

INNOVACIÓ SOCIAL

Emprenedors que no pensen en els beneficis

Una entitat de Santa Coloma de Gramenet crea una empresa que contracta joves i ven serveis de lleure

AURI GARCIA MORERA Barcelona | Actualitzada el 27/04/2015 00:00



EL PRIMER ENCÀRREC Urban Time va començar a funcionar amb diversos tallers el dia de Sant Jordi. / MANOLO GARCÍA

L'economia social consisteix a posar en marxa una activitat empresarial que no té com a objectiu aconseguir beneficis sinó abordar una necessitat social. Ho comencen a fer alguns professionals amb inquietuds pel sector social que volen crear un projecte propi, i també entitats socials que busquen alternatives a la disminució dels ingressos de l'administració pública.

“Les entitats socials depenen en gran part d'aquestes subvencions, però les administracions les van retallar, i ens trobem davant d'un escenari en què hem de buscar noves fórmules -explica Mario Cuixart, director de la Fundació Germina, de Santa Coloma de Gramenet-. A través d'una activitat econòmica podem tenir impacte social, el mateix o més que abans”.

La Fundació Germina ha creat una empresa que contracta joves amb dificultats econòmiques com a monitors perquè comencin a tenir ingressos i puguin continuar els seus estudis. L'empresa ven serveis de lleure, com hores d'acollida matinals, activitats extraescolars de tarda o casals d'estiu, a les associacions de mares i pares, les escoles o els ajuntaments.

Necessitat d'ingressos dels joves

“Portem des del 2007 al barri de Fondo amb projectes d’atenció directa per a nens, joves i famílies en risc d’exclusió social derivades pels serveis socials”, explica el director de la Fundació Germina. El 2012 van decidir que, a partir dels 14 o 15 anys, els joves comencessin a fer de monitors dels més petits, cosa que els permet “desenvolupar una sèrie de competències i habilitats”.

“Nosaltres els enfoquem perquè segueixin estudiant, amb altes expectatives, i els animem a estudiar el que vulguin, el que els apassioni”, explica Cuixart. El problema, afegeix, és que “quan aquests nois tenen 18 o 19 anys la pressió familiar perquè tinguin ingressos és altíssima i l’abandonament dels estudis els tanca moltíssimes portes”.

Els responsables de la Fundació Germina van veure que aquesta necessitat d’ingressos dels joves encaixava amb la seva experiència com a monitors: “Són molt bons monitors, des dels 14 anys els tenim formats a la nostra manera, han desenvolupat una sèrie d’habilitats, i hi ha un mercat”. Es van adonar que, en lloc d’ajudar-los a buscar feina, la solució ideal era crear-ne.

Serveis molt especialitzats

La Fundació Germina volia que la seva empresa de serveis de lleure fos competitiva i va apostar per oferir uns serveis molt especialitzats. “Quina especialització? En una cosa en què vam veure que els nostres joves de Santa Coloma són molt bons, que és tot el que fa referència a la cultura urbana -detalla el director de l’entitat-. Aquí hi havia una part de mercat en què podíem oferir aquestes activitats que estan de moda, que són tendència”.

L’empresa creada per la Fundació Germina, batejada amb el nom d’Urban Time, ofereix tallers de *skateboard*, grafiti, còmic, DJ o hip-hop. “Els són monitors experts en aquestes disciplines”, destaca Guixart. Sempre, això sí, ensenyant la importància del civisme. “Podem aprendre a fer grafitis però no a qualsevol paret, incorporem el civisme i els valors a qualsevol activitat”, afegeix el màxim responsable de les activitats.

L’empresa va començar a funcionar la setmana passada, amb un primer encàrrec de tallers durant el dia de Sant Jordi que els va fer una associació de comerciants de Santa Coloma de Gramenet. Es van contractar nou joves per fer de monitors. A més, s’ha presentat al concurs públic per gestionar els casals d’estiu oferts per l’Ajuntament, i té com a objectiu organitzar activitats extraescolars a partir del curs que ve. Més endavant intentarà expandir-se fora de la ciutat.

Impacte social en dos sentits

Urban Time és un dels projectes seleccionats en l’edició d’enguany del programa d’emprenedoria social de l’Obra Social de La Caixa, i encaixa a la perfecció amb la definició d’impacte social del programa. “L’entendem des de la doble via de la contractació de persones amb dificultats especials i del fet que el producte o servei es dirigeixi a persones que requereixen una atenció especial”, resumeix el responsable del programa, Sergi Burrull.

“Ajudem a transformar entitats socials en empreses socials que siguin capaces de buscar una idea empresarial autosostenible”, explica el subdirector de l’àrea social de La Caixa, Francesc Ventura, que matisa que aquesta no ha de ser necessàriament la solució per a totes les entitats socials però sí que “pot ser una sortida per a moltes entitats”.

Altres empreses noves

Ventura també recorda que, al marge de les empreses creades per entitats socials, aquest programa també es dirigeix a altres empreses noves “que no es mouen pels beneficis sinó que utilitzen una fórmula empresarial per resoldre un problema social”. En les primeres edicions del programa la majoria de seleccionats eren línies de negoci impulsades per entitats socials. En la d’enguany, la quarta, ja són majoria les altres empreses noves.

Un d’aquests casos és el de Helping, una empresa que vol millorar la rehabilitació d’infants amb paràlisi cerebral a través de la venda d’un videojoc dissenyat específicament per a ells. “Helping és una SL però no hi ha ànim de lucre perquè per estatuts no repartim beneficis sinó que els hem de reinvertir en projectes socials”, explica un dels fundadors, Juan José González.

González té una llarga trajectòria professional en multinacionals del sector dels videojocs. Ha sigut director de màrqueting d’Electronic Arts, i fins fa només uns mesos era director de màrqueting de Xbox 360 a Microsoft. “Deixar el cotxe d’empresa i les primes de la multinacional fa una mica de vertigen”, reconeix. Està convençut, però, que val la pena “fer que passin coses en el sector social, i d’alguna manera ajudar la societat”.

