**RED UNIES**

**Título: *EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO. APORTE DE LAS JUNIOR EMPRESAS A LA ECONOMÍA SOCIAL.***

***Autor: Lorena Pérez Pintos***

***Centro: Centro de Estudios Cooperativos Universidad de Santiago de Compostela***

**ÍNDICE:**

* Resumen y palabras clave
* Abstract and keywords
* ¿Qué es una Junior Empresa? / What are a Junior Enterprise?
* Historia del movimiento Junior Empresa. History of Junior Enterprise movement.
* Conexión Universidad-Empresa Link University- Enterprise
* La aportación del Junior Empresario a la Economía Social. / Aport of Junior Entrepreneur for Social Economy.
* Ejemplo de una Junior Empresa: Jemsa. Example of a Junior Enterprise
* RSE: Fomento del Emprendimiento/ RSE: values and social action. Promotion of entrepreneurship
* Marco legal de las Junior Empresas. Legal enviroment of Junior Enterprises.
* Bibliografía/ Bibliography.

Palabras clave: emprendedor, universitario, junior empresa, diferenciabilidad, economía social.

A día de hoy resulta muy difícil acceder a un puesto laboral sin previa experiencia, así como emprender tu propio negocio puede resultar una tarea complicada sin conocimientos previos del mundo empresarial, las Junior Empresas son un canal por el cual los jóvenes universitarios pueden ver satisfechas estas carencias.

Una Junior Empresa es una asociación sin ánimo de lucro conformada exclusivamente por estudiantes universitarios, dentro de la cuál estos mismos gestionan su propia empresa. De este modo, se consigue que los estudiantes puedan aplicar los conocimientos teóricos adquiridos durante sus estudios universitarios a un entorno práctico.

El movimiento Junior Empresa se expande por todo el territorio español y europeo, existiendo así numerosas JEs de todo tipo de titulaciones. Se trata de un movimiento social en el cuál los jóvenes se comprometen con el resto de sus compañeros para aportar valor añadido a la entidad, así como potenciar cualidades como: trabajo en equipo, profesionalidad, intramprendimiento, innovación, acción social, cooperación o proactividad.

El hecho de formar parte de una junior empresa aporta valor añadido a la formación y al currículum de sus miembros, así como los prepara satisfactoriamente para enfrentarse al mundo laboral.

Dichas organizaciones, poseen la capacidad de repercutir en la Economía social de forma positiva, debido a que aportan valor a los estudiantes, universidades, empresas y economía en general; además, una vez que finalicen su trayectoria en el movimiento Junior Empresa, sus miembros habrán adquirido las capacidades necesarias para poner en marcha su propio negocio, fomentando así la creación de empresas, y el enriquecimiento del tejido empresarial, debido a que es innegable que los emprendedores representan el principal motor de crecimiento de un país.

**Abstract:**

**Keywords: entrepreuner, junior enterprise, university, social economy, small bussiness**

Today, access to a job title without previous experience it's so dificult, as well as starting your own business, can be a complicated task without previous knowledge about bussiness world, the association of Junior Enterprises is far from that since the university young students can see satisfied their needs.

Junior Enterprise is an association without profit formed for university students,where they manage their own company so that the students can apply daily the teoric knowlegde acquired in their university studies.

The Junior Enterprise movement, is already expanded all around spanish and european territory, there are a lot of Junior Enterprises of many types, so that we can call this a social movement in which the university students can engage with the rest of his teammates for giving added value to the junior company, also enhances qualities as teamwork, profesionalism, intraenterpreurnership, innovation, social action, cooperation or proactivity.

The fact of being a member of a Junior Enterprise, gives diferencial value to the education and the currículums of theirs members, also, prepares you to face laboral world.

This organizations, have the capacity to impact in the social economy in a possitive way, because is so good for students, universities, companys, and to the economy in general. Also, when junior enterprise finish theirs studies and their trajectory in the Junior Enterprise, they have acquired the necessary qualities for begginig with their own bussiness, promoting the creation of companies, and enrichment of bussiness network, because is obviously that the entrepreneurs are the principal motor of economic development of a country

* **¿Qué es una Junior Empresa?**

Una Junior Empresa es una asociación sin ánimo de lucro creada y gestionada por estudiantes universitarios cuyo fin es aplicar de un modo práctico los conocimientos adquiridos durante su formación académica. Para ello, sus miembros realizan actividades económicas, relacionadas directamente con sus estudios universitarios, con lo que obtienen una formación práctica y realista del mercado laboral.

Las Junior Empresas son organizaciones que acercan el mundo universitario a la realidad empresarial, debido a que en ella se forman a profesionales competentes para en un futuro poder afrontar el mercado laboral con éxito, consiguiendo una formación práctica y real que complementa a la formación académica, siendo así un sólido puente entre la Universidad y la empresa.

Las Junior Empresas, tienen una estructura burocrática al igual que una empresa autónoma. Todo el beneficio obtenido en una Junior Empresa es reinvertido en la propia asociación para la ejecución de actividades dentro del ámbito universitario y empresarial, y para financiar la formación extra de sus socios.

Este movimiento tiene una extensión tanto a nivel nacional, dónde cada Junior Empresa pertenece a una Federación y a una Confederación, CEJE (Confederación Española de Junior Empresas); como a nivel internacional, como internacional, JADE (European Confederation of Junior Enterprise).

El hecho de la creación o pertenencia a un organismo de estas características, provoca que sus miembros obtengan y adquieran las habilidades, actitudes, y competencias necesarias para desenvolverse en el mundo empresarial, así como incentivar el desarrollo de la cultura emprendedora.

* **Historia del movimiento Junior Empresa**

El movimiento Junior Empresa surge en París en el año 1967, con el objetivo de que los conocimientos teóricos y técnicos impartidos en las aulas de la Universidades se llevasen a la práctica de forma eficaz y eficiente. Existen numerosas Junior Empresas repartidas por todo el territorio tanto europeo como español.

Las Junior Empresas, no llegan a España hasta el año 1986, tras la campaña de propagación de la primera Junior Empresa francesa, ISC Promo de París, liderada por el joven francés Françoise Passaga, mediante una oficina de representación en Madrid, durante casi un año y su asistencia a una feria de enseñanza con stand propio, el movimiento junior empresa comenzó a tomar forma en escuelas y facultades de toda España. En diciembre de 1986, se celebra el Congreso Constituyente de Junior Empresas, del que surge CEJE, Confederación Española de Junior Empresas, con José María Cobo a la cabeza, agrupando asociaciones de las Universidades de Madrid, Barcelona, Málaga, Gijón, Bilbao, Santiago de Compostela y Vigo.

Marco Europeo:

Con el objetivo de coordinar proyectos conjuntos, de Confederaciones Nacionales, y suplir la ausencia de éstas en países que no existían (Alemania, Bélgica, Holanda, Italia, Portugal, Hungría y Yugoslavia), en Noviembre de 1998 se crea en Laussane (Suiza), Junior Europa.

En el año 1992, debido a la numerosa afluencia de Junior Empresas en Europa, se crea JADE, Confederación Europea de Junior Empresas. JADE, es una organización sin ánimo de lucro a nivel internacional, que sirve como respaldo de todas las asociaciones de Europa. Actualmente, tiene sus oficinas centrales en Bruselas, y tiene presencia en 15 países en los que dispone de una representación de más de 20000 jóvenes emprendedores en más de 280 asociaciones distribuidas por todo el territorio europeo. Por tanto, uno de los objetivos fundamentales de JADE es promover el movimiento Junior Empresa a las entidades, tanto públicas como privadas, asegurando así, una constante calidad de sus miembros y ofreciendo una plataforma intercultural para el intercambio de conocimiento y aprendizaje a estudiantes universitarios con el fin de potenciar su espíritu emprendedor.

Las principales funciones de JADE son:

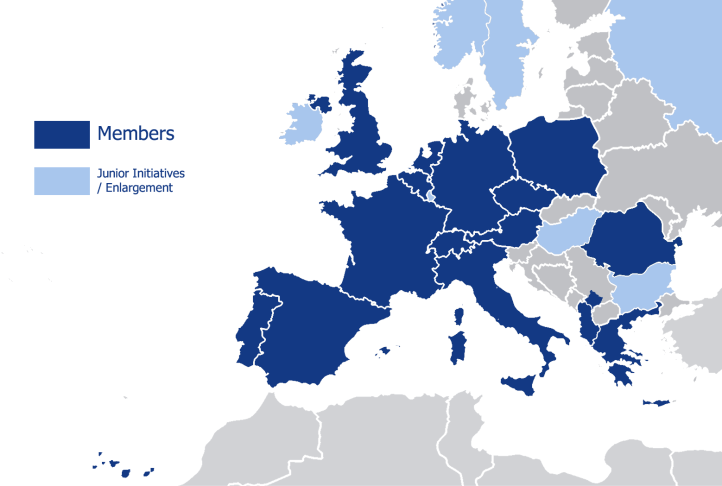
-Representar al movimiento JE en Europa.

-Integración de la Red Europea de Junior Empresas, fomentando así el intercambio de conocimientos y la cooperación.

-Apoyo al desarrollo de sus miembros (Confederaciones y Congresos Consultivos).

-Fomentar el concepto Junior Empresas en terceros países.

-Fomentar el espíritu empresarial entre los estudiantes de Educación Superior a través del concepto JE.



Marco Español:

El movimiento Junior Empresa en España se distribuye en varios niveles bien definidos, cuyo máximo exponente está representado por CEJE (Confederación Española de Junior Empresas), seguidamente, la suceden las Federaciones , quienes, relacionadas a una Comunidad Autónoma en particular, mantienen el contacto directo con las Junior Empresas, en aras de una división del trabajo de forma eficaz, dicho de otra forma, las Federación sirven como vínculo de unión entre las Junior y CEJE, para lograr así sinergias entre las distintas asociaciones y los proyectos que llevan a cabo.

Asimismo, las Junior Empresas en España, se engloban dentro de una Federación, en la actualidad, existen las siguientes Federaciones: FEVAJE (Federación Valenciana de Junior Empresas), FJESUR (Federación de Junior Empresas del Sur), FJERM (Federación Murciana de Junior Empresas), y FVJE (Federación Vasca de Junior Empresas).

* **Conexión Universidad-Empresa**

Las Universidades deben ser una vía para fomentar el espíritu emprendedor desde la formación de los estudiantes, ya que el emprendimiento, representa no sólo el avance del conocimiento, sino también es el motor en el avance de la generación y el crecimiento económico de un país.

El objetivo de las universidades debe focalizarse en poner a disposición de los jóvenes servicios y apoyos a aquellos individuos que en un momento determinado pueden tener una idea o un proyecto emprendedor, para que dicha idea en términos de viabilidad se materialice en un proyecto real: una empresa.

Por otra parte, es de suma importancia el papel que juega España en Europa en términos de emprendedurismo, ya que España representa uno de los países menos desarrollados de occidente, en términos de emprendedurismo, innovación y nuevas patentes. Aún así Europa, también está a la cola mundialmente, por ejemplo, respecto a Estados Unidos, las encuestas europeas que se realizan periódicamente en el eurobarómetro muestran, cómo hay una destacable diferencia en el porcentaje de población que en Estados Unidos estaría motivada al autoempleo y no al trabajo asalariado; la cifra asciende al 61%, mientras que en el caso europeo esta cifra se reduce al 45%; dichas cifras, están llevando a los poderes públicos a considerar que el fomento del espíritu emprendedor puede ser clave en la generación de empleos y en la mejora de la competitividad de las empresas y, en este sentido, insta a todos los estados miembros de la Unión Europea a fomentar dichas actitudes empresariales en todos los ámbitos sociales y educativos.

Asimismo, las Junior Empresas tienen la finalidad de promover la estimulación del interés y de la atención del sector empresarial por la capacidad creativa y de innovación de los universitarios, procurando ser una vía fundamental de comunicación entre Universidad y Empresa, la promoción y difusión de la actividad desarrollada por las Junior Empresas, así como de los entes que las agrupan, dando a conocer la labor desarrollada al resto de la sociedad.

Dado que las Junior Empresas se desarrollan en el marco de la Universidad, desde sus inicios es preciso que exista un apoyo por parte del centro académico, comenzando así una sinergia entre ambas identidades que reportará beneficios en sentido bidireccional, como son:

Universitarios con grandes expectativas profesionales: los Junior Empresarios son estudiantes proactivos, que participan, organizan y trabajan en diversos proyectos, con un fin predominante: mejorar su formación. Es por todo ello por lo que las universidades que apoyan esta iniciativa, refuerzan su imagen de prestigio al contar entre sus alumnos con jóvenes emprendedores con altas expectativas de futuro de cara al mercado laboral.

Promoción de la imagen de la Universidad: una vez constituidas las Junior Empresas llevan consigo el nombre de la Universidad acompañándolas en todas las actividades y eventos a los que asistan por todo el territorio español. Del mismo modo, estas asociaciones llevan a cabo la ejecución de proyectos de gran alcance, precisando para ello el respaldo de su centro universitario. Con el desarrollo de actividades conjuntas se consigue una retroalimentación entre ambas partes propúlsandose conjuntamente y obteniendo una promoción gratuita.

Allegamiento del mundo académico al laboral: Los Junior Empresarios, al margen de la formación complementaria que reciben, también buscan un acercamiento del ámbito formativo al profesional a través de sus servicios, promoviendo con ello, facilidades para los jóvenes universitarios para acceder a sus primeros empleos, y a través del desarrollo de proyectos conjuntos, un mayor acercamiento entre Universidad y Empresa.

Servicios a la comunidad universitaria: Las Junior Empresas, ofrecen servicios dentro de la propia Universidad, tanto de cara a los alumnos con el desarrollo de cursos y jornadas formativas, eventos, campañas solidarias, como de cara a la administración cubriendo necesidades y realizando proyectos internos.

* **El aporte de los Junior Empresarios a la sociedad**

Para crear o gestionar una Junior Empresa es necesario que los responsables de la misma posean unas aptitudes y actitudes comunes y características como proactividad, organización, visión estratégica, características que sin lugar a duda los convierte en activos muy cotizables e importantes para cualquier empresa. Cuando un Junior Empresario finaliza tanto su formación en la Universidad como en la Junior Empresa, terminará adquiriendo una serie de competencias y facultades entre las que destacamos las siguientes:

-Experiencia laboral

-Dirección y coordinación

-Organización

-Trabajo en equipo

-Mejora de las habilidades comunicativas

-Gestión empresarial

-Negociación

-Capacidad de innovación

-Nociones de marketing

-Conocimiento del entorno y adaptación a las nuevas tendencias.

Atendiendo a estas facultades, podemos comprobar con celeridad, como los universitarios adquieren una experiencia complementaria para un posterior ingreso en el mundo laboral, pero eso sí, ya con garantías de experiencia y profesionalidad.

Uno de los aspectos más destacables de este movimiento y labor, es que no se trata d una invención ejecutada por las instituciones de más alto nivel, públicas o privadas, el movimiento Junior Empresa nace de una filosofía muy particular y de la mano de los propios estudiantes, cuyo futuro en el mercado laboral, todavía incierto, generó la inquietud suficiente de desarrollar esta idea y llevarla a la práctica, además, de todas aquellas inquietudes de tener más y más ganas de aprender. Por consiguiente, en una sociedad en la que, frecuentemente se acusa a la Universidad de vivir a la sombra del mercado laboral y de las necesidades de la propia sociedad, las Junior Empresas surgen como respuesta de los mismos alumnos ante sus carencias de formación práctica y por las ganas y ambición de involucrarse en el entorno empresarial desde su juventud universitaria. Por todas estas razones, son extensos los beneficios que reporta este movimiento, de cara a tres vías fundamentales se distinguen los siguientes aportes:

Para la sociedad: a través de las empresas que pueden incorporar a sus plantillas mano de obra cualificada con amplios conocimientos teóricos y prácticos. De este modo podremos conformar una mejor sociedad, ya que el conocimiento es la base de desarrollo de una sociedad contemporánea, con una mejor formación de la población un país podrá impulsarse y ser más competitivo con el resto del mundo.

Para la Universidad: con la integración socio-laboral de profesionales más preparados, salientes de una determinada universidad, la cuál aumentará sus niveles de formación, competitividad, prestigio y excelencia.

Para los alumnos: proporcionándoles el conocimiento práctico del que carecen dentro del mundo empresarial. Estableciendo vínculos y alianzas con empresas del exterior, así como dentro del movimiento junior empresa se potencian valores y cualidades importantes para el desarrollo personal, como son el compañerismo, trabajo en equipo, cooperación o profesionalidad. En las junior empresas, además de formarse a profesionales, se forman a personas. Dichos alumnos, dentro del movimiento junior, pueden desarrollar las siguientes competencias que ayudarán a mejorar su formación práctica:

-Experiencia: por una banda, durante su estancia en la Universidad, los alumnos miembros empiezan a desarrollar servicios a empresas, además de organizar eventos, consiguiendo engrosar su currículum vitae; y por otra, el hecho de pertenecer a una asociación con una estructura empresarial, el universitario obtiene una visión amplia del funcionamiento de una empresa, desde su Junta Directiva, hasta los distintos departamentos. Ello, favorece a su vez el acercamiento a distintas especialidades académicas no propias de su formación pero cuyo conocimiento permite aprovechar mejor las sinergias del entorno de trabajo.

-Desarrollo de habilidades directivas: la misma estructura de una Junior Empresa permite el desarrollo de habilidades directivas al poder acceder a cargos de responsabilidad. Ésta se elige anualmente, propiciando de ese modo la rotatividad e igualdad de oportunidades para todos sus socios activos.

-Trabajo en equipo: debido a su naturaleza asociacionista, en las Junior Empresas participan diversos universitarios que trabajan día a día con un mismo objetivo. El trabajo en equipo es un pilar fundamental para el correcto desarrollo de la organización, permitiendo a su vez aprender a resolver conflictos laborales, y aprender además de los conocimientos de los demás miembros, debido a que se trata de un continuo networking.

-Intercambio de conocimientos y experiencias: los distintos eventos que se realizan dentro del movimiento, tienen como finalidad reunir a todos los junior empresarios del territorio español o europeo, para la realización de mesas redondas, Workshops, y conferencias a partir de las diversas vivencias.

-Proyectos internacionales: por una parte al estar coordinado el movimiento a nivel europeo, bajo JADE, existe la posibilidad de realizar proyectos de gran alcance fomentando el contacto con las Junior Empresas del resto del continente.

-Promoción personal: todas las actividades realizadas junto con la propia iniciativa del junior empresario, dan como resultado un reconocimiento a nivel nacional y europeo que permite la promoción personal. Todo ello hace que las empresas que ya han trabajado con las Junior Empresas o con CEJE, y las que hayan colaborado o contado con sus servicios, busquen entre sus miembros futuros trabajadores para sus empresas.

Por tanto, el aporte de los junior empresarios a la economía social es destacable debido al perfeccionamiento de cuatro características básicas: cooperación, información, plusvalía y formación. El hecho de la pertenencia a este tipo de organizaciones, repercute en la sociedad de modo en que se forman a futuros emprendedores, y por tanto futuros creadores de empleo, y no sólo de empleo, si no de la ejecución de acciones con un compromiso social, el compromiso de conformar una sociedad más sólida, más formada y más competitiva. Los junior empresarios son capaces de aportar a la sociedad valor añadido por su inmensa implicación en las actividades que desempeñan, ya que en todo el movimiento existe un compromiso, el de conformar un entorno universitario que sea propicio para el potenciamiento de las aptitudes y actitudes de los jóvenes.

* **Ejemplo de una Junior Empresa : Jemsa**

Jemsa, (Junior Empresa de Santiago), se trata de la Junior Empresa de la Facultad de Económicas y Empresas de la Universidad de Santiago de Compostela. Desde su fundación el 12 de marzo de 1987, Jemsa ha contribuido a mejorar la formación de sus miembros y comprometerse con los estudiantes para que adquieran una experiencia práctica dentro de ella.

Jemsa se caracteriza porque sus socios gestionan ellos mismos su propia empresa pudiendo así aplicar los conocimientos adquiridos en nuestras carreras universitarias de una forma práctica y útil que les servirá para proyectarse en su futuro profesional.

Jemsa está conformada por un equipo multidisciplinar de las titulaciones de: Administración y Dirección de Empresas, Ciencias Económicas, Derecho, Criminología, Relaciones Laborales y Turismo. Un equipo con heterogeneidad de conocimiento, pero que todos ellos concurren en una idea en común, la ilusión. Dicho equipo se divide en dos departamentos: Recursos Humanos y Administración, dentro del cual están: Planing Manager y Personal Manager; y Comunicación y marketing en el que se encuadran: Community Manager y Product Manager. Una estructura organizativa simple, pero con una base de calidad, debido a que dicha estructura ha sido conformada premeditamente con el objetivo de favorecer la comunicación entre sus miembros, así como el diseño de estrategias tanto a nivel interno como externo.

Jemsa aporta a sus socios, entre otras características, capacidad para:

* Afrontar con éxito las nuevas tendencias del entorno.
* Mejorar e impulsar su carrera profesional.
* Gestionar de forma eficaz las distintas áreas de la gestión empresarial.
* Fortalecer sus conocimientos en gestión empresarial y las habilidades directivas esenciales para la toma de decisiones.

En lo que respecta a los valores corporativos que en Jemsa se defienden podemos enumerar los siguientes:

* Trabajo en equipo
* Responsabilidad
* Proactividad
* Innovación
* Acción social
* Motivación
* Intraemprender
* Profesionalidad
* Estructura

Dicha organización, opta por dos vías fundamentales para canalizar sus inquietudes:

* Estudiantes: respecto a la búsqueda de socios entre los estudiantes de la Universidad de Santiago de Compostela, de todo tipo de titulaciones. Buscan personas con carácter emprendedor, proactivos, innovadores, luchadores y con ganas de cambiar el mundo, pero ante todo, con ganas de cambiar ellos mismos.
* Empresas: continua búsqueda de empresas colaboradoras a las que ofrecen servicios como Junior Empresa, fundamentalmente a aquellas con ámbito de actuación empresarial y de negocios. En Jemsa cuentan con un valor diferencial en el que ofrecen servicios low-cost debido a que sus miembros todavía no están titulados, pero cuentan con numerosos avales de calidad como pueden ser las empresas con las que ya han trabajado, el respaldo de la Confederación Española de Junior Empresas, la Confederación Europea de Junior Empresas y la Universidad de Santiago de Compostela. Además, Jemsa está abierta al cierre de contrato de convenio con determinadas empresas y organizaciones, obteniendo ambas partes una prestación, viéndose la empresa altamente beneficiada, y cumpliendo así con sus requisitos de Responsabilidad Social Empresarial.

Los servicios y actividades que Jemsa ofrece de cara a los distintos tipos de organizaciones son los siguientes:

* **Cursos de formación:** desde su fundación Jemsa ha contribuido a mejorar la formación de los jóvenes. Ha realizado cursos de: Protocolo Empresarial, Coaching, Prevención de Riesgos Laborales, Oratoria, Técnicas de venta, Bolsa y Mercado de Valores, Calidad, Técnicas de venta, etc.
* **Organización de charlas, seminarios, formación y eventos:** organización de eventos de todo tipo, búsqueda de recursos, azafatas, elaboración de discursos, publicidad, prensa, y todos los medios necesarios. Así como búsqueda de ponentes y expertos para cursos y eventos formativos.
* **Consultoría y asesoramiento empresarial:** gracias a su vinculación con el mundo empresarial y del emprendimiento ofrecen servicios de asesoramiento de cara a nuevas empresas.
* **Planes de Empresa y Viabilidad:** Gracias a su vinculación a las licenciaturas de ADE y Económicas están plenamente capacitados para elaborar planes de viabilidad económica.
* **Diseño y ejecución de campañas de marketing:** diseño e implantación de campañas novedosas y efectivas de marketing, de cara a asociaciones, empresas e instituciones.
* **Estudios estadísticos:** por su la formación en términos económicos y estadísticos de sus socios están capacitados para la elaboración de estudios estadísticos básicos, Excel y Eviews.
* **Posicionamiento web:** diseño web (plataforma Strato) marketing, social media, Google Adwords, Adsens y Places. Contamos experiencia en este ámbito ya que han trabajado en el proyecto “Conecta tu Negocio” y asistido al “Curso de Marketing Online” de la mano de Google Spain.
* **Tramitación de subvenciones a otras asociaciones:** realización de memoria, redacción, búsqueda de facturas proforma y presupuestos. Justificación posterior de las mismas siempre que la entidad cuente con los documentos necesarios para la justificación.
* **Encuestas personales y online:** realización de encuestas gracias a su capital humano de manera eficiente.
* **Realización de bases de datos:** bases de datos en Excel o Access, recopilación de información.

Jemsa ya ha trabajado con empresas como las siguientes que procedemos a detallar: Proyecto “Conecta tu Negocio”(impulsado por Google Spain), Cátedra Bancaja: Aula Jóvenes Emprendedores, Womanemprende, Cecoop, Enxeño Galicia, Proyetsa, DSIspain, Ingafor, Escuela de Finanzas, Innovalox, Infomercados, Círculo Gacela. Además, de contar con convenio con las siguientes empresas: Movistar, FEAGA, Vistaprint, Blindata y Strato.

De cara al ejercicio 2011- 2012, Jemsa tiene numerosos proyectos en marcha como son: Campaña de recogida de alimentos en la USC(junto con un foro de Economía Sostenible y otro de Diferencias entre primer y tercer mundo); Jornadas formativas (Creación de empresas junto con marketing), Organización del XXV Aniversario de Jemsa, Cursos de: Bolsa, Fiscalidad emprendedora, Factura plus, Nómina plus, Programa padre, Inglés en los negocios, Prevención de Riesgos Laborales; Visitas a empresas; Asistencia a eventos de Emprendimiento de nuestra CCAA; ayuda a la creación de otras dos Junior Empresas en Galicia: AECEC y Engranaxe.

* **RSE: Fomento del Emprendimiento**

Cabe destacar el fomento del emprendimiento entre uno de los principales fines de Responsabilidad Social Empresarial del movimiento Junior Empresa; debido a la temprana inmersión de los jóvenes en el entorno empresarial, y a que este tipo de organizaciones se adaptan a la perfección al paradigma del emprendimiento social, cuya razón social persigue el beneficio de quiénes trabajan, satisfaciendo a la vez las necesidades de la sociedad en la que se mueven. La lógica del emprendimiento social no encaja en el modelo de empresas públicas, privadas o organizaciones no gubernamentales, si no que los emprendimientos social emplean estrategias de mercado para alcanzar un fin social.

Un emprendedor, es todo aquel capaz de aprovechar las oportunidades de mercado, identificar potencialidades y generar una necesidad de innovación y/o mejora de procesos, se orientan a ser empresas competitivas y de crecimiento continuo, demuestra competencias, funciones y desarrollan estrategias competitivas, se articulan a procesos y modelos de desarrollo local, regional y nacional, demandan servicios diversos con la finalidad de mejorar sus productos y obtener mayor rentabilidad; dichas características emprendedoras, son plenamente compartidas con el perfil del junior empresario.

Las Junior Empresas emplean modelos de negocio característicos e innovadores para alcanzar su misión como organizaciones sin ánimo de lucro cuyo objetivo principal es repercutir de manera positiva en la joven comunidad universitaria. Este tipo de organizaciones tiene la finalidad de dotar a futuros emprendedores de las herramientas necesarias para gestionar una empresa como auténticos directivos. De este modo, se fomenta la creación de nuevas empresas que ayuden a incrementar el tejido empresarial de nuestro país, con el beneficio que con ello conlleva, como es la creación de empleo, aumento de sectores productivos y dinamización del mercado con una visión renovada y competitiva. Prueba de todo ello, es que más del 20% de los junior empresarios terminan formando su propia empresa.

El potenciamiento de la cultura emprendedora es fundamental para el desarrollo tanto económico como social de un país, elementalmente, en tiempos de crisis y destrucción de empleo. La cultura emprendedora se basa en un conjunto de recursos y herramientas que desde diferentes entidades ponen a disposición de los usuarios determinadas herramientas con el objeto de fomentar y facilitar la tarea emprendedora, y ahí radica la esencia del movimiento, en potenciar una serie de características personales y profesionales que ayuden a en un futuro llevar a cabo iniciativas emprendedoras competitivas y de calidad.

Los emprendedores, encajan perfectamente en el marco de la Economía social debido a que estos, movilizan recursos destinados a actividades de supervivencia más que a actividades productivas y económicas, consiguiendo crear riqueza con equidad y eficiencia, para lo que es necesario establecer visiones a largo plazo, tanto en las PYMES como en el sector público y en la sociedad. Las Junior Empresas crean un clímax idóneo en el que se potencian características que favorecen al nacimiento del espíritu emprendedor como son los siguientes:

La libertad: la actitud de todo emprendedor implica en comenzar, investigar, crear, innovar, sin embargo esto sólo es posible en un ambiente de libertad, que dé la oportunidad de no establecer barreras a las ideas y dar paso a la creatividad, dentro de la junior, cualquiera de sus miembros está en completa libertad para desarrollar todo su potencial creativo, aportando ideas para la mejora del desarrollo del trabajo, en un ambiente cómodo, en el que todos sus compañeros valoren de forma positiva cualquier aportación por ínfima que sea.

La educación: esta tiene sin lugar a duda una gran influencia sobre la formación de un perfil emprendedor, educando en valores y en conocimientos, permitiremos ver las oportunidades y analizar los recursos existentes, además de conseguir la vinculación entre estos aspectos.

El entorno: se trata de uno de los factores más importantes para el desarrollo de la cultura emprendedora, ya que es el medio en el que se desenvuelve el individuo, porque es ahí, donde se va a desarrollar como futuro creador de empresas. En muchos lugares, un emprendedor es promovido como un líder y como fuerza positiva en la sociedad, en cambio, en diversos entornos, el emprendedor se enfrenta a un horizonte totalmente diferente, y sus ansias de crecer e innovar son más bien coartadas.

Tiempo y esfuerzo: son dos características muy valoradas dentro del movimiento Junior, ya que desde muy jóvenes, es necesario asumir ciertas responsabilidades y aprender a gestionar el tiempo, compatibilizando así la vida universitaria, con la vida digamos laboral, dentro de la junior empresa; ahí radica la proactividad, estos jóvenes son capaces de ir más allá, de querer ser algo más que el resto de estudiantes, y de tener algo más, conocimientos y formación extra, el tiempo y esfuerzo que establezcan los futuros emprendedores conseguirán cambiar la percepción de la sociedad con relación al valor que involucra la actividad emprendedora.

Aunando estas cuatro características: libertad, educación, entorno, y tiempo y esfuerzo, podemos conformar un claro resumen de lo que en estas organizaciones son capaces de alcanzar, repercutiendo indudablemente de manera más que positiva en el desarrollo de la cultura emprendedora, aportando así, valor añadido a la sociedad y conformando un entorno competitivo, innovador, profesional y dinámico, en el que los jóvenes puedan surtirse de oportunidades para crecer y elevar sus aptitudes y actitudes a la máxima potencia.

*“Me interesa el futuro porque es el sitio dónde voy a pasar el resto de mis días*”. William Shakeaspeare.

* **Marco Legal de las Junior Empresas**

-Constitución Española, Artículo 22.

-Ley Orgánica 11/83 del 25 de Agosto, Reforma Universitaria, que reconoce el Derecho de Asociación de los Estudiantes (BOE, 1 de septiembre)

-Ley 19/64, del 24 de diciembre de Asociaciones, (BOE, 28 de diciembre)

-Decreto 1440/65, del 20 de mayo, por el que se dictan normas complementarias a la Ley de Asociaciones (BOE, 7 de junio).

-Real Decreto 2248/68 del 20 de Septiembre, sobre Asociaciones de Estudiantes (BOE, 23 de septiembre).

-Real Decreto 1497/81, del 19 de junio, sobre programas de Cooperación Educativa (BOE, 23 de Julio).

-Real Decreto 1497/87, del 27 de Noviembre, que establece directrices generales comunes de los planes de estudio, de los títulos universitarios de carácter oficial y validez en el territorio nacional (BOE, 14 de Diciembre).

-Real Decreto 397/88, sobre Asociaciones Juveniles, 22 de Abril (BOE, 28 de abril).

-Real Decreto 1845/94, del 9 de Septiembre, por el que se actualiza el Real Decreto 1497/81, del 19 de Junio sobre programas de Cooperación Educativa (BOE, 18-10).

-Real Decreto 1786/ 96, del 19 de Julio, sobre procedimientos relativos a Asociaciones de Utilidad Pública (BOE, 29 de Agosto).

-Estatutos de CEJE.

-Estatutos de las propias Junior Empresas.

* **Bibliografía:**
  + *Dossier Institucional 2009-2010*. Confederación Española de Junior Empresas. Gloria Casado Chica.
  + *Directorio Junior Empresas*. Guía de Estudios Superiores de Madrid. Servicio de Información, cooperación y extensión Universitaria. Abril 2001, en colaboración con Fundación Universidad Empresa. Edita: Isabel de Benito Iglesias, Aranzázu Brea Corbo y Esther Touza Fernández. ISBN: 84-451-1997-4
  + *Iniciativas Emprendedoras*. José Carlos Sánchez García. ISBN: 978-84-8408-509-6
  + *Hacia un modelo de emprendimiento universitario*. Dolly Jazmín Camacho Corredor. Profesora Administración de Empresas UPTC.
  + *El spin-off universitario en España como modelo de creación de empresas intensivas en tecnología.* Pedro Ortín, Vicente Salas, María Victoria Trujillo, Ferran Vendrell.
  + *La Universidad en la formación de emprendedores empresariales y el apoyo a la creación de nuevas empresas.* Enma Pérez Palacios.
  + *Everyone a changemaker Social Enterpreunership´s ultímate goal.* Byll Drayton.
  + *Cómo cambiar el mundo. Los emprendedores sociales y el poder de las nuevas ideas.* David Bornstein.
  + *Emprendedores emergentes.* Nájar, Daniel. Madrid 2010. Acción empresarial. ISBN: 9788483564264
  + *Historias de Jóvenes emprendedores.* Aragón, Antonio.Murcia : Universidad de Murcia, Servicio de Publicaciones, 2009. 978-84-8371-841-4
  + *El capital humano y los emprendedores en España.* Congregado, Emilio. Valencia: Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, D.L. 2008. ISBN: 978-84-612-3628-2
  + ***Cómo cambiar el mundo: los emprendedores sociales y el poder de las nuevas ideas.*** Barcelona: Debate, 2005. Bornstein, David. ISBN: 84-8306-617-3
  + ***Apoio a emprendedores, autoemprego e economía social.*** Santiago de Compostela]: Consellería de Familia e Promoción do Emprego, Muller e Xuventude, 2000.