

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

# LA MENTALIDAD EMPRENDEDORA: EL CONCEPTO DE FRACASO Y LA CRISIS

---

Trabajo Fin de Grado Educación Social

**Autor: Daniel Rivas Panizo**

**Tutor académico: Ana Velasco Gil**



**Resumen:**

En el siguiente trabajo se analizará el contexto y la fundamentación teórica que rodean al concepto del emprendedor, así como todas las variables, tanto económicas, como sociales, como psicológicas, como culturales que han conformado y moldeado dicho concepto.

Además se planteará la perspectiva del emprendimiento social como herramienta de cambio económico, social y político, analizando su repercusión y la imagen que poseen los ciudadanos del mismo.

**Palabras clave:**

Emprendimiento, Emprendimiento Social, conformismo social, mentalidad emprendedora, fracaso, iniciativa social.

# Índice

1. INTRODUCCIÓN. ....	3
2. OBJETIVOS. ....	4
3. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA. ....	5
4. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	6
4.1. ¿Qué es la mentalidad emprendedora?.....	7
4.2. Comparativa de la idea del fracaso de España respecto al mundo .....	8
4.3. Mentalidad de resignación y conformismo en el plano social y económico. ....	11
4.4. La imagen del emprendedor social en España .....	15
4.5. El emprendimiento social como motor de cambio económico y social .....	19
5. METODOLOGÍA .....	20
6. ANÁLISIS DEL ALCANCE DEL TRABAJO .....	23
7. PROPUESTAS DE MEJORA. ....	28
8. CONCLUSIONES. ....	29
9. BIBLIOGRAFÍA.....	31
10. ANEXOS.....	32

## 1. INTRODUCCIÓN.

Nuestra forma de pensar y reaccionar ante diferentes estímulos extrínsecos o hacia determinadas realidades y contextos sociales, políticos y económicos no se puede buscar en un pasado cercano, se ha de echar la vista atrás a la historia de España e investigar desde hace varios siglos la forma en la que se ha ido construyendo la filosofía de vida imperante en nuestro país, cómo los continuos años de decadencia y gloria, fanatismo, religión y guerras han ido creando una actitud, una forma de plantear la vida y por ende de actuar, cómo ha influido los más de quince siglos de religión católica desde los tribunales de la Inquisición, hasta la censura, el pecado y el miedo... cómo la envidia y la codicia han ido desencadenando una forma de pensar tanto social como económica que actualmente rige la sociedad.

*“No se puede saber a dónde vamos, sin saber de dónde venimos”*

Unido a esto se presenta el concepto del emprendedor, la idea del emprendimiento como motor de cambio social y económico y cómo la sociedad debe evolucionar hacia una estructura emprendedora en la cual todos y cada uno de los ciudadanos trabajen juntos hacia un objetivo mutuo, innovando hacia la integración, el bienestar social y una mejor calidad de vida, implantando la idea de que cada individuo tiene el suficiente potencial y valor como para ser el dueño de su futuro, de su destino.

Para poder fundamentar de la forma más completa y correcta lo anteriormente dicho, el presente trabajo constará de dos partes, una teórica, en la cual se analizarán una serie de conceptos relacionados con el emprendimiento y el emprendedor social y en la que se estudiará las corrientes o los diferentes autores que previamente hayan trabajado sobre el tema, y una segunda parte, donde se realizará un trabajo de recogida de información a través de la aplicación de una serie de entrevistas a un grupo heterogéneo de perfiles profesionales implicados de alguna forma en el emprendimiento, lo cual dará un gran abanico de perspectivas e ideas del tema sobre lo que posteriormente se reflexionará y se obtendrá una serie de conclusiones sobre dicho tema.

Relacionado con el emprendimiento se analizará de que modo está visto el fracaso en España y a su vez servirá como un nexo de explicación a todo lo visto anteriormente, analizando la relación entre las variables sociales, políticas y económicas y su evolución a

través de la historia con el fracaso y todo a su vez con la actual crisis de valores tanto políticos como sociales.

## **2. OBJETIVOS.**

Objetivo general:

- Analizar e investigar el fenómeno emprendedor en España y su relación con la cultura y valores de la sociedad.

Objetivos específicos:

- Investigar y analizar la idea y el concepto del emprendedor.
- Analizar la idea del fracaso como herramienta de aprendizaje y paso para conseguir el éxito.
- Estudiar e investigar la crisis actual económica y de valores y su relación con el conformismo.
- Fomentar una reflexión sobre la oportunidad del emprendimiento como solución y cambio de la situación social y económica.
- Promover el emprendimiento social
- Analizar e incentivar la perspectiva de los diferentes emprendedores.
- Promover una serie de propuestas o mejoras a través de los discursos de los emprendedores más expertos.
- Fomentar más el emprendimiento en las universidades, enfatizando sobre todo el emprendimiento social.

### 3. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.

En el 2008 empezó todo, los ciudadanos vivíamos por encima de nuestras posibilidades, los bancos daban créditos sin límite y los estados derrochaban un dinero que ni siquiera tenían.

Han pasado ya seis años desde que estallara la burbuja inmobiliaria en España y seguimos aún en crisis, no solamente económica, sino social y política.

La mentalidad de los ciudadanos antes imperturbable ha ido poco a poco evolucionando. En el plano social, se ha podido observar como en los últimos años se ha ido reduciendo notablemente todo lo relacionado con los derechos humanos, ya no se pensaba tanto en los derechos sociales ni en las ayudas como en las empresas o en las grandes fortunas; el ciudadano medio se vio degradado por un gobierno no cercano, empezó a ver cómo mientras él sobrevivía lo mejor posible cada mes, había políticos corruptos que se embolsaban mensualmente lo que él no podría ganar en cinco años cotizados, las personas comenzaron a descubrir que si no hacían algo por cambiar caerían progresivamente en el abandono; lo descubrimos sí, pero no hicimos nada, hubo movilizaciones sociales que levantaron a una gran parte de la población, pero no era suficiente, faltaba algo, el conformismo se fue apoderando hasta nuestros días, teniendo como resultado la absoluta pasividad de la población ante noticias tales como la corrupción, engaños, mentiras, ya no nos asustamos al ver estas noticias en los periódicos...¿a que se debe esto?, ¿Cómo se puede explicar esto? Según afirma Marcos Roitman:

*“El conformismo social es un tipo de comportamiento cuyo rasgo más característico es la adopción de conductas inhibitorias de la conciencia en el proceso de construcción de la realidad. Se presenta como un rechazo hacia cualquier tipo de actitud que conlleve enfrentamiento o contradicción con el poder legalmente constituido. Su articulación social está determinada por la creación de valores y símbolos que tienden a justificar dicha inhibición a favor de un mejor proceso de adaptación al sistema-entorno al que se pertenece”.*

Frente a esta situación urge generar una nueva corriente de pensamiento activo, en la cual el ciudadano se vea como una parte imprescindible del sistema, un elemento indispensable para el correcto funcionamiento del engranaje económico, social y político actual, relacionado con esta idea surge este trabajo, como propuesta de desarrollo de la mentalidad emprendedora y todo lo que viene relacionado con ella, proporcionando una

vía o camino que otorgue mayor libertad a la persona en sus decisiones y pensamientos, pudiendo de esta forma transformar desde todos los planos posibles la mentalidad imperante.

#### **4. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

Como introducción al marco teórico, se considera necesaria la definición de algunos términos importantes que aparecerán progresivamente a lo largo de todo el trabajo como son:

- **Emprendedor:** Es un término derivado del francés *entrepreneur*, que hace referencia a un individuo que organiza u opera en una o varias empresas, fue definido por primera vez por el economista anglofrancés Richard Cantillon como “la persona que paga un cierto precio por revender un producto a un precio incierto, por ende tomando decisiones acerca de su obtención y uso de recursos, admitiendo consecuentemente el riesgo en el emprendimiento”.

De este término podemos derivar el de emprendimiento, que citando a Howard Stevenson (1975) viene a ser “la búsqueda de oportunidades independientemente de los recursos controlados inicialmente”.

- **Emprendimiento Social:** Hace referencia a un tipo de empresa en la que su razón social es principalmente la de solucionar y apoyar las necesidades demandadas por la sociedad en las que se contextualizan.

En palabras de Bill Drayton, un emprendedor social no solo es una persona altruista, sino que debe mostrar una clara determinación por hacer una contribución a la sociedad.

Una vez visto estos dos conceptos cabe hacer una identificación y diferenciación entre el componente emprendedor y el componente social;

En cuanto a la identificación del componente emprendedor debemos recordar la definición del concepto previamente realizada completándola con la visión de Gregory Dees (1998), quien pensaba que los emprendedores no tienen por qué ser necesariamente inventores, sino que deben poseer una perspectiva creativa y aplicarla a las invenciones ya hechas.

En conclusión, el emprendimiento supone reconvertir una idea nueva en una innovación de éxito, usando para ello habilidades como la creatividad, la persistencia, la visión...

En cuanto a la identificación del componente social, como se ha destacado anteriormente, la diferencia clara de un proyecto de emprendimiento social es la búsqueda de fines sociales, es decir, la búsqueda de un impacto social.

Estas dos identificaciones poseen un equilibrio mutuo, ya que el objetivo social no tiene por qué ser el único y exclusivo objetivo de un proyecto de emprendimiento social, es decir, puede existir un objetivo de generación de ingresos unido al fin social.

#### **4.1. ¿Qué es la mentalidad emprendedora?**

Para poder analizar de una forma más completa la idea del emprendimiento antes tenemos que reflexionar sobre las ideas o actitudes que conforman la figura del emprendedor.

La voluntad, el miedo al fracaso, la desconfianza en uno mismo o en sus aptitudes, conseguir los objetivos marcados..., son algunos de los muchos obstáculos que se encuentra una persona al iniciar un proyecto emprendedor, no obstante gracias a una buena actitud, se pueden minimizar incluso eliminar todos estos miedos, desconfianzas.

Esta actitud consiste en no aceptar el status quo, es una actitud de cambio, de espíritu explorador, de búsqueda de la autosuperación y autorrealización profesional y personal, es en términos simples, una manera de no resignación y de no aceptar el “camino fácil”, es preguntarse cómo podría ser mejor, cómo podría mejorar yo como persona y como podría contribuir a mejorar la sociedad.

Es la voluntad de cumplir los sueños propios sin escuchar las voces que te rodean y creer sobremanera en ti mismo.

Según Sérvulo Anzola Rojas en su libro “La actitud emprendedora”, el emprendedor posee un perfil diferenciador de los demás, y no por que los demás carezcan de él, sino porque no desarrollan ciertas características y actitudes que deben poseer para ser emprendedores.

Entre otras cosas el emprendedor es una persona creativa, innovadora, positiva, valiente, cualidades todas ellas que la impulsan al logro de sus propósitos.

Actitud emprendedora es mirar hacia adelante, tener siempre en cuenta los peligros y preocupaciones presentes como las posibilidades futuras, es abrirse a un nuevo modelo social y económico en lugar del pasado, del acostumbrado, en definitiva es sentirse motivado a cambiar.

La verdadera actitud emprendedora es una constante y progresiva búsqueda de la excelencia, con el objetivo siempre en mente de conseguir la más grande de las metas alcanzables, la felicidad.

Aquel que tiene una actitud emprendedora se arriesga, es consciente de las consecuencias y está dispuesto a afrontarlas, lo cual no sería posible si no creyera en sus habilidades y en su potencial.

Como ya se ha dicho anteriormente pero cabe destacar, la actitud emprendedora se opone al conformismo, al estancamiento, en definitiva, todos aquellos que poseen una verdadera actitud emprendedora pasan de ser meros observadores pasivos de la vida a mirar la realidad cara a cara, como seres activos, con una fuerza visionaria siempre puesta en el futuro.

También es muy importante destacar el papel fundamental de la educación de esta actitud desde los primeros años de escolarización, se debe fomentar un espíritu crítico en las personas con el objetivo de que a medida que vayan evolucionando como ciudadanos y madurando como personas puedan reflexionar sobre las diferentes realidades y contextos de la sociedad con el objetivo de motivar y generar una actitud activa y de mejora social.

#### **4.2. Comparativa de la idea del fracaso de España respecto al mundo**

De acuerdo a un estudio desarrollado por RedEmprendia (2010) en torno a este asunto, se debe distinguir entre fracasar y ser un fracasado, ya que citando en palabras del propio estudio “es el proyecto el que fracasa, no el emprendedor el que se convierte en fracasado cuando su proyecto no sale adelante”.

Cabe decir que de todos los errores se aprende y se debe sacar provecho de ello, como dice el dicho: “El humano es el único ser vivo que tropieza dos veces con la misma piedra”. No obstante lo que nos diferencia es la capacidad de levantarse y continuar, esta debe ser la máxima de todo emprendedor.

Unido a la idea del fracaso hay que analizar la siguiente pregunta: ¿A que temen los emprendedores? Según señalan Morris y Kuratko, dos autores especialistas en emprendimiento, en el momento de crear una empresa los emprendedores se enfrentan a dos clases de riesgo; por una parte a “hundir el barco”, es decir, el riesgo a que el negocio no marche bien; por otra a “perder el barco”, o lo que es lo mismo, el riesgo de no hacer lo correcto para que funcione.

No obstante los emprendedores no sólo temen aspectos relacionados con el proyecto de nueva creación, sino que también contemplan otras situaciones como la de poner en riesgo la estabilidad familiar, invertir mucho dinero y no recuperarlo o tener que lidiar con dificultades o imprevistos.

A continuación se analizarán las causas frecuentes del fracaso.

El fracaso empresarial depende de multitud de factores y de errores cometidos por el emprendedor. Conocer las verdaderas razones por las que una empresa ha llegado a su fin puede, incluso, servir para elaborar una lista con todo aquello que se debe evitar para no caer posteriormente en las mismas equivocaciones, a continuación se exponen dichos puntos a partir de un estudio realizado por RedEmprendia (2010):

- Escasa planificación inicial del proyecto es una de las causas más usuales por las que este puede desembocar en fracaso. Un proyecto que esté centrado a corto plazo y que se fundamente más en una corazonada que en un análisis exhaustivo de todos los elementos que intervienen no tiene futuro. La falta de conocimiento y previsión son malos compañeros de viaje.
- La financiación es una de las bases del proyecto, por lo que la falta o ausencia del mismo puede llevar a que este se venga abajo. Según expertos la financiación propia no debe suponer menos del 40% de los recursos financieros totales de cualquier proyecto. Esto significa que depender demasiado de la financiación ajena no es la mejor de las ideas.
- La aceptación del producto o servicio ofertado por parte del público es, en ocasiones, muy reducida, por lo que debería haberse evitado realizando un estudio de mercado o anticipándose a las necesidades de los futuros clientes.
- Anticiparse al riesgo es vital para garantizar la buena marcha del negocio. La falta de control trae consigo una escasa capacidad de anticipación a los problemas.

- Exceso de confianza. Es muy positivo creer en uno mismo y ser valiente, pero no conviene relajarse.

Alejarse del fracaso no tiene por qué ser una misión imposible, en Estados Unidos el pensamiento que predomina es que el fracaso es una etapa en el camino al éxito, una de las razones que fundamentan esta creencia es la de que el fracaso es un gran aprendizaje, de acuerdo a la publicación del estudio anteriormente cito: “El emprendedor que fracasa acumula experiencia que, sin duda, será útil en un eventual nuevo emprendimiento” .RedEmprendia (2010)

Hasta el éxito necesita de equivocaciones, pues si no se cometen errores, no se podrá aprender de ellos y avanzar.

Analizando la idea de fracaso en Estados Unidos la revista americana especializada en emprendimiento “Inc” ofrece una serie de lecciones que garantizan el camino hacia el éxito:

- Si no hay facturación no hay negocio.
- Usted no es especial, ni ganador, así como tampoco lo es su proyecto.
- Paso a Paso. Roma no se construyó en un día.
- Un plan de negocios tradicional puede conducir al fracaso.
- El peor de los escenarios es el único a considerar.
- Divide tus mejores y peores expectativas por cuatro.
- Tener negocios estratégicos no es siempre la mejor idea.
- La prueba del concepto no es opcional.
- Sin prisas. Se necesita tiempo para construir unos buenos cimientos.
- No importa lo exitoso que sea, ha de aceptar que fracasará alguna vez.

En conclusión se debe decir que para un emprendedor cada fracaso debe ser una oportunidad nueva para aprender formas en que no deben hacerse las cosas y la posibilidad para analizar que es lo que funcionó y lo que no.

De los éxitos se aprende, pero se gana mayor experiencia con los fracasos, fracasar es parte misma del emprendimiento, está implícito en el espíritu innovador y el talento creativo y si no se entiende así no se está preparado para emprender.

Es cierto que nuestro país cuenta con una fuerza emprendedora envidiable, pero es innegable que en nuestra sociedad, existe la idea generalizada de que el fracaso es un obstáculo, algo negativo, y peor aún, una muestra evidente de que no podemos, no valemos y que debemos desistir de nuestro intento.

Pero si queremos hacer de España una potencia económica y emprendedora, de bienestar y prosperidad para todos, debemos comenzar por desterrar esta concepción del fracaso para asumirlo como una oportunidad para aprender, para iniciar de nuevo, renovarse, entenderlo en definitiva como un aliado para el emprendedor.

### **4.3. Mentalidad de resignación y conformismo en el plano social y económico.**

Albert Camus dejó para la historia una significativa frase, que llega a nuestros días: “El problema más grave que se plantea a los espíritus contemporáneos: el conformismo, y la pasión más funesta del siglo XX, la servidumbre. Más que el equilibrado, el hombre normal es el hombre domesticado”. Hay que analizar diversos conceptos para poder entender y comprender por qué el ser humano, o una gran mayoría al menos, se ha convertido en un mero espectador en sociedades que se consideran avanzadas.

De acuerdo a esto tenemos que basarnos en la base de la psicología social, la cual parte del hecho de que el ser humano es un animal social, necesita vivir en sociedad, esto ha llevado a desarrollar ciertas técnicas como el compromiso y la negociación, la organización de la conducta de acuerdo a ciertas reglas y normas...

También se puede decir que cada persona es una suma de multitud de experiencias, tiempos, aficiones..., por lo que convendría una vez conocidos ciertos mecanismos que nos conducen a pensar o a comportarnos de una u otra forma plantearse la noción de libertad, como una libertad amplia, positiva y sobre todo activa, para lo cual es necesario comprender el proceso de socialización por el cual aprendemos, asimilamos e interiorizamos las normas, ideas, comportamientos de una determinada cultura.

Como principales agentes de socialización podemos encontrar: la familia (como la base de adquisición de normas morales más determinante), la escuela (como lugar de adquisición de conocimientos, contenidos y valores culturales, así como mecanismos de socialización con iguales), el grupo de compañeros (como influencia activa de valores, actitudes, roles, habilidades sociales...) y por último encontramos los medios de comunicación (los cuales conforman y difunden todos los valores anteriormente dicho).

Por otra parte también hay que analizar las características fundamentales de la cultura; es aprendida; nacemos con la capacidad de integración en una cultura determinada. Es simbólica; se trata de una forma de unión y comunicación entre los individuos que posibilitan la relación interpersonal. Es compartida; es un patrimonio de las personas, no del territorio, no es estática, cambia y evoluciona.

Después de analizar los diferentes conceptos que intervienen en los procesos de socialización es evidente que la idea que nos formamos del medio social en el que vivimos influye de forma significativa en nuestro comportamiento y en nuestra forma de entender las normas, y es la psicología social la que se encarga de estudiar cómo percibe y procesa el individuo dicha información.

Con mucha frecuencia tratamos a los demás como los percibimos, no como son en realidad, ya que solo conocemos de ellos su imagen. La percepción social es el proceso por el cual tenemos una primera impresión de otras personas y acabamos realizando juicios sobre ella que terminan influyendo en nuestra relación posterior.

Las distorsiones de la percepción social son; el error de primacía, según el cual la valoración del primer contacto condiciona la percepción y la actitud hacia el mismo. El efecto halo; por el que al conocer una característica de una persona, presuponemos otras cualidades. La personalidad implícita; según la cual la información que percibimos de otras personas no son datos aislados, sino que poseen relación entre sí y por eso nuestras impresiones son unitarias y coherentes. La correlación ilusoria; consistente en percibir relaciones donde no existen o con menos influencia de lo que pensamos.

Otro concepto importante es la atribución de la causalidad, la cual consiste en la creencia de una persona sobre la causa de la conducta de las personas. El psicólogo Fritz Heider consideró que, tanto la conducta propia como ajena, se debe bien a razones internas o personales (como la capacidad, la motivación o la actitud) o bien a razones externas o ambientales (dificultad de la tarea, determinada situación).

Harold Kelley, psicólogo social estadounidense opinaba que cuando el consenso y la consistencia son altos, atribuimos la conducta de los demás a causas externas, en caso contrario, pensamos que es producto de causas internas. El consenso alude al número de personas que tienen la misma conducta, la consistencia es el grado en que la conducta se mantiene a lo largo del tiempo y la distintividad se refiere al hecho de que una conducta solo se produzca en circunstancias específicas. También se ha de analizar los principales errores de la atribución: subestimar el poder del ambiente, ya que tendemos a atribuir a

factores personales el comportamiento de los demás y al contrario cuando se trata de nosotros, al atribuir nuestro comportamiento casi exclusivamente a causas externas; sesgo favorable al yo, tendencia a atribuir los éxitos a causas internas y los fracasos a causas externas; sesgo actor-observador, no hay coincidencia entre la atribución de un actor, que suele tender a buscar causas en factores externos a sí mismo, y los de un espectador, que tiende a buscarlas dentro del propio actor.

Una vez visto esto vamos a entrar en la cognición social, es decir, en el proceso por el cual elaboramos, interpretamos y utilizamos la información social. Se dice que el conocimiento humano tiende a ser conservador, se intenta preservar aquello que ya está establecido, nuestros conocimientos, actitudes e hipótesis previas. Ahora pasaré a nombrar los errores más frecuentes en la distorsión de nuestro pensamiento: pensamiento egocéntrico, con el que magnificamos la influencia de nuestro propio yo en los acontecimientos; ideas preconcebidas de un hecho, que condicionan nuestras impresiones y recuerdos; selección de información, se busca lo que confirme nuestras creencias y no lo que las refute; efecto del falso consenso o tendencia a creer que hay un gran número de personas que comparten nuestras actitudes (excesiva identificación con un grupo); considerar lo que pudo haber sido, algo tan determinante en juicios y conclusiones como pensar en lo que efectivamente ocurrió; visión retrospectiva, tendencia a exagerar después de saber el resultado del acontecimiento.

A continuación se debe mencionar el gran problema del conformismo, la tendencia a adaptarse a las circunstancias de manera resignada y/o crítica, la cual conduce inevitablemente al estancamiento y la mediocridad. El conformista acaba estando orgulloso de coincidir con lo que todo el mundo piensa y hace, por lo que solo puede mostrarse hostil con los que viven con inquietud y practican la reflexión para tratar de minar las costumbres, los hábitos y la moral.

Las actitudes, es decir, la reacción favorable o desfavorable hacia algo o hacia alguien, constan de tres componentes: cognitivo, creencia que el sujeto tiene acerca del objeto o sujeto de la actitud (favorables o desfavorables); afectivo, conjunto de sentimientos hacia el objeto o sujeto de la actitud (positivos o negativos), y conductual, que se refiere al conjunto de actuaciones respecto hacia el objeto o sujeto de la actitud. La formación de actitudes se ve determinada por los agentes de socialización mencionados anteriormente: familia, experiencias personales, grupos sociales y medios de comunicación. Cada persona, en mayor o menor medida trata de justificar sus creencias, actitudes o sentimientos; a veces

existe desacuerdo entre lo que se cree y lo que se hace y se produce una inevitable tensión, por lo que se tiende a reducir el conflicto cambiando las creencias y haciéndolas compatibles con la conducta. Las actitudes suelen mostrar resistencia al cambio y mantenerse estables, aunque son susceptibles de modificación a lo largo del tiempo; algunas estrategias para modificar conductas son los premios y castigos y la persuasión publicitaria. La investigación psicológica asegura que los cambios de pensamientos y creencias, previos a los cambios de actitud, gracias a la persuasión, se producen por los siguientes factores: el comunicador es agradable, expresivo y semejante en algún aspecto a la audiencia; el mensaje apela a las emociones y puede ser más efectivo si se respalda por los hechos; si se trata de un mensaje conflictivo, se presentan argumentos que presuponen una audiencia bien informada, y el mensaje tendrá una mayor efectividad si se repite con mucha frecuencia.

Para complementar este tema se debe hablar también de los estereotipos, los prejuicios y la discriminación. Los estereotipos son los juicios, inferencias y predicciones sobre los miembros de un grupo sin considerar las diferencias individuales que existen entre ellos, así, los estereotipos le roban a uno su individualidad, suelen ser imprecisos, directamente falsos y resistentes a información nueva.

Primo Levi, escritor italiano de origen judío sefardí, dijo que había que huir de los juicios a posteriori y de los estereotipos; es un error juzgar épocas y lugares lejanos, en el espacio y en el tiempo, con la medida prevaleciente en hoy y en el ahora.

En cuanto a los prejuicios, consiste en pensar mal de los otros sin suficiente justificación, las causas de los prejuicios suelen ser; el deseo de relacionarnos sólo con personas que tengan nuestras mismas ideas, el sentimiento de superioridad y de autoafirmación, el deseo de buscar un chivo expiatorio para descargar la agresividad producto de nuestras propias frustraciones y limitaciones, así como la tendencia a dar ventaja a los grupos mayoritarios en detrimento de las minorías.

La discriminación es la conducta negativa, o no igualitaria, hacia otra persona perteneciente a otro grupo o categoría social. Para hablar de otros pensamientos y conductas sociales, que conducen al fanatismo y la violencia, es necesario tener siempre en cuenta el mundo en el que vivimos.

Como conclusión se puede decir que si se busca la base cognitiva de la mentalidad de nuestra sociedad se debe uno remitir a los principales agentes de socialización; la familia (como la base de adquisición de normas morales), la escuela (como lugar de adquisición de

conocimientos y actitudes), el grupo de compañeros (como influencia activa de valores, actitudes...) y por último los medios de comunicación, quienes conforman y difunden los valores imperantes.

Unido a esto se desarrolla el concepto de cultura, como el conjunto de normas, valores, leyes y costumbres que rigen una determinada sociedad y que nutren como se ha visto antes a los principales agentes de socialización.

Otro aspecto muy importante de lo visto es la problemática arraigada al conformismo, la tendencia a adaptarse y a resignarse ante circunstancias dadas, lo cual no provoca más que estancamiento y mediocridad al mover a la persona a aceptar o coincidir con lo que todo el mundo piensa o hace.

#### **4.4. La imagen del emprendedor social en España**

Es muy frecuente en la sociedad actual encontrar numerosas deficiencias en un sector público que provee deficientemente los servicios sociales, paralelamente a esto encontramos que el sector privado es acusado a menudo de poseer una actitud poco ética, hacia sus empleados y hacia el medioambiente. El emprendedor social nace con la voluntad de corregir estas deficiencias.

Como ya se ha visto antes Dees (1998) dijo que “los emprendedores sociales son una especie dentro del género de los emprendedores”. Dees (1998) toma prestadas ideas de Joseph Schumpeter, Howard Stevenson, Jean-Baptiste Say y Peter Drucker para identificar cuatro aspectos diferenciadores del emprendimiento y que deben ser la base del emprendimiento En España:

- Destrucción creativa: según Schumpeter, la generación de productos o servicios innovadores destruye los que estaban previamente en el mercado.
- Creación de valor: según Say, “el emprendedor traspasa recursos económicos de un área de baja productividad a una alta productividad y mayor rendimiento”.
- Identificación de oportunidades: para Drucker, un emprendedor no genera cambio, sino que explota las oportunidades que el cambio brinda.
- Ingenio: Steveson destaca la capacidad de los emprendedores no solo de aprovechar oportunidades, sino también de afrontar los retos que comporta la falta de recursos para llevarlas a cabo.

A estos cuatro puntos le debemos sumar el desarrollado anteriormente, la capacidad para aceptar el riesgo.

Cualquier proceso emprendedor debe iniciarse a raíz de una identificación e incluso creación de una oportunidad de negocio.

Sin embargo, la percepción de oportunidades suele ser tan sólo uno de los factores detonantes al momento de emprender, ya que existen una serie de características del individuo que juegan un papel de vital importancia durante todo el proceso emprendedor. Uno de los rasgos que más destacan las personas en los emprendedores es el auto-reconocimiento de que poseen los conocimientos y habilidades necesarias para crear una empresa o llevar a cabo cualquier acción emprendedora.

La apreciación de la factibilidad de explotar una oportunidad de negocio también está vinculada a la percepción de obstáculos en el momento de emprender, siendo el miedo al fracaso uno de los principales rasgos que supone un obstáculo difícil de superar.

Las decisiones del individuo también suelen estar influenciadas por factores culturales y características de la sociedad en la que se desenvuelven.

La percepción sobre los estándares de distribución de la renta tiende a ser un aspecto importante en la intención de emprender, es decir, la persona tiende a cambiar sus opciones profesionales en función del coste o del beneficio que dichas opciones representen.

El emprendimiento inclusivo, como mecanismo de auto empleabilidad de colectivos en riesgo de exclusión social, podría contribuir al propósito del logro de una mayor equidad y cohesión social.

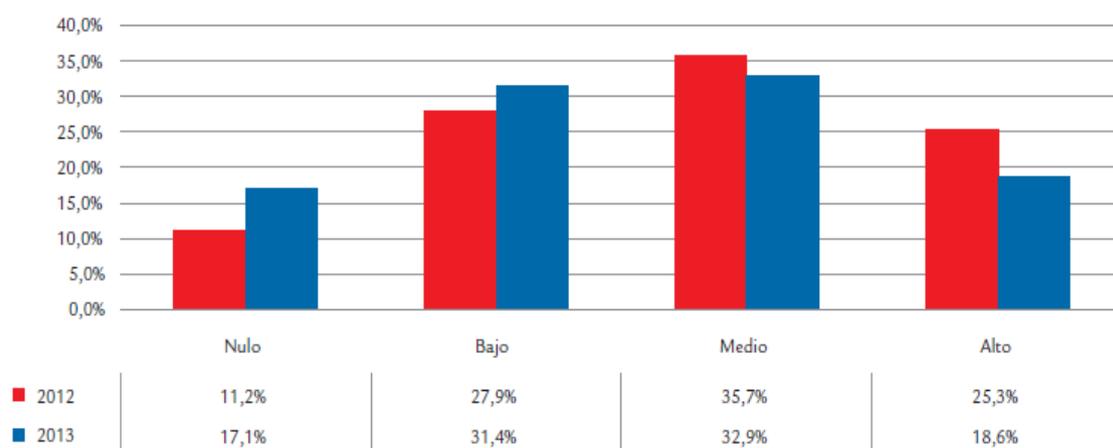
Por otra parte, el 54,3% de la población española entre 18-64 años encuestada en 2013 (Informe GEM 2013) percibe que emprender es una buena opción profesional en España. No obstante en estudios realizado por el mismo informe se ha comprobado cómo la decisión de emprender como una opción para el desarrollo de una carrera profesional pierde terreno.

De forma similar, se observa una disminución de 11 puntos porcentuales en la opinión de la población española encuestada en lo relativo a que emprender brinda un buen status social y económico en España (52,3% en 2013 respecto a 63,7% en 2012, Datos del Informe GEM 2013).

En 2013, el 45,6% de la población española encuestada percibe que a menudo se publican noticias sobre el éxito de nuevas empresas en los medios de comunicación, esto podría ser el reflejo de que otras noticias aceptaran mayor atención de la población o que posiblemente no hay tantas experiencias emprendedoras para comentar.

Con este conjunto de datos, GEM ha diseñado un índice que permite conocer el impacto de la cultura de apoyo al emprendimiento en cada sociedad. (Ver gráfico 1.1)

**Gráfico 1.1. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento en España, comparativa 2012-2013**

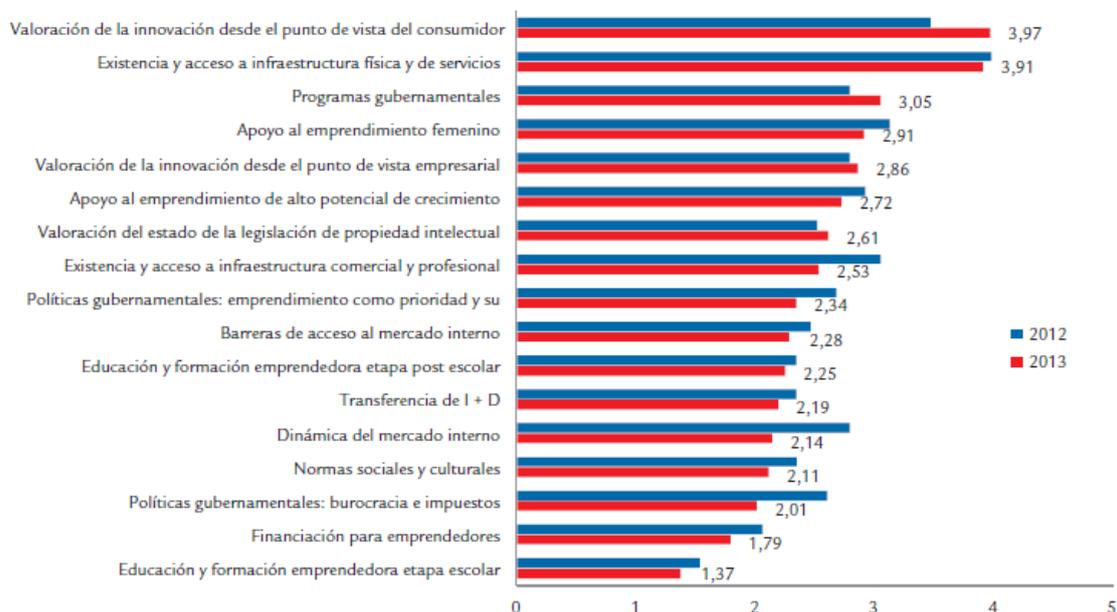


Fuente: Informe GEM (2013)

Se puede observar un aumento en los resultados de 2013 respecto al 2012 en los índices de apoyo nulo y bajo y una disminución respecto al año anterior en los índices medio y alto.

No obstante según los expertos españoles entrevistados en 2013, la valoración media (de 1 a 5) de las condiciones del entorno sigue siendo favorable para emprender. (Ver Gráfico 1.2)

**Gráfico 1.2. Valoración media de los expertos entrevistados sobre las condiciones del entorno para emprender en España, año 2013.**



Fuente: Informe GEM (2013)

En particular, de las 17 condiciones del entorno, la valoración de la innovación por el consumidor (de 3,47 a 3,97), los programas gubernamentales (de 2,79 a 3,05), la valoración de la innovación por el empresario (de 2,79 a 2,86) y la valoración de la propiedad intelectual (de 2,51 a 2,61) presentan una mejora; mientras que el acceso a la infraestructura física se mantiene estable. El resto de condiciones se caracteriza por su retroceso respecto a años anteriores (véase la tabla 1.2).

A partir de lo anterior, de las conclusiones que se extraen de la evaluación de las condiciones del entorno destaca la firme implicación de diversos agentes en el diseño e implantación de programas en las distintas fases del proceso emprendedor. Sin embargo, las valoraciones que han recibido las políticas fiscales y la burocracia continúan siendo de las valoraciones más bajas.

#### **4.5. El emprendimiento social como motor de cambio económico y social**

Hasta hace algunos años la mayoría de las personas que se decidían a emprender lo hacían generalmente impulsadas por el deseo de conseguir riquezas, pues tenían la creencia de vivir en una época de bonanza en la que un futuro prometedor era fácil de alcanzar para aquellos que decidieran vivir bajo las reglas del capitalismo; sin embargo, las circunstancias en las que se desarrolla el panorama actual son muy diferentes.

Los emprendimientos sociales ofrecen productos o servicios que ayudaría a resolver de manera creativa e innovadora los problemas de las comunidades, anteponiendo el bienestar general a la obtención de ganancias.

La iniciativa social está consolidándose como vocación y área de investigación central, no solo en Estados Unidos, Canadá y Europa, sino cada vez más en Asia, África y América Latina. La iniciativa social se ampara en las organizaciones sin fines de lucro o no gubernamentales, las cuales terminan siendo el refugio idóneo para las innovaciones sociales y sus ideólogos. A través de estas instituciones se está generando un cambio de actitud ante los problemas globales, desde estas mismas organizaciones se incide en las políticas gubernamentales, y es en todos los sentidos una fortaleza para el cambio dentro de los países.

Una de las grandes virtudes de los emprendedores sociales y de las organizaciones del sector ciudadano, es poner al descubierto los problemas que los gobiernos y las leyes no han podido resolver, han logrado aumentar la preocupación por los problemas globales y han encontrado formas prácticas, de bajo costo que ayudan a responder positivamente a la solución de muchos de estos problemas.

En una época de cambio, las organizaciones del sector ciudadano son más rápidas que los gobiernos para responder a nuevas demandas y oportunidades.

Todo cambio comienza con una visión y una decisión de emprender la acción. Los emprendedores sociales no solo tienen la visión y la actitud de emprender la acción, sino que también sienten la necesidad personal de alimentar sus vidas llevando sus ideas y la práctica.

Una cualidad notable en un emprendedor social es el hecho de verse afectado directamente por los problemas en su entorno, vive en carne propia la necesidad de soluciones viables y concretas, generalmente y como ya se ha visto antes, son personas con

perspectiva de impulso, integridad, grandes dotes de persuasión y una asombrosa resistencia.

McClelland, psicólogo estadounidense afirmaba que los emprendedores estaban motivados principalmente por el espíritu de logro más que por el deseo de dinero. Y en muchos casos vemos como lejos de alcanzar ganancias económicas, los emprendedores debían aportar recursos económicos propios para continuar desarrollando sus ideas o simplemente para comenzarlas.

Según Drayton, las cualidades de un emprendedor social son: Creatividad, calidad emprendedora, impacto social de la idea y fibra ética.

“Cuando estás tratando de propiciar un cambio, tienes que diseñar todos los pasos desde arriba y tener en cuenta a todos los actores importantes en todas las vertientes” explica Drayton “ y cuando estás diseñándolo, tienes que pensar en todos los pasos de cada uno de los actores y si tienes un actor al que no le va a gustar lo que está sucediendo en este paso, tienes un problema grande”.

Anshoka promueve la idea que los emprendedores sociales, individuos creativos y tenaces con una motivación inquebrantable son necesarios para impulsar la innovación que requiere la sociedad para tratar de resolver sus males más graves.

## **5. METODOLOGÍA**

La entrevista cualitativa, más comúnmente llamada entrevista en profundidad, es uno de los principales instrumentos de la investigación social.

Según Scheuch (1973), el comienzo de la aplicación regular de la entrevista cualitativa hay que situarlo en el primer tercio de siglo vinculada sobre todo a la etnología y la etnografía. Estas disciplinas encontraron el medio natural para recabar información de los informantes clave o expertos. Posteriormente, R.K. Merton y P.L. Kendall, en 1946, fijan el concepto “focussed interview” (entrevista focalizada); se trata de una técnica mediante la cual se intenta analizar las consecuencias o “marcas” que una experiencia determinada deja en las personas.

Dentro de la literatura metodológica se pueden encontrar múltiples definiciones entre las que destacamos la de Pope (1979), quien la considera como “un encuentro hablado entre dos individuos que comporta interacciones tanto verbales como no verbales”. No es un encuentro entre dos personas iguales puesto que está basado en una diferenciación de

roles entre los dos participantes. A aquel que se le asigna mayor responsabilidad en la conducción de la entrevista se le llama entrevistador, al otro entrevistado”. En la misma línea, A. Ortí (1986) afirma que “la entrevista consiste en el diálogo face to face, directo y espontáneo, de una cierta concentración e intensidad, entre el entrevistado y el sociólogo (entrevistador), que oriente el discurso lógico y efectivo de la entrevista de forma más o menos “directiva” según la finalidad perseguida”. E.K. Scheuch (1973) pone el acento en las cuestiones metódicas y en la interacción verbal, considerando la entrevista como “un procedimiento metódico con finalidad científica, mediante el cual el entrevistado debe proporcionar informaciones verbales por medio de una serie de preguntas intencionales o estímulos comunicados”.

Todas estas consideraciones teóricas, contienen una serie de elementos básicos a resaltar:

- Se trata de una situación cara a cara en la que no media ningún soporte material, o terceras personas, entre el investigador y la persona entrevistada.
- La conversación está sostenida por un propósito (objetivos de investigación) que hará explícito el investigador.
- La relación entrevistador-entrevistado es asimétrica. Siendo el primero quien dirige y ordena, en mayor o menor medida, el curso de la entrevista.
- El soporte básico de información, aunque no exclusivo, es la palabra.
- La dinámica de la entrevista se asienta en una interacción comunicativa, cuyas dimensiones debe conocer y manejar el entrevistador.

No se puede hablar de la entrevista como si tuviera una única forma en intencionalidad, pues como veremos en el siguiente apartado existen diferentes tipos de entrevistas. Del mismo modo, no existen reglas fijas o estándar acerca de cómo realizar las entrevistas, solo orientaciones que en cada caso el entrevistador tendrá que adaptar a una situación singular.

Aunque existen múltiples criterios de clasificación de entrevistas (según el número de participantes, cantidad de sesiones, centradas en el problema, centradas en la persona, según el tipo de preguntas, según la actitud del entrevistado...)

En esta propuesta y tras haber analizado las diferentes formas de entrevista se ha optado por la entrevista estructurada.

En dicha metodología, el entrevistador fija de antemano una lista de preguntas que formula en un orden preciso (máxima estructuración). En los casos en los que la investigación precise realizar más de una entrevista, todas contendrán el mismo formato, tanto por lo que se refiere a las preguntas como el orden en que estas son formuladas.

La entrevista es conducida enteramente por el entrevistador, siendo él quien selecciona los temas a incluir y plantea las preguntas, además tiene la responsabilidad de conducir el ritmo de la conversación, el cual puede ser marcado por el propio contenido de las preguntas o por la disposición y actitud del entrevistador.

El formato y el orden de la entrevista estructurada nunca deben ser alterados por parte del entrevistador, ni tampoco se deben improvisar preguntas.

Todas las preguntas pueden ser abiertas, o se puede optar por intercalar abiertas y cerradas. También cabe la posibilidad de que el entrevistador recoja la respuesta a una pregunta abierta anotándola en una serie de categorías ya estandarizadas, eligiendo la categoría más similar a la respuesta del entrevistado.

Una vez definida la técnica cualitativa empleada se va a definir a continuación los diferentes perfiles a los que se le aplicará y por qué.

Después de analizar en profundidad los objetivos y fundamentaciones de este trabajo se ha llegado a la conclusión de que se debe aplicar la entrevista a un representante de juventud en la plano social, un emprendedor con un proyecto empresarial, un emprendedor con un proyecto tecnológico y una asesora de emprendedores.

Se ha decidió hacer la entrevista a un representante de juventud en el plano social para contextualizar la iniciativa social actual tanto el plano local como a nivel nacional además de definir las características e inquietudes que llevan a una persona joven a dedicar su tiempo a las personas más necesitadas o en riesgo de exclusión social. También se pretende analizar el papel de las ONG y su repercusión en dicha iniciativa social.

Se ha decidió entrevistar a dos emprendedores jóvenes de sectores empresariales y tecnológicos con el objetivo de analizar todo el proceso que pasa una persona, en este caso joven a la hora de emprender o iniciar un proyecto, las facilidades o impedimentos por parte de las instituciones públicas, políticas... como surge la idea de crear una empresa o un servicio, si el emprendedor nace o se hace así como analizar las características, motivaciones y actitudes que debe tener una persona emprendedora para alcanzar el éxito y no desistir en el intento.

Por último se entrevistará a una asesora del emprendedor del Parque Científico de la Universidad de Valladolid, eligiendo dicho perfil por la gran experiencia y bagaje en materia de emprendimiento y con un gran conocimiento en todo lo referente a la situación actual del emprendimiento tanto en la comunidad como a nivel nacional, analizando también el papel de la educación y la enseñanza desde edades tempranas y su repercusión en la formación de la mentalidad emprendedora.

En los anexos se podrán encontrar las entrevistas completas de cada uno de los perfiles.

- Representante de juventud en el plano social (ANEXO 1).
- Emprendedor de un proyecto empresarial: (ANEXO 2).
- Emprendedor de un proyecto tecnológico: (ANEXO 3).
- Asesora del emprendedor del Parque Científico de la Universidad de Valladolid: (ANEXO 4).

## **6. ANÁLISIS DEL ALCANCE DEL TRABAJO**

Después de ver la información recogida en las entrevistas podemos ver como se puede interrelacionar en gran medida con los datos aportados a lo largo del trabajo.

**En el tema de iniciativa social**, se ha podido comprobar a través de los distintas entrevistas realizadas cómo está latente entre la juventud ese sentimiento de falta de personal que quiera empezar una iniciativa de carácter social, así como el papel en muchos casos poco ético de algunas organizaciones no gubernamentales y sin ánimo de lucro que pagan servicios de captación de voluntarios, y sobre este tema recalcar esa idea de conformidad que también se ha ido desarrollando a lo largo del presente trabajo, no hace falta una gran cantidad de dinero ni mano de obra para dichas iniciativas sociales. Es enorme la cantidad de personas que quieren realizar iniciativas, como nos afirman las personas entrevistadas, pero se autoexcusan posicionando al dinero y a la infraestructura como los principales problemas de la no puesta en marcha de los mismos. Como se ha visto en la entrevista al representante social, con muy poco dinero y muy poca mano de obra se pueden realizar actos muy grandes, como por ejemplo la macarronada de la que nos habla, o simplemente el hecho de suministrar a una gran cantidad de personas de comida y alojamiento por muy poco dinero.

*“Por ejemplo todas las fábricas vacías de los polígonos, yo creo que se deberían habilitar todas ellas y acondicionarlas para dar cobijo...”*

*“Hacer una macarronada por ejemplo te cuesta 5 euros, y das de comer a 50 personas.”*

(Representante social)

También es de vital importancia analizar el momento histórico en el que vivimos y que como bien resalta el representante social entrevistado, esto ha provocado una ruptura de clases sociales, acercando a las clases media y baja, y alejando a ambas de la alta. Como también muy bien destaca, las crisis provocan que los ricos sean cada vez más ricos y los pobres a su vez más pobres, frente a esto tenemos que reconfigurar la metodología de intervención social, se debe llegar a una mayor cantidad de gente, y sobre todo debe caracterizarse no por ser una intervención cuantitativa, que también, sino eminentemente cualitativa, es decir, las realidades de pobreza o desigualdad llegan ahora a más estratos sociales, hay más desahucios que nunca, más familias con todos sus miembros en el paro, más limitaciones en las ayudas públicas. Frente a esto es importante concienciarnos como sociedad de que la pobreza o desigualdad ya no es algo lejano a nosotros, ahora toca a todos los estratos sociales y solo si queremos erradicarla o combatirla debemos trabajar como sociedad, sin clases ni diferencias, ya que la desigualdad, la exclusión y la pobreza es la primera que no entiende de diferencias.

*“Ahora con la crisis la clase media se ha visto muy perjudicada, en cualquier crisis el rico es más rico y el pobre es más pobre.”*

*Lo que sí creo es que al haberse visto un acercamiento de esa clase media a la baja se puede apreciar una mayor empatía y sensibilidad por los problemas sociales, problemas que con dinero igual no te percatas pero que luego cuando vienen mal dadas se hacen tuyos.”*

(Representante Social)

**En cuanto al emprendimiento** tanto con un proyecto empresarial, como tecnológico, se ha observado claros indicadores de la actitud emprendedora desarrollada anteriormente, de las entrevistas realizadas podemos extraer la falta de referentes en materia de emprendimiento por parte de los entrevistados, siendo para ellos más importante el aprendizaje resultante de ejemplos más cercanos tanto de amigos, como familiares, como conocidos, que se pueden extrapolar mejor a sus propias realidades y a sus proyectos.

*“Como emprendimiento no, no tengo a una persona que sea referente, tengo personas las cuales voy cogiendo cosas, personas cercanas...”*

(Emprendedor con proyecto empresarial)

*“Referentes ninguno, simplemente es irte metiendo, aprendiendo a golpes y cuando miras para atrás y ves a dónde has llegado te das cuenta de que ya no hay vuelta atrás.”*

(Emprendedor con proyecto tecnológico)

Otro aspecto a destacar es **el tema de la vocación**, como se ha presentado en el texto, hay dos tipos de emprendedores, el emprendedor que nace y el emprendedor que se hace, después de analizar las entrevistas descubrimos que la figura predominante es la del emprendedor que se hace, ninguno de los emprendedores entrevistados poseía, o sentía que poseía, una vocación innata de emprendimiento, fue más el afán económico o empresarial el que les llevo a iniciarlo, también cabe decir cómo han resaltado la rapidez con lo que todo va cogiendo forma, desde la idea inicial hasta la creación y puesta en marcha de la idea.

*“Yo creo que como cualquier empresario del mundo todo empieza con las ganas de dinero, pero empiezas por un lado y al final te va gustando y acabas haciendo cosas con las que no ganas tanto pero te gustan mucho.”*

(Emprendedor con proyecto tecnológico)

Un hecho innegable e inherente a todo proceso emprendedor es **la aparición de miedos, frustraciones y dudas** en todo el período de constitución y puesta en marcha de la idea, incluso ya cuando está constituida, en ambas entrevistas se destaca cómo la aparición de miedos es algo natural, pero que no tiene que sobrepasarte, debe ser un compañero de viaje, te ayuda a estar alerta, a trabajar más y mejor, pero nunca debe desviarte de tu idea ni dominarte, se ha de aprender a vivir con ello.

*“...para superarlos pues sinceramente, dejarte llevar, no pensar mucho en ello, pensar que puede funcionar, pero aunque no tengas la certeza creerlo.*

*Al final los “y si” te pueden llevar a abandonar el proyecto y fracasar por tanto es mejor no pensarlo.”*

(Emprendedor con proyecto empresarial)

Otro tema también tratado en el presente trabajo es el de **las características del emprendedor**, de lo visto concluimos que un emprendedor debe ser alguien creativo, alguien apasionado, que nunca deje de pensar, de reflexionar y analizar nuevas y mejores formas de realizar un proceso, tiene que tener ilusión por trabajar, en una entrevista se planteaba el caso de que al no tener a nadie por encima tuyo que te dirigiera podrías dejar de trabajar o hacerlo con un peor rendimiento, no obstante de las experiencias analizadas se extrae que puede más la pasión y la ilusión que la vagancia, haciendo incluso que se trabaje más horas y más eficientemente de lo que se trabajaría si se estuviera dentro de un horario laboral fijo o bajo las órdenes de otra persona.

*“La creatividad me parece importantísima, ser una persona inquieta que nunca deje de pensar en una mejora, de seguir innovando es muy importante.”*

(Emprendedor con proyecto empresarial)

(Ser tu propio jefe) *“Todo es a favor, tienes más presión eso sí, sabes que si un día no haces nada pues para otro tienes que recuperarlo, nadie lo va a hacer por ti, pero también es cierto que si un día te quieres dar un respiro o necesitas parar pues no hay ningún problema, pero al final trabajas para ti así que al final lo acabas haciendo.”*

(Emprendedor con proyecto tecnológico)

No podemos pasar por alto **la valoración de los emprendedores sobre las estructuras gubernamentales de apoyo y ayuda** tanto económica como legislativa, siendo esta rotundamente negativa, se remarca que no es que se pongan pegas a la hora de iniciar un proyecto, sino que no se presta ayuda, falta más comunicación y más información por parte del gobierno hacia la figura del emprendedor. Otro aspecto que entorpece y ralentiza la correcta consecución de la puesta en marcha de una idea, es la gran cantidad de burocracia y legislación que se le pide al emprendedor para llevarla a cabo, provocando en muchos casos que finalmente se desista de llevarlo a cabo.

*“Apoyo nulo e interés mucho, trabas no hay, el problema es que ayudas tampoco, si tu vas con una idea no te van a poner dificultades pero tampoco te van ayudar, nunca te van a decir donde tienes que buscar la información, donde tienes que buscar las ayudas... tienes que buscarte la vida.”*

(Emprendedor con proyecto tecnológico)

Por último se debe analizar lo recogido de la entrevista al perfil del asesor del emprendedor, pero no solo como asesor, sino también como el de una persona con un gran bagaje en todos los temas tanto de emprendimiento como iniciativa social, como un técnico de juventud.

**El análisis del contexto juvenil y social actual** tanto a nivel nacional como regional como autonómico es negativo, destacando especialmente la falta de trabajo, lo que además de dificultar el futuro de los jóvenes provoca una fuga de los mismos a otras regiones e incluso países donde si lo puedan realizar. Unido a esta problemática de ausencia de trabajo está la falta de expectativas de cambio lo que no hace más que oscurecer todavía más ese futuro tan incierto.

*“La situación de los jóvenes en general es mala, con pocas oportunidades...”*

*“La prueba está en que los jóvenes se licencian aquí y salen a buscar trabajo a otras regiones o a otros países.”*

(Asesora del emprendedor y técnico de juventud)

En esta entrevista también encontramos la reflexión sobre **la idea de la conformidad**, este técnico de juventud destaca la importancia de dejar atrás la mentalidad de obtener un trabajo fijo nada más acabar los estudios, eso debe cambiar, los jóvenes no deben emigrar a otras zonas, deben intentar quedarse y trabajar en su lugar de origen, y aunque en muchos casos este sea escaso o incluso nulo, deben ser ellos los que generen oportunidades de empleo, los que generen nuevos proyectos e iniciativas con el objetivo de prestar un bien o un servicio a la comunidad pero también secundariamente pero no menos importante con el objetivo de crear puestos de trabajo y empleabilidad en dicha zona.

*“Ya no se puede esperar un trabajo fijo al finalizar los estudios que te resuelva la vida porque el mundo ya no funciona así.”*

(Asesora del emprendedor y técnico de juventud)

Frente a esto es importante contextualizar la realidad existente para la juventud, es una juventud más libre, sin ataduras y con un acceso a la información como nunca antes se había visto, por tanto el contexto ya no es una excusa, se debe cambiar la mentalidad resignada, tradicional y conformista anteriormente dicha para aprovechar la oportunidad social que nos brinda el contexto actual.

*“Es una juventud más libre, con menos ataduras, con la posibilidad de vivir muchas experiencias vitales y con un acceso a la información como nunca antes ha existido. A mí me parece una generación envidiable y afortunada.”*

(Asesora del emprendedor y técnico de juventud)

## **7. PROPUESTAS DE MEJORA.**

Como propuestas por parte de los entrevistados encontramos las siguientes;

- Sensibilización de la población en general y de la juventud en particular en materia de bienestar social.
- Promover iniciativas de actuaciones sociales creando mayores redes de distribución y almacenamiento de productos y servicios básicos, tanto alimentarios como sanitarios...

Con la actual crisis económica la desigualdad y la pobreza afecta a todos los estratos sociales, por tanto debe ser una tarea de todos el intentar erradicarla de nuestra sociedad.

Se debe trabajar entre todos unidos por un mismo fin, para lo cual es necesario que las redes anteriormente descritas para la gestión de bienes básicos también gestionen y sirvan de nexo para la ayuda y la movilización activa entre los ciudadanos.

- Creación de redes y programas que promuevan el emprendimiento y la ciudadanía activa desde edades muy tempranas, teniendo posteriormente su máximo desarrollo en las universidades, favoreciendo de este modo la sensibilización por los temas sociales anteriormente mencionados.
- Promover un cambio en la infraestructura y ayuda gubernamental hacia una metodología más cercana, en la que el valor personal y potencial de la idea valga más que la economía, que favorezca el emprendimiento y fomente la creación de procesos, proyectos e ideas de cambio y mejora, que no solo consigan una rentabilidad económica sino también una mejora social.
- Priorizar el fomento del empleo, tema que preocupa mucho a los jóvenes, tanto a los emprendedores como a los que no lo son, de ahí que debe ser un objetivo principal para toda persona que inicia un proyecto sobre todo empresarial o tecnológico el generar puestos de trabajo y mejorar la empleabilidad.

## **8. CONCLUSIONES.**

Es importante tener delimitado correctamente el concepto de emprendimiento, presentar al emprendedor como la figura de motor de cambio social y económico, como vía a través de la cual la sociedad debe evolucionar hacia una estructura en la cual todos y cada uno de los ciudadanos trabajen juntos hacia un objetivo mutuo, innovando hacia la integración y el bienestar social.

Una de las causas por las cuales no podemos salir de este pozo llamado “crisis” es por la mentalidad de conformismo social imperante en nuestra sociedad, fomentando la adopción de conductas constituidas por unos pocos para manejar a muchos. Se han creado una serie de valores y símbolos que han cambiado la perspectiva social ante diferentes problemas y que no han hecho más que provocar una caída más estrepitosa en todas las áreas sociales, lo que antes se veía injusto, insolidario, poco ético ahora se ve con una naturalidad preocupante y pasmosa que merma paulatinamente cualquier atisbo de actividad pública o ciudadana latente.

Frente a esta situación urge generar una corriente de pensamiento activo e independiente al existente, por el cual el ciudadano se vea como una parte imprescindible del sistema, no como un mero integrante más, debe sentirse como lo que es, un elemento indispensable para el correcto funcionamiento del engranaje económico y social.

Desarrollado en paralelo a estos conceptos se encuentra la mentalidad emprendedora que no deja de ser la punta del iceberg de todo el activismo y participación ciudadana necesaria para conseguir ese cambio propuesto.

Como mentalidad emprendedora entendemos el no aceptar lo establecido, hace referencia a una actitud de cambio, de espíritu explorador, la voluntad de seguir un camino marcado por uno mismo y no por una sociedad envidiosa y deprimida, que ve en dichas personas una amenaza a la “tranquilidad” y el “sosiego” que se vive bajo el amparo de “lo establecido”.

La vinculación del emprendedor y el cambio social es muy fuerte ya que la primera es el medio para conseguir dicho fin, fin que solo puede ser conseguido si como el emprendedor, se posee una actitud de mirar hacia adelante, de mirar hacia el progreso, hacia el cambio y la mejora.

En conclusión tanto el emprendimiento como el cambio social deben definirse como una constante y progresiva búsqueda de la excelencia.

Vinculado al cambio y al emprendimiento también se encuentra la idea de fracaso, no llegar, no conseguir las metas, defraudar, decepcionar... palabras definidas por una sociedad abotargada, no existe, o mejor dicho, no debería existir el concepto de fracaso como lo entendemos, un proyecto, una iniciativa, una idea...no fracasa, no existen ideas fracasadas, existen personas fracasadas, pero no es fracasada la persona que tiene que cerrar un negocio por que no funciona, o la que tienen que terminar con un proyecto porque no obtiene financiación, es fracasada la persona que antes de montar una empresa ya la ha cerrado, la que antes de iniciar una idea ya la ha dado por mala, esa es la persona fracasada, y esa es la figura que tristemente predomina en nuestra sociedad y que como se ha dicho antes, nos ha llevado a donde estamos y no nos deja salir.

La iniciativa social está poco a poco incrementándose como vocación, y es a través de estas iniciativas donde se está empezando a generar el cambio de actitud ante los problemas sociales, desde estas iniciativas se incide en las políticas gubernamentales, y esto provoca en todos los sentidos una fortaleza para el cambio dentro de los países.

Una de las grandes virtudes de los emprendedores sociales es el poner al descubierto las carencias y problemas imperantes en la sociedad, por lo que logran una mayor sensibilización en toda la población y generan una mentalidad de reflexión

En conclusión se debería decir que si se quiere que se produzca un cambio tanto económico, como social, como político, es imprescindible la participación igualitaria y mayoritaria de la población, y una parte de esa participación y acción es el emprendimiento; social, empresarial, tecnológico... todo ello va dirigido hacia un mismo objetivo, mejorar la sociedad, nutriéndola de mejores servicios, mejores productos, innovando para crecer y desarrollarse.

## 9. BIBLIOGRAFÍA.

Andrés Delicio, F. (2003), “La vocación emprendedora de los estudiantes universitarios El Caso de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar De la Plata.”, UNMDP. 7ma. Reunión anual red pymes mercosur, Rafaela, Rosario. Octubre 2003.

Anzola, S. (2004). La actitud emprendedora. México: McGraw Hill.

Cano Guillén, C.J; García García, J.; Gea Segura, A.B (2003): “Actitudes emprendedoras y creación de empresas en los estudiantes universitarios”, Escobar Impresores, S.L, El Ejido (Almería).

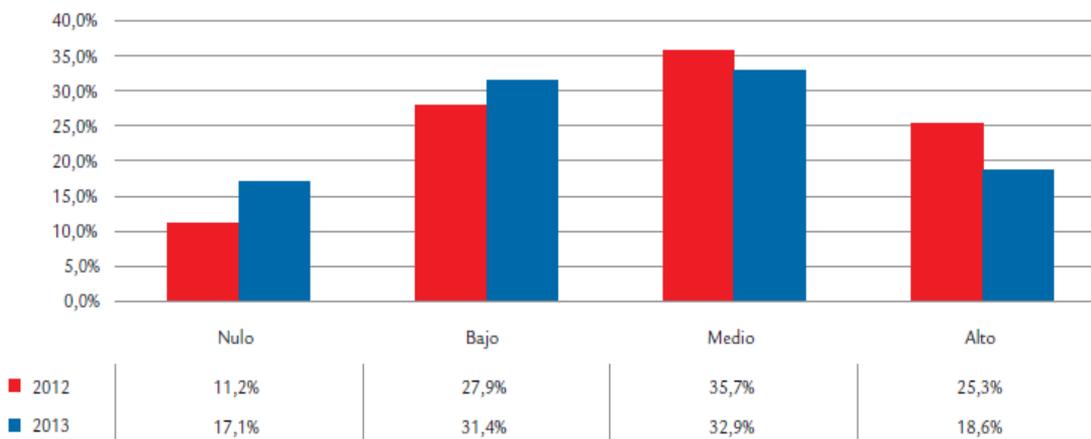
Castro, C. (2000): “La igualdad de oportunidades y la participación social de las jóvenes” Consejo de la Juventud de España, Madrid.

Roitman, M. (2003). El pensamiento sistémico: los orígenes del social conformismo; Siglo XXI. Recuperado el 22 de Marzo de 2014  
[http://www.angelfire.com/cantina/faroldelacalle/nacional/conformismo\\_social.htm](http://www.angelfire.com/cantina/faroldelacalle/nacional/conformismo_social.htm)

Rubio, M. J. y Varas, J. (1999) El análisis de la realidad en la intervención social. Métodos y técnicas de investigación, 2 ed., Madrid: CCS

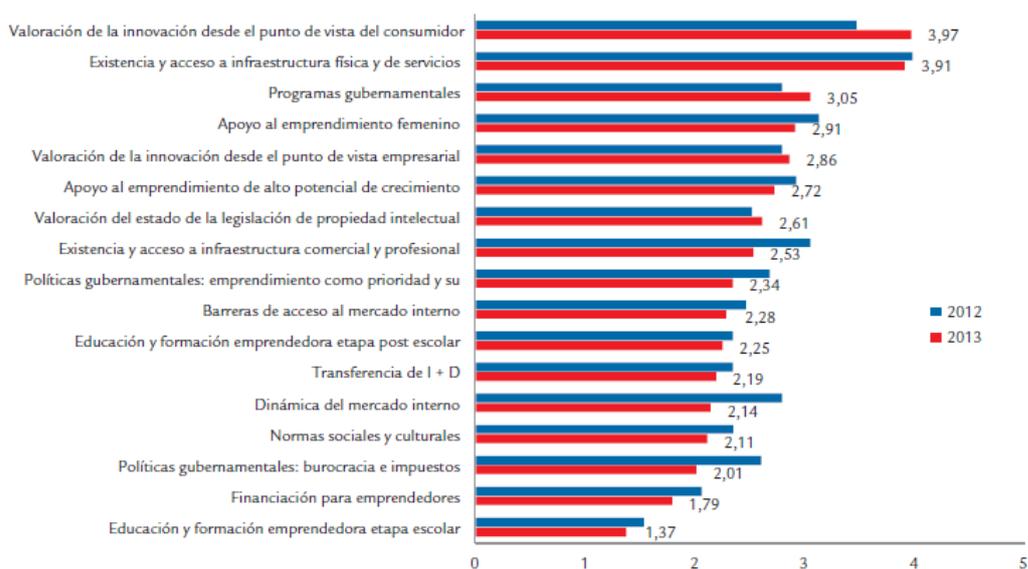
## 10. ANEXOS.

**Gráfico 1.1. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento en España, comparativa 2012-2013**



Fuente: Informe GEM (2013)

**Gráfico 1.2. Valoración media de los expertos entrevistados sobre las condiciones del entorno para emprender en España, año 2013.**



Fuente: Informe GEM (2013)

## **ANEXO I: Entrevista a representante de juventud en el plano social.**

1. ¿Cuál es el contexto actual de Castilla y León en el ámbito social?

Hay mucho emprendimiento y actuación social, peor no se dan facilidades, no hay difusión para solicitar voluntarios, pero sí que se ve personas pagadas por Cruz Roja para conseguir esos voluntarios, da comisión por cada una que se consiga, o euro que entre.

2. ¿Cuáles son las principales características de la actuación social en Castilla y León?

El nexos que une las actividades existentes con las personas, Yo por ejemplo estoy ayudando a la asociación “ASALVO” que dan de comer de forma desinteresada los martes, miércoles y domingos, y es que ahí puede ir cualquier persona, y hacen una aportación excelente.

3. ¿Qué papel considera que juegan las ONGs el desarrollo y el progreso de una región?

No voy a hablar de lo que no se, voy a hablar de lo que conozco, yo se de gente que ha estado en Cruz Roja que les pagan comisiones de la gente que consiguen, hecho que me da bastante pena, realmente a Cruz Roja nunca he dado nada de dinero, si es verdad que ese dinero va luego a otros sitios, pero no es la mejor forma de conseguirlo, debería ser más altruista.

Se ve que Cruz roja va a Lorca y aquí y allá, pero realmente los problemas de pie de calle no se ve.

4. ¿Qué aspectos han avanzado y cuales no han avanzado o han retrocedido en bienestar social e igualdad en nuestra región?

Ahora con la crisis la clase media se ha visto muy perjudicada, en cualquier crisis el rico es más rico y el pobre es más pobre.

Lo que sí creo es que al haberse visto un acercamiento de esa clase media a la baja se puede apreciar una mayor empatía y sensibilidad por los problemas sociales, problemas que con dinero igual no te percatas pero que luego cuando vienen mal dadas se hacen tuyos.

5. ¿Cuáles son las principales demandas en materia de bienestar social?

Lo que principalmente se demanda más allá de apoyo político o institucional es que se cubran las necesidades básicas, es decir, alojamiento y comida.

Por ejemplo todas las fábricas vacías de los polígonos, yo creo que se deberían habilitar todas ellas y acondicionarlas para dar cobijo, algo que creo que es sencillo, es gente que si es cierto que necesitan muchas cosas pero ese malestar social también lleva a un conformismo a través del cual se contentan con mucho menos.

Hacer una macarronada por ejemplo te cuesta 5 euros, y das de comer a 50 personas.

Es más tengo pensado un proyecto relacionado con esto para Valladolid.

6. ¿Considera que Castilla y León es una región avanzada, caracterizada por un desarrollo y progreso económico y social? ¿Y en relación con la conservación y la mejora medioambiental?

Yo creo que deja mucho que desear, muy pocos son los políticos que se acercan a gente sin hogar o desamparados, y además siempre se intenta hacer una ayuda bastante camuflada sobre todo porque por ejemplo, hay un albergue, que está muy bien, desde que lo han hecho se ve mucha menos gente durmiendo en los bancos pero también las normas son demasiado estrictas, por alguna pelea o discusión han expulsado hasta 20 días a las personas involucradas, entonces ya son 20 días que están pasando en la calle, ya que tampoco tienen ningún familiar que les ayude.

7. ¿Cuáles son las expectativas de futuro?

Yo personalmente, por ejemplo, creo que es la pastelería Bravo de aquí de Valladolid, hay una chica en la que estoy yo que pasa los domingos por la mañana y todos los pasteles sobrantes que se van a tirar, pues antes de tirar lo donan para cuando vamos los domingos por la tarde a dar de cenar, entonces mi propuesta es llevar esa iniciativa a los demás restaurantes, no estña pidiendo que donen comida que van a vender, sino comida que van a tirar, y lo mismo con supermercados y todo lo demás.

También creo que faltan muchas iniciativas que realizan estas ideas, seguramente haya muchas empresas que quieran hacer este tipo de donaciones pero no tienen a la persona-nexo a quien dársela.

## **ANEXO II: Entrevista realizada a un emprendedor con un proyecto empresarial.**

1. ¿Quién eres y qué hacías profesionalmente antes de decidir emprender?

Soy Carlos Calvo, estudiante de 3º de Marketing en la Universidad de Valladolid e integrante de un grupo de música de aquí de Valladolid, además también pertenezco a algunos órganos de la Universidad de Valladolid.

2. ¿Tenías o tienes algún referente a quién admires dentro del mundo de los negocios?

Como emprendimiento no, no tengo a una persona que sea referente, tengo personas las cuales voy cogiendo cosas, personas cercanas, por ejemplo tengo un familiar ingeniero que fundo sotabanco aquí en Valladolid, no trabajan 24 horas en su negocio pero vas cogiendo ideas, aprendes de ellos.

3. ¿Cómo descubres tu vocación por la formación?

Hablando con mi actual socio en clase, empezamos a hablar y a desarrollar la idea, que es Vallacheap, un proyecto de ocio y tiempo libre con soporte digital a través del cual acceder a descuentos en una gran gama de servicios o productos, todo esto fue sobre Octubre, empezamos a darle vueltas y poco a poco nos ha llevado hasta aquí.

4. ¿Cómo fue el proceso de creación? ¿qué has aprendido de ese proceso?

Fue muy duro, con mucha incertidumbre sobre lo que podría pasar, pero también con muchos sueños de éxito y con los pies siempre en la tierra y marcándonos objetivos a corto plazo.

5. ¿Qué obstáculos, miedos, frustraciones, inconvenientes has tenido que afrontar y cómo los has superado en todo este tiempo que llevas emprendiendo?

El equipo con el que trabajas, el equipo con el que vas a estar, que no ha estado cerrado hasta hace muy poco, que quieras de esas personas y sobre todo y sin ninguna duda el dinero, cuánto va a costar, la rentabilidad...ese es un miedo que yo creo que tiene todo el mundo que inicia un proyecto de estos.

Y para superarlos pues sinceramente, dejarte llevar, no pensar mucho en ello, pensar que puede funcionar, pero aunque no tengas la certeza creerlo.

Al final los “y si” te pueden llevar a abandonar el proyecto y fracasar por tanto es mejor no pensarlo.

6. ¿Qué ventajas e inconvenientes encuentras en trabajar para uno mismo, es decir, en ser tu propio jefe?

Como inconveniente por ejemplo que si haces algo mal, eres tu el que lo paga, es cosa tuya y además la responsabilidad de que tienes que hacer las cosas bien, no hay excusas, tienes que trabajar mucho en ello.

7. ¿Cómo encuentras el equilibrio entre vida personal y profesional?

Es complicado, esto absorbe mucho, por ejemplo mi novia se queja de que ya no paso mucho tiempo con ella y mis padres de que debería comer más en casa con ellos, es algo normal, cuesta pero tienes que adaptar los horarios.

8. ¿Qué habilidades o competencias crees que debe entrenar un emprendedor?

La creatividad me parece importantísima, ser una persona inquieta que nunca deje de pensar en una mejora, de seguir innovando es muy importante.

Y sobre todo la ilusión y las ganas de hacerlo, más que el dinero, el dinero se encuentra, pero al final es tu motivación personal la que marca la diferencia entre el éxito y el fracaso.

9. ¿Qué opinas del apoyo o las infraestructuras políticas o gubernamentales existentes?

Ya fuera de que seas una empresa o emprendedor hay numeroso gastos y la verdad que no lo ponen nada fácil, si es verdad que hay algunas subvenciones pero a mi parecer no son suficientes.

Ayudas hay, empiezan a salir ya, que estaban programadas en 2012 de ayudas a empresarios de primera generación impulsadas por el Ministerio de Fomento, pero hasta este año no han salido, eran ayudas de 3000€.

Hay ayudas pero muy pocas, hay países por ejemplo Reino Unido donde la facilidad y la rapidez con la que se monta una empresa es envidiable.

10. ¿Qué retos tienes ya presentes en mente para afrontar en tu negocio, es decir, tus proyectos de futuro?

Nuestra idea es ahora expandirnos por las Universidades, con el objetivo de fomentar una sensibilización con la idea de ayudar al emprendedor, todo empieza por la Universidad.

Y si empiezas por la Universidad y no te ayudan...por ejemplo en Comercio, te enseñan cómo crear empresas, y luego cuando vas a dar el paso ni siquiera la propia facultad te ayuda, creo que hay algo que falla.

Poco a poco intentaremos llegar a más personas de una manera más rápida, fácil y segura.

Solo el tiempo lo dirá.

### **ANEXO III: Entrevista realizada a un emprendedor con un proyecto tecnológico.**

1. ¿Quién eres y qué hacías profesionalmente antes de decidir emprender?

Soy Jose Ignacio Romero, estoy estudiando Ingeniería Industrial a falta de presentar el TFG.

2. ¿Tenías o tienes algún referente a quién admires dentro del mundo de los negocios?

Referentes ninguno, simplemente es irte metiendo, aprendiendo a golpes y cuando miras para atrás y ves a dónde has llegado te das cuenta de que ya no hay vuelta atrás.

3. ¿Cómo descubres tu vocación por la formación?

Yo creo que como cualquier empresario del mundo todo empieza con las ganas de dinero, pero empiezas por un lado y al final te va gustando y acabas haciendo cosas con las que no ganas tanto pero te gustan mucho.

4. ¿Cómo y cuándo surgió la idea que te impulsó a montar tu propia empresa?

Yo empecé con Vallacheap, sistema de venta de electrónica y lo empezamos a mediados de Enero, un día por la tarde lo hablé con mi actual socio, quedamos para tomar un café y al fina estuvimos 3 horas hablando, casi salió ya montado.

5. ¿Qué obstáculos, miedos, frustraciones, inconvenientes has tenido que afrontar y cómo los has superado en todo este tiempo que llevas emprendiendo?

Miedos pocos la verdad, yo creo que somos unos inconscientes todos lo que iniciamos proyectos de este tipo.

Sobre todo los problemas vienen por el dinero, cuando más grande quieres hacer algo más tienes que invertir y claro la inversión hasta un punto llega pero cuando no tienes inversión tienes mil ideas pero que no puedes llevar a ningún lado por esa falta de financiación.

6. ¿Qué ventajas e inconvenientes encuentras en trabajar para uno mismo, es decir, en ser tu propio jefe?

Todo es a favor, tienes más presión eso sí, sabes que si un día no haces nada pues para otro tienes que recuperarlo, nadie lo va a hacer por ti, pero también es cierto que si un día te quieres dar un respiro o necesitas parar pues no hay ningún problema, pero al final trabajas para ti así que al final lo acabas haciendo.

7. ¿Cómo encuentras el equilibrio entre vida personal y profesional?

Esto absorbe mucho, sobre todo al principio, 10 y 12 horas llegamos a estar todos los días aquí metidos, es muchísimo tiempo y al final el tiempo que gastas aquí lo quitas de otros lados.

8. ¿Qué habilidades o competencias crees que debe entrenar un emprendedor?

Tener mucho valor, pero que mucho valor, no hay nada más.

9. ¿Qué opinas del apoyo o de la estructura política y gubernamental?

Apoyo nulo e interés mucho, trabas no hay, el problema es que ayudas tampoco, si tu vas con una idea no te van a poner dificultades pero tampoco te van ayudar, nunca te van a decir donde tienes que buscar la información, donde tienes que buscar las ayudas... tienes que buscarte la vida.

10. ¿Qué retos tienes ya presentes en mente para afrontar en tu negocio, es decir, tus proyectos de futuro?

Hace unos meses estábamos nosotros tres solos y ahora ya somos ocho personas así que nuestro objetivo es expandirnos a todo el territorio nacional, además de ir delegando cada vez más funciones de menor importancia a otras personas para poder nosotros quedarnos con las de mayor peso para el futuro de la empresa.

11. ¿Qué consejo le darías a alguien que se está pensando crear su propia empresa?

Adelante, que crea en sí mismo y en su proyecto y que no escuche a las personas que le digan que no puede o que no debe hacer algo, que solo se escuche a sí mismo, sin olvidar escuchar la voz de la experiencia de personas que le puedan aconsejar o ayudar, eso siempre.