



**FACTORÍA DE STARTUPS** Impulso a las nuevas ideas

## El espíritu emprendedor también se aprende y se moldea en las aulas

**Además de inculcar conocimientos empresariales, los centros formativos se han convertido en ecosistemas de apoyo al talento innovador**

**BELÉN RODRIGO**

Hablar hoy de emprendimiento en nuestro país es hablar ya de un ecosistema maduro, consolidado y resiliente con cada vez más startups en fases de mayor desarrollo. El mapa del emprendimiento en España presentado en la pasada edición del South Summit revelaba que las startups españolas superan los 2,7 años de vida y que la mayoría de los emprendedores son recurrentes. Haber conseguido dar este salto se debe en parte al trabajo que se está haciendo desde distintas universidades y centros formativos por potenciar el emprendimiento en los jóvenes, incluso en Secundaria.

¿Se puede aprender a em-

prender? «Emprender es la mejor forma de aprender cuando estás en la universidad, es un vehículo de aprendizaje», comienza por resaltar Ibai Martínez, cofundador y general manager de Teamlabs, escuela en la que se imparte el grado oficial en Liderazgo Emprendedor e Innovación (Leinn), junto con la universidad de Mondragón. «Al crear una empresa te enfrentas a los problemas de la sociedad, buscas soluciones que aporten valor, generas facturas, contratas, pagas impuestos... Emprender es una excusa para desarrollar habilidades demandadas en la sociedad», matiza Martínez. Cree que todavía al hablar de una persona emprendedora tenemos la imagen de un

hombre de éxito, con liderazgo carismático, que se aleja bastante de la realidad. «Emprender no es para todo el mundo, pero entre las condiciones para serlo está la de tener disciplina y capacidad de trabajo porque es un proceso intenso y duro», cuenta el responsable. La capacidad de relacionarse con otros, aunque se trate de personas introvertidas, es otro punto a tener en cuenta porque «emprender es un deporte de equipo, te juntas con gente con visiones distintas y se debe ir con esa mentalidad para que el proceso funcione», resalta.

En el grado Leinn, de los más de 600 graduados, el 97% está trabajando actualmen-

te, de los cuales el 35% sale con sus propias startups (emprendedores) y el 62% restante incorporándose a corporaciones que ven valor en su perfil profesional (intraemprendedores). «Nosotros tenemos una filosofía de que cada año es una actualización del anterior», resalta el cofundador de la escuela. «Desde que comenzamos han cambiado muchas cosas, hay tendencias nuevas de hacer emprendimiento. Es un perfil universitario, todavía con más hombres, pero se ha hecho un gran trabajo para equilibrarlo y cada vez hay más mujeres, y muy buenas, con muchos premios».

### Con responsabilidad

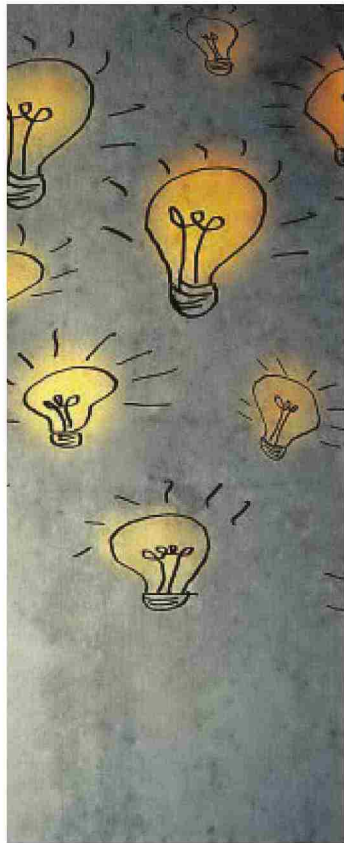
Sostenibilidad, emprendimiento e innovación son los tres pilares de CMI Business School. «Todo el mundo vale para emprender, hay que educarse y tener el conocimiento para hacerlo. Aunque no todos quieren hacerlo porque

es un proceso muy intenso», explica Rafael García Martín, presidente fundador de esta escuela de negocios, la primera especializada en RSC. «Lo que precisamente hacemos es ayudar al crecimiento de las personas, quitarse límites, empoderamos mucho trabajando la psicología», reconoce García. «Cualquier puede ser emprendedor de éxito porque emprender ya es de por sí un éxito, un proceso absorbente en el que debes gestionar tu tiempo y encontrar el balance entre la vida personal y profesional», añade.

Desde CMI se apuesta por un emprendimiento responsable y aseguran que el paradigma del emprendimiento ha cambiado totalmente. «Antes se buscaba el negocio que diese más dinero y ahora es distinto, la gente sabe que poner una empresa tiene una responsabilidad muy grande». Las personas son conscientes de los problemas que han ido surgiendo en la sociedad, como los altos niveles de contaminación y «ahora hay un boom de empresas sociales para resolver esos problemas o al menos no crear nuevos». Empresas que buscan un triple beneficio (económico, social y medioambiental) y quien emprende sabe que «apostar en él implica ser más

### TRABAJO EN EQUIPO

**Emprender es un proceso intenso, duro y absorbente en el que te juntas con visiones distintas**



## NECESIDAD Y EXPERIENCIA

**El informe GEM 20-21, que ya recoge el impacto del Covid en el emprendimiento español, derriba algunos mitos sobre nuestro ecosistema de startups. Para empezar, rebaja considerablemente el peso que siempre se había concedido a la juventud en el lanzamiento de este tipo de compañías emergentes. De hecho, la edad media del emprendedor español en 2020 fue de 42 años. La franja entre los 35 y los 44 años sumó un 30,5% del total. Y la de entre 45 y 54 años, un**

**35,5%. Mientras, la franja de emprendedores entre 18 y 24 años representó tan solo el 2,17% del total. Y otra creencia desmontada en el informe es la de la motivación para lanzar un nuevo proyecto. El deseo de crear algo propio para mejorar profesionalmente, que había ganado peso claramente durante años, vuelve a ceder terreno frente a la pura necesidad. Ganarse la vida porque el trabajo escasea es ahora la razón que impulsa a un 72% de los encuestados.**

competitivo porque marca la diferencia».

Con sus dificultades y retos permanentes, el emprendimiento se abre camino ya desde la aulas. Un ejemplo es el de Marta Maneja (Barcelona, 23 años). Comenzó a emprender en Bachillerato y al elegir carrera tuvo claro que quería hacer el grado Leinn en Teamlabs. Esta joven reconoce que «emprender es un reto, no es fácil», pero en algunos centros formativos se pueden encontrar ecosistema e interacciones donde se favorece este salto adelante empresarial. En Teamlabs,

Maneja encontró «un ecosistema donde todo es emprendimiento, tienes mentores y se hace más llevadero».

### Aplicación práctica

Fue en su tercer curso, durante su estancia en la India con la escuela, cuando nació el proyecto, Gloop, en el que si-

### VALOR AÑADIDO

**'Aprender a emprender' también ayuda a desarrollar habilidades esenciales en el mercado laboral**

gue inmersa junto con su compañero Hernán Hernández. Allí fue donde ambos descubrieron la idea de los cubiertos comestibles y, desde ese día trabajan en el desarrollo de la misma en España. Se calcula que cada persona consume alrededor de 110 pajitas al año en España y que éstas tardan más de 500 años en degradarse. «Queríamos alguna solución sostenible al plástico y surgió en la India, al volver validamos la idea y empezamos a vender en verano del año pasado».

El año pasado fueron incorporados a la incubadora

y aceleradora de empresas Lanzadera. «Estamos aplicando todo lo aprendido y mucho más. De momento vendemos en establecimiento y más adelante esperamos llegar al consumidor final», afirma la joven catalana.

De momento, los productos de Gloop se fabrican en Europa, aunque están trabajando para que pueda ser en España. Están elaborados a partir de harina de arroz, fibra de manzana y aceite vegetal. Sus cucharitas, llamadas mini gloops, con sabor a avena o chocolate, ya se encuentran en algunas heladerías y a partir de marzo llegarán las pajitas, las gloojitas, con sabor a menta o a limón. Unas pajitas renovadas con precios más ajustado. Sus productos son, además de comestibles, veganos.

La prohibición del plástico de un solo uso por parte de la Unión Europea y la apuesta de los clientes por productos más sostenibles está ayudando a la empresa a ir creciendo. Entre sus planes para este presente ejercicio está el de sustituir más de un millón de cucharas de plástico por comestibles.