

## Capítulo 8. Los servicios de información juvenil y el desarrollo del talento emprendedor

A lo largo de las anteriores páginas, hemos transitado por un camino en el que hemos presentado una propuesta para comenzar a desarrollar acciones dirigidas a la promoción del talento emprendedor entre los potenciales emprendedores y empresarios.

Hemos planteado una serie de cuestiones y aspectos a tener en cuenta, bien si somos personas que estamos embarcadas en un proceso de generación de un proyecto emprendedor, bien como profesionales que desde distintos tipos de esferas se encuentran “acompañando” y prestando asesoramiento o información a los emprendedores o futuros emprendedores.

Se trata de una propuesta abierta y sujeta a profundización, tanto en los conceptos como en los instrumentos (traducidas éstas en herramientas y técnicas), que favorezcan alcanzar los objetivos que nos planteamos en las distintas actuaciones o proyectos dirigidos a emprendedores, así como en las innovaciones y experiencias que puedan aportar los propios emprendedores.

Se trata, en definitiva, de identificar cuáles son algunos de los aspectos que van a tener relevancia y que deberemos considerar a la hora de poner en marcha un proyecto empresarial (como emprendedores o futuros emprendedores, o como profesionales del trabajo de apoyo a los mismos). Como hemos indicado anteriormente, nos centramos en el trabajo con el recurso esencial y primordial en el proyecto: *la persona que lo lidera y lo pone en marcha*. El factor sobre el que descansa toda una batería de variables imprescindibles, desde las cuales cimentar el futuro éxito de la idea empresarial.

El desarrollo del talento emprendedor, las capacidades y competencias necesarias para emprender, son especialmente importantes para destacarlas y proyectarlas hacia aquellos perfiles y grupos de población con más opciones de poner en marcha un proyecto empresarial.

Esta misma afirmación parece suponer que hay grupos poblacionales más preparados o predispuestos a emprender. Creo que no es así. Dentro de todos los segmentos de población existen potenciales emprendedores. Personas que se lo han planteado y están poniendo en marcha ideas y opciones reales de autoempleo, con distinto grado o alcance. Cuando hablamos de segmentar, nos referimos a los mecanismos institucionales, bien sean públicos o privados, que ponen en marcha acciones dirigidas a grupos bien definidos. Son ellas las que determinan las prioridades de atención sobre la población susceptible de ser acogida en las estructuras de apoyo. En este caso, el emprendimiento.

Dentro de este esquema de distribución funcional de las competencias de atención, es donde se configura la relevancia de los servicios de información juvenil (SIJ).

Los SIJ, a través de la red de centros, de oficinas, de antenas, de los servicios web, etc., se convierten en los instrumentos más cercanos a los jóvenes de cara a la prestación de servicios y acceso a los recursos e instrumentos de atención que responden a sus necesidades y problemáticas, y que les facultan y capacitan para diseñar respuestas reales ante la construcción de sus trayectorias vitales, bien sean individuales o grupales.

En el contexto del apoyo a los emprendedores, los SIJ se caracterizan por una serie de cualidades que favorecen su identificación como dispositivos básicos a la hora de llevar a cabo la atención a jóvenes. Veamos alguna de las mismas:

- **Su cercanía** a los jóvenes. Cercanía física y relacional. Se trata de dispositivos “pegados” al terreno, con una clara integración en los esquemas y mapas institucionales de los jóvenes.
- **Su integración** dentro de los recursos institucionales. Hablamos de su identificación referencial respecto a otros recursos institucionales como los dispositivos que se encuentran en contacto con la población joven. Son un excelente instrumento “canalizador” de las demandas y necesidades de la población a la que atienden. Se encuentran integrados dentro del tejido institucional de manera muy acusada, especialmente en los entornos locales. Poseen **una centralidad** dentro de la red de recursos de atención a la población joven. Y si no es así, debería alcanzarla.
- **La confianza** que genera en su público objetivo. La confianza es un valor esencial a la hora de articular cualquier acción de atención a una persona, a un colectivo de atención. La confianza favorece el logro de grados de compromiso entre los profesionales y los usuarios, en el trabajo por rebasar cualquier objetivo diseñado. En el caso de las acciones de promoción emprendedora no lo es menos.

- La **flexibilidad y capacidad de adaptación** ante las nuevas demandas y realidades que se esbozan y proyectan de cara al público joven. Esta capacidad de adaptación permite una permeabilidad de los procedimientos y los procesos a las condiciones y situaciones de cada uno de los jóvenes.
- La **capilaridad y transferibilidad** de las distintas realidades sobre las que actúa, así como la posibilidad de trasladar las prácticas y conocimientos de intervención en los distintos entornos en donde se encuentran integrados los servicios.

El emprendimiento, la puesta en marcha de proyectos empresariales, de autoempleo, de emprendimiento social, no es una materia que queda al margen del trabajo de los SIJ. Los SIJ son, en la mayoría de las ocasiones, los primeros recursos a los que accede un joven para comenzar a construir un proyecto emprendedor. Son, en definitiva, la “línea de frente” en la que se encuentran los recursos de apoyo al joven emprendedor y la red de recursos a los que puede acceder de cara a potenciar y dinamizar su proyecto. Esto en cuanto al papel de acceso y contacto, pero es que además, desde este conjunto de dispositivos, se pueden estructurar y proyectar todo un conjunto de actuaciones favorecedoras de la creación de un caldo de cultivo propiciatorio para el nacimiento y apoyo de ideas e iniciativas emprendedoras.

Algunas de estas acciones que pueden ser desarrolladas serían:

- Generar servicios de acompañamiento al joven emprendedor, vinculados o dirigidos al desarrollo y/o mejora de sus capacidades y competencias como emprendedor-empresario. Estas acciones cabe estructurales bien como servicios individuales, o como acciones formativas y de animación.
- Generar sistemas y estructuras de gestión de la información favorecedoras de los procesos de toma de decisiones vinculadas a los proyectos emprendedores liderados por los jóvenes.
- Crear estructuras físicas de apoyo a los jóvenes emprendedores.
- Promoción de la cultura emprendedora entre la población joven, a través de acciones de animación, jornadas, concursos, premios, simuladores...
- Promoción del asociacionismo juvenil como escuela de emprendedores y laboratorio para el desarrollo de habilidades de liderazgo y emprendimiento, bien sea social o empresarial.
- Sistemas de coordinación y cooperación con otros dispositivos y recursos de promoción del emprendimiento.
- Etc.

Comprobamos que los SIJ se configuran como potenciales agentes de verdadero cambio y promotores de la generación de actuaciones encaminadas al apoyo y acompañamiento de los futuros emprendedores. Emprendedores que pueden llegar a situarse en un inicio en el corto plazo de su proyecto, bien jóvenes que pueden comenzar a integrar y adquirir verdaderas capacidades de las que podrán disponer una vez que se planteen un proyecto empresarial en el largo plazo.

Para completar esta visión sobre los SIJ y su acercamiento al emprendimiento, y para poseer una visión más integral de los potenciales efectos que podemos alcanzar si se apuesta de manera clara por este tipo de acciones, entendamos que las cualidades que podamos desarrollar en la población joven en la esfera del emprendimiento, tienen también un efecto directo en las capacidades profesionales que les van a ser requeridas en el caso que opten en su futuro por desarrollar un trabajo por cuenta ajena.

Hablamos de habilidades y cualidades (las que hemos tratado en la esfera del emprendimiento) que tiene una indudable transferencia al desempeño de cualquier tipo de profesión. Serán factores diferenciales dentro del mercado de trabajo, que en muchas ocasiones delimitarán las personas que podrán desempeñar un puesto y aquellas que tendrán más dificultades para encontrarlo o mantenerlo.

## Los jóvenes y el emprendimiento

Cuando tenemos ocasión de leer literatura acerca del perfil de los emprendedores en España, parece que existe un consenso, más o menos establecido, de sus características: persona de mediana edad, profesional especializado, con un nivel de experiencia profesional alto y que ha adoptado la decisión de montar una empresa. A groso modo estas serían las características.

Bien. Este hecho es una realidad, pero no implica que otras personas, con otro tipo de características, cualidades o pertenecientes a distintos grupos sociales, no puedan lanzarse a desarrollar una trayectoria emprendedora y que ésta tenga éxito. Dentro de este tipo de perfiles se encontrarían los jóvenes.

Entendamos previamente algunos de los posibles inconvenientes, a la hora de desarrollar un proyecto emprendedor, por parte de una persona joven:

- Falta de experiencia profesional concreta en algún sector de actividad o mercado.
- Cierta grado de impulsividad en los procesos de tomas de decisiones.

- Indefinición de objetivos vitales.
- Toma de decisiones basadas en el corto plazo.
- Ausencia de conocimientos sobre gestión empresarial y trámites administrativos y empresariales.
- Etc.

Como vemos, supuestas realidades que afectan al perfil del joven emprendedor y que pueden llegar a convertirse en factores desencadenantes, o por lo menos significativos estadísticamente, de que aumente la probabilidad de un futuro fracaso en el proceso de puesta en marcha de una empresa.

Efectivamente, estos elementos se pueden llegar a dar. Pero, ¿no aparecen este tipo de características en otros perfiles de emprendedores que podamos llegar a calificar a priori como más “preparados” para lanzarse a un proyecto emprendedor? ¿Se tratan de características intrínsecas a todos los jóvenes, o bien de factores que pueden llegar a tener mayor nivel de impacto en este tipo de población?

Vaya de antemano que conozco a empresarios de éxito que comenzaron siendo muy jóvenes. Asumieron una responsabilidad que, de acuerdo al modo de pensar y a los esquemas imperantes, no era la edad como para lanzarse a ese tipo de aventuras. Pero miren, bien por necesidad o por el convencimiento de que era lo que deseaban ser, comenzaron un largo proceso que les labró la trayectoria que a día de hoy tienen.

Por lo tanto, no nos manejemos en los apriorismos que tal vez nos distorsionen nuestra capacidad de valorar el desarrollo de las capacidades y los proyectos emprendedores de los jóvenes. Me atrevo a proponer una serie de características que a mi entender favorecen el desarrollo del talento emprendedor en esta población:

1. La apertura de modelos de negocio y sectores de actividad de muy reciente creación, en donde la innovación y la capacidad de adaptación requieren personas con un alto interés y motivación. Se trata de sectores como el de las nuevas tecnologías, los videojuegos, aplicaciones móviles, etc., en donde los jóvenes poseen niveles altos de conocimiento y de usabilidad de los medios. O bien, se puede tratar de iniciativas o ideas vinculadas con el ocio, el tiempo libre...
2. Su situación (evidentemente no en todos los casos) de un colchón de apoyo (la familia y la cobertura de la mayoría de las necesidades básicas) que facilita la aceptación de los posibles riesgos derivados de la puesta en marcha de un proyecto emprendedor.

3. Hablamos con anterioridad de la impulsividad como un factor que puede suponer un riesgo a la hora de poner en marcha un proyecto emprendedor. Pero este mismo factor tiene su reverso favorable. La impulsividad es un elemento que favorece la energía hacia el logro de los objetivos, sin limitaciones. No está guiada por restricciones basadas en el miedo de todo aquello que “puede llegar a ser perdido en el lance”. La inconsciencia en el análisis de las situaciones permite afrontar bajo la guía de la resolución de la situación. Permite un aprendizaje basado en la práctica de las actuaciones que se llevan a cabo. Se aprende en la experiencia.
4. El motor de los sueños. Los jóvenes sueñan con objetivos, con metas futuras que no se encuentran restringidas por la “realidad”, por las dificultades que entrañan. Este recurso es un motor excelente que potenciar, que valorar y que activar cuando se trata de la puesta en marcha de proyectos emprendedores.
5. A priori, los jóvenes muestran unas capacidades y actitudes más favorables hacia los procesos de aprendizaje y formación. Este factor facilita los mecanismos del desarrollo del aprendizaje. Es un facilitador esencial a la hora de fomentar la capacidad emprendedora.
6. Ligado con el primero de los factores que hemos enunciado en esta relación, los jóvenes actuales se encuentran plenamente integrados dentro de la sociedad digital. Son “los nativos digitales”. Este hecho favorece que sean capaces de acceder a recursos, a posibilidades y opciones que a otros grupos poblaciones les requiere mayores esfuerzos tanto de aprendizaje, como de la ruptura de las limitaciones actitudinales. Es un factor esencial.
7. Finalmente, no existen los jóvenes emprendedores. Se trata de emprendedores jóvenes. La categoría joven no entraña un conjunto de características uniformes y necesidades de apoyo y acompañamiento estandarizadas. Cada emprendedor requerirá una serie de recursos específicos que respondan a situaciones concretas y acotadas. Este es el diferencial en los modelos y propuestas que elaboremos.

Como vemos no debemos guiarnos por los condicionantes previos que nos podemos dar a la hora de valorar las opciones que pueden llegar a mostrar los jóvenes respecto al emprendimiento. Estemos abiertos a las opciones y a las posibilidades que pueden llegar a mostrar estas personas.

Se trata de identificar a líderes. Líderes jóvenes que sean capaces de generar ideas de futuro y crear marcos de acción, de trabajo y organizaciones que se conviertan en estructuras productivas y de transformación.

## ¿Qué pueden hacer los Servicios de Información Juvenil en la promoción de emprendimiento joven?

Ya hemos visto las posibilidades que ofrecen los SIJ como estructura de apoyo a los jóvenes, más concretamente en el fomento del desarrollo emprendedor. Pero ¿qué se puede hacer?

Mucho o nada. Parece una contradicción pero no lo es.

El primer elemento que se debe plantear un centro de información juvenil responde a varias preguntas esenciales que delimitan la capacidad de obrar, el hacer en las estrategias desde este tipo de dispositivos. A mi entender, y me baso en mi propia experiencia con los profesionales de este ámbito, es imprescindible que el servicio se responda a las siguientes preguntas para conocer las opciones de acción:

1. ¿Cuáles son las funciones que ejerce el servicio de información juvenil?
2. ¿Qué queremos hacer?
3. ¿Cuál es el alcance de mi trabajo e intervención? ¿soy proveedor de información o puede desarrollar funciones de orientación y acompañamiento a los jóvenes?
4. ¿Tengo capacidad y conocimiento para desarrollarlo?
5. ¿Trabajo en la esfera de la comunidad local, cuál es mi nivel de actuación?
6. ¿Tengo apoyo institucional?
7. ¿Qué voy a hacer que no se haga en la actualidad? ¿Voy a duplicar las actividades que propongo respecto a recursos y dispositivos ya existentes?
8. ¿Cuál es mi valor añadido? ¿Cuál es mi diferencial como servicio?

Estas cuestiones las podemos calificar como cruciales a la hora de desarrollar la labor desde los Centro de Información Juvenil. No sólo para la puesta en marcha de las acciones, sino que, de acuerdo a su nivel de concreción y de determinación, afectará a todos los agentes con los que opera e interactúa el SIJ.

Afectará:

1. En primer lugar y de manera esencial a los usuarios de nuestros dispositivos. Cómo actuamos y qué es lo que llevemos a cabo, definen las posibilidades reales de integrarnos en los esquemas de apoyo comunitario al joven emprendedor. Ser referentes.
2. A nuestros modelos de coordinación y de trabajo colaborativo (en red) con el resto de dispositivos y recursos. Debemos definir sobre qué actúa cada uno de ellos, generando una visión y meta compartida en la utilización de los recursos, vinculado a una optimización y uso eficiente. Pero no solamente el modo en el nos coordinemos y se distribuyan las funciones intra-dispositivos, sino que la forma en la que actuemos y cómo lo comuniquemos a nuestros beneficiarios, con el grado de referencia de cada recursos, condicionará los procesos individuales de cada uno de los jóvenes emprendedores. Factores como la gestión de la información o la motivación hacia el proyecto, se configuran como variables que están sujetas a una incidencia por este factor.
3. La motivación de los propios recursos y profesionales que forman parte de los servicios. Saber qué es lo que se espera de ellos, qué es lo que pueden realizar, e incluso, identificar la proyección futura de los profesionales.
4. La utilización de los recursos. Nos permite conocer qué es lo que necesitamos y, sobre todo, dónde podremos buscarlo.

De acuerdo a esta “ubicación”, o identificación de la contextualización de dónde nos situamos, podremos comenzar a desplegar el conjunto de acciones que vayan encaminadas a lograr el apoyo a los jóvenes emprendedores.

Varias son las posibilidades que podemos diseñar:

## **1. Desarrollar servicios de información.**

Nos encontramos en plena era digital y explosión de los social media. En este contexto, debemos definir cuál es nuestro papel y decidir cuáles serán los canales de utilización por parte de los SIJ. En este tema se han mostrado grandes experiencias en España.

En todo caso, debemos saber cuál es el objetivo de los servicios de información: *promover acciones que permiten dotar de significado a la información de cara a que el receptor de la misma pueda adoptar decisiones.* Decisiones que se encuentran vinculadas directamente con las metas y objetivos que persigue. Es decir, la gestión de la información, los informadores juveniles, deben dar “sentido a la información que proporcionan. Deben otorgar coherencia y comprensión.



Rescatemos algunos conceptos ligados a la Teoría de la Gestión de la Información que tienen un sentido esencial para los SIJ. Recordemos la diferencia entre los datos, la información y el conocimiento.

- Los datos: Se trata de la presentación de hechos concretos de unidades mínimas de información.
- La información: Se trata de una interpretación de los datos.
- El conocimiento: Se trata de informaciones integradas dentro de un marco conceptual, de una forma de comprender dentro de una visión del mundo, o de aquello que perseguimos. El conocimiento es lo que nos permite generar los procesos y la resolución en la toma de decisiones.

Como vemos, es el conocimiento el nivel que favorece generar la acción sobre el mundo. Se trata no solamente de un conocimiento formal, sino del conjunto de informaciones que, de acuerdo a las necesidades y a las metas que la persona se dota, permite dar sentido y dirección a las acciones que lleva a cabo.

Este nivel de conocimiento es al que deben proyectarse los sistemas de información. Especialmente en los procesos de emprendimiento. Por ello, es tan importante el proceso de escucha real y activa de las necesidades de los emprendedores jóvenes.

Es necesario recordar que con proporcionar a una persona, sea cual sea su demanda de información, una relación de datos bajo cualquier tipo de formato (un listado, un índice, etc.) no alcanzaremos un nivel adecuado de manejo de estos contenidos si la persona que los recibe no sabe, o puede, contextualizarlos y no muestra una comprensión de las opciones y acciones que puede desarrollar con este recurso.

En definitiva, debemos contestar al ¿para qué puedo utilizarlo?

## **2. Acompañamiento al emprendedor joven.**

Se trata de desarrollar acciones de acompañamiento al emprendedor. Procesos que responden a la mejora de las capacidades y competencias de las personas que van a emprender.

Generar actuaciones que integren los contenidos que hemos presentado en el presente manual. En ningún caso se trata de establecer un servicio para el diseño de los planes de negocio y de viabilidad. La acción se centra en la persona. Y sobre todo, en desplegar un proceso que le permita adquirir las competencias, generar unas actitudes y capacidades que “empoderen” a la persona en el marco de su proyecto de constitución de empresa.

Esta propuesta de acción, bien podrá desarrollarse bajo formatos de intervención individual o grupal. Los contenidos podrían ser:

- Sesiones grupales de diseño de visión emprendedora.
- Abordaje de creencias limitantes para la puesta en marcha del proyecto.
- ¿Cómo abordar situaciones desmotivantes?
- Adquisición de habilidades para el emprendimiento.
- Etc.

Dentro de todo el modelo, el apoyo, el sostener la motivación de la persona por la meta que persigue, saber afrontar los estados de ánimo que minan la confianza, serán factores esenciales para poder calibrar el éxito del modelo.

### **3. Laboratorios y simuladores de empresa.**

Bien a través de juegos o de competiciones entre población joven, sobre proyectos potencialmente viables de puesta en marcha de iniciativas emprendedoras.

### **4. Promoción del asociacionismo juvenil.**

Ser emprendedor significa de manera resumida convertirse en un líder. Un líder de sí mismo y para los otros. La plataforma que otorgan las asociaciones son un excelente caldo de cultivo para el desarrollo de las habilidades propias de los emprendedores.

En el seno de este tipo de organizaciones se genera un clima de aprendizaje permanente ante las diversas vicisitudes por las que atraviesa una organización, un proyecto que capacita a las personas que pasan por ella a afrontar los retos de la puesta en marcha de un proyecto emprendedor.

Las asociaciones son en sí mismas proyectos emprendedores. Emprendimiento social caracterizado por las mismas variables y rasgos que cualquier proyecto emprendedor.

Vinculada a este tipo de acción desde los SIJ, se pueden desarrollar acciones para la identificación y localización de líderes de la comunidad juvenil, que en un momento dado pueden llegar a convertirse en futuros emprendedores. Esta identificación permitirá proponer un conjunto de acciones más definidas y concretas de cara a capacitar a estos líderes. Se trata, en definitiva, de un proceso de inversión en capital humano y en la localización de talento emprendedor.

## 5. Generación de cultura emprendedora.

Se trata de acciones más globales, cuyos beneficiarios últimos son la comunidad o los grupos.

Elaboración de manuales, guías emprendedoras, concurso de ideas, premios, jornadas, espacios en medios 2.0, pueden convertirse en acciones que, bien estructuradas y sobre todo mantenidas en el tiempo, pueden favorecer el nacimiento de trayectorias y procesos emprendedores en la población.

## 6. Creación de infraestructura y/o recursos físicos.

Hablamos de poner a disposición de los emprendedores jóvenes ciertos recursos que pueden llegar a convertirse en generadores de dinámicas favorecedoras del nacimiento de iniciativas emprendedoras. Espacios para compartir conocimientos y recursos. Espacios que pueden revalorizarse en el caso de que no se encuentren en uso, o claramente en desuso en la comunidad o en el territorio. Algunas de estas ideas podrían ser:

- Espacios de coworking.
- Laboratorios de empresas.
- Viveros de empresas.
- Hoteles de asociaciones.
- Espacios de aprendizaje con empresarios en activo, mentoring empresarial.
- Etc.

Como vemos, los SIJ pueden abrir un extenso abanico de posibilidades y opciones de acción favorecedoras del trabajo vinculado al desarrollo del talento emprendedor en los jóvenes. La cuestión es, que estos recursos se valoren de la manera adecuada y exista un compromiso real para su transformación en motor de cambio y creación de talento emprendedor.