

Los ecosistemas de emprendimiento social. El caso de Telefónica, España.

Manuel Nieto-Mengotti¹

Carmen Gago-Cortés²

RESUMEN

En los últimos años, muchas empresas han contribuido a la generación de plataformas de impulso al emprendimiento y la innovación. Los cambios en las tendencias de consumo han provocado la evolución de estas plataformas hacia ecosistemas de innovación tecnológica, orientados a impulsar proyectos empresariales verdes y de marcada tendencia social. Estos proyectos, además de generar enormes beneficios a nivel social, suponen también una mejora rentable de la imagen de marca de las empresas promotoras. Es necesario tener en cuenta que hoy en día las decisiones de consumo no se basan sólo en una buena relación calidad-precio, sino también en el comportamiento responsable de las empresas (Curbelo & López Domínguez, 2007).

Uno de los pilares de la política social emprendida por las grandes multinacionales se basa en la creación de incubadoras de empresas, en las que diferentes organizaciones sirven de guía, apoyo y financiamiento de diversas actividades comerciales. Estas incubadoras se pueden analizar desde el punto de vista del empleo, sobre todo teniendo en cuenta la situación de países como España, cuya tasa de desempleo entre los menores de 25 años era del 37.4% en 2017, en contraste con la media europea del 16,1% (INE, 2019). La falta de oportunidades de empleo de este sector de población crea serias barreras para el acceso e integración en la actividad económica. Estudios recientes han destacado la importancia de las incubadoras de empresas en la promoción de

¹Manuel Nieto-Mengotti, ORCID ID 0000-0002-2403-8682, University of A Coruña, Economic Development and Social Sustainability Research Group (EDaSS), Department of Economy, Faculty of Economics and Business, Campus de Elviña s/n, 15071, A Coruña, Spain. E-mail: m.nieto1@udc.es. Phone number: +34 981 16 70 00, ext. 2421.

²Carmen Gago-Cortés, ORCID ID 0000-0002-5670-968X, University of A Coruña, Economic Development and Social Sustainability Research Group (EDaSS), Department of Business, Faculty of Economics and Business, Campus de Elviña s/n, 15071, A Coruña, Spain. E-mail: m.gago@udc.es. Phone number: +34 981 16 70 00, ext. 2460.

proyectos emprendedores y su estabilidad en el mercado, disminuyendo la edad inicial del emprendedor (Mrkajic, Murtinu y Scalera, 2017). Así, la posibilidad de abrir un camino de autoempleo a través de iniciativas patrocinadas por grandes corporaciones (Telefónica, Vodafone, BBVA, Santander Bank, Mercadona, etc.) no solo sirve como un estímulo, sino que también supone un papel facilitador para el desarrollo autónomo, cubriendo a través de la iniciativa privada un espacio al que el Estado no logra llegar adecuadamente.

La compañía Telefónica creó en 2014 un ecosistema global de innovación abierta, Open Future, que integraba todas las herramientas de inversión del grupo empresarial y al que paulatinamente fue agregando alianzas con socios externos como eje de valor. Open Future se basa en el modelo EBI (emprendimiento basado en la innovación), que se centra principalmente en las TIC.

La selección de proyectos se realiza mediante la apertura de concursos públicos abiertos con plazas limitadas. Siguiendo criterios de selección con filtros que priorizan la viabilidad del proyecto, el grado de innovación y su ámbito de actuación dentro de las áreas TICs relacionadas con la sostenibilidad y su utilidad social. Las incubadoras están repartidas geográficamente por todo el territorio donde opera la compañía: España, Alemania y países de Latinoamérica, y dentro de cada país, en función de la región. Allí radica un comité regional en colaboración con los partners (empresas e instituciones locales), que es el que valora la selección y progreso de las startups.

La innovación es uno de los requisitos más importantes a la hora de valorar la pertinencia de la candidatura. Generalmente todos los negocios digitales que se están creando buscan satisfacer un gap en la demanda o bien mejorar la eficiencia de un servicio ya existente aprovechando las sinergias que le ofrece la tecnología digital. Para ello adaptan la nueva idea de emprendimiento a las nuevas herramientas y servicios disponibles, como el BigData, IoT, AI, Ciberseguridad o Innovación Digital.

La operativa de la incubadora mide su grado de éxito en función de las altas en el registro mercantil. De hecho, a los proyectos patrocinados se les plantea un límite de tiempo en la incubadora que oscila entre los 3 y los 6 meses, finalizado

el cual se les exige estar de alta en el registro mercantil como paso previo para su puesta en funcionamiento. Los buenos resultados de este proyecto son avalados con su cartera de más de 400 startups, de las cuales aproximadamente el 20% trabaja con Telefónica. Además, el 20% de la cartera de startups tiene a mujeres incorporadas en la alta dirección, de las cuales el 70% son CEO o fundadoras (Telefónica, 2019).

PALABRAS CLAVE

Ecosistema emprendedor, emprendimiento social, incubadoras de empresas, autoempleo.

BIBLIOGRAFÍA

Curbelo, J. L., & López Domínguez, I. (2007). *El arte de emprender: Manual para la formación de emprendedores*. Madrid: Cátedra Nebrija–BBVA en Formación de

INE, 2019. <https://bit.ly/1sSJBzh>.

Mrkajic, B., Murtinu, S., & Scalera, V. G. (2017). Is green the new gold? Venture capital and green entrepreneurship. *Small Business Economics*, 1-22.

Telefónica, 2019. <https://www.telefonica.com/es/web/innovation/telefonica-innovacion-abierta>.