

PROPUESTA DE MODELO EVOLUCIONADO PARA LA PROMOCIÓN Y DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO DESDE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Abstract

Entrepreneurship is a relevant field of study for knowledge society and economy. All most recent researches consider public administrations as relevant actors for the promotion and development of entrepreneurship. In this work, the first analysis is related to the user's profiles of persons going to the public development agencies. The next analysis is related to some of the main needs, not enough covered by the actual practices. Finally, there is a proposal of an evolved model with alternative solutions to these needs. This model is being tested at different local development agencies.

Resumen

El emprendimiento es un campo de estudio relevante para la sociedad y la economía del conocimiento. Las administraciones públicas, son consideradas por la mayoría de investigaciones más recientes, como agentes relevantes para la promoción y desarrollo del emprendimiento. En este trabajo se parte del análisis de los tipos de personas usuarias de las agencias públicas de desarrollo. Después se establecen algunas de las principales necesidades no suficientemente cubiertas por medio de las prácticas vigentes. Finalmente se desarrolla una propuesta de modelo evolucionado, que aporta soluciones alternativas a dichas necesidades. Dicho modelo se está probando en diferentes agencias de desarrollo local.

A. EL PUNTO DE PARTIDA: ANÁLISIS DE LOS TIPOS DE PERSONAS USUARIAS DE LAS AGENCIAS PÚBLICAS DE DESARROLLO

Para este análisis nos basaremos en Llorente (2012; 2017) y Asenjo (2016). Observamos cuatro tipos esenciales de personas usuarias:

1. Las que van a buscar trabajo
2. Las que van a emprender un proyecto
3. Las que van a desarrollar su empresa
4. Las que van a formarse

1. Las personas que van a buscar trabajo

Según las conversaciones mantenidas con los responsables de los servicios de ocupación podemos establecer dos grandes categorías:

1.1. La persona con un perfil claro de trabajadora por cuenta ajena.

En este caso estamos ante el perfil deseado por el propio servicio de ocupación, personas que desean encontrar trabajo por cuenta ajena y tienen un perfil de personalidad con poca tolerancia a la asunción de riesgos y una gran dependencia de terceros en la toma de decisiones.

1.2. La persona que podría ser emprendedora

En este caso estamos ante una persona que no conoce el emprendimiento y no opta por esta vía a pesar de que su perfil de personalidad no está orientado necesariamente a trabajar por cuenta ajena, tiene tolerancia en la asunción de riesgos y capacidad de toma de decisiones. Son personas que podrían optar por el emprendimiento pero que hoy por hoy no son detectados perdiéndose posibilidades.

2. Las personas que van a emprender un proyecto

Según el análisis llevado a cabo la tipología de las personas que vienen con intención de emprender, bajo el principio de aportación de valor a un equipo de trabajo podríamos establecer tres categorizaciones esenciales:

2.1. Persona emprendedora por competencias:

Profesional que quiere emprender en base a su capacidad profesional técnica sin una idea innovadora. Representa el perfil de autónomo sin un proyecto innovador. Es la pieza fundamental de la que se nutren los proyectos con tres tipologías claves:

- **Perfil gerencial o gestor de proyectos:** Representa el perfil de gerente de proyecto, con capacidad para organizar y planificar y ayudar en la plasmación de la misión y la definición de los roles en el proyecto.
- **Perfil comercial relacional:** Es el perfil dirigido a la comercialización, negociación y presentación de los productos y servicios. Con gran capacidad para establecer sinergias con otros proyectos y personas.
- **Perfil Técnico orientado a resultados:** Es el abanico de personas necesarias para llevar a cabo el proyecto, entre las que se encuentran los diseñadores, informáticos, arquitectos, SEO... dependiendo del tipo y sector del proyecto.

2.2. Persona emprendedora por ideas

Es aquella persona que es capaz de movilizar los recursos de su entorno para lograr un objetivo, con capacidad de resiliencia y proactividad, conocedora de sus fortalezas y que no intenta desarrollar tareas donde sabe que no aporta valor.

En función de la finalidad que busca, puede ser:

- **Persona emprendedora empresaria.** Es igual que la persona emprendedora por ideas y sus motivaciones sueño personales.
- **Persona emprendedora social.** Es igual que la persona emprendedora por ideas, pero sus motivaciones están dirigidas a aportar valor a la sociedad que lo rodea.
- **Persona emprendedora I+D+i.** Es una persona emprendedora por ideas que pone el énfasis al desarrollar proyectos o ideas de negocio disruptivos.

2.3. Persona emprendedora por necesidad

Que tiene un perfil de trabajadora por cuenta ajena y no es consciente de ello. Es gran parte de las personas usuarias de los servicios del Centro de Recursos Emprendedores (C.R.E.). Son personas que quieren emprender pero que no tienen un perfil emprendedor. Bien porque no tienen las características definitorias de una persona emprendedora por ideas o bien porque, no tienen definido con claridad donde aportan valor a nivel profesional (emprendedores por competencias) y arrastran una excesiva necesidad de tutorización y apadrinamiento de terceros.

3. La persona que van a desarrollar su negocio,

Persona empresaria, que suele ser usuario de asociaciones empresariales. Accede para mejorar alguna competencia que potencie su negocio y ampliar su red de contactos.

4. La persona que van a formarse,

Que accede por motivaciones diversas: mejorar sus competencias, aprender técnicas para aplicarlas a su trabajo o proyecto, ocupar el tiempo con una actividad provechosa, ...

B. ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES NECESIDADES INSUFICIENTEMENTE CUBIERTAS POR LAS ACTUALES PRÁCTICAS

Para este análisis nos basaremos en Llorente (2017). A partir de los modelos de personas emprendedora desarrollados, nos disponemos a conceptualizar un nuevo modelo de atención a las personas emprendedoras en diferentes agencias públicas de desarrollo. En este sentido nos planteamos la conceptualización de un modelo que:

1. Tenga en cuenta la realidad de las personas que acuden a una agencia de desarrollo local y no solamente a las personas emprendedoras caracterológicas, es decir de aquellas que tienen un perfil claramente emprendedor.
2. Tenga en cuenta que en los países del sur de Europa no se ha trabajado con las personas desde su infancia en la identificación de sus potencialidades, (talentos y pasiones), por lo cual la mayoría de las personas una vez llegadas a la edad adulta siguen sin saber en dónde aportan valor, con lo que la construcción de ideas de negocio viables, que estén de acuerdo de un lado con los valores y creencias personales, de otro que contemple sus talentos y que sean consecuentes con la experiencia previa de la persona es una tarea pendiente.
3. Un servicio que ponga su énfasis en la colaboración entre los diferentes perfiles de persona emprendedora, sin exigir ideas de negocio a aquellas personas que por sus características no sean emprendedoras por ideas sino emprendedoras por competencias.
4. Un servicio que tenga en cuenta el impacto de los modelos de éxito, personas que hayan emprendido con éxito y que a su vez puedan ser mentoras, el acompañamiento de iguales en las fases iniciales y de los hábitos de trabajo para adquirir el rol de persona emprendedora.
5. Un servicio que para generar modelos de negocios se base al crear prototipos y escuchar al cliente desde una actitud investigadora.
6. Un servicio que se base en el aprendizaje haciendo *aprendizaje mediante la acción* y en la fuerza del equipo para reforzar conductas.
7. Un servicio que ponga su énfasis al reconducir vidas profesionales en colaboración con el departamento de ocupación.
8. Un servicio que se apoye en el ecosistema emprendedor, espacialmente en los espacios de coworking como impulsores y facilitadores.

C. PROPUESTA DE MODELO PARA LA PROMOCIÓN Y DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO DESDE LAS AGENCIAS PÚBLICAS

1. Modelo por fases

Fruto del análisis de la oferta de programas de emprendimiento de algunas de las principales agencias de desarrollo empresarial del estado español, Madrid Emprende (2018), Andalucía Emprende (2018), Palma Activa (2018), Zaragoza Activa (2018) y Barcelona Activa (2018), así como de los programas privados durante los últimos congresos de la fundación Príncipe y princesa de Girona (2018) así como de las encuestas realizadas durante los últimos cinco años a las personas participantes en el programa Entrénate para Emprender, recogidas en Llorente (2017), hemos desarrollado las fases que se recogen en la propuesta de ruta emprendedora en fase piloto en diferentes agencias de desarrollo local y de la oficina de la persona emprendedora del IDI (Instituto para la Innovación empresarial del gobierno de las Islas Baleares, 2018).

Los modelos de partida para nuestro estudio en las agencias estudiadas parten de la presunción de que las personas que son usuarias de agencia de desarrollo tienen una idea para empezar a emprender.

En este sentido en nuestra propuesta incorporamos una nueva fase donde se ayudará a la persona emprendedora a identificar antes de la idea, si tenía una actitud emprendedora y donde aportaba valor, fase 1.

También incluimos una fase 6 donde se desarrollará la puesta en marcha e hiciera de puente entre el arranque del negocio y la consolidación de este.

En resumen, el nuevo modelo incluye siete fases que se toman como base para la actual propuesta:

1º: Identificación del Valor añadido: Ayudar a la persona a identificar sus puntos fuertes, conocimientos, habilidades, red de recursos, red de contactos, así como de sus creencias previas, valores, pasiones y talentos.

2º: Desarrollo de la Idea de Negocio: Ayudar a la persona a concretar la propuesta de valor, intentando generar sinergias desde el principio con otros emprendedores desde dónde cada uno aporta valor.

3º: Trabajo del Modelo de negocio: Ayudar a la persona a identificar y considerar las posibles variables contempladas en el modelo Canvas de Alexander Osterwalder, haciendo énfasis en tres pilares, Propuesta de valor, clientes y actividades a desarrollar.

4º: Modelización: Ayudar a la persona a ajustar y optimizar el modelo, mediante realización de un prototipo y puesta en marcha de un producto/servicio, mínimo viable.

5º: Elaboración del Plan de negocio: Ayudar a la persona a convertir el modelo en un plan de acción con los recursos necesarios, estableciendo ante todo los kpi's, la estrategia y las fases de desarrollo.

6º: Arranque negocio: Ayudar en el arranque del proyecto y acompañarlo en el comienzo del negocio, desarrollando sus competencias para ello.

7º: Consolidación del negocio: Ayudar a consolidar el negocio en colaboración con el ecosistema empresarial que rodea el proyecto empresarial.

2. El modelo propuesto:

El modelo que proponemos se denomina modelo selección, al inspirarse en el homónimo del sistema hospitalario público.

Este sistema se basa en una serie de Centros de asistencia primaria, que dan una primera y próxima cobertura con un hospital central donde se centralizan los servicios más especializados. En los Centros de asistencia el proceso empieza con un servicio de selección básico desde el que se derivan los enfermos a los servicios del hospital.

Inspirándonos en este modelo planteamos un sistema de selección cercano al usuario que derive para temas más especializados a las personas usuarias del servicio de emprendimiento, a un centro que actúe de Hospital Central (para dar respuestas especializadas).

A continuación, describiremos cada una de los procesos que se derivan de este modelo.

Proceso general

El modelo Selección sigue un planteamiento secuencial en el que la persona usuaria entra por vía presencial o telemática y a partir de este momento se hace un proceso de Selección de donde sale la hoja de ruta en función de la cartera de servicios del centro de emprendimiento entre los que puede haber, asistencia generalista o especializada para las personas emprendedoras que decidan un camino autónomo, la asistencia a programas, utilizar los servicios de incubación, o la asistencia a formaciones recomendadas.

Variables del Selección:

El proceso de selección tiene que ser capaz de orientar a una persona por la cartera de servicios de la agencia y el territorio. En este sentido tendría que ser capaz de diferenciar mediante herramientas presenciales y on-line.

- Si la Persona tiene un perfil de trabajadora por cuenta ajena, actitud emprendedora, o tiene las competencias de persona emprendedora y/o empresaria.
- Si es un tipo de persona emprendedora con una finalidad social
- Si quiere iniciar el camino al emprendimiento mediante un proceso autónomo o guiado mediante un programa.
- En qué fase del proceso de emprendimiento está.
- Si quiere un asesoramiento general o específico.
- Si quiere acceder directamente a los servicios de incubación
- Asesorarle sobre la formación más adecuada a su perfil y estado de proyecto.

D. CONCLUSIONES

La implantación de un modelo evolucionado para la promoción y el desarrollo del emprendimiento desde las agencias públicas, puede mejorar los indicadores y resultados, mediante una conexión más cercana y adaptada a la satisfacción de las necesidades de los diferentes perfiles de las personas usuarias de los servicios.

A. REFERENCIAS

Andalucía emprende (2018) Web institucional. Recuperado el 12/2/18 de.

<https://www.andaluciaemprende.es/>

Asenjo, J (2016). Las competencias profesionales del formador en el contexto de la formación para emprender. Tesis doctoral. Ciencias de la educación: UAB.

Barcelona activa (2018) Web institucional. Recuperado el 12/2/18 de.

<http://www.barcelonactiva.cat/barcelonactiva/es/index.jsp>

Instituto para la innovación empresarial de las Islas Baleares (2018). Web institucional. Recuperado el 12/2/18 de

<http://www.idi.es/index.php/es/>

Llorente, C. (2012). *Coworking: compartir para crecer*. Autoedición.

Llorente, C. (2017). *Prepárate para emprender*. Autoedición.

Madrid emprende (2018) Web institucional. Recuperado el 12/2/18 de.

<http://www.madridemprende.es/es>

Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2010) Generación de modelos de negocio. Barcelona: Deusto

Palma activa (2018) Web institucional. Recuperado el 12/2/18 de.

<http://web.palmaactiva.com/es/>

Zaragoza activa (2018) Web institucional. Recuperado el 12/2/18 de.

<https://www.zaragoza.es/ciudad/sectores/activa/>