

**Proyecto SAGA**

## **IO3 - SAGA Guía para ONGs**

2020-1-HU01- KA204-078691



El apoyo de la Comisión Europea a la producción de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, que refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la misma.



**Erasmus+**

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>1. Introducción</b>	<b>2</b>
<b>2. Guías de Formación SAGA</b>	<b>2</b>
<b>3. GRUPO OBJETIVO</b>	<b>3</b>
<b>4. MEJORANDO CON SAGA</b>	<b>4</b>
4.1 ¿Qué es una empresa social (colaborativa)?	4
4.2 ¿Cómo podría funcionar esto en el marco SAGA?	6
4.3 Tomar la iniciativa: actuar e informar a los responsables de la toma de decisiones como ONG	8
<b>5. OBSERVACIONES FINALES</b>	<b>9</b>

## 1. Introducción

La tendencia de la despoblación rural a la que se enfrentan muchos países y regiones europeas está generando zonas conocidas actualmente como la "Europa Vacía", que afrontan retos demográficos y económicos específicos y relacionados con la falta de servicios públicos. Al mismo tiempo, estos territorios cuentan con un rico patrimonio culinario, gastronómico y/o de producción de alimentos que puede generar oportunidades muy interesantes para la región.

El proyecto SAGA contribuye a reducir las desigualdades de estas áreas, y a garantizar la recuperación económica y el crecimiento inclusivo y sostenible a largo plazo a través de un enfoque de co-creación y colaboración, involucrando a todas las partes interesadas con el fin de desarrollar y validar un programa de formación dirigido principalmente a las poblaciones que viven en la "Europa Vacía", pero que al mismo tiempo tienen un rico patrimonio culinario y/o la producción de alimentos. El proyecto desarrolla y evalúa un programa de formación innovador para quienes viven en este tipo de zonas rurales, abordando sus problemas acuciantes, como el desempleo y la revitalización económica y social, dotándolos/as de conocimientos, competencias y habilidades para desarrollar empresas sociales en los ámbitos gastronómico, alimentario y del patrimonio culinario.

SAGA ha desarrollado un conjunto de guías para facilitar su asimilación por parte de diversos actores y partes de interés, en consonancia con la filosofía y los objetivos de su programa de formación, y con el propósito de apuntalar, apoyar y mejorar las habilidades y competencias de los/as participantes y su esfuerzo para idear, crear y gestionar una empresa social en un sector específico relacionado con la alimentación, la gastronomía y el patrimonio culinario.

Estas guías complementan los principales resultados del proyecto.

## 2. Guías de Formación SAGA

La presente guía forma parte de este esfuerzo y de un conjunto más amplio de guías elaboradas para cada una de las partes de interés en SAGA.

**Guía SAGA de Experiencias y Casos de Estudio:** ofrece una recopilación de casos de estudios incluidos en el programa de formación SAGA, así como otras experiencias de emprendimiento (social) identificados en Europa que pueden utilizarse como herramienta de inspiración e innovación para concienciar sobre el papel del emprendimiento social como vehículo para paliar los retos demográficos de la Europa Vacía. Esta guía también puede utilizarse como herramienta de motivación para formadores/estudiantes y (potenciales) emprendedores/as sociales, e incluye algunos puntos de feedback de quienes ya han puesto a prueba el programa de formación.

**Guía SAGA para Formadores/as:** dirigida a docentes que vayan a utilizar el programa de formación SAGA de manera formal o informal. Incluye una visión general del programa de formación desarrollado durante el proyecto, sus contenidos y estructuras, y ofrece una guía para profesores/as, formadores/as y centros de formación que quieran aprovechar los recursos y contenidos del proyecto para potenciar las habilidades emprendedoras de sus alumnos/as, o incluir estos materiales de formación como recursos adicionales a su oferta formativa actual.

**Guía SAGA para ONGs:** para organizaciones de la sociedad civil, ONGs, instituciones nacionales y regionales que trabajen con/para grupos desfavorecidos en la Europa Vacía, y que estén interesadas en utilizar el programa de formación SAGA y los resultados del proyecto para generar su propia empresa social (colaborativa) en el sector identificado (alimentación, gastronomía y patrimonio culinario), o para apoyar a sus beneficiarios en la creación de sus propias empresas. La guía ofrece inspiración e ideas sobre cómo estas organizaciones pueden utilizar y adoptar el programa de formación y los resultados de SAGA.

**Informe de Políticas SAGA:** conjunto de recomendaciones para los responsables políticos relacionadas con el apoyo a la creación de empresas sociales (colaborativas), como forma de generar actividad económica en la "Europa Vacía". Se centra específicamente en la importancia de un marco jurídico que proteja las acciones de las empresas sociales y ofrece una guía sobre cómo contribuir con el proyecto SAGA para promover el emprendimiento social en las zonas rurales como estrategia sostenible para el futuro.

### 3. GRUPO OBJETIVO

La presente guía se ha elaborado especialmente para todos/as aquellos/as representantes de ONGs que trabajan con grupos desfavorecidos en las zonas rurales de Europa. Estas regiones, debido a la falta de infraestructuras y de oportunidades para asegurar unas condiciones de vida razonables para su población, se están despoblando y se enfrentan a muchos retos demográficos. Por lo tanto, una de las principales funciones de las ONGs y organizaciones civiles en estas regiones es proporcionar oportunidades educativas que puedan garantizar el desarrollo de habilidades y competencias de quienes estén dispuestos/as a promover un cambio positivo en estas regiones.

Si representas a una ONG u organización civil que ofrece posibilidades formativas en tu región, los materiales de formación SAGA te ayudarán a crear una buena base para aprovechar el patrimonio culinario y la tradición de producción alimentaria de tu comunidad local con el fin de ofrecer posibilidades de aprendizaje y autodesarrollo para establecer nuevas empresas colaborativas.

Ser empresario/a, es decir, trabajar por cuenta propia y crear, organizar, gestionar y asumir la responsabilidad de una empresa, supone un reto personal que muchas personas prefieren a trabajar por cuenta ajena.

Los/as empresarios/as aceptan los riesgos financieros personales que conlleva tener un negocio, pero también se benefician directamente del éxito potencial de la empresa. Ser empresario/a suele considerarse una elección profesional aversiva en la que se enfrentan situaciones cotidianas de la vida y el trabajo cargadas de una gran incertidumbre, impedimentos, fracasos y frustraciones asociadas al proceso de creación de una nueva empresa (Campbell, 1992).

Sin embargo, esto no debería ser siempre así. Lo más probable es que tú, como representante de una ONG, conozcas tu región, su patrimonio y sus costumbres, así como tu comunidad, mejor que otros agentes de tu región. Por eso, como ONG, puedes marcar la diferencia ofreciendo posibilidades educativas/formativas que mejoren las habilidades y competencias de los que tienen menos oportunidades.

En el marco del proyecto SAGA, el consorcio se ha centrado en echar una mano y prestar apoyo a la hora de enfrentar los retos demográficos anteriormente mencionados a todos aquellos que quieran cambiar las cosas en sus comunidades, utilizando para ello el patrimonio gastronómico disponible de las regiones de las que proceden los socios. Teniendo esto en cuenta, el programa de formación SAGA ha sido desarrollado con el propósito de convertirse en gran activo para formar a estudiantes adultos e inspirarles a establecer sus propias empresas (sociales y colaborativas), mejorando así no sólo su desarrollo personal, sino también provocando un impacto positivo en el conjunto de sus regiones.

## 4. MEJORANDO CON SAGA

Nos gustaría ahora presentar las posibilidades que los materiales de formación SAGA pueden ofrecer a una ONG activa en las regiones rurales de Europa.

En primer lugar, intentaremos responder a la pregunta ¿qué es exactamente una empresa social (colaborativa)? Una vez aclarados estos conceptos, vamos a ver qué pueden ofrecerte los materiales de formación SAGA y cómo podrías beneficiarte de su uso. Y, por último, mencionaremos brevemente cómo podrías actuar como catalizador/a en tu región para ofrecer apoyo y oportunidades a quienes puedan tener una idea brillante que les gustaría materializar mediante la creación de una empresa social.



### 4.1 ¿Qué es una empresa social (colaborativa)?

¿Alguna vez has pedido ayuda a tu vecino y juntos habéis conseguido hacer algo extraordinario?

¿Te has puesto alguna vez en contacto con quienes también son activos relevantes en tu región y están dispuestos a cambiar algo?

En caso de que ya hayas experimentado alguna de las situaciones anteriores, lo más probable es que seas consciente del poderoso impacto de la colaboración, y alguien a quien le gustaría actuar en favor del cambio.

En la presente Guía te presentaremos cómo los materiales de formación SAGA pueden ayudarte, como representante de una ONG, a propiciar un cambio positivo en tu comunidad y a actuar para apoyar a otros en sus posibles ambiciones de mejora.

Para ello, deberíamos empezar por el principio y reflexionar sobre qué es realmente una empresa social.

En términos generales, una "empresa social" implica la utilización de herramientas empresariales para atender una necesidad social. También se dice que el objetivo de una empresa social es tener un impacto social, más que obtener beneficios para sus propietarios o partes de interés.

En cualquier caso, una empresa social es aquella que puede lograr un cambio social, cultural y/o medioambiental transformador mediante la aplicación de enfoques innovadores y prácticos que beneficien a la sociedad en general, haciendo hincapié en los grupos más vulnerables.

Las empresas sociales son una parte integral e importante del sector empresarial y producen productos y prestan servicios con ánimo de lucro del mismo modo que cualquier otra empresa. Sin embargo, una diferencia importante entre ellas y las empresas tradicionales es que las empresas sociales utilizan los beneficios que obtienen para abordar un reto social.

El proyecto SAGA también se centra en el aspecto colaborativo de las empresas sociales, igualmente importante. La colaboración y la cooperación con otras personas/actores de las comunidades locales y regionales pueden aumentar el ímpetu y la confianza en sí mismos de quienes se lanzan a la aventura de las empresas sociales. Por lo tanto, otro de los objetivos del programa de formación SAGA consiste en mejorar las competencias sociales y funcionales necesarias para la creación de empresas sociales innovadoras y de gran impacto.

De este modo, en el Módulo 1, se detalla profusamente lo que significa una empresa social y cómo puede funcionar. Como representante de una ONG, lo más probable es que estos conceptos te resulten ya familiares, puesto que en muchos casos las ONGs operan para prestar apoyo y echar una mano a quienes sea necesario.

Sabemos que las empresas sociales operan en un espectro muy amplio y en muchos campos diferentes. No obstante, los materiales didácticos de SAGA se centran especialmente en las oportunidades que representa el patrimonio culinario de las regiones que participan en el proyecto, es decir, las zonas rurales de Europa que están siendo despobladas. Para aprender de los mejores, el consorcio SAGA ha recopilado un conjunto inspirador de empresas sociales que ya han tenido éxito y que puedes consultar [aquí](#).





Como representante de una ONG dispuesta a ayudar a todos los interesados a emprender su camino empresarial social, podrías plantearte el crear un punto de información dentro de tu organización y/o designar a una persona para que se familiarice con el contenido de SAGA con el fin de asegurarse de vuestra organización pueda aprovechar al máximo los materiales ya desarrollados.

Además, los casos de estudio en los que se basan los materiales de aprendizaje pueden ofrecerte una buena base para planificar un posible curso de formación en tu zona. De este modo, puedes garantizar no sólo el desarrollo de nuevos conocimientos y habilidades, sino también la posibilidad de establecer contactos con futuros empresarios sociales interesados en crear sus propias empresas.

## 4.2 ¿Cómo podría funcionar esto en el marco SAGA?

Los materiales y la plataforma de formación SAGA se basan en buenos ejemplos que han sido recopilados al inicio del proyecto por los socios en sus países de origen.

El enfoque SAGA, la matriz de competencias, el plan de estudios y el método de evaluación pueden transferirse a cualquier otro entorno formativo o educativo en el que los temas identificados y la necesidad de empresa social (colaborativa) sean evidentes. Pueden transferirse igualmente a entornos educativos más formales, en los que los temas en cuestión sean relevantes. Por ejemplo, la co-creación, la puesta en común y las habilidades colaborativas podrían ofrecerse como parte de la educación y la formación para futuros empleados o empresarios en los sectores objetivo como don, por ejemplo, hostelería, gastronomía, producción alimentaria, turismo, etc. Esto puede hacerse tanto a nivel de FP como de educación superior.

Adicionalmente, en el sector de la alimentación, la gastronomía y el patrimonio culinario podemos encontrar buenos ejemplos de empresas sociales de éxito en los países socios del proyecto que combinan su misión social con el suministro de bienes y servicios en el mercado. A esta colección de casos de estudio se puede acceder [aquí](#).

El programa de formación SAGA se estructura en torno a cuatro módulos, como son:



MODULE 1 – Inspiration for Social Entrepreneurship

**Módulo 1 - Inspiración para el Emprendimiento Social** – en el que podrás encontrar información de interés sobre lo que es una empresa social, y cómo tu posible grupo objetivo puede iniciarse en la aventura empresarial (social).

**Módulo 2 - Definir tu Negocio Social** – centrado en cómo desarrollar un Business Model Canvas, y cuál es el papel de las finanzas en este contexto. Este módulo también proporciona información sobre la legislación de cada país socio e introduce conceptos básicos de marketing para favorecer la visibilidad de una nueva empresa social.



MODULE 2 – Defining your Social Business



MODULE 3 – Functional Competencies

**Módulo 3 - Competencias Funcionales** – cubre habilidades organizacionales, de cooperación, de gestión de proyectos, autogestión y gestión de riesgos.

**Módulo 4 - Competencias Sociales** – ofrece una visión general sobre habilidades como la co-creación, el liderazgo, la confianza en uno/a mismo/a, la determinación, la apertura para tomar iniciativas y también hacia la aplicación de un cambio.



MODULE 4 – Social Competencies

Consultando estos materiales formativos y teniéndolos en mente, te sugerimos que pienses en la situación actual de tu región y, consecuentemente, actúes como agente catalizador para poner en marcha un cambio en tu región. Como ONG, es posible que ya tengas un conocimiento mucho más profundo de la situación local/regional que aquellas personas que



desean iniciar su camino empresarial. Por ello, podría resultar interesante poner en marcha campañas públicas de información, o contar con una asistencia persistente, además de organizar actos informativos sobre las posibilidades que ofrecen los materiales de aprendizaje SAGA para este grupo.

### 4.3 Tomar la iniciativa: actuar e informar a los responsables de la toma de decisiones como ONG

En el punto anterior nos hemos centrado en cómo una ONG u organización civil podría ayudar a futuros/as empresarios/as sociales a desarrollar sus habilidades y competencias. Sin embargo, como ONG también es posible que tengas más conexiones profesionales y redes de contactos más amplias con responsables locales/rurales, quienes también son socios clave en este camino empresarial.

Por lo tanto, es sumamente importante que los empresarios/as sepan identificar las oportunidades de negocio adecuadas a través de las cuales la gente pueda hacerse una idea real del patrimonio, la cultura y las tradiciones de un destino. La oportunidad de dar a conocer las tradiciones locales y de implicar a las comunidades locales en esta tarea ofrece muchas nuevas oportunidades a los/as empresarios/as locales para desarrollar productos, servicios y experiencias exclusivos de su destino.

Especialmente nos referimos a zonas rurales de la Europa Vacía, en las que las oportunidades de desarrollo suelen ser menores que en el resto de Europa debido a la ya mencionada tendencia de despoblación rural a la que se enfrentan muchos países europeos.

Otros retos específicos y relacionados en la Europa vacía son:

- Demográficos (envejecimiento de la población, migración hacia áreas urbanas, bajos índices de natalidad, etc.);
- Económicos (elevada tasa de desempleo, bajas tasas de actividad, peso elevado del sector primario en el PIB, etc.); y
- Falta de servicios públicos.

En este sentido, los jóvenes buscan mejores condiciones de vida en regiones donde el capital multinacional está más concentrado y las posibilidades laborales/personales son más numerosas, pero con esfuerzos conjuntos podríamos ofrecerles posibilidades y recursos de valor de los que podrían beneficiarse también en sus comunidades de origen.

Teniendo esto en cuenta, como ONG podrías organizar reuniones a las que invitar a empresarios sociales ya existentes en tu región para que compartan sus experiencias, junto con responsables de la toma de decisiones locales/rurales que podrían igualmente presentar la legislación específica y las soluciones que se necesitan para establecer este tipo de empresas. De este modo, como representante de una ONG, deberías ser el motor de tu región y fomentar la conexión entre los responsables de la toma de decisiones y los (posibles) empresarios.

## 5. OBSERVACIONES FINALES

De acuerdo con [globalpeacecareers.com](https://globalpeacecareers.com), *“las ONG son organizaciones de la sociedad civil que actúan con independencia de los gobiernos y los intereses empresariales. Suelen constituirse para defender una causa o un grupo de personas concretas, y utilizan diversas estrategias para alcanzar sus objetivos”*.

Como habrás podido comprobar, en dicha definición nos hemos basado para elaborar esta guía. Te aconsejamos que pongas en práctica los cambios que el programa de formación SAGA puede aportar a las vidas de quienes están a punto de empezar a identificar sus objetivos para lograr un cambio en la región en la que viven.

Asegúrate de estar ahí para ayudar cuando surjan preguntas, cuando se necesite apoyo por parte de los responsables de la toma de decisiones, y actúa cuando estos/as emprendedores/as crean que se han topado con un escollo.

