los emprendedores sociales de Segovia en el momento de emprender

El tema económico es lo primero que sale al discutir sobre lo más difícil que han enfrentado los emprendedores de Segovia en el momento de iniciar sus empresas.

Según Navarro *“Sin ir más largo, lo más difícil ha sido el tema económico, el hecho que sin haber iniciado ya tengas que pagar un dinero por seguridad social, dinero que ni siquiera generas, y como te haces viable económicamente, sino tienes la suerte de que te entre dinero por otro vía, muchos hacen mano del apoyo familiar pero en el caso que no lo tengas te quedas totalmente atado de pies y manos, no puedes hacer nada”*,⁸⁵

La financiación y los trámites legales para abrir la empresa, es lo más difícil que han enfrentado los jóvenes de Segovia en el momento de emprender. Desconocen las organizaciones que apoyan iniciativas juveniles, en algunos casos no llega la información a los jóvenes, de lo que se deduce que no utilizan los medios indicados o no emplean la estrategia indicada, ya que los jóvenes muchas veces desconocen esas actividades. Pero también hay algunas herramientas que les permiten emprender sin tener que hacer mucha inversión y es lo que están implementando, el uso de la tecnología, ya que a veces solo necesitan el servicio web, internet y los ordenadores... Lo que no implica tantos gastos. En el caso de los jóvenes que quieren iniciar otro tipo de empresas, se debe partir de una inversión inicial muy alta.

Interés de los jóvenes Segovianos por tener su propio emprendimiento

En esta ciudad en poco tiempo los jóvenes están cambiando de mentalidad, antes no se tenía ese interés por tener su propio negocio. Muchos siguen el círculo de sus familias, salir de la universidad y buscar un empleo para tener un buen cargo público.

⁸⁵ José Navarro, audio en anexo.

“De esta situación no es solo culpa del propio joven sino de la familia, porque la misma familia le impulsaban a solo buscar un empleo, búscate algo seguro, haber si entras a alguna empresa y ya te olvidas de todo, consigues algo que estés fijo y después no tenían más que hacer, muchos jóvenes iban encaminados a esa misma costumbre, sin planearse tenían cortada la posibilidad mentalmente de tener su propio emprendimiento, antes iba todo más dirigido a fórmate bien para que alguien te contrate, fórmate bien para que ahora que estés formado voy a demostrar que puedo hacer yo por mi mismo. La generación de nuestros padres, fue lo que vivieron el hecho de sacar una carrera profesional, y esa carrera te iba asegurar un trabajo y te iba dar una estabilidad y tranquilidad, eso es lo que en ese momento había que hacer, por consiguiente nuestros padres lo que luego han querido para sus hijos era lo mismo, transmitían el mismo patrón de estudio, prepárate en algo que tenga prestigio y luego a trabajar para alguien y estar tranquilo y tal”.

Eso es algo que se va cambiando muy poco a poco y va entrando ese cambio del emprendimiento, pasar a tener un negocio, a ser independiente. En Estados Unidos, el emprendimiento juvenil, es algo que se va potenciando desde hace mucho más tiempo, y ver eso les va concienciando un poco, pero es una idea que está en forma de germen que tienen que ir calando poco a poco los jóvenes.

Según la joven Molina *“Tenemos que emanciparnos en ese sentido, había un verbo muy mencionado, todo padre tenía un sueño para su hijo. “Que estudie y después de estudiar que se coloque”. Colocarse significaba encontrar un trabajo pero ya un trabajo de por vida, por ejemplo si empezaba a trabajar era hasta los 65 o 70 años. Lo que quería la persona que estudiaba era encontrar un trabajo y ya tener un trabajo permanente, quizá ir poco a poco descendiendo. Pero no hacer cambio”*,⁸⁶

Según uno de los jóvenes, ahora en España ya se va cambiando un poco, por lo menos hay personas que se animan a cambiar de empresa o de trabajo para buscar mejores condiciones, ya sea por inquietudes personales, ya sea por idioma, o por conocer otro país, pero ya va cambiando esa mentalidad de quedarse en un solo empleo y aguantar. O en muchos casos es porque la empresa cierra. Mientras que la costumbre anterior es jubilarse en la misma empresa.

⁸⁶ Teresa Molina, audio en anexo.

La situación económica es uno de los factores principales por lo que los jóvenes están buscando el emprendimiento como una alternativa para salir de la situación del desempleo. Se juntan dos factores fundamentales, uno es el miedo heredado que tienen de la generación anterior y transmitido por sus padres, y el otro es el momento de la crisis estructural que hay ahora mismo.

Según uno de los jóvenes, hay una psicosis que se ha creado con la crisis que no ayuda nada a generar ese cambio mental. Cuando ves esta realidad debes tomar una decisión. Y es que debes enfrentarte a ella buscando alternativas y muchas veces la solución es emprender.

“Cuando inicié mi emprendimiento, aparte de la motivación, también fue el miedo de ver lo que me esperaba al salir de la universidad, lo que me había al finalizar. Tenía muchas inquietudes por experimentar lo mismo, y ver los casos de nuestros compañeros que habían salido de la universidad años anteriores, y ver la mala situación que se está viviendo en el mundo laboral, y por eso antes de salir de la universidad yo inicié mi emprendimiento porque me decía, esto yo no lo quiero para mí, el salir de la universidad y seguir en el paro, sin poder hacer nada. Ve que mis amigos están por tres años en la misma empresa, salir a las 10 de la noche y cobrar 300 euros. Pues yo no lo quiero, y si lo hago pues es algo mío, y lo decido yo, es mi decisión y no estoy a las órdenes de nadie que se está ganando el dinero que me está quitando a mí. Por ejemplo si ves que tu jefe también cobra 300 euros, puedes analizar, bueno estamos todos iguales, pero cuando ves que el jefe tiene barcos, coches, o que ni siquiera lo conoces porque es uno que aparece una vez al mes por la empresa y se mete en un despacho, pues no quiero eso. La solución es que sabemos hacer cosas, pongamos en marcha nuestras ideas, tenemos gente que les puede interesar, a unir cabos y venga, a moverse y seguir adelante”⁸⁷

Cómo se ven los jóvenes emprendedores de Segovia a largo plazo

La mayoría de los jóvenes no tienen definido lo que quieren hacer, o lo se ven haciendo a largo plazo, por lo general no tienen un proyecto de vida; en sus comentarios coinciden en vivir el día a día, lo que se les vaya presentando, hacer mano de lo que hay y resolver sus vida de esa manera.

⁸⁷ Gerardo Castellano, audio en anexo.

Uno de ellos, dice: *“Como joven emprendedor, no puedo decir un solo resultado, y no lo puedo ver de una manera concreta, porque forma parte de nuestra esencia el hecho de ir adaptándonos a los tiempos, a las necesidades, ya que el emprendimiento es digital, pues nos movemos en un entorno digital y todo es súper cambiante”*.

Varios de los jóvenes emprendedores confían mucho en sus socios y compañeros de trabajo, eso les permite enfocarse con más seguridad. Confiados en explorar las áreas que están avanzando como son las tecnologías y los trabajos en redes.

“La suerte que hemos tenido es la unión y la capacidad del grupo, somos jóvenes que tenemos muchas ganas y somos muy cabezones, y estamos seguros que llegaremos lejos, que será algo real, y que vamos bien ir para delante. Desde ahora estamos trabajando con los avances tecnológicos, y sobre todo el enfoque que tenemos como empresa social, pero no tenemos nada concreto porque estamos cambiando y buscando varios sitios diferentes”, D19.

Se deben seguir creando alianzas con las organizaciones, con la universidad y ver los proyectos que se han planteado, ya que es un buen momento para aprovecharlos. También el emprender en cualquier área les abre oportunidades para que en un futuro encuentren buenos trabajos en alguna empresa, si ven que son competentes y con mucha experiencia en liderazgo y emprendimiento. Consideran que el emprender los forma más profesionalmente, y complementa sus conocimientos. Asegura uno de los jóvenes que

“Cuando se emprende, llegas hasta el punto de decidir si sigues con tu emprendimiento o te vas a un buen empleo, o quizá haya personas interesadas en tu emprendimiento y te lo quieran comprar o invertir contigo. Lo más importante es no perder la ilusión y saber que si inicias un emprendimiento debes seguir a pesar de las diversidades que se les presente como emprendedores”, D20.

Emprendimiento que pueden ser sostenible para el desarrollo de Segovia

Cuando se trata de una ciudad pequeña como Segovia, es importante promover lo local, el tema de la hostelería, el arte y la cultura son importantes al ser una ciudad patrimonio

de la humanidad; pero tiene otras áreas que deben ser desarrolladas tanto económica como socialmente.

También es interesante pensar en las industrias y en las tecnologías, un tema por descubrir y ver la magnitud de su desarrollo. El uso de las tecnologías genera una gran oportunidad ya que se puede trabajar desde aquí para cualquier parte del mundo: *“Puedes estar aquí y trabajar para Nueva York...como Espirido, es solo tener un ordenador y conexión a internet y eso hay que explotarlo”*.

Hay que ver de lo que vive la ciudad (hostelería y cultura) y sobre todo el turismo que debe ser más explorado y mediante la tecnología hacer de ello un mejor desarrollo. Pero también es necesario emprender en temas relacionados a la atención de las personas mayores, los niños, la violencia, la educación, la salud o el medio ambiente. En Segovia se necesita abrir oportunidades y que los jóvenes despierten de ese sueño de que les den las cosas en las manos; hoy es el momento de actuar.

Consejos para que los jóvenes emprendan socialmente

Desde las opiniones recogidas, se pueden elaborar una serie de recomendaciones para que los jóvenes sean emprendedores en lo social.

Primeramente habría que irse quitando los tópicos y los patrones antepasados, los jóvenes universitarios deben aprovechar sus estudios pero también aprovechar su tiempo libre para descubrir sus potenciales, que tengan ganas, que no tengan miedo, aprender se aprende haciendo.

Muchas veces en la universidad tienen la oportunidad de desarrollar sus ideas pero la mayoría solo llegan a estudiar; deben estudiar pero también deben aprovechar todo lo que puedan hacer de las cosas que hay dentro de la universidad aprovechar los programas, las actividades, los concursos, etc., y presentar sus iniciativas.

Uno de los jóvenes recomienda *“Que hagan las cosas que verdaderamente les gusta sin miedo a fracasar, porque si fracasas mejor hacer cuando estas estudiando que no tienes nada que perder que hacerlo cuando tengas dos hijos, una casa y varias obligaciones y así si fracasas pues es otra cosa y muy seria”*.

Que sean rebeldes, que no se conformen con lo que viene dado, que piensen por sí mismos y que se formen a sí mismos de manera autónoma. Nada de la dinámica

cómoda de ir a la universidad y quedarse solo con las cosas que dice el profesor sin ponerlo en duda, de manera superficial; y luego salir con los amigos y no profundizar en nada.

Según uno de los jóvenes *“Alentaría a los jóvenes a formarse como personas que eso es la raíz para todo lo demás, un poco de rebeldía”*.

Que comiencen a pensar desde el minuto uno que entran en la universidad. La universidad que sea lo que tiene que ser, una institución que incite a la reflexión crítica, al pensamiento. Y no limitarse a los objetivos de sacar una serie de asignaturas y que me den el *papelín*, es decir el título.

Uno de los jóvenes afirma al respecto

“Eso hoy en día, no te va a valer, el título no dice nada, por eso hay que hacer cosas desde el minuto uno, muévete, aprovecha el tiempo, también hay que asistir a clases y deben cumplir con las asignaturas pero no enfocarlo, como que es una penitencia o un suplicio que tengo que hacer, deber ser al revés, ver la oportunidad que tienen de estar cuatro años de la vida escuchando maestros que de vez en cuando algunos saben del tema, pues deben exprimirlos, a sacarles el jugo, porque en unos años esto se acaba y todo lo que les puedes sacar a ellos más todo lo puedas hacer por tu propia cuenta y que todas las cosas que haga por ensayo y error te ayudará grandemente”, D8

También se recomienda, aprender por ensayo y error. Porque nadie hace nada bien a la primera, nadie hace un video a la primera, o una web, o un diseño. Si está bien es porque lo has hecho 20 o 30 veces y ha ido a la basura y después, de un momento a otro te darás cuenta de cómo lo tienes que hacer. Y aprovechar los conocimientos de los maestros.

Según Aragonés *“Eso es lo que luego te va a permitir cuando salgan de carrera y después de haber exprimido a toda esa gente, es decir los maestros, vas a decir ya sé lo que quiero hacer o ya sé cómo puedo ganarme la vida, que cosas se me dan bien, y si te juntas con demás jóvenes, podemos montar determinada idea, salir adelante y ganarse la vida con eso”*⁸⁸

⁸⁸ Paula Aragonés, audio en anexo.

Que sean colaborativos, porque en la universidad pueden conocer a muchas personas, y pueden hacer proyectos muy grandes, por el simple hecho de hacer amistades, y pueden elegir un equipo y hacer algo grande. Hay que ser conscientes de que cada vez cuentan más en tu currículum las experiencias que hayas tenido, porque ahora te dicen, no quiero ver tu currículum, dime qué cosas sabes hacer o que hayas hecho. En el mundo de la comunicación, pueden contratar a alguien que tiene un título de publicidad o relaciones públicas, pero también de matemáticas porque ha caído bien el día de la entrevista, o tiene más competencias. Puedes estudiar la carrera que quieras pero debes experimentar en otro mundo. Hay que potenciar las habilidades, las pasiones, aunque se esté estudiando publicidad, si te gusta el tema de la moda, por ejemplo, hacerse un experto en eso, y que seguir trabajando en todo lo que a uno le guste o interese.

“Las pasiones personales, te abren puertas para que te puedas ganar la vida con eso, seguir sus sueños, principalmente los sueños que han tenido desde niños, muchas veces los posters que tenemos en nuestras habitaciones al final puedes ser manager de determinado grupo, o artista. No dejen de aprovechar sus pasiones personales, que sigan los consejos de sus padres, pero no dejen de un lado sus propios sueños. Que luchen hasta alcanzarlos”.

Recomendaciones para las administraciones públicas y los actores sociales para apoyar el emprendimiento social juvenil

En primer lugar, que apoyen las ideas de los jóvenes, que apuesten por el emprendimiento juvenil y social, que no piensen que es una labor humanitaria, porque todos pueden salir beneficiados. No es solo decir venga vamos a dar dinero a la gente que no tiene, sino ver la forma de obtener beneficios para todos. Se deben crear proyectos donde salgan beneficiadas las administraciones públicas, y también crear un trabajo que al final de un buen resultado tanto para los jóvenes como para la sociedad. Deben pensar bien en aprovechar lo que se tiene en la ciudad, aprovechar los recursos y dar oportunidades a los jóvenes. Aunque cueste un poco más, deben entender que al final lo barato sale caro. Por ejemplo, si estas gastando menos dinero por internacionalizar ciertas cosas, ese dinero que no estás dejando en tu ciudad, tu provincia o país, a la larga va a repercutir porque tu población no tiene trabajo. Entonces en vez de llevarlo tan lejos hay que pensar en dejarlo cerca y dar trabajo a tu gente.

“Deben apostar por artesanos de la ciudad. Tienen que hacer un esfuerzo más de apostar por lo local, a pesar de que a corto plazo sea más rentable, van a invertir más pero a largo plazo será de mucho beneficio, tu gente tendrá trabajo. Deben ir cambiando de mentalidad, salir de la burbuja capitalista, trabajar todos juntos por un mismo fin, quizá una sola institución que quiera cambiar sola le costará pero juntos será de gran beneficio para la ciudad”,

Las organizaciones deberían apoyar más a los jóvenes, deberían apoyarles mucho más en la creación de sus ideas, porque si los jóvenes no tienen un futuro, el país tampoco lo tendrá. Es fundamental que los jóvenes puedan mostrar sus conocimientos, el Estado invierte en los jóvenes para que puedan estudiar, tener una formación, cultura, por lo que es una pena que después no se les dé una oportunidad y se vean obligados a abandonar España o a trabajar en ámbitos que nada tienen que ver con su formación académica. Muchos jóvenes a pesar de que les gustaría y tienen buenas ideas, ni se plantean el crear una empresa en el futuro por ser algo complicado, costoso, y que no garantiza que pueda salir adelante. Es necesario facilitar que los jóvenes puedan crear sus empresas, concediendo ayudas, apoyo económico, eliminando las trabas que pueda haber, facilitándoles mayor información sobre cómo puede crearse una empresa, las pautas necesarias, cómo debe gestionarse posteriormente, etc. Todo eso haría que muchos de ellos se animaran a crear empresas con todos los beneficios que ello conlleva para la economía.

4.1.4. RESULTADOS Y PRINCIPALES HALLAZGOS RELEVANTES PARA EL ESTUDIO

Como hemos visto, el emprendimiento social está impulsando grandes avances para el mercado y los negocios tradicionales. Cada vez se ve mejor el verdadero sentido de emprender socialmente, al generar cambios en el campo social y ver los resultados como un verdadero fenómeno de cambio social. El emprendimiento social es un área que se está poniendo en marcha en la economía española, y es visto como una alternativa de empleo para los jóvenes de la ciudad de Segovia.

Para realizar el trabajo de campo se realizaron de entrevistas en profundidad, y grupos de discusión, los jóvenes plantearon sus inquietudes, perspectivas y dudas respecto al emprendimiento social. Se compartió con empresarios que trabajan con empresas sociales, conscientes de la responsabilidad que tienen al momento de emprender, ellos comentan sus experiencias, brindando consejo a los jóvenes que deseen emprender socialmente; también se refieren al trabajo que debería realizar la administración y los actores sociales para promover el emprendimiento y apoyar a los jóvenes al momento de emprender.

Como resultado de todo ello, se recogen aquí los principales hallazgos de este trabajo que consideramos útiles, tanto desde el punto de vista investigador, como desde la realidad social estudiada y, además, sirven de base para la elaboración del plan de comunicación. Aquí detalles.

- Tal como describen Bull y Nichol (2008), los cambios demográficos, la liberalización de los mercados, así como el fracaso de las instituciones estatales y de los gobiernos en la satisfacción de las necesidades sociales y los avances tecnológicos han impulsado el nacimiento de los emprendimientos sociales.

- A pesar del auge de este fenómeno, aún no existe una definición específica y unificada del mismo, ni estudios en profundidad sobre el tema. Mair & Martí (2006), aseguran que la tarea por lograr una definición se ha complicado por la diversidad de tipos de emprendimientos sociales que se manifiestan y la variedad de comunidades académicas que lo estudian. Algo que complica aún más su delimitación.

-El emprendimiento social se ha convertido en un fenómeno de competencia para los mercados y empresas que buscan un beneficio social, con el propósito de realizar una acción que favorezca las necesidades de la población; los emprendedores sociales implementan empresas creando alianzas para hacerse más competentes en el mercado y de esa manera lograr una mejor sostenibilidad financiera.

-Las iniciativas en favor del emprendimiento social son una invitación a los gobiernos nacionales y regionales y a las partes interesadas a; desarrollar ecosistemas para las empresas sociales, intensificar los esfuerzos a nivel nacional y regional y optimizar la utilización de los fondos estructurales y otras fuentes disponibles de apoyo.

-La situación actual de los jóvenes en los países en crisis y también los que están en desarrollo plantea retos para la práctica del Emprendimiento Social Juvenil. Los nuevos retos que plantea la sociedad a la juventud como son la dificultad de acceso al mercado laboral o la emancipación cada vez más tardía unidos a la posibilidad de utilizar las nuevas tecnologías de la información, son aspectos importantes a tener en cuenta a la hora de plantear nuevas prácticas de Emprendimiento Social Juvenil.

-En Segovia los diferentes sectores sociales, entre ellos la administración pública, consideran el emprendimiento social como un elemento importante en la ejecución de sus programas, y una salida para la pobre situación económica y el desempleo, así como para lograr desarrollo para la comunidad.

-Aunque parezcan iniciativas menores, los jóvenes que emprenden tienen una alternativa laboral, donde se pueden ver beneficiados en su desarrollo tanto personal, como económica y social. Los ejemplos de emprendimientos sociales existentes en la ciudad de Segovia son claro ejemplo de ello.

-El Ayuntamiento de Segovia, no tiene un presupuesto específico orientado al emprendimiento. Sin embargo, se propone fomentar el emprendimiento social en el ámbito económico, en la generación de autoempleos y de oportunidades, y también estimular la creatividad para el desarrollo innovador de los jóvenes de la ciudad, está dispuesto a mejorar las estrategias comunicativas que hasta ahora ha realizado para estimular y motivar a los jóvenes a emprender iniciativas que tengan un perfil social y

permita el desarrollo de la ciudad, y a la vez que brinden empleo a los jóvenes y que estos sientan el apoyo y busquen el bien propio y el de la comunidad.

-El programa de Lanzaderas de empleo de Segovia, se propone dar respuesta a las demandas de los jóvenes con el objetivo de ahondar en la cultura emprendedora, así como de descubrir las actitudes y aptitudes que debe tener el buen emprendedor y para que sepan elegir los nichos de mercado que existen en la actualidad. Se trabaja la inserción laboral tanto por cuenta ajena como por cuenta propia, de ahí la organización de estas actividades, con las que se analiza con más detalle la cultura del emprendimiento con un enfoque en la resolución de problemas sociales.

-Como resultado relevante, se obtuvo que hay muchos jóvenes con talento y conocimiento tecnológicos, estos solicitan a la administración pública, les facilite espacios de infraestructuras a precios simbólicos o hacer convenios a cambio de realizar algún proyecto que sea beneficioso para la ciudad.

- Las administraciones públicas e instituciones de Segovia deberían considerar el emprendimiento social como un elemento importante en sus programas y empezar a actuar de forma sinérgica: el Ayuntamiento, la Caja Rural Segovia, la Universidad de Valladolid-Campus María Zambrano y la empresa privada.

-Los jóvenes de Segovia, demandan apoyo por parte de las administraciones públicas y los actores sociales involucrados con el emprendimiento social, que les brinden apoyo mediante financiamiento y asesorías al momento iniciar sus proyectos. Demandan iniciativas, programas y proyectos dirigidos al desarrollo y empoderamiento al emprender, sobre todo si estos son proyectos sociales que ayudarán al desarrollo de la comunidad. Los emprendedores sociales de Segovia, buscan en los proyectos una alternativa que cubra sus necesidades, buscan promover servicios sociales que no sobrepasen sus gastos y logren satisfacerse económicamente, tanto en lo personal como en lo social.

-Se conoció que un emprendimiento social no es un tipo de organización no lucrativa. Lo que permite que sean iniciativas con un enfoque social, interesadas en contribuir al cambio pero no en ayudar caritativamente. Más bien estos emprendedores buscan problemas que aquejan a la sociedad en su conjunto y crean valor y perspectivas

asociadas al cambio y al beneficio que se obtendrá. Sin embargo, los emprendedores sociales de Segovia miran el emprendimiento social como las iniciativas de las organizaciones no lucrativas que buscan nuevas formas de obtener recursos financieros.

-Cuando una persona emprende socialmente posee una visión más amplia que las demás personas en su conjunto, posee rasgos y características que lo diferencian, es una persona creativa e innovadora, que inventa y crea, pero además establece objetivos y se propone metas como solución a las problemáticas que observa; por lo tanto debe esmerarse por presentar su idea con resultados de impacto.

-La Universidad de Valladolid y en concreto el Campus María Zambrano, pretende que todos los vicerrectores en las diferentes áreas vean cómo en su campo de especialización pueden promover los emprendimientos sociales de forma colectiva. En palabras del profesor García Matilla *“Hay que dejar de hacer castillos en el aire y pensar desde un punto de vista práctico para promover el emprendimiento social y que los estudiantes puedan presentar sus propuestas, que opten por una visión desde lo parcial hasta llegar con la idea en su totalidad”*.

-Siendo la universidad un agente clave en este proceso, en el caso de la Universidad de Valladolid y el Campus María Zambrano, falta mucho por hacer en relación con la demanda de los estudiantes por emprender socialmente. Por lo tanto, en conjunto con los vicerrectorados se intenta que el presupuesto que maneja la universidad desde Valladolid, también nutra y beneficie a los estudiantes que trabajan en prácticas e iniciativas emprendedoras de todas las áreas, y se pretende seguir mejorando para cumplir las demandas de sus estudiantes.

-Es un momento de gran oportunidad y especialmente en el campo de la comunicación. La universidad tiene convenios con organizaciones e instituciones para apoyar el emprendimiento social, entre ellas con el Ayuntamiento, la Diputación, la Junta de Castilla y León, el Museo Esteban Vicente, el Palacio de Quintanar y la Academia de San Quirce. Esas alianzas son un punto de partida del enfoque sinérgico y de largo plazo que se necesita en el afán de dar oportunidades a los jóvenes, y continuarán gestionando alianzas para brindarles apoyo.

-Lo que está viviendo la mayoría de los jóvenes de Segovia, es difícil, en palabra de una de las jóvenes, Paula Revilla Martín, *“el desempleo es una situación muy lamentable, que perjudica a gran parte de la población española, especialmente a jóvenes que no tienen oportunidad de demostrar su valía y conocimientos, y también a parados de larga duración que se sienten “excluidos del ámbito laboral”, sin esperanza de encontrar empleo, en mi opinión son los más perjudicados por la crisis económica.*

-Los jóvenes piden más facilidades para aquellos que desean emprender o iniciar un proyecto empresarial, disminuir la burocracia existente en las administraciones públicas, ayudas para fomentar la creación de empresas y mayor información sobre el tema. Es fundamental que los jóvenes puedan mostrar sus conocimientos. En palabra del joven segoviano De Andrés *“El gobierno invierte cantidades de dinero en la preparación de los jóvenes, y es una tristeza que después no se les dé una oportunidad, de un empleo, y se vean obligados a abandonar el país o hacer trabajos que nada tienen que ver con su preparación o formación académica”.*

-Es necesario facilitar que los jóvenes puedan crear sus empresas, concediendo ayudas, apoyo económico, eliminando los procesos difícil que pueda haber, facilitándoles mayor información sobre cómo puede crearse una empresa, dándoles las pautas necesarias, cómo debe gestionarse desde el inicio, mediante el procesos hasta ser una empresa sostenibles. Todo eso permitiría que muchos jóvenes se motiven a crear sus propias empresas con todos los beneficios que ello conlleva para la economía el desarrollo económico y social de sus comunidades y el país.

CUARTA PARTE

CAPITULO 5:

**PLAN INTEGRAL DE COMUNICACIÓN PARA LA
PROMOCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL ENTRE
LA JUVENTUD DE SEGOVIA.**

“Da tu primer paso con fe, no es necesario que veas toda la escalera completa, sólo da tu primer paso”

Martin Luther King.

**PLAN INTEGRAL DE COMUNICACIÓN
PARA LA PROMOCIÓN DEL
EMPRENDIMIENTO SOCIAL ENTRE LA
JUVENTUD DE SEGOVIA.**

Este plan de comunicación ha sido elaborado por la estudiante de Comunicación con fines sociales, estrategias y campañas María Isabel Abarca Flores con el fin de presentarse al Ayuntamiento de Segovia y proponerlo para que, en un corto plazo, se incluya como parte del plan de Juventud de la Concejalía de Empleo y Juventud. Si bien, a la vista de los resultados de lo aquí investigado, sería interesante que desde los distintos actores implicados en el tema, pudiera elaborarse de forma sinérgica, un Plan conjunto e integral de Emprendimiento para la ciudad de Segovia, en cuyo caso habría que diseñar un plan de comunicación específico para atender los objetivos vinculados con la comunicación que se establecieran.

El objetivo principal en nuestro caso es el de promover el emprendimiento social como una alternativa de empleo para los jóvenes de Segovia.

1- PRESENTACIÓN

Público objeto: Jóvenes de Segovia.

Actores relevantes: Ayuntamiento de Segovia y Actores sociales.

El emprendimiento social en los últimos años está siendo tomado en cuenta en los países de Europa, como alternativa para dar respuesta a la situación económica y el desempleo. Con la actual crisis que vive España son muchas las personas que emprenden sus propias iniciativas, algunas de estas con fines sociales, por ser una de las actividades que se pueden iniciar sin tener demasiado capital.

Considerando que un plan de comunicación es un documento estratégico de las organizaciones o empresas, por tanto tiene que ser aprobado por una entidad y ser llevado a cabo por un equipo de trabajo; y conscientes de que la administración pública local a nivel estatal tiene ya sus propios planes, proponemos aquí el siguiente plan con el objetivo de promover el emprendimiento social entre la juventud segoviana.

Planteamos proponer este plan de comunicación para que sea implementado dentro del Plan de Juventud existente, ya sea tomándolo en cuenta de forma directa o mediante contrato como agente externo. Creemos que esta sería en el corto plazo la solución adecuada y más factible a las demandas de los jóvenes y de la sociedad segoviana, aunque como ya se ha mencionado, a medio o largo plazo se podría pensar en diseñar un Plan de emprendimiento o de emprendimiento social para la ciudad; lo que implicaría elaborar un plan de comunicación nuevo y ajustado a sus necesidades.

Para realizar este plan de comunicación se ha requerido de dos procesos:

- Primeramente se ha realizado un diagnóstico y se ha recopilado la información, teniendo en cuenta la participación de los actores implicados de acuerdo con sus opiniones, consideraciones y sugerencias, también se realizaron grupos de discusión y entrevistas. Esta información se ha expuesto en el capítulo 4 y se retoma en la primera parte del plan de comunicación.
- Seguidamente se ha elaborado el Plan de Comunicación propiamente dicho, retomamos aquí algunos de los datos e ideas que justifican en este caso la necesidad de un plan de comunicación, ya que la actividad emprendedora en los

últimos años de crisis ha experimentado un gran crecimiento no solo en Segovia sino en otras ciudades de España.

De acuerdo a la demanda expuesta por los jóvenes, creemos es importante poner en marcha un plan de comunicación porque la demanda del emprendimiento social por parte de los jóvenes se pone de manifiesto en sus sugerencias y comentarios. También porque la actividad del emprendimiento social está en aumento, y es una actividad que requiere mayor atención por parte del Ayuntamiento, ya que representa desarrollo social y económico para la comunidad, y los jóvenes la consideran una alternativa a la problemática de desempleo que los aqueja.

Para la elaboración de este plan de comunicación se han seguido las pautas formuladas en las sesiones del Máster en Comunicación con fines sociales.

Citando a Caro (2004, 89) *“Un plan de comunicación es un programa de trabajo realizado con el fin de relacionar la sociedad en su conjunto, de forma regulada para alcanzar sus demandas, mediante una metodología, atendiendo la realidad enfocando los avances tecnológicos y la comunicación adecuada para su desarrollo”*.

La metodología de la propuesta de este plan, consiste en la presentación de acciones y actividades dirigidas a promover el emprendimiento social como alternativa de empleo para los jóvenes de Segovia.

1.1. VALORES Y EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

Consideramos como elemento fundamental para este plan el establecimiento de una serie de valores sociales como el compromiso, la responsabilidad y la solidaridad como marco de las acciones propuestas.

En ellas se enfocan valores que enmarcan el compromiso desde lo humano hasta lo social, ya que el emprendimiento social posee atributos sobresalientes, y busca generar cambio social significativo e innovación en el momento de realizar sus proyectos.

Según Budinich (2014) *“Los emprendedores sociales son personas excepcionales que tienen la visión, la creatividad y la extraordinaria determinación de crear soluciones innovadoras para problema sociales, siguen sus propios valores sociales”*. Son

personas conscientes del valor social, capaces de crear cambios. Y para llegar a eso se deben tener una serie de valores como base, entre los cuáles el valor de la igualdad de género y la igualdad de oportunidades son clave en el momento de emprender.

La igualdad también crea valor social. Si un grupo de personas inicia un emprendimiento, debe ser consciente de que cada uno de ellos desempeñará un papel, un rol en el grupo, sobre todo si se trabaja en equidad e igualdad.

Además, desde que se pone en marcha una empresa social, se implementa un objetivo de responsabilidad; la responsabilidad de contribuir, de crear, de cambiar, de ayudar, de ser responsable con la idea o servicio a ofrecer a la comunidad y con el entorno en el que se va a actuar.

Y sobre todo hay que tener presente la solidaridad. Este valor, es un término que acompaña los emprendimientos sociales, ya que estos son solidarios desde su idea inicial, ya que plantean un beneficio empresarial como dependiente de un beneficio social. Este es un valor que debe estar imbricado en la idea misma del emprendimiento social: ser solidario con las personas, con la comunidad y con el medio ambiente y el entorno para contribuir y generar un cambio social responsable y sostenible.

El emprendedor social, es una persona que para llegar a emprender, debe ser consciente de sus fines y metas, y por tal razón tiene deberes y derechos, pero no debe olvidar los valores que le sirven como guía y que son impulsores de un cambio social. En relación con estos valores, recordamos aquí algunas de las características que comparten los emprendedores sociales, entre las que se encuentra la solidaridad:

- Son personas que dan gran importancia al papel de la familia.
- Comparten un fuerte sentido de solidaridad.
- Desarrollan un gran sentido de responsabilidad, profesionalismo e independencia.
- Creen en sus potenciales y tienen mucha fe.
- Son creadores de capital social, gran empatía y buenas relaciones sociales.

2- PROBLEMÁTICA/REALIDAD

En Segovia, el emprendimiento social juvenil está creciendo grandemente, la administración pública aborda el tema de emprendimiento social mediante proyectos y acciones puntuales. Pero uno de los problemas que se presenta principalmente para los emprendedores, es que el Ayuntamiento de Segovia, no cuenta con un plan que dirija las acciones que deben seguir para apoyar sus proyectos.

También la universidad de Valladolid- Campus María Zambrano, ayuda a los jóvenes que presentan propuestas de emprendimiento con fines sociales, pero tampoco tiene un plan dirigido al emprendimiento social.

El principal problema que tienen los jóvenes es la ausencia de financiación para emprender y sostener sus actividades, así como la falta de asesoría tanto al iniciar el proyecto como en el proceso de llevar a cabo la idea.

El desempleo que se vive actualmente se ha visto agravado por la crisis, y la demanda de creciente de los jóvenes es la creación de más empleo, ya que la falta de financiación no les permite crear nuevas empresas.

3- JUSTIFICACIÓN

El emprendimiento social ofrece oportunidades a las personas que han sido excluidas de la actividad laboral. Y, aunque ha sido abordado con anterioridad, no había sido considerado como elemento importante para la economía de España hasta el inicio de la crisis actual. Sin embargo, hoy en día es considerado como uno de los principales elementos que benefician la economía no solo de Segovia sino de las demás ciudades de España y de otros países de Europa.

Como medida importante para el apoyo del emprendimiento social, está la ley 2030 del

4/2013, de 22 de febrero⁸⁹, ley de apoyo al emprendimiento, que adopta medidas de apoyo al emprendedor y de estímulo del crecimiento y de creación de empleo, en el panorama actual de los emprendedores sociales. Esta ley expone en sus primeros puntos la problemática aquí señalada: falta de recursos económicos y de conocimientos sobre el emprendimiento social; ineficacia en la selección de los medios de comunicación y escasa preparación en el momento de iniciar los proyectos.

La implementación del plan de comunicación que se propone, permitirá llegar de manera más efectiva a los jóvenes y dar respuestas a sus demandas, con objetivos dirigidos a fomentar el espíritu emprendedor, incentivar la iniciativa empresarial y favorecer la inserción laboral de los jóvenes, ya sea por cuenta ajena a través del emprendimiento. Así como promover el emprendimiento social, y que los jóvenes vean una manera más efectiva y afectiva de apoyo a sus demandas, garantizando financiamiento y asesoría.

Los emprendedores sociales constituyen uno de los principales motores que dinamizan la economía del país, dada su capacidad de generar empleo y potencial de creación de valor. El marco regulatorio e institucional en que se desenvuelve la actividad empresarial en España plantea generar ganancias de producción mediante la explotación de los recursos existentes. Por tal razón es necesario que desde las administraciones públicas se potencie y se facilite la iniciativa empresarial juvenil, especialmente en el contexto de la economía actual. Estableciendo un entorno que promueva la cultura emprendedora, mejorando la creación y desarrollo de las propuestas y de esa manera generar empleo y estabilidad tanto para los jóvenes como para el país.

Para plantear esta estrategia, partimos de las necesidades planteadas por los jóvenes de Segovia, recopiladas en la investigación:

- El Ayuntamiento de Segovia no cuenta con un plan de comunicación, y es una necesidad que esté dirigido al emprendimiento social y dar acompañamiento a las necesidades que presentan los jóvenes.
- La tasa de desempleo juvenil es muy alta.

(Aunque a considerar las estadísticas de desempleo juvenil en

⁸⁹ Real Decreto-ley de apoyo al emprendimiento, 4/2013, de 22 de febrero, de medidas de apoyo al emprendedor y de estímulo del crecimiento y de la creación de empleo. (http://europa.eu/index_es.htm).

España ha disminuido, en la actualidad la cantidad de parados es elevada, en el segundo trimestre del 2015, la cifra de jóvenes en paro se sitúa en 767.200, según los datos de la Encuesta de de Población Activa (EPA), publicada por INE. La tasa de paro se sitúa en el 22,37%, lo que supone 1,4 puntos. El número total de parados se sitúa en 5.149.000).⁹⁰

-Los jóvenes que emprenden proyectos sociales en Segovia, no cuentan con apoyo económico ni de asesoría.

-La mayoría de los jóvenes abordados no conocen el trabajo que realiza el Ayuntamiento enfocado a la promoción del emprendimiento, ni el de los actores sociales que trabajan el tema.

Para que la estrategia que estamos presentando alcance los objetivos planteados es importante la relación con los medios.

En cuanto a la relación con los medios se clasifican en dos: medios propios y medios ajenos.

Medios propios: Entre los medios propios se cuentan: las redes sociales, como Facebook, Twitter, Instagram; los medios digitales como internet, blogs, redes sociales, páginas web, ya que se considera indispensable su utilización. Se deben usar estos medios con mayor eficacia para la difusión de los programas, proyectos y acciones dirigidas al emprendimiento social en la ciudad. También las oficinas de comunicación de la administración pública.

Medios ajenos: Entre los medios ajenos, estarían lo medios de comunicación como radio, televisión y periódicos.

Del resultado de la investigación realizada se presenta la siguiente matriz DAFO

Debilidades:

- ✓ Falta de conocimiento de los jóvenes del emprendimiento social
- ✓ Hay mucha exigencia para la promoción del emprendimiento social
- ✓ Falta una web que divulgue información de las políticas, acciones y estrategias relacionadas con al emprendimiento social.

⁹⁰ Mayor detalles <http://www.ine.es/daco/daco42/daco4211/epa0215.pdf>

- ✓ No brindan apoyo económico ni asesoría a los jóvenes cuando estos quieren emprender, ni cuando lo hacen socialmente.
- ✓ Los jóvenes deben pagar tasas elevadas cuando inician emprendimientos, sean o no sociales.
- ✓ Los jóvenes tienen pocos recursos financieros para llevar a cabo sus iniciativas.
- ✓ Son pocos los emprendedores que puedan compartir sus experiencias.
- ✓ La poca información que tienen los jóvenes al emprender.

Amenazas

- ✓ Los jóvenes carecen de apoyo.
- ✓ Falta de participación y promoción del emprendimiento social.
- ✓ No hay programas donde los jóvenes puedan debatir sobre sus necesidades y proyectos de vida.
- ✓ Que el gobierno elimine las ayudas al emprendimiento.
- ✓ No hay programas de asesoría para que los emprendimientos sean sostenibles.
- ✓ No hay de apoyo al emprendimiento social.
- ✓ No se da la importancia necesaria a las necesidades de la población y las propuestas que hacen los jóvenes.
- ✓ No garantizar alternativas a los jóvenes donde puedan desarrollar sus talentos.

Fortalezas

- ✓ Los jóvenes se interesan cuando conocen algún programa que apoya sus iniciativas.
- ✓ Hay algunas organizaciones interesadas a apoyar las iniciativas emprendedoras.
- ✓ Los jóvenes que emprenden comparten con los demás.

- ✓ La disponibilidad de los jóvenes a emprender socialmente.
- ✓ Interés de la administración pública por el emprendimiento social.
- ✓ Interés de los actores sociales y de los mismos jóvenes.
- ✓ Es una de las áreas económicas que está siendo explorada por la economía española.
- ✓ Los jóvenes están al día con las redes sociales para compartir y conocer cuestiones relacionadas al tema.
- ✓ Los jóvenes solicitan ayuda para emprender.
- ✓ Requieren de un plan donde reúna sus demandas y sugerencias.

Oportunidades

- ✓ Existe una Ley de 4/2013, de 22 de febrero, que implementa medidas de apoyo al emprendedor y de estímulo del crecimiento y de la creación de empleo.
- ✓ Los responsable públicos consideran el ES como una oportunidad para dar respuesta a las necesidades de los jóvenes.
- ✓ En Segovia hay demanda de emprendimiento sociales para su desarrollo turístico, ambiental y digital.
- ✓ La predisposición hacia el emprendimiento está en aumento en la sociedad española.
- ✓ Es probable que el ayuntamiento dote de equipos y financiamiento a proyectos sociales.
- ✓ La tasa de desempleo está logrando reducirse.
- ✓ La competencia en liderazgo y emprendimiento crece en la juventud.

4- ENTIDAD

La entidad a la que se le ofrecerá este trabajo es el Ayuntamiento de Segovia. Considerando que el Ayuntamiento de esta ciudad, está trabajando en el ámbito del emprendimiento juvenil y que no cuenta con un plan de comunicación. Asimismo, se entiende que el resultado de este trabajo es de gran utilidad para los diferentes actores sociales que trabajan el emprendimiento social juvenil en Segovia, como la Universidad de Valladolid-Campus María Zambrano, la empresa privada, Caja Rural Segovia y Lanzaderas de empleo ya que están interesados en mejorar las estrategias dirigidas emprendimiento social de los jóvenes.

5- FINALIDAD

La finalidad de este plan es promover el emprendimiento social, como una alternativa de empleo para los jóvenes de Segovia. Además, es importante que la administración pública de Segovia y los actores sociales interesados en el tema, planteen las necesidades y ajusten los planes y acciones a las demandas que ofrece la juventud segoviana.

También es necesario que utilicen las herramientas adecuadas para llegar a los jóvenes. Como se ha comentado, en el proceso de este trabajo se ha encontrado información suficiente como para afirmar que es necesario un plan de comunicación enfocado al emprendimiento social.

6- MENSAJE PRINCIPAL

“Emprendimiento social juvenil, una alternativa de empleo para los jóvenes”

“Del desempleo al emprendimiento social”

En este mensaje se engloban las finalidades que pretendemos alcanzar en el proyecto. Si los jóvenes emprenden socialmente se logrará salir de la situación del desempleo que vive actualmente. Si miran el emprendimiento social como una alternativa de empleo, se logrará un desarrollo tanto personal como social y económico, además brindar soluciones y respuestas a la problemática sociales que tiene la comunidad.

El mensaje principal: promoción del emprendimiento social juvenil, una alternativa de empleo para los jóvenes segovianos.

Mediante este mensaje se pretende conseguir la promoción de la actividad emprendedora con fines sociales, como una alternativa de empleo y desarrollo tanto para los jóvenes como el desarrollo económico y social de la comunidad.

El mensaje secundario: Está de manera implícita, ya que en él se emplea la participación de la sociedad, la promoción de valores, y, sobre todo, el mensaje para que la administración pública y los actores sociales, tomen el cuenta el desarrollo de la comunidad mediante el apoyo que brinden a los jóvenes para que logren ejecutar sus propuestas emprendedoras.

Que garanticen apoyo a los emprendedores tanto económico, educativo y de asistencia, mediante propuestas de actividades, acciones y estrategias enfocadas a dar respuesta a las problemáticas de los mismos. Contando con la participación de medios de comunicación y redes sociales.

7- LOGOTIPO Y LEMA

La imagen que vamos a utilizar es de un triángulo, relacionando colores violeta. Los colores de la imagen reflejan entusiasmo, innovación, curiosidad. El color provoca sensación de curiosidad y perseverancia.



El logotipo se compone de los mismos colores y la misma figura, se le da el nombre de Iluminare ES, que quiere decir “Iluminare Emprendimiento Social”, con el objetivo de motivar a los jóvenes a emprender socialmente.

Que vean el emprendimiento como algo que les permite ver más allá de su propia realidad, no solo les facilita un trabajo, sino una actividad que les ayude a desarrollar sus conocimientos mediante el trabajo en equipo, el compañerismo, la relación de valores, así como contribuir con proyectos que brinden beneficio para ellos, como la comunidad, se den a conocer y sientan la satisfacción de hacer algo importante por la comunidad, de esa manera adquirir conocimientos que les permitirá ser más competentes en el mercado laboral.



“El emprendimiento social juvenil, te abre las puertas del presente para forjar tu futuro de éxito y bienestar”

“El emprendimiento social, tu aliado en el tiempo”



“Yo Soy ES”

“El emprendedor siempre busca el cambio, responde a él y lo utiliza como oportunidad”

Peter Drucker.

8- ÁMBITO DE ACTUACIÓN

Nuestro ámbito de actuación será el municipio de Segovia, considerando que nuestro público objetivo son los jóvenes de Segovia, los medios que estamos eligiendo y los actores están en la ciudad, de esa manera se conseguirá que el mensaje llegue a nuestro público de manera efectiva. Se considera que a medida que se vaya dando cobertura a la demanda de nuestro público objeto se irá aumentando la capacidad de actuación.

9- ALCANCE

Público externo: Jóvenes segovianos

Público interno: La administración pública y actores sociales de Segovia.

La definición del alcance del plan se desarrollara de la siguiente manera.

En reunión de equipo del plan, tanto de la alcaldesa se presentará la información detallada y servirá de base para el proceso de elaboración, aprobación y ejecución del plan.

Logrando definir el qué, quien, como, cuando, donde y con qué. En el alcance del plan se aprobaran las metas a alcanzar. Las actividades propuestas en el plan, se realizaran por temporada y demanda. Previamente se hará un análisis de impacto de acuerdo a la demanda y solicitud planteada por los jóvenes emprendedores que presenten propuestas sociales.

El objetivo es promover el emprendimiento social juvenil, como una alternativa de empleo para los jóvenes de Segovia. El período en que se ejecutará el plan es en el transcurso del 2015-2020, haciendo una presentación adecuada del mismo, logrando puntualizar las partes específicas que se trabajará, en este caso las actividades y acciones, siguiendo las leyes y normativas dirigidas al emprendimiento. Una vez dada la aceptación del trabajo se procederá a analizar los requerimientos del plan, las necesidades, los beneficiarios, adaptando el alcance para seguir los lineamientos propuestos. Siguiendo el cronograma y ajustando el resultado del DAFO, aprobar los equipos necesarios y finalmente ajustar las lecciones aprendidas y la evaluación final del alcance.

10-ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

Primeramente vamos a establecer los objetivos en relación con los públicos.

Público objeto: Jóvenes de Segovia.

Propósito: Se han enfocado un conjunto de objetivos en los que se diseña la estrategia en función de los públicos.

I. Público objetivo primario: Jóvenes de Segovia.

- 1- Promover el emprendimiento social como una alternativa de empleo para los jóvenes de Segovia.
- 2- Que los jóvenes conozcan el emprendimiento social juvenil, mediante historias y experiencia de jóvenes que ya están emprendiendo.
- 3- Promover el emprendimiento social juvenil, mediante la participación de los jóvenes a través de las redes sociales.
- 4- Concienciar a los jóvenes que el emprendimiento social es una salida para dar respuesta a la demanda de empleo y prácticas profesionales.

II. Público objeto secundario: Administración Pública y actores sociales de Segovia.

- 1- Motivar a las administraciones públicas a dirigir sus acciones y actividades al apoyo de los jóvenes que impulsan el emprendimiento social.
- 2- Lograr que la administración pública de Segovia oriente el plan de comunicación a beneficio de los emprendedores sociales de la ciudad.
- 3- Motivar a la administración pública los actores sociales que gestión recursos económicos para invertir en proyectos sociales, presentados por jóvenes de Segovia.

Para lograr los objetivos planeados, se considera los siguientes alcances:

A corto plazo: Dar a conocer a los jóvenes de Segovia el emprendimiento social juvenil de manera que despierte su interés por contribuir al desarrollo de la comunidad y a su propio beneficio, tanto económicos, socio cultural.

Aumentar el número de emprendimientos sociales en la ciudad de Segovia. Dar a conocer a la sociedad los beneficios del emprendimiento social.

A medio plazo: Lograr que el Ayuntamiento apruebe un presupuesto para dar respuestas a las necesidades y demandas de los jóvenes, mediante la aprobación de las actividades propuestas y de esa manera garantizar recursos para brindar ayudas económicas a quienes presenten iniciativas con fines sociales.

Extender el plan a otros sectores de la sociedad e iniciar acciones educativas dirigidas a los futuros emprendedores sociales.

A largo plazo: Conseguir que el Ayuntamiento implemente el plan permanente y los jóvenes puedan consultar y proponer programas que les brinde respuesta a sus inquietudes y necesidades.

Que se apruebe un presupuesto permanente para apoyo a los emprendimientos sociales de la ciudad.

Que el espíritu del emprendimiento contagie a la ciudadanía de Segovia y a los actores sociales que creen sinergias para impulsarlo.

Para lograr la estrategia comunicacional planteamos una **misión**, que permitirá enfocar de una manera más efectiva nuestro fin.

La **misión** es contribuir desde el compromiso ético mediante actividades, y acciones dirigidas a promover el emprendimiento social entre la juventud segoviana.

La ejecución de esta misión se acompaña de los siguientes aspectos:

- Apoyo y gestión: En este punto se incluye apoyo a los jóvenes interesados en el emprendimiento social. Siguiendo las políticas del ayuntamiento en cuanto a ética y valores.
- Garantizar a los jóvenes financiamiento y un plan dirigido a dar respuestas a sus demandas.
- Desarrollo de actividades enfocadas a la demanda de la comunidad mediante la participación activa de los jóvenes.
- Mantener una comunicación directa con los actores implicados, crear alianzas

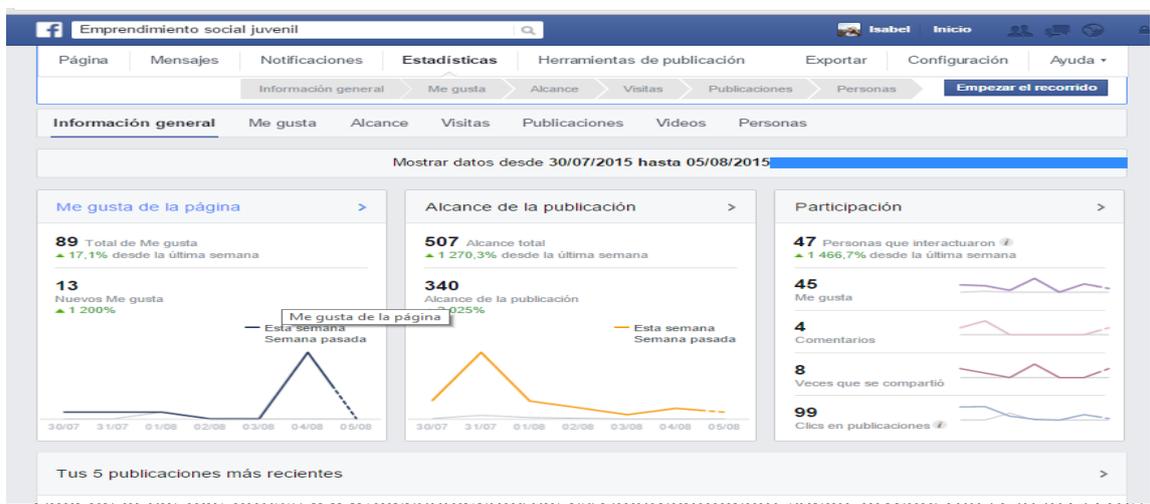
con las universidades y los colegios para motivar a los estudiantes en el emprendimiento social.

11- ACCIONES Y ACTIVIDADES.

Antes de realizar la propuesta de acciones que implicaría el plan de comunicación, daremos cuenta de dos acciones previas que se han realizado con la finalidad de constatar algunas de las ideas ya avanzadas en la investigación. En especial, para saber si realmente existe interés por el tema del emprendimiento social en los diferentes públicos y actores sociales y para poner a prueba la validez de las redes sociales como medio de comunicación, es decir, para testar si podría funcionar la promoción del emprendimiento social mediante las redes sociales.⁹¹



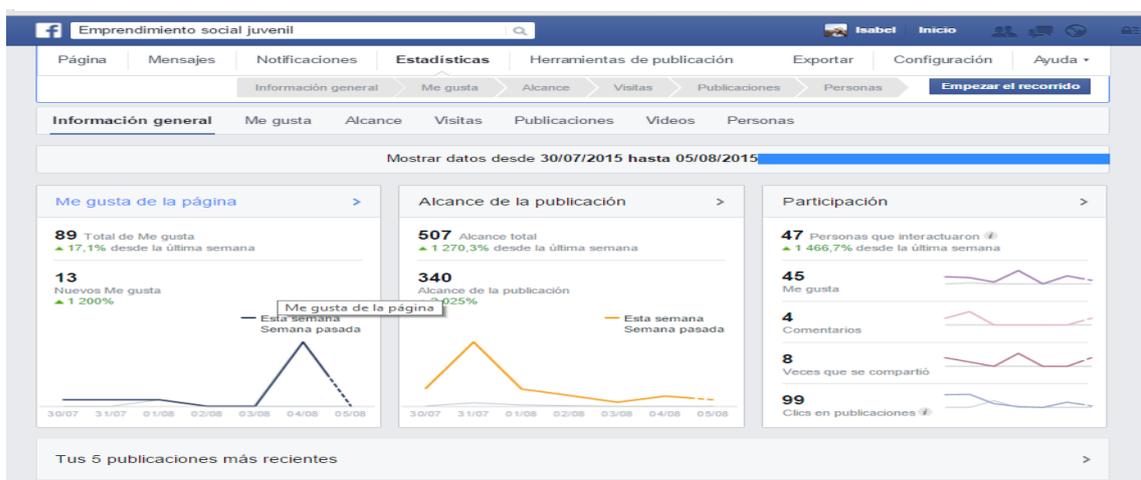
En este caso se utilizó la herramienta de Facebook, y a continuación se explica el proceso y la aceptación que ha tenido hasta el momento.





La actividad consiste en la elaboración de una página de Facebook del Emprendimiento social juvenil. Está diseñada con el logo del Plan, y a continuación se detalla lo que es, en qué consiste y lo que se pretende alcanzar.

En la siguiente gráfica se muestra el resultado de una semana, en la que hay un total de 89 “likes”, y 13 por publicaciones (se muestra el alcance de cada publicación un total de 507 y 340 por publicaciones). Aunque se publican solo temas relacionados con el emprendimiento social, se ha notado la aceptación grandemente. Se han recibido comentarios interesantes de apoyo, también se ha recibido mensajes privados de especialistas en el tema, mostrando interés y brindando su colaboración. En el link del perfil, <https://www.facebook.com/pages/Emprendimiento-social-juvenil/100513836959182>, se han compartido datos de las entrevistas realizadas y el perfil ha tenido bastante aceptación por los jóvenes de Segovia y también hay muchas personas que siguen el contenido de la página.



También el apoyo e interés por parte de algunos profesores de la universidad de Valladolid-Campus María Zambrano. Y comentarios por parte de la alcaldesa de

Segovia.

Es importante mencionar la aceptación que han tenido de los mensajes e informaciones relacionadas con el emprendimiento social juvenil. Resultados obtenidos desde junio a agosto del 2015, publicaciones y aceptación de Facebook.



En las siguientes gráficas se muestra el resultado de la aceptación de las publicaciones de los diferentes temas relacionados al emprendimiento social mediante el Facebook. <https://www.facebook.com/pages/Emprendimiento-social-juvenil/100513836959182>. Esta información con más de 15 visitas por día, también <http://zoquejo.com/not/23951/nueva-convocatoria-del-programa-segovia-emprende-dirigido-a-las-empresas-de-reciente-creacion>, con más de 35 visitas al día.

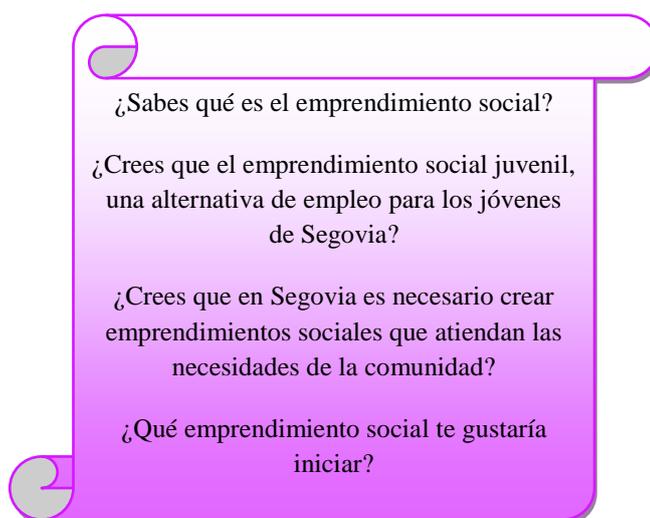


Se puede observar el contenido de los mensajes. Algunos jóvenes muestran que no saben mucho de lo que es emprendimiento social, por tal razón piden información. Son jóvenes de Segovia en su mayoría, aunque también escriben jóvenes de otras ciudades. En cuanto a la participación creativa y activa de nuestra página, se ha tenido una respuesta mayor de la esperada, ya que la aceptación es grande con más de 150 amigos y más de 1000 visitas a la semana. Considerando que solo es lleva un mes de apertura podemos decir que ha sido una iniciativa exitosa que evidencia el elevado interés que

existe por el tema.

También se experimentó una acción de calle, se realizó con el propósito de conocer la situación de los jóvenes de Segovia del emprendimiento social juvenil en Segovia. La acción consistió en la entrega una hoja a los jóvenes, donde se les hacía algunas preguntas, sobre que pensaban del emprendimiento social juvenil, si ellos consideraban el emprendimiento social juvenil como una alternativa de empleo Y si consideraban que en Segovia era necesario emprender socialmente. En la hoja se incluía el link del Facebook del Emprendimiento social juvenil.

Tras esta actividad, varios jóvenes escribieron en la página interesados en el emprendimiento social, otros jóvenes compartieron información sobre emprendimientos que se llevan a cabo en la ciudad. También esas hojas se dejaron en algunas secciones de la universidad de Valladolid-Campus María Zambrano y la Casa Joven de Segovia. Esta acción está prevista realizarse de nuevo. Esta acción de calle se realizó los últimos días de junio del presente.



El resultado de la acción está inmerso en el análisis de la realidad de Segovia, tomando en cuenta que la participación fue activa, aunque muchos jóvenes se limitaban a responder solo en si estoy de acuerdo o no tengo mucho conocimiento del emprendimiento social, me gustaría conocer y saber quienes nos pueden ayuda con la financiación de los proyectos.

Tras la realización de estas dos acciones previas se han reafirmado algunas de las ideas ya avanzadas en las entrevistas y grupos de discusión y sobre todo se ha constatado la importancia de las redes sociales y el interés creciente por parte de los actores, los jóvenes y la sociedad en el emprendimiento social.

11. 1. PROPUESTA DE ACCIONES Y ACTIVIDADES

Las acciones y actividades a desarrollar en este plan, prácticamente son el resultado del contenido de la investigación realizada, actividades propuestas por los mismos jóvenes como una forma de dar respuesta a la problemática que enfrentan al emprender, principalmente cuando quieren implementar un proyecto con fines sociales. Se presenta tres grandes acciones, cada acción va acompañada de sus actividades y el objetivo que se pretende alcanzar.

PROPUESTA DE ACCIONES Y ACTIVIDADES DEL PLAN	
ACCIÓN 1: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN	
OBJETIVO	-Promover el emprendimiento social como alternativa de empleo para los jóvenes. -Que los jóvenes conozcan el emprendimiento social juvenil, mediante historias y experiencia de jóvenes que ya están emprendiendo. -Que los jóvenes contemplen el emprendimiento como alternativa de manera real, percibiendo el apoyo institucional que tienen y los beneficios que alcanzarán.
PÚBLICO	Jóvenes de Segovia, sociedad en general
MEDIOS	- Medios tradicionales y - Web especializada (Antes mencionados)

ACTIVIDAD NÚMERO UNO	
CAMPAÑA DE PUBLICIDAD DESCUBRIR EL TALENTO EMPRENDEDOR	Con el objetivo de promover el emprendimiento social en Segovia, se propone la campaña de publicidad con el de promover el talento emprendedor entre la juventud, mediante: 1- <u>Descubre tu talento.</u> Con el fin de motivar a los jóvenes a descubrir su potencial se propone realizar una campaña de publicidad utilizando los siguientes medios:

	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Publicidad:</u> realizar cuñas radiales con mensajes del emprendimiento social, para que los jóvenes despierten su espíritu emprendedor e interés por el desarrollo tanto económicos y social de la comunidad. Las cuñas se emitirán en las principales cadenas y en los espacios publicitarios de programas dirigidos a jóvenes. - <u>Camisetas:</u> Diseñar camisetas con el logo y alguna frase de emprendimiento social y de los proyectos que se estén emprendiendo, actividad donde los jóvenes puedan recrearse y compartan de los posibles propuesta de solución a las problemáticas existentes en la ciudad. - <u>Carteles, volantes y folletos:</u> Ubicarlos en lugares estratégicos, donde los jóvenes emprendedores visitan, ejemplo: Universidades, organizaciones donde se aglutinan los jóvenes, lugares de estudios (Idioma, cursos, talleres). - <u>Difusión en redes sociales:</u> La campaña se lanzará una vez que esté diseñada la web (actividad 3) ya que será en ella donde estará toda la información de ayuda a los jóvenes interesados en emprender.
ACTIVIDAD NÚMERO DOS	
<p style="text-align: center;">PROGRAMA DE RADIO EMPREDIMIENTO SOCIAL EN LÍNEA</p>	<p>- <u>Educación emprendedora</u></p> <p>Con el objetivo de promover el emprendimiento social y dar a conocer las estrategias y leyes relacionadas al ES.</p> <p>Mediante la divulgación de un programa radial, dar a conocer los programas que apoyan el ES y las leyes y estrategias:</p> <p>Población dirigida: Jóvenes y actores sociales.</p> <p>Detalles: Con el objetivo de contribuir a mejorar la empleabilidad de los jóvenes, aumentar la calidad y la estabilidad del empleo joven, promover la igualdad de oportunidades y fomentar el espíritu emprendedor; Por ejemplo</p>

	<p>la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016, una de las premisas que el Ministerio de Empleo y Seguridad Social, tras un proceso de diálogo y negociación con los Interlocutores Sociales, ha implementado la estrategias, sus objetivos mejorar la empleabilidad de los jóvenes, aumentar la calidad y la estabilidad del empleo, promover la igualdad de oportunidades en el acceso al mercado laboral y fomentar el espíritu emprendedor.</p> <p>-Se dé a conocer mediante un Programa radial, un espacio donde los jóvenes compartan sus experiencias y de esa manera den a conocer sus ES.</p> <p>-Que se aborde a responsables de emprendimiento de actores sociales y administración pública cuando tengan proyectos dirigidos al ES.</p>
<p>ACTIVIDAD NÚMERO TRES</p>	
<p>WEB CREATIVA PARA PROMOCIÓN DEL EMPREDIMIENTO SOCIAL.</p>	<p>Público: Jóvenes segovianos</p> <p>Objetivos: Con el fin de crear una página que canalice toda la información del emprendimiento social, novedades, datos y resultados de investigaciones. Tomar en cuenta la página web del ayuntamiento y sectores sociales interesados en el tema.</p> <p>Deberá servir también para que los jóvenes de Segovia debatan del emprendimiento social, lo que saben, lo que les gustaría conocer, sus inquietudes, y sugerencias mediante una web o plataforma digital.</p> <p>Permitirá estar al día con las redes sociales, Facebook, Twitter, Intagram, Mailing, You tube, como Whatsaap y medios donde los jóvenes se vean tomados en cuenta. Esto con el propósito de mantenerles informados de las actividades o reuniones que se realicen, donde ellos puedan opinar y sugerir de cualquier tema para actividad.</p> <p>Detalles: Interesados en que los jóvenes sientan el interés de la administración pública por ayudarles en sus demanda, se considera importante crear debates del emprendimiento social al</p>

	<p>menos dos veces cada mes, donde los jóvenes den a conocer sus inquietudes, lo que esperan cada tiempo, estás de acuerdo a sus necesidades mediante una plataforma web, y que la organizaciones interesadas compartan los proyectos relacionados con el emprendimiento social en la web:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Un espacio donde se canalice toda la información relacionada al emprendimiento social. -Crear alianza entre las organizaciones interesadas emprendimiento social y cuando tengan alguna oportunidad para los jóvenes, ya sea financiamiento, asesoría, que lo compartan en la plataforma del emprendimiento social. -Crear una pestaña donde permita canalizar las propuestas de los jóvenes. -Crear una pestaña donde los jóvenes promuevan sus proyectos. <p><u>Compartir experiencia entre los emprendedores</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Crear una pestaña donde se establezca relación entre los emprendedores sociales existentes, empresarios jóvenes que sea de otras ciudades de España para que contagien a los jóvenes de Segovia del espíritu emprendedor. Con el objetivo de despertar el interés de los jóvenes mediante las experiencias compartidas de los emprendedores sociales existentes. <p><u>Necesidad de coordinar esta actividad con la campaña</u></p> <p>Será necesario que la web se diseñe y esté lista antes de lanzar la campaña, ya que en la campaña tendría que remitirse a los jóvenes interesados en emprender a la web</p>
--	---

PROPUESTA DE ACCIONES Y ACTIVIDADES DEL PLAN

ACCIÓN 2:

CAMPAÑA FORMATIVA Y DE EDUCACIÓN SOCIAL

OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> -Impulsar a los jóvenes emprendedores a presentar sus necesidades e inquietudes. -Motivar a los jóvenes a compartir y proponer ideas para dar respuesta a la problemática de la ciudad. -Concienciar a los jóvenes que el emprendimiento social es una salida para dar respuesta a la demanda de empleo y prácticas profesionales.
PÚBLICO	Jóvenes de Segovia
MEDIOS	<ul style="list-style-type: none"> - Actividades formativas como debates, seminarios, foros, talleres que se darán a conocer a través de medios tradicionales, redes sociales y de la web ya creada.

ACTIVIDAD NÚMERO UNO

<p>PLANIFICANDO MIS SUEÑOS</p> <p>SEMINARIO DE EDUCACIÓN SOBRE EMPRENDIMIENTO SOCIAL</p>	<p>Público: Jóvenes estudiantes de la educación secundaria y universitarios.</p> <p>Con el objetivo que los jóvenes de la ciudad de Segovia conozcan a fondo el tema, reflexionen y debatan sobre el emprendimiento social.</p> <p><u>Seminario al emprendimiento social</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Realizar un seminario educativo, dirigido a los universitarios, que sea un seminario permanente sobre el tema en el que participen todos los actores. <p>Lugar: Universidad (Campus María Zambrano).</p> <p>Actividades: Realizar un STORYBOARD donde se presente las ideas planteadas por los jóvenes.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Dar a conocer el resultado por la participación en los medios de comunicación, radio y tv. -Editar un video con el contenido. -Mensaje en la radio y la televisión.
--	---

ACTIVIDAD NÚMERO DOS	
<p>DEBATE DE LA REALIDAD DE LOS JOVENES EN RELACIÓN AL ES</p>	<p>Público: Jóvenes de la educación secundaria.</p> <p>Con el objetivo que los jóvenes de la educación secundaria, se motiven a contribuir con el desarrollo económico mediante el emprendimiento social.</p> <p>Lugar: Institutos de educación secundaria.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Se realice a los jóvenes de los institutos, un seminario donde se dé a conocer la importancia del emprendimiento social. -Se realice con los estudiantes, un ciclo de cine sobre el tema, así como talleres que contengan contenido del emprendimiento social. -Un debate con emprendedores sociales de la ciudad.
ACTIVIDAD NÚMERO TRES	
<p>CAMPAÑA INFORMACIÓN EDUCATIVA</p>	<p>Público: Jóvenes segovianos</p> <p>Con el objetivo que los jóvenes despierten el interés por el emprender, es necesario conozcan diversas temáticas enfocada a conocer la realidad social.</p> <p><u>Temáticas propuestas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Educación en derechos humanos. - Valores sociales (solidaridad, la equidad y el voluntariado) - Nuestra cultura - Prácticas sociales para los universitarios. <p><u>Medios informativos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Folletos. -Brochures -Videos

PROPUESTA DE ACCIONES Y ACTIVIDADES DEL PLAN	
ACCIÓN 3:	
APOYO Y ESTÍMULO DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL	
OBJETIVO	<p>-Promover el emprendimiento social mediante la participación activa de los jóvenes de Segovia.</p> <p>-Motivar a los jóvenes a conocer los deberes y derecho al emprender socialmente, interesarse por los problemas sociales y participar en la búsqueda de solución.</p> <p>-Promover el emprendimiento social como una alternativa de empleo para los jóvenes de Segovia.</p>
PÚBLICO	Jóvenes segovianos.
MEDIOS	Concurso y feria que se darán a conocer a través de medios tradicionales y la Web especializada

ACTIVIDAD NÚMERO UNO	
CONCURSO PROMOCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL	<p>Público: Jóvenes y actores sociales.</p> <p>Objetivo: Conseguir un elevado número de propuestas presentadas a los jóvenes a participar activamente en los concursos para enriquecer sus conocimiento y motivarse a emprender socialmente.</p> <p>Actividades: Elaboración participativa de la convocatoria para el concurso, teniendo en cuenta a los distintos actores sociales implicados; será necesario que en el diseño de la convocatoria y en su lanzamiento y resolución participen los actores sociales de forma sinérgica. Será convocado una vez al año. Difusión de la convocatoria a través de medios tradicionales, rueda de prensa, web y redes sociales.</p> <p><u>Promoción de la creatividad responsable en distintas modalidades:</u></p> <p>-Presentar la mejor idea creativa. -El proyecto mejor proyecto turístico.</p>

	<p>-El mejor proyecto de educación y salud.</p> <p>-El mejor mensaje social publicado en las redes.</p> <p>En alianza con los actores que financien artículos que sean de utilidad para los jóvenes y de estos hacer rifas.</p> <p><u>Alianzas estratégicas con actores sociales</u></p> <p>-Promoviendo mi talento y mi proyecto de vida</p> <p>-Alianzas permanente con los medios de comunicación</p>
<p>ACTIVIDAD NÚMERO DOS</p>	
<p>CONOCIENDO MI EMPRENDIMIENTO SOCIAL</p> <p>FERIA INFORMATIVA</p> <p>FERIA AL ESTIMULO EDUCATIVO Y SOCIAL</p>	<p>Objetivo: Motivar a los jóvenes por el emprendimiento social</p> <p>Población dirigida: Emprendedores sociales</p> <p>Actividad: Realizar convocatorias para apoyo de proyectos sociales, mediante una feria donde los jóvenes de Segovia presenten sus propuestas y que se den a conocer en los medios de comunicación.</p> <p>Se propone una <u>Feria informativa</u> una vez al año.</p> <p>-Realizar una feria donde participen emprendedores que ya existen y también haya exposición de nuevas ideas emprendedoras.</p> <p><u>Feria al estímulo educativo y social</u></p> <p>Con el objetivo que los jóvenes expongan sus proyectos y conscientes de la importancia del emprendimiento social.</p> <p>-Se propone realizar la feria informativa una vez al mes.</p> <p>-Crear un buzón de sugerencias, donde ellos expongan sus inquietudes y necesidades.</p> <p>Una feria donde la administración pública y los actores sociales, así como especialistas participen en una feria informativa dirigida al emprendimiento social.</p>

12-PRESUPUESTO

Presupuesto de la implementación del plan de comunicación			
2015-2016			
Resumen presupuestario.	octubre	noviembre	Diciembre
Cantidad de partida	-€	-€	-€
Gastos totales.	-€	-€	-€
Resultado netos (ingresos y gastos)	-€	-€	-€
Resultado netos	-€	-€	-€
Inscripción	50-€	50-€	50-€
Resumen de gastos			
Campaña de comunicación	1000 -€	1000 -€	1000 -€
Campaña de publicidad/descubrir el talento emprendedor	1000-€	1000-€	1000-€
Programa de radio ES en línea	1000-€	1000-€	1000-€
Web creativa para promoción del emprendimiento social.	1000-€	1000-€	1000-€
Campaña formativa y de educación social	1000-€	1000-€	1000-€
Participación activa/ storyboard	1000-€	1000-€	1000-€
Debate de la realidad de los jóvenes en relación al emprendimiento social.	1000-€	1000-€	1000-€
Campaña para conocer la crisis de empleo y riesgo de exclusión/“la realidad”	1000-€	1000-€	1000-€
Apoyo y estímulo del emprendimiento social	800-€	800-€	800-€
Promoviendo el emprendimiento social/ concurso	-€	-€	-€
Feria informativa	2500-€	2500-€	2500-€
Feria al estímulo educativo y social			
Libretas	1000-€	1000-€	1000-€
Lapiceros	1000-€	1000-€	1000-€
Calculadora	1000-€	1000-€	1000-€
Otros	1000-€	1000-€	1000-€
Resultado			

13- CRONOGRAMA

En el siguiente cronograma se estructuran las actividades y acciones, con sus objetivos, el tiempo y el responsable.

CRONOGRAMA				
EMPRENDIMIENTO SOCIAL JUVENIL				
Nº	ACTIVIDADES	OBJETIVO	FECH	RESP
1.	Campaña de publicidad descubrir el talento emprendedor	Promover el emprendimiento social como una alternativa de empleo para los jóvenes de Segovia.	05/10/15	área de investigación
2.	Programa de radio emprendimiento social en línea.	Promover el emprendimiento social y dar a conocer las estrategias y leyes relacionadas al ES. Contribuir a mejorar la empleabilidad de los jóvenes, aumentar la calidad y la estabilidad del empleo joven, promover la igualdad de oportunidades y fomentar el espíritu emprendedor	10/11/15	área de campo
3.	Web creativa para promoción del emprendimiento social.	Promover el emprendimiento social juvenil, mediante la participación de los jóvenes a través de las redes sociales.	05/12/2015	área de campo ayuntamiento
4.	Campaña formativa y de educación social	Impulsar a los jóvenes emprendedores a presentar sus necesidades e inquietudes. Motivar a los jóvenes a compartir y proponer ideas para dar respuesta a la problemática de la ciudad.	02/02/2016	Ayuntamiento
5.	Participación activa Storyboard.	Conocer las necesidades y problemas sociales de la comunidad, se propone realizar un storyboard dirigido a jóvenes de	15/02/2016	Área de análisis

		Segovia.		
6.	debate de la realidad de los jóvenes en relación al es	Con el propósito que los jóvenes planteen los problemas existentes y propongan soluciones es esas problemáticas, conocer la visión como emprendedores.	05/05/2015	Área de comunicación
7.	Campaña para conocer la crisis de empleo y riesgo de exclusión “la realidad”	Informar de la realidad y estadísticas de Segovia. Conocer la realidad del desempleo y riesgo de exclusión en la ciudad.	10/08/2016	Área de campo
8.	Apoyo y estímulo del emprendimiento social	Promover el emprendimiento social mediante la participación activa de los jóvenes de Segovia. Motivar a los jóvenes a conocer los deberes y derecho al emprender socialmente.	25/10/2016	Ayuntamiento
9.	Promoviendo el emprendimiento social concurso	Motivar a los jóvenes a emprender socialmente.	05/12/2016	Ayuntamiento
10.	Feria informativa	Motivara a los jóvenes universitarios a emprender socialmente para enriquecer sus conocimientos y prácticas profesionales	02/02/2017	Ayu / Uni
11.	Feria al estímulo educativo y social	Motivar a los jóvenes que visionen el desarrollo de la ciudad de Segovia.	10/06/2017	Ayuntamiento
12.	Promoviendo mi talento y mi proyecto de vida	Promover en los jóvenes Segovia a descubrir su potencia y a plantear sus proyectos de vida.	20/11/2017	Ayuntamiento
13.	Alianzas permanente con los medios de comunicación	Promover el emprendimiento social mediante los medios de comunicación de la ciudad de Segovia.	2015	Ayuntamiento

14-LIMITACIONES

Una de las principales limitaciones es la economía, no se cuenta con los recursos económicos para ejecutar todas las acciones con las que promover el emprendimiento social como se pretende en los objetivos planteados.

También no se puede pagar un espacio publicitario en medios de comunicación o programar actividades donde los jóvenes compartan sus inquietudes.

Existen diversas limitaciones que se manifiestan;

- No hay muchos especialistas del emprendimiento social.
- El factor tiempo es un limitante para los jóvenes que estudian y los que trabajan en otras áreas.
- La falta de divulgación oportuna donde los jóvenes se enteren al momento de un proyecto que financie o apoye el emprendimiento social.
- La falta de alianza en las organizaciones que trabajan o apoyan el emprendimiento social.
- La falta de confianza en los jóvenes emprendedores.
- Poca motivación de parte de los jóvenes por miedo a fracasar o que no les apoyen.

15-MANTENER EL IMPACTO SOCIAL

Para mantener el impacto de la campaña se utilizarán fotografías, entrevistas, noticias relacionadas al emprendimiento social, comentarios de los usuarios y beneficiarios, también historias compartidas por los emprendedores sociales de la ciudad.

Para lograr el impacto se realizarán varias acciones, tomando en cuenta como herramienta principal las redes sociales y los medios de comunicación.

- Una de las acciones consistirá en promover el emprendimiento social mediante la competencia de las mejores propuestas.
- Que se presenten las problemáticas más sentidas en la comunidad.
- Que los jóvenes compartan con las personas mayores sobre la situación de la ciudad.
- Descubrir los potenciales turísticos que requieren de mayor atención.
- Compartir con los actores sociales, debatir de las necesidades relacionadas a las personas, en las que requieren mayor atención o asistencia.

Para mantener el impacto se utilizan las redes, una plataforma dirigida solo al emprendimiento social donde se publique toda información, novedad y novedades del emprendimiento, que haya un espacio donde los jóvenes puedan compartir información relevante que vaya descubriendo. En el blog donde se compartirá reportajes y videos de los mismos jóvenes emprendedores la administración pública, y los actores implicados.

También promoviendo el emprendimiento social, mediante actividades recreativas ya que a los jóvenes les motiva participar cuando se promueve actividades festivas y de entretenimiento, donde los jóvenes puedan presentar sus ideas, la organización de ferias y actividades en coordinación con las universidades y el ministerio de educación para llevar charlas y talleres a los estudiantes donde puedan conocer del emprendimiento social y un espacio donde puedan aportar sus inquietudes.

16- EVALUACIÓN

La evaluación del siguiente plan se propone por un periodo de 5 años. Se realizará una guía de identificación, para realizar la formulación, ejecución y su respectivo seguimiento.

Por cada actividad propuesta se medirá de acuerdo a la aceptación, valorando el proceso y resultado con el fin de generar conocimientos útiles para decidir las posteriores actividades, tomando en cuenta la retroalimentación, y del resultado la mejora de la gestión y el cumplimiento de los objetivos.

Con la evaluación lograremos una mejor intervención dirigida a cada acción o actividad planificada.

Considerando evaluar cada programa y acción.

- Recogida de la información.
- Sistematización
- Evaluación
- Los plazos nos permitirán responder los objetivos y ver el aprendizaje y resultado obtenido.

Como guía de la evaluación nos centraremos en el análisis de los programas y acciones aplicadas. Analizando los valores sociales, las ventajas, la riqueza informativa, las posibilidades de indagación del emprendimiento social y la flexibilidad de adaptación.

Tomando en cuenta la valoración de los participantes.

Cada actividad tendrá una fecha específica y se empleara una evaluación para cada actividad o acción realizada. Priorizando los enfoques sociales de cada una.

La evaluación irá acompañada de:

- Eficacia.
- Pertinencia
- Impacto
- Viabilidad

Se desarrollara la evaluación previa, intermedia, final, mediante test de control.

Con la evaluación tomaremos en cuenta tres funciones primordiales.

- La retroalimentación de las actividades o acciones ejecutadas.
- El aprovechamiento de las experiencias de las actividades realizadas para las próximas. La financiación, rendición de cuenta.
- El impacto social, la acción social contribuida para el desarrollo de la comunidad.

17- CONTROL DE RESULTADOS

Una de las actividades empleadas, desde el inicio y elección del tema, se contó con la participación de jóvenes de Segovia, algunos ya emprendimiento en la ciudad, otros no tenían ni idea de lo que es el emprendimiento social. En el transcurso del trabajo un dato aproximado se conversó con más de 300 jóvenes de Segovia. Otra de las actividades para valorar el resultado, es la creación de la página web, logrando el interés y la participación de personajes, políticos, profesores, economistas y personas interesadas en el emprendimiento social, de los que se cuenta con el apoyo para llevar a cabo uno de los proyectos sociales que han surgido del trayecto de este trabajo.

Se valora el impacto esperado, los medios de comunicación han mostrado interés por el tema de la investigación, se ha hecho entrevista, y se está pendiente del resultado para darlo a conocer. Se ha logrado crear conciencia tanto en los jóvenes, la administración pública y los actores sociales, de ver el emprendimiento social, como una alternativa de empleo para los jóvenes de Segovia.

Para el control de resultado se plantean los siguientes ejes estratégicos que permitirán el desarrollo del plan, tomando en cuenta la comunicación como uno de los ejes fundamentales que permitirán el desarrollo de los objetivos planteados. En el siguiente mapa se detalla lo que se pretende.

EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL JUVENIL

Cuidad: Segovia

Público primario

Jóvenes

Público secundario

Administración Pública y Actores Sociales

COMUNICACIÓN

Redes sociales

Facebook, Twitter, Intragam

Whatsaap

Medios de comunicación

Radios, Televisión y Prensa escrita

COMPROMISO

- Compromiso de los jóvenes por emprender proyectos sociales que beneficien necesidades y demandas de la población, logrando un cambio social.
- Gestión de programas y estrategias para el emprendimiento social juvenil en Segovia.

18-INDICADORES

PARA LA ACCIÓN NÚMERO UNO

- Cuántas personas han participado en alguna de las actividades o acciones de la campaña en el ámbito en el que se han realizado.
- Cuántas personas han tenido conocimiento de la campaña en el ámbito en el que se ha realizado la campaña.
- Cuántos emprendedores sociales han asistido a alguno de las ferias.
- Número de personas que han visitado la página web en un año.
- Número de personas que han visualizado los anuncios de You Tube en un año.
- Si se ha constituido o no programas específicos al emprendimiento social.
- Número de emprendedores que en un año se han incorporado a las actividades de la universidad.

PARA LA ACCIÓN NÚMERO DOS

- Cuantos estudiantes de la educación secundaria y la universidad acuden a los talleres mensuales.
- Número de personas que emprenden en relación al número de las personas que acuden a los talleres.
- De cada 100 personas de las interesadas el número de las personas que emprenden.
- Incremento de emprendimientos sociales en un año, en términos sociales y económicos.
- Número de personas que han tenido conocimiento de la existencia del emprendimiento sociales a raíz de la campaña.
- Crecimiento de emprendimientos sociales, en términos absolutos y porcentuales.
- Número de personas que han adquirido conciencia del desempleo existente y los problemas de los jóvenes tras la campaña

- Número de emprendedores sociales que tras la campaña si tuvieran que adquirir un financiamiento, ahora lo pondrían en práctica.

PARA LA ACCIÓN NÚMERO TRES

- Cuantas personas se han participado en la información publicada en la página web.
- Número de personas (en términos absoluto y porcentuales) que han variado su percepción en positivo de la imagen del emprendimiento social.
- Número de personas que han dejado de emprender por falta de apoyo.
- Cuantas personas creen en el emprendimiento social, como alternativa de empleo.
- Número de convenios firmados entre las administraciones públicas y los emprendimientos sociales.
- Números de leyes, ordenanzas o normativas que las administraciones públicas han emitido a favor del emprendimiento social.
- Incremento del voluntariado relacionado con los nuevos emprendimientos sociales en un año, en términos de valores sociales.
- Incrementos de los emprendimientos sociales, financiados por la administración pública y los actores sociales.

6. CONCLUSIONES

En un mundo globalizado donde las ideas se dirigen cada vez más a la economía y desarrollo social, no es de extrañar que la comunicación, la innovación y el espíritu emprendedor sean considerados inseparables para los gobiernos de los diferentes países del mundo. En muchos casos se han dado cuenta que para mantener la economía y el desarrollo de un país las personas deben ser formadas, estimuladas, motivadas y sobre todo educadas para buscar alternativas que les sean útiles tanto en lo personal como en el entorno que les rodea.

En el proceso de la investigación se realizaron entrevistas con personas conocedoras del tema, se eligieron fuentes primarias y secundarias que aportaron información muy importante para contribuir en la elaboración de los objetivos planteados. Los tipos de entrevistas fueron adaptadas a los entrevistados y al acercamiento de proximidad que fue posible establecer. Aquí, es importante dejar claro que en el tema del emprendimiento social en Segovia, una característica muy fuerte de las personas que están involucradas es la formalidad y la disponibilidad en el momento de emprender y compartir su experiencia.

Se realizaron tres modelos de entrevistas, una dirigida a jóvenes de Segovia, otra a emprendedores sociales o personas que trabajan directamente en emprendimientos sociales, y la tercera dirigida a la administración pública y actores sociales que trabajan el emprendimiento social en la ciudad. También se realizaron tres grupos de discusión, uno con jóvenes universitarios, otro con jóvenes que están emprendiendo y otro con jóvenes que ni estudian ni trabajan.

En uno de los objetivos se planteó conocer la imagen y el interés que tienen los jóvenes por el emprendimiento social, mediante las entrevistas y los diferentes grupos de discusión se conoció que muchos no emprenden por temor, solo miran lo difícil, también son conscientes que solo ellos mismos son su propia barrera, aunque reconocen que quizá puedan encontrar obstáculos, pero ellos mismos se animan. Uno de los jóvenes dice *“se sabe qué sino no se lanza el primer obstáculo, que es uno mismo, no se podrá hacer mucho, lo más importante es la confianza, confianza de que se puede hacer”*.

Uno de los factores que limita a los jóvenes a emprender, es la falta de apoyo por la parte de la administración pública y los actores sociales. Llegamos a la conclusión que los jóvenes de Segovia necesitan sentir el apoyo de los agentes involucrados con el bienestar de la ciudad. Es compromiso de las organizaciones y la administración pública brindar apoyo tanto económico como asesor a aquellos jóvenes que presentaren alguna perspectiva que garantice bienestar o beneficio para las comunidades.

Mediante el análisis de las entrevistas es notorio ver el compromiso que tiene la sociedad con el cambio y el beneficio del mismo, vinculando valores y proyectos orientados a la movilización social con el objetivo de buscar un beneficio mutuo.

En Segovia hay varias organizaciones que apoyan el emprendimiento social pero no lo divulgan de una manera efectiva, muchas veces los jóvenes ni se dan cuenta, y cuando se dan cuenta ya ha pasado la oportunidad. Conocer cuáles son las estrategias que implementan las administraciones públicas (Ayuntamiento de Segovia, Concejalía de Educación y Juventud), para promover el emprendimiento social juvenil en la ciudad, es uno de los objetivos planteados, como resultado obtuvimos que las organizaciones tanto públicas como privadas no tienen un plan dirigido al emprendimiento social, no utilizan los medios adecuados, aunque realizan actividades en coordinación con las demás organizaciones no llegan a todos los jóvenes y no cumplen sus demandas.

Por tanto deben acercarse a los jóvenes, conocer mediante sus palabras la realidad que les rodea, cómo la perciben, motivándolos con estrategias que de verdad despierten su interés, ya que en Segovia la mayoría de los jóvenes que emprenden están trabajando bien y están obteniendo resultados satisfactorios, no hay mucha competencia y esa es una ventaja. A los jóvenes es muy difícil recomendarles algo, se encierran en su mundo y sus propias realidades, pero deben creer en sí mismos; para poder cambiar esta realidad las personas deben ser capaces de creer en que ellas mismas sí pueden hacer cambios.

Considerando que no existe un plan dirigido específicamente al emprendimiento social, sería oportuno que el ayuntamiento de Segovia, pusiera en marcha un plan de emprendimiento social en un plazo mediano y largo plazo, tomando en cuenta dentro de él un plan específico de comunicación con fines sociales.

Con esta investigación se ha mostrado la situación que viven algunos jóvenes de Segovia en el momento de emprender socialmente, sobre todo lo que hacen las administraciones públicas y los actores sociales para promover las iniciativas de los jóvenes; y las estrategias que implementan para apoyar tanto a los jóvenes como el desarrollo de la sociedad. Los jóvenes no tienen apoyo en el momento de emprender, falta financiación y faltan iniciativas enmarcadas en el emprendimiento social, no se utilizan las herramientas indicadas para llegar a los jóvenes. La desinformación es uno de los factores que limita a los jóvenes para aventurarse al emprendimiento social y verlo como una alternativa de empleo.

Propusimos conocer qué tipo de emprendimiento promueven otros actores sociales, especialmente la Universidad de Valladolid-Campus María Zambrano entre sus estudiantes. Lo que conocimos fue que la poca gestión que realizan carece de un plan formulado sobre el emprendimiento social, aunque hasta ahora han promovido actividades sobre el tema y se proponen seguir gestionando actividades y presupuestos encaminados a ello.

Es importante mencionar que la situación económica que vive España ha forzado a muchos jóvenes a tener que abandonar el país para poder encontrar trabajo. La elevada tasa de paro supone un coste elevadísimo por los subsidios, reduce los ingresos del Estado vía impuestos, erosiona la credibilidad de España en los mercados y genera un lógico malestar social. Es necesario fortalecer el tejido empresarial, fomentado la creación de nuevos modelos de negocio asociados a las nuevas tecnológicas de comunicación, lo que a su vez favorezca la creación de empleo y de esa manera dar respuestas a las problemáticas sociales.

A la largo de la historia de la humanidad siempre ha habido innovadores y emprendedores sociales, cuya preocupación por los problemas de los individuos y las comunidades se encontraba por encima de sus intereses económicos.

Según Pérez Camarero *“El emprendimiento social se ha visto en la evolución del ser humano, por ejemplo, los primeros cristianos y muchas comunidades religiosas a lo ancho de todo el mundo, también lo son actualmente millones de personas que participan en organizaciones de carácter social de muy diferente significado y orientación, pero con el denominador común de estar más preocupados por los problemas sociales que por el propio interés económico o de otro orden”*. Pérez Camarero (2012: 60).

Se ha llegado a la conclusión de que los emprendedores sociales no son fundadores de organizaciones, ni empresarios que hagan donaciones a causas sociales, son aquellos que aprovechan la actividad empresarial para transformar una realidad social. Personas con soluciones innovadoras a los problemas más graves en sus comunidades. Son ambiciosos y persistentes, atacando serios problemas de desarrollo social, cultural y económico.

De esto se argumenta que el emprendimiento social tiene un significado muy diferente en función del nivel del desarrollo económico, social o cultural de la comunidad en que nos encontremos, porque las prioridades y necesidades de las sociedades no son las mismas, sino que dependen de esa etapa de su desarrollo.

Se considera que la imagen que los jóvenes tengan de la promoción y el apoyo al emprendimiento social por parte de las administraciones públicas y de los actores sociales los dispondrá a motivarse y emprender. Por tanto los estudiantes deben aprovechar esa oportunidad como un momento para iniciar. Cuando se trata de emprender socialmente y son jóvenes los que lo hacen, no es fácil porque tienen miedo, no saben cómo hacerlo porque no se les han enseñado. Considerando el emprendimiento social como una oportunidad, se debe trabajar para hacer las mejores propuestas y los mejores trabajos. Segovia es una ciudad que necesita de emprendimientos sociales, debe haber relación entre los actores principales; hay que explotar las actividades culturales que se celebran, y aprovechar.

Es importante que los actores sociales de Segovia consideren la comunicación con fines sociales, utilizando mensajes apropiados para transmitir la información correcta y lleguen al público deseado, de tal manera que el apoyo por parte de las administraciones públicas y los actores sociales, marcará el incremento del emprendimiento social en la ciudad de Segovia.

Los jóvenes emprendedores deben pedir apoyo de una manera concreta y clara, el trabajo en equipo también es un buen complemento. Saber dar a conocer los resultados adquiridos y complementar sus iniciativas; de esa manera encontrarán más oportunidades que apoyen sus proyectos.

El emprendimiento social es un tema que está en desarrollo por la economía española, por tanto para la ciudad de Segovia no debe pasar desapercibido este panorama. Aunque

las administraciones apoyan el emprendimiento, les falta un plan de comunicación dirigido especialmente para los jóvenes en la promoción del emprendimiento social, como una alternativa; y hacerles sentir que en la ciudad tienen la oportunidad de desarrollar sus conocimientos tanto académicos como personales y adquirir beneficios económicos y sociales.

Concluimos este trabajo seguros de que el emprendimiento social es una alternativa de empleo para los jóvenes de Segovia. Las organizaciones tanto públicas o privadas deben darse cuenta que los jóvenes son el potencial clave para el desarrollo económico y social de la ciudad. El ayuntamiento de Segovia no tiene un plan dirigido al emprendimiento social juvenil, para la cual se propone el plan de comunicación con el fin de promover el emprendimiento social, como alternativa de empleo para los jóvenes y mediante este darle respuesta a las problemáticas que presentan, considerando que el mayor o menor interés de los jóvenes por el emprendimiento social, marcará su predisposición a emprender y por ende se verá en el desarrollo económico y social de la ciudad.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍAS

“El cerebro no es vaso por llenar, Sino una lámpara por encender”. Plutarco

Aberle, E. P. (2013). Responde la iniciativa social por parte de la empresa Eureka Comunicación, como un *Emprendurismo Social o se limita a ser el resultado de un programa de Responsabilidad Social empresarial*, pp.89.

Aleman, L. (2011). Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España.

Alonso, L. E (1997). “*El tercer sector*” Jerez. Elementos para una sociología del tercer sector, Tecnos, Madrid, pp 129-149.

Alvord, S.H., Brown, L.D., Letts, C.W. (2002), *Social entrepreneurship and social transformation: An Exploratory Study*. Noviembre, the Hauser Center for Nonprofit Organizations & The Kennedy School of Government, Harvard University

Austin, J.E. & SEKN Team (2006) *Gestión efectiva de emprendimientos sociales*. Lecciones extraídas de empresas y organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica, Banco Interamericano de Desarrollo, David Rockefeller Center for Latin American Studies Harvard University, Washington, D.C: Editorial Planeta.

Bellenger Besoain, M. A., Jara Murillo, T. V., & Troncoso Ramírez, J. R. (2013). *Propuesta de un manual de curso de emprendimiento e innovación social* (Doctoral dissertation, Universidad de Chile).

Bidet, E. & Eum, H. S. (2011) “*Social Enterprise in South Korea: History and Diversity*”, *Social Enterprise Journal*, 7:1, 69-85

Burt, M. (2008). *El nuevo campo del emprendedurismo social: teoría y práctica*. En: *Desarrollando nuevos emprendimientos*. Centro de Formación de la Cooperación Española. Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, 18 y 19 de agosto de 2008.

Campos, V. (2013). *El emprendedor social como mecanismo de inserción sociolaboral a través de la creación de empresas de economía social*. En: Sanchis, J.R. (dir.).

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.

Chaves, R. y Sajardo, A. (2004). *Economía política de los directivos de las empresas de Economía Social*, CIRIEC-España núm. 48, pp. 31-52.

Comas, D (2007). *Políticas de Juventud en la España Democrática*, Edición Injuve.

Comisión de las Comunidades Europeas (2003) Libro verde: *El espíritu empresarial en Europa*, documento COM 27, Bruselas, Comisión de las Comunidades Europeas.

Coraggio, J. L. (2004). Una alternativa socioeconómica necesaria. *La economía social*. Claudia Danani, comp.

Coraggio, J.L. (2011) “*Economía social y solidaria: El trabajo antes que el capital*”. En Acosta, A. & Martínez, E. (eds), Quito: Ediciones Abya-Yala

Cotarelo García, R (2009). *La juventud en un mundo globalizado*. *Revista de Estudios de Juventud*, N° 87.

Dacin, M. T. Dacin, P. A. & Tracey, P. (2011). *Social entrepreneurship: a critique and future directions*. *Organization Science* 22 (5), (pp. 1203-1213).

De Singly, F. (2005). *Las formas de terminar y de no terminar la juventud*. *Revista de estudios de juventud*, (71), 111-121.

De Souza Silva, José; Cheaz, Juan; y Calderón, Johanna (2001). “*La Cuestión Institucional: De la vulnerabilidad a la sostenibilidad institucional en el contexto del cambio de Época*”. Serie Innovación para la Sostenibilidad Institucional. San José, Costa Rica: Proyecto ISNAR “Nuevo Paradigma”.

Dees, J. G. (1998). *Enterprising nonprofits: What do you do when traditional sources of funding fall short* *Harvard Business Review* n.76 (pp. 55- 67).

Dees, J. G. (2001). *The Meaning of social entrepreneurship*, Online, consultado el 7 de Octubre de 2010 GEM (2009). *Global Entrepreneurship Monitor 2008*. Madrid, España: Instituto de Empresa.

Defourny, J., & Nyssens, M. (2012). *El enfoque EMES de empresa social desde una perspectiva comparada*. CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa, 75, 7-34.

Drucker P. (1986) *La innovación y el empresario innovador*, Buenos Aires, Editorial Sudamericana, pp 36-45.

Duarte, T., & Tibana, M. R. (2009). *Emprendimiento, una opción para el desarrollo*. *Scientia et Technica*, 3(43).

Ebner, A. (2003). *The Institutional Analysis of Entrepreneurship: Historist Aspects of Schumpeter Development Theory*. En J. Backhaus (Ed.), Joseph Alois Schumpeter. Entrepreneurship, Style and Vision (pp. 117-140).

Echeverri, H. H. (2009). *Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura*. *Innovar*, 19(33), 19-33.

Eikenberry, A. y Kluver, J. (2004). *The Marketization of the Nonprofit Sector: Civil Society at Risk*. *Public Administration Review*, 64 (2) ,132-140.

Ed. IUDESCOOP. (2011). *Emprendimiento, Economía Social y Empleo*. Universitat de Valencia. pp. 11-32 (223)

Entrepreneurship survey in the 25 Member States, United States, Iceland and Norway, (2007), *European Commission. Directorate-General for Enterprise and Industry E/1: Untrepreneurship*. Flash Eurobarometer.

Estivill, J. Darmon, Bernier, A y Valadou, CH, (1997): *Las empresas sociales en Europa*, comisión Europea DGV, Barcelona, Hacer Editorial.

Fassin, Y. (2005). *The Reasons Behind Non-Ethical Behavior in Business and Entrepreneurship*. *Journal of Business Ethics*, 60 (3), 265-279.

Fernández Aldecua, M. J., Castillejos López, B., & Alfonso Ramírez Luna, J. (2012). *Empresas sociales y ecoturismo en Bahías de Huatulco, México: Diagnóstico de la gestión empresarial*. *Estudios y perspectivas en turismo*, 21(1), 203-224.

Foncea, M. D., Servós, C. M., & Servós, C. M. (2012). *Empresas sociales y evaluación del impacto social*. *CIRIEC-España*, 75, 179-198.

Furtado, C. (2006). *Teoría y política del desarrollo económico*. Madrid, Siglo XXI de España editores.

G. Tabuenca, Crespo y Martí, (2008) “*La actividad emprendedora, empresas y empresarios en España 1997-2006*”. Fundación Rafael Del Pino, Marcial Pons, 2008. Entrepreneurship Survey of the EU25, Secondary analysis, Spain (2007).

Gessa, A., & Toledano, N. (2011). *Turismo, emprendimiento y sostenibilidad en los espacios naturales protegidos: El caso de Andalucía-España*. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(5), 1154-1174.

- González Maura, V. (2000). *La educación de valores en el curriculum universitario.: Un enfoque psicopedagógico para su estudio. Educación Médica Superior*, 14(1), 74-82.
- Gutiérrez, A. C. M. (2009). *Innovación” abierta” en el Tercer Sector: el modelo organizativo 2.0. Revista española del tercer sector*, (13), 17-38.
- Juliá, J. F. (2013). *Emprendimiento y universidad. Una referencia al caso de España ya la UPV. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 113, 7-27.
- Light, P. (2009). *Reorganización del emprendimiento social. Revista española del tercer sector*, (13), 89-98.
- Limitadao, S. D. P. V., & Olivares, R. T. (2014). *Programa Tv cuando Seas Grande Fomento del Emprendimiento en Medios de Comunicación. España.*
- Lozano Urbieto, M. I. (2003). *Nociones de juventud. Última década*, 11(18), 11-19.
- Margulis, M. (2001). *Juventud: una aproximación conceptual. Adolescencia y juventud en América Latina*, 41-56.
- Márquez, P., Reficco, E. & Berger, G. (2010) *Negocios inclusivos: iniciativas de mercado con los pobres de Iberoamérica*, Banco Interamericano de Desarrollo, David Rockefeller Center for Latin American Studies Harvard University, Washington, D.C.: Editorial Planeta.
- Monzón, J. L., & Deforuny, J. (1992). *La economía social: tercer sector de un nuevo escenario. Economía Social: entre economía capitalista y economía pública. CIRIEC-España*, 11-16.
- Morales Gutiérrez, A. C. (2010) ‘*Claves para comprender la innovación social*’ en ALBAIGÈS, J. ET AL. (2010). *La innovación social, motor de desarrollo de Europa*. Sevilla, Socialinnova.
- Morduchowicz, Roxana (2008). *Los jóvenes y las pantallas: nuevas formas de sociabilidad*. Ed. Gedisa.
- Moreira, P., & Urriolagoitia, L. (2011). *El emprendimiento social. Revista española del tercer sector*, (17), 17-40.

Network, S. E. K. (2006). *Gestión efectiva de emprendimientos sociales*. Lecciones extraídas de empresas y organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica. Washington, DC: Inter-American Development Bank & David Rockefeller Center for Latin American Studies.

Nicolás Martínez, C., & Rubio Bañón, A. M. (2012). *El emprendimiento social: una comparativa entre España y países sudamericanos*. Madrid.

Nuchera, A. H., Morote, J. P., & Serrano, G. L. (2002). *La gestión de la innovación y la tecnología en las organizaciones*. Ediciones Pirámide.

Pastore, R. (2006). *Diversidad de trayectorias, aproximación conceptual y pluralidad de proyectos de la Economía Social*. Buenos Aires, documento del Centro de Estudios de Sociología del Trabajo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires.

Pfänder, Stefan. Jörg Wagner (2008). *La des/comunicación y sus re/medios*. Ed. La Crujía, comunicación social.

Pont Sorribes, C., Codina, L., & Pedraza Jiménez, R. (2009). *Comunicación de riesgo y sistemas de información en la Web: cinco modelos*.

Quintão, C. (2007). *Empresas de inserción y empresas sociales en Europa*. Revista CIRIEC-España, (59), 33-60.

Reca Galaso Pablo, Capital social y desarrollo económico: *Un estudio de las redes de innovación en España*. Madrid. Tesis doctoral. 2011.

Rodríguez Ramírez, A. (2009). *Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial*. Pensamiento & Gestión, (26), 94-119.

Ruiz Olabuénaga, J.I. (2007) *Metodología de la Investigación cualitativa*. 4ª ed. Bilbao: Universidad de Deusto.

Rusque, A. M., & Gutiérrez, S. (2012). *Desde la Exclusión Sociolaboral al Emprendimiento Social*. New York: Academy of Management Learning & Education.

Santocildes, M. E., Urquijo, L. G., & Elorriaga, A. M. (2012). *La iniciativa comunitaria en favor del emprendimiento social y su vinculación con la economía social: una aproximación a su delimitación conceptual*. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, (75), 54-80.

Sapag, J. C., & Kawachi, I. (2007). *Capital social y promoción de la salud en América Latina*. Revista Saúde Pública, 41(1), 139-49.

Schein, E. H. (1988) *La cultura empresarial y el liderazgo. Una visión dinámica*, Barcelona, Plaza & Janés.

Shapiro A. (1985, October). *Why entrepreneurship*. A worldwide perspective. Journal of Small Business Management, pp.1-5.

SILVA, D. S. J. (2007). *El emprendimiento social en el cambio de época*. Worlds & Knowledges Otherwise

Silveira, S. (2001). La dimensión de género y sus implicaciones en la relación entre juventud, trabajo y formación. *Los jóvenes y el trabajo: la educación frente a la exclusión social*, UIA/IML/Unicef-Cinterfor oit, ret y Conalep

Smulovitz, C. (1996). *La investigación sobre el tercer sector: el sur también existe*. Baltimore: ISTR.

Trigueros, F. F., & Castaño, F. F. (2014). *El auge de los emprendedores. Análisis de su presencia en prensa en 2011-2013 y en redes sociales*. Vivat Academia, (127), 117-155.

Watson K., Hogarth Scott S. y Wilson N. (1998) *Small business start-ups success factors and support implications, International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 4 (3) pp. 217 – 238.

Watzlawick, P. Beavin, H. & Jackson, D. D. (1971). *Teoría de la comunicación*. Tiempo contemporáneo.

Wennekers S., Noorderhaven N., Hofstede G., Thurik R. (2001) *Cultural and economic determinants of business ownership across countries*, Boston, Babson College.

Zahra, S.A. Gedajlovic, E., Neubaum, D.O. & Shulman, J.M. (2009). *A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges*. Journal of Business Venturing n. 24, (pp. 519-532)

Zander, I. (2004). *El espíritu emprendedor en el ámbito geográfico. Fundamentos conceptuales e implicaciones para la formación de nuevos cluster*. Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas n. 20, (pp. 9-34)

PAGINAS WEB

-**El Emprendimiento Social como modelo para instituciones educativas en el país y Latinoamérica** Juan Carlos Yepes conversa con Rogelio García, profesor de la Saint Thomas University de Houston, EEUU. El tema a tratar será el Emprendimiento Social como modelo para instituciones educativas en el país y Latinoamérica. (Publicado el 15 ago. 2013). <https://www.youtube.com/watch?v=8YmQIG8TKL4>

-**Muhammad Yunus - Empresas Sociais - Danone-Grameen** (legendado em Português) Este video foi publicado originalmente pela joint-venture Danone-Grameen, como parte da campanha de divulgação da nova empresa social, e conta a história da experiência Danone-Grameen. (Publicado el 17 sept. 2012) <https://www.youtube.com/watch?v=KmHyoW3Www4>

-Plataforma online del CIS permite el análisis de resultados/ **Encuesta Social Europea. ESE)** <http://www.cis.es//WWW.Analisis.CIS.ES>

-The World Values Survey (www.worldvaluessurvey.us) [http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp//The Executive Committee is the central governing body of the WVSA](http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp//The%20Executive%20Committee%20is%20the%20central%20governing%20body%20of%20the%20WVSA) (2015).

-Alfred Vernis Profesor titular de ESADE. Doctor por la New York University (NYU 2010). Es profesor titular del Departamento de Política de Empresa y de los Institutos de Innovación Social, de Governanza y Dirección Pública, y de la Iniciativa Emprendedora de ESADE (Universidad Ramón Llull). <http://www.diba.cat/documents/172547/915620/EmpresasInspiranFuturo2010.pdf>

-La Fundación Educación Superior-Empresa (FESE) **Segundo concurso Vive con Ciencia 2015**. Por segunda ocasión, los estudiantes de licenciatura o su equivalente de todo el país, podrán mostrar su talento, creatividad y conocimiento en el diseño de soluciones prácticas, basadas en ciencia, tecnología e innovación, que respondan a problemas cotidianos <http://registro.fese.org.mx/>

La iniciativa de emprendimiento social de la Comisión Europea.

OTRAS PÁGINAS WEB CONSULTADAS

http://ec.europa.eu/internal_market/publications/docs/

<http://www.injuve.es/sites/default/files/9205-04.pdf>

<http://www.injuve.es/sites/default/files/9205-07.pdf>

<http://www.injuve.es/sites/default/files/9205-05.pdf>

[http://sorianoticias.com/noticia/2015-05-14-el-emprendimiento-social-castilla-leon-da-
empleo-30-000-personas-24437](http://sorianoticias.com/noticia/2015-05-14-el-emprendimiento-social-castilla-leon-da-empleo-30-000-personas-24437)

<http://concepto.de/emprendedor/#ixzz3fWTmMXTiC>

<http://www.ipyme.org/es->

<http://www.ipyme.org/>

<http://www.injuve.es/sites/default/files/2015/09/publicaciones/injuve100.pdf>

<http://www.diba.cat/documents/172547/915620/EmpresasInspiranFuturo2010.pdf>

<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=987&langId=en>

http://xuventude.xunta.es/uploads/Emprendimiento_economico_y_social_en_Espaa.pdf

<http://www.ipyme.org/es->

<http://www.empresas.jcyl.es/web/jcyl/Empresas/es/Plantilla100/1284248317853/ / />

<http://www.injuve.>

<http://www.ipyme.org/es-ES/noticias/Documents/EmprendeturJovenes2014.pdf>

http://ocw.unizar.es/ocw/pluginfile.php/102/mod_label/intro/ep-f-008-quintao.pdf

<http://www.injuve.es/>

[http://www.noticiaspositivas.net/2014/02/04/unltd-firma-pionera-de-apoyo-a-
emprendedores-sociales-desembarca-en-espana/](http://www.noticiaspositivas.net/2014/02/04/unltd-firma-pionera-de-apoyo-a-emprendedores-sociales-desembarca-en-espana/)

<http://www.unltdspain.org/>

[http://www.dicyt.com/noticias/rachida-justo-los-emprendedores-sociales-seran-los-
protagonistas-de-la-proxima-revolucion-del-siglo-xxi](http://www.dicyt.com/noticias/rachida-justo-los-emprendedores-sociales-seran-los-protagonistas-de-la-proxima-revolucion-del-siglo-xxi)

[http://www.ie.edu/es/universidad/noticias-eventos/noticias/estudiantes-del-bba-ie-se-
adentran-el-emprendimiento-social-trav-s-un-proy/](http://www.ie.edu/es/universidad/noticias-eventos/noticias/estudiantes-del-bba-ie-se-
adentran-el-emprendimiento-social-trav-s-un-proy/)

<https://www.youtube.com/watch?v=j3qIprad0Ms>

<http://concepto.de/innovacion/#ixzz3fWRch3z1>

<http://www.emprendices.co/que-es-el-emprendimiento-social/>

<http://grantspace.org/tools/knowledge-base/Preguntas-y-respuestas-en-espanol/Pequeñas-empresas/emprendimiento-social-social-enterprise>

<http://emprende.usal.es/>

http://www.juventudenaccion.injuve.es/opencms/opencms/eurodesk/?_locale=es

<http://www.un.org/es/millenniumgoals/pdf/mdg-report-2014-spanish.pdf>

http://www.empleo.gob.es/ficheros/garantiajuvenil/documentos/Folleto_Nuevos_Incentivos.pdf

8. ANEXOS

ENTREVISTAS

Este FORMATO-GUIÓN, se implementó en el proceso de las entrevistas, cada uno se desarrolló en los diferentes públicos que complementan el contenido de este trabajo.

Formato I:

- ¿Cómo joven qué piensas de la situación del desempleo?
- ¿En qué te gustaría trabajar?
- ¿Te gustaría ser dueño de tu propio trabajo?
- ¿Sabes que es el emprendimiento social, te gustaría conocer más del tema del emprendimiento social, si no? ¿Por qué?
- ¿Conoces organizaciones e instituciones que promueven el emprendimiento social en Segovia? ¿Cuáles y las valoraciones?
- ¿Conoces alguna experiencia o iniciativa promovida por de las administraciones públicas, actores sociales, Qué valoración pueden dar?
- ¿Conoces algunos emprendimientos de la universidad Valladolid o algunos otros emprendimiento sociales?
- ¿Conoces el trabajo que realiza el Ayuntamiento, la diputación provincial y la junta de Castilla y León relacionados al campo de la juventud y sus necesidades?
- ¿Qué demandas a las administraciones públicas para que estas promuevan y apoyen el emprendimientos social o iniciativas juveniles?
- ¿Has emprendido alguna vez una idea?
- ¿Te gustaría emprender tu propia idea?
- ¿Qué tipo de emprendimiento te gustaría realizar?
- ¿De qué forma piensas que las organizaciones ya sean estas públicas o privadas deben apoyar a los jóvenes para que se empoderen a crear sus propias empresas?

Formato II:

- ¿Qué tipo de emprendimiento realiza?
- ¿Crees que es un emprendimiento social?
- ¿Qué le motivo a emprender?
- ¿Qué ha sido lo más difícil al momento de empezar con tu empresa o negocio?
- ¿Ha recibido apoyo por parte de alguna organización o institución para llevar a cabo su actividad?

¿Qué es lo que más te ha costado al momento de emprender tu iniciativa laboral?

¿Tu proyecto beneficia a demás personas, cómo?

¿Cómo valoras la motivación de los jóvenes respecto al emprendimiento?

¿Cree que el emprendimiento puede ser una opción de laboralmente sostenible?

¿Qué tipo de emprendimiento recomendarías para los jóvenes segovianos?

¿Un consejo para los jóvenes que quieren emprender?

¿Crees que las administraciones públicas debería apoyar a los jóvenes para que sean empresarios, como?

¿Qué crees que debe hacer el ayuntamiento de Segovia para ayudar a los jóvenes emprendedores?

Formato III:

¿Actualmente poyan el tema del emprendimiento social?

¿Si es si en qué consiste el apoyo, sino porque?

¿Desde hace cuánto trabajan el emprendimiento social?

¿Cómo o de qué forma promueven el emprendimiento social?

¿Qué tipo de emprendimientos sociales promueven?

¿Cuántos emprendimientos sociales apoyan actualmente y cómo?

¿Qué estrategia utilizan para motivar a los universitarios a descubrir su potencial?

¿Qué actividades realizan para motivar a los jóvenes a emprender?

¿Cómo valora el interés de los jóvenes universitarios por el emprendimiento social?

¿Creé usted que el emprendimiento social puede ser una alternativa de empleo para los jóvenes universitarios? ¿Sí o no, porque?

¿Tienen alianza con las administraciones públicas o actores sociales para apoyar el emprendimiento social, cuáles son y en qué consiste?

¿Tienen alianza con algún organismo que financie el emprendimiento social presentados por los jóvenes?

¿Hay muchos jóvenes que no emprenden por falta de apoyo, apoyaría una idea emprendedora? ¿Cómo?

¿Tiene alguna preferencia por los temas a emprender? ¿Cuáles y porqué?

¿Qué tipo de emprendimiento social cree que sería el indicado a emprender en Segovia por los universitarios? ¿Qué consejo daría a los jóvenes respecto al emprendimiento social? ¿Cuál será su compromiso con los jóvenes universitarios que impulsen emprendimientos sociales?

GUIÓN DE REPORTAJE

EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL JUVENIL

Una alternativa de empleo para los jóvenes de la ciudad de Segovia.

Grabación locutor 1:

En estos últimos años, el Emprendimiento Social se ha establecido en una de las áreas más innovadoras de la actividad económica y social de Europa.

Los emprendedores sociales son personas o equipos de personas que crean una empresa para solucionar un problema social existente de forma rentable y sostenida, unen las oportunidades de negocio con la mejora de la sociedad, considerando que el emprendedor social es un agente de cambio que contribuye a paliar los efectos del desempleo y de la exclusión social mediante la creación de empresas.

Este trabajo surge con el objetivo de conocer la imagen que tienen los jóvenes de Segovia del emprendimiento social, el interés, las perspectivas, inquietudes y dificultades que se presentan al momento de emprender. Para conocer esta realidad ellos mismos lo comentan.

Grabación 1.

1. Entrevista de los jóvenes.

Grabación locutor 1:

Los jóvenes emprendedores también comparten sus experiencias.

Grabación 3.

2. Entrevista emprendedores.

Grabación locutor 1:

La Unión Europea desde el 2013, está implementando la “Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016”, que se enmarca en el objetivo del Gobierno Europeo de impulsar medidas dirigidas a reducir el desempleo juvenil, mediante la inserción laboral por cuenta ajena o a través del autoempleo y apoyo de proyectos sociales.

En España el número de empresas sociales está en crecimiento, empresas que atienden problemáticas sociales.

La administración pública también juega un rol en la sociedad, el de brindar apoyo a los

jóvenes para su crecimiento y desarrollo, y para conocer que hace el Ayuntamiento de Segovia para promover el emprendimiento social entre la juventud entrevistamos a su alcaldesa la Sra. Clara Luquero de Nicolás.

Grabación 4.

4. Entrevista alcaldesa Clara Luquero.

Grabación locutor 1:

Creemos en el emprendimiento social, por eso estamos trabajando en ello, dice el Responsable de Concejalía de Educación y Juventud de Segovia, y también coordinador de los emprendimientos sociales, el señor Víctor Herrero.

Grabación 5.

5. Entrevista Víctor Herrero.

Grabación locutor 1:

Los actores sociales también juegan un papel muy importante en el desarrollo de la comunidad, y velar por los problemas sociales también les compete, para conocer de qué forma apoyan a los emprendedores a impulsar sus empresas, entrevistamos al decano de la Universidad de Valladolid Campus María Zambrano, al Dr. Agustín García Matilla.

Grabación 6.

6. Entrevista al Agustín García Matilla.

Grabación locutor 1:

Los actores sociales de Segovia también están interesados en el emprendimiento social. Actores como Lanzaderas de empleo por la que se entrevistó a su coordinadora Sra. Sara Cerna.

Grabación 7.

7. Entrevista a Sara Cerna.

Grabación locutor 1:

También la caja rural de Segovia apoya iniciativas sociales, aunque en su mayoría sean implementadas en las zonas rurales, los jóvenes que se preparan son de Segovia capital.

Grabación 8.

8. Entrevista a Caja Rural Segovia.

Grabación locutor 1:

El responsable de emprendimiento en la Federación empresarial Segoviana, Libardo Palma, dice que también apoyan el emprendimiento.

Grabación 9.

9. Entrevista a Libardo Palma.

Grabación locutor 1:

El emprendimiento social es una alternativa de empleo para los jóvenes, y en Segovia hay varios sectores que pueden ser atendidos con proyectos sociales, y que no se están ateniendo.

Los jóvenes sugieren algunas alternativas.

Grabación 10.

10. Jóvenes donde dice que deben hacer para apoyarlos.

Grabación locutor 1:

Los jóvenes tienen potencial para emprender socialmente y cubrir de esa manera las demandas o necesidades que están viviendo.

El desempleo es una de esas necesidades y el emprendimiento social puede ser una alternativa de empleo y desarrollo tanto en lo profesional como para la comunidad y es compromiso de todos que esta realidad tenga un cambio.

PROPUESTAS DE EMPRENDIMIENTOS SOCIALES

PROPUESTA I.

Nombre de la idea: October

“Por la defensa de los animales”

Lema: “Por un mundo más justo, protejamos a nuestros animales”

Figura principal: October, Conejo

Misión: Crear conciencia en la población, sobre el cuidado y la protección de los animales, a través de actividades y promoción de leyes para que exista un mundo más humano con nuestros animales.

Visión: Ser una idea emprendedora (Organización), que luche por la defensa y protección de los animales, promoviendo la participación de centros escolares y medios de comunicación.

Tiempo: De octubre a diciembre 2015

Dueña de la idea. Laura Aragonés.

Descripción del proyecto: Esta es una idea de emprendimiento social, después de ver el problema que se da con los animales, de maltrato, (Caza, muertes etc.) surge esta idea, con el fin promover los derechos de los animales.

Promovemos esta iniciativa con el firme propósito de crear conciencia, en el cuidado de los animales, su reproducción y adecuado servicios, sin olvidar que también tienen derechos. Existe cada vez más violencia que ponen en riesgo de extinción y peligro de caza de algunos animales, que son utilizados innecesariamente. Pretendemos promover las leyes, realizar acciones de concienciación a través de mensajes que ayuden a la gente a ser más humanitarios con los animales. Principalmente en las zonas rurales.

Público objetivo: Población en general (Jóvenes universitarios)

Compromisos: Buscar aliados /Jóvenes interesados.

Actividades

1. Buscar jóvenes interesados en el tema.
2. Realizar grupos de trabajos.
3. Crear mensajes que promuevan la protección de los animales.
4. Gestionar fondo (presupuesto)
5. Plantear proyecto (Plan de negocio para presentarlo a organizaciones)
6. Rifas
7. Vender (Camisetas, gorras, brazaletes)
8. Presentación en la universidad (UVA o Centros de educación interesados)
9. Presentar propuesta en el Ayuntamientos, Ongs interesadas.
10. Buscar aliados para participar.

Materiales.

1. Lugar.

2. Papel y lápiz.
3. Cámara.
4. Internet
5. Portátil (PC)

Presupuesto:

1. Camisetas. (Coste)
2. Gorras.
3. Brazaletes.
4. Video de promoción.
5. Productos para rifas.

Propuesta de comunicación:

1. Crear un Facebook. (Fotos de las personas que estén interesadas en participar con un mensaje)
2. Promover mensajes elaborados.
3. Participar en los medios de comunicación. (Radio, periódico)
4. Realizar presentación (Presentar un manifiesto)

PROPUESTA II.

Nombre: Recicla, reutiliza, reutiliza.

Lema: “Más allá del horizonte, juntos podemos hacer la diferencia”

Misión: Crear conciencia en la población de la importancia de reciclar para el cuidado del medio ambiente a través de presentaciones de diseño con productos elaborados del reciclajes en la ciudad de Segovia.

Visión: Ser una idea emprendedora (Organización) capaz de crear cambios de conciencia sobre el uso y protección del medio ambiente a través del reciclaje.

Tiempo: 6 meses

Dueña de la idea: Sara Dos Anjos.

Aliados: Interesados en el tema, artistas.

Descripción del proyecto: Esta idea emprendedora surge de ver la triste realidad que vivimos, existe poca conciencia en cuanto a la importancia de reciclar, creamos esta iniciativa con el firme propósito de hacer conciencia en la población sobre la importancia que tiene reciclar. Llevamos esta idea con el objetivo de motivar a la población y mostrar que a través del reciclaje se puede reutilizar, nosotros pretendemos llevar alegría y emoción a nuestra población a través de presentaciones de productos elaborados a través del reciclaje. Valorando la importancia que tiene esta actividad, tomaremos en cuenta la participación de niños y jóvenes para su presentación, esperando contar con el apoyo de instancia que promueve la protección del medio ambiente.

Público objetivo: Población en general (Universidad UVA y colegios interesados)

Productos: (Creatividad)

1. Vestidos.
2. Carteras
3. Paraguas.
4. Abanicos
5. Collares y pulseras.
6. Zapatos.

Actividades

1. Buscar aliados.
2. Crear grupos de trabajos.
3. Elegir diseños
4. Elegir productos (papel, plástico)
5. Gestionar fondos
6. Realizar rifas.
7. Realizar presentaciones.

Equipos

1. Coordinador
2. Diseñadores

3. Responsable de productos
4. De moda (Pasarela)

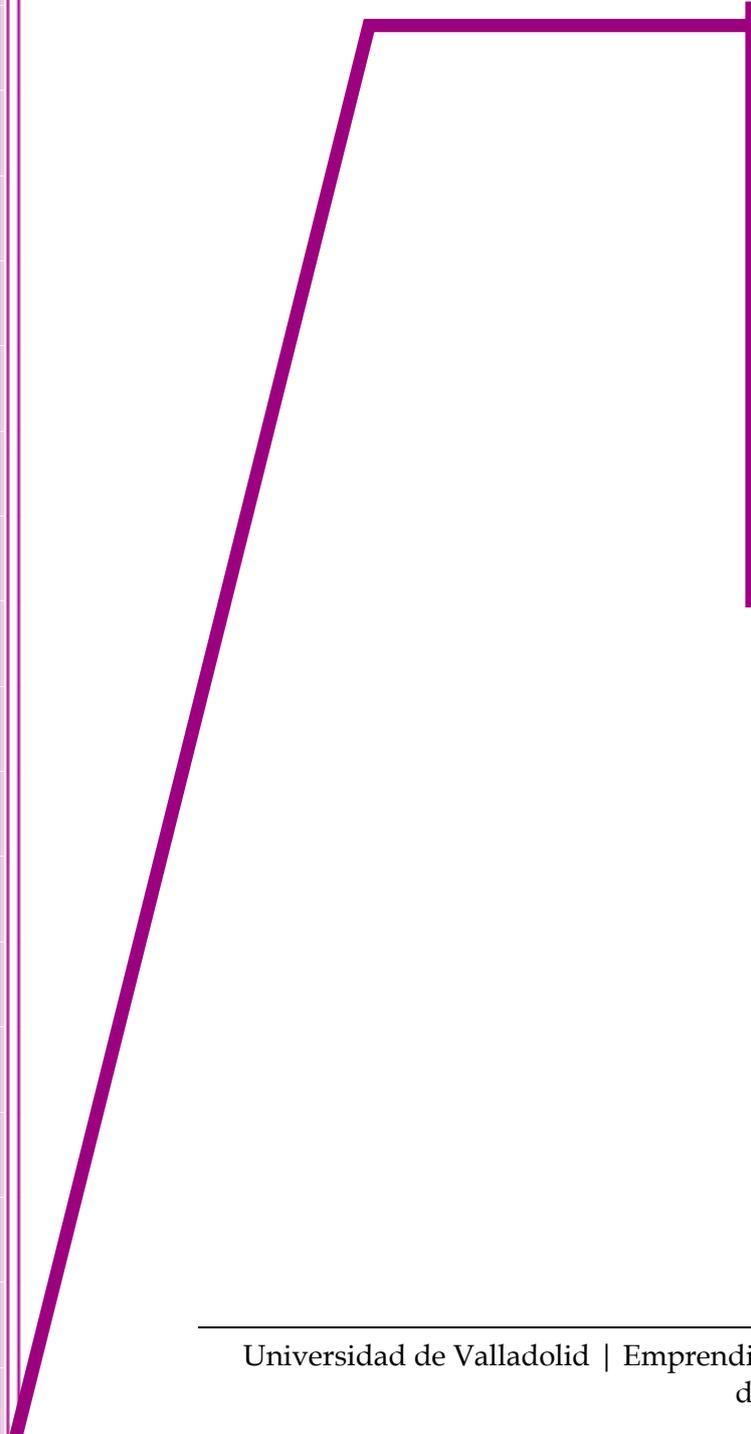
Materiales. (Presupuesto)

1. Local
2. Materiales (plásticos, papel, botellas, tapones)
3. Pegamentos
4. Papel y lápiz
5. Colores
6. Brillos (escarches)
7. Hilos y agujas.

Propuesta de comunicación:

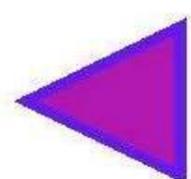
5. Crear un Facebook.
6. Promover talentos.
7. Crear mensajes positivos
8. Participar en los medios de comunicación. (Radio, periódico)
9. Realizar presentación (Pasarela en la Uva y lugares en coordinación)

Compromisos: Buscar aliados.



*“Soy creación de Dios,
Y una creación única, que no se repite,
Una persona de gran valor,
Plenamente amada y aceptada por Dios
Y con cualidades para ejercer el
liderazgo”*

Anthony D”Souza.



Iluminare ES



CAMPUS PÚBLICO
MARÍA ZAMBRANO
SEGOVIA

*La fuerza está en ti, la fortaleza tú decides hasta
donde llega.*

*Luchar por nuestros sueños no es un deber es
solo querer hacer esos sueños realidad, tanto
para nosotros como para los nuestros.*

*El desarrollo de nuestras comunidades se
realizará mediante nuestras acciones y actitud.*

*Actúa ahora y hazlo tú, no esperes ver que otros
lo hagan.*

El poder está en ti.

Isa Flores.



Emprendimiento Social



Universidad de Valladolid

Segovia- España- 2015

María Isabel Abarca Flores

misaflores19@gmail.com