



**SERVICIOS DE APOYO A LA PERSONA
EMPREDEDORA EN ESPAÑA**

**OBSERVATORIO
PYME**

Marzo 2010



MINISTERIO
DE INDUSTRIA, TURISMO
Y COMERCIO

SECRETARÍA GENERAL
DE INDUSTRIA
DIRECCIÓN GENERAL DE
POLÍTICA DE LA PEQUEÑA
Y MEDIANA EMPRESA



© Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa
www.ipyme.org

Catálogo general de publicaciones oficiales
<http://www.060.es>



**MINISTERIO
DE INDUSTRIA, TURISMO
Y COMERCIO**
SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA
DIVISIÓN DE INFORMACIÓN,
DOCUMENTACIÓN Y PUBLICACIONES
CENTRO DE PUBLICACIONES

Paseo de la Castellana, 160. 28071 Madrid
Tels: 91.349 51 29 / 4968 / 4000
Fax.: 91.349 44 85
www.mityc.es

NIPO: 701-10-032-5
ECPMITYC: 1.ª Ed./0410
EUAEVF: 0,00 €

Índice

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DE TRABAJO.....	4
3. LA INICIATIVA EMPRENDEDORA EN ESPAÑA.....	7
3.1. <i>La iniciativa emprendedora</i>	7
3.2. <i>La persona emprendedora en España: perfil y características</i>	13
3.3. <i>La actividad de creación de empresas en España</i>	18
4. LAS PLATAFORMAS DE APOYO A LA PERSONA EMPRENDEDORA EN ESPAÑA.....	20
4.1. <i>La cadena de valor del emprendimiento</i>	20
4.2. <i>Servicios de apoyo en el proceso emprendedor</i>	21
4.3. <i>Las plataformas de apoyo al emprendedor en España</i>	23
5. ANÁLISIS DE LAS PLATAFORMAS	35
5.1. <i>Estudio de las plataformas nacionales</i>	35
5.2. <i>Estudio de las plataformas autonómicas y locales</i>	39
5.3. <i>Concentración de plataformas de apoyo al emprendedor a nivel del territorio</i>	54
6. EMPRENDIMIENTO Y TERRITORIO: CONCENTRACIÓN DE ACTIVIDADES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS Y EL PAPEL DE LAS PLATAFORMAS.....	61
7. CONCLUSIONES.....	68
8. PROPUESTAS DE ACTUACION.....	72
ANEXO 1: CATALOGO DE LAS PRINCIPALES PLATAFORMAS DE APOYO A LA PERSONA EMPRENDEDORA	74
ANEXO 2: LISTADO DE LAS PLATAFORMAS DE APOYO A LA PERSONA EMPRENDEDORA ANALIZADAS.....	118
ANEXO 3: ANÁLISIS DE LAS PROVINCIAS CON MAYOR CONCENTRACIÓN DE RECURSOS PARA LA PERSONA EMPRENDEDORA.....	129
ANEXO 4: GLOSARIO DE TERMINOS	155

1. INTRODUCCIÓN

Desde hace ya varios lustros la creación de nuevas empresas –en particular las pequeñas y las iniciativas de los trabajadores autónomos- se está configurando como un instrumento dinamizador de la economía y de la creación de empleo, así como un vehículo vertebrador de un nuevo modelo económico y social basado en el conocimiento y la cohesión territorial. Esta apuesta figura en la agenda de las Administraciones de todos los ámbitos, en particular desde la Cumbre Europea de Lisboa del año 2000.

Para ello se ha hecho necesario realizar, en primer lugar, un importante esfuerzo de sensibilización y cambio de valores hacia la iniciativa emprendedora, y, en segundo lugar, el montaje de infraestructuras de soporte al emprendedor en el territorio. Como resultado de ello, con los años se ha generado una elevada oferta de servicios de la más variada índole, procedente de muy diversas instancias públicas y privadas, y con el propósito de ofrecer servicios de proximidad a cualquier tipo de emprendedor. Se trata, en definitiva, de una tarea compleja y dilatada en el tiempo que tiene como objetivo convertir a la iniciativa emprendedora en uno de los motores de la Sociedad en el s XXI.

Esta situación, magnificada por la superposición de Administraciones y todo tipo de agentes sobre el territorio, y el afán de cada uno de ellos por ofrecer todo lo que un emprendedor puede necesitar para poner en marcha su proyecto, ha dado lugar a una oferta que, en un buen número de casos, puede parecer excesiva y presentar solapamientos, mientras que, en otros casos, se manifiesta insuficiente para atender las necesidades de un colectivo de emprendedores potenciales.

Todo ello justifica la necesidad de hacer un Mapa de Recursos para la Persona Emprendedora en todo el territorio del Estado, de forma que se pueda conocer la dotación de servicios a nivel del territorio, y así facilitar la toma de decisiones para el desarrollo y la utilización más coordinada y eficiente de los mismos.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DE TRABAJO

Para ello se ha diseñado una metodología de trabajo que responda a los planteamientos arriba enunciados, basada en la recopilación de una información primaria y secundaria suficiente, y con la que se pretende alcanzar los siguientes objetivos:

- ✓ Diseñar un modelo para la clasificación de perfiles de personas emprendedoras cara a su posterior utilización en el Proyecto y en la formulación de propuestas específicas.
- ✓ Proponer una tipología de organismos de soporte al emprendedor considerando las fuentes de oportunidades para emprender, así como los diferentes aspectos socioeconómicos que condicionan la iniciativa emprendedora, y los campos de actividad en que ésta se puede manifestar.
- ✓ Realizar un catálogo de los servicios que puede precisar una persona emprendedora a lo largo de todo el proceso emprendedor, es decir, desde la generación de valores hasta la consolidación de su proyecto empresarial.
- ✓ Identificar y analizar las sinergias entre dichos servicios y su especialización en función de la actividad emprendedora y productiva de los territorios.
- ✓ Identificar elementos y nuevas iniciativas a potenciar desde la Administración del Estado para el fomento del emprendimiento.

Para alcanzar estos objetivos se hace necesario diseñar una metodología de investigación innovadora que permita ir mas allá de la elaboración de un mero catálogo de servicios y proveedores, ya que se trata de buscar relaciones causales, identificar carencias, y realizar propuestas de alto valor añadido.

Dada la complejidad del terreno objeto del estudio, en términos de la gran diversidad de agentes, receptores, y multiplicidad de servicios y actividades que se ofrecen, así como su amplia distribución geográfica, se ha considerado apropiado partir de la premisa de que la promoción del emprendimiento es un sector en sí mismo en el que se pueden identificar todos los actores y procesos propios de cualquier otro sector de un tejido productivo. Para aplicar esta perspectiva tan amplia y realizar un análisis coherente, se propone utilizar una metodología propia del análisis sectorial, identificando y analizando los siguientes elementos:

- ✓ La estructura del “sector”, tanto a nivel estatal como de comunidad autónoma.
- ✓ Cuáles son sus agentes y el papel que desempeñan.
- ✓ Las interacciones entre los mismos, identificando solapamientos y áreas sin cobertura.
- ✓ Sus fuentes de ventajas competitivas.
- ✓ Su capacidad de generar valor para el cliente, en este caso, la persona emprendedora, en términos de los atributos de calidad que puede esperar la persona emprendedora.

Para ello se utilizarán, entre otros, dos instrumentos de análisis y diagnóstico principales:

- ✓ La cadena de valor, para identificar las diferentes fases del proceso emprendedor y los servicios de apoyo necesarios para el funcionamiento de cada una de ellas, así como la exclusividad de los mismos desde la perspectiva del usuario.
- ✓ El análisis DAFO de cada uno de los proveedores de servicios al emprendedor desde la perspectiva de su posición en la cadena de valor, y, por tanto, de su relación con el resto de los agentes con que interactúa.

Con estas premisas, se aplicará una metodología de trabajo que contará con las siguientes etapas:

- ✓ Definición del esquema general de la Cadena de Valor del Emprendimiento, abarcando todas las fases del proceso emprendedor: desde la identificación de los yacimientos de oportunidades de emprender, hasta la consolidación de la empresa creada, y los servicios que se precisan para dar soporte a cada una de dichas fases.
- ✓ Identificar los diferentes perfiles de personas que pueden entrar en un proceso emprendedor, así como sus motivaciones genéricas.
- ✓ Definir los diferentes ámbitos de actuación que puede abarcar una plataforma de servicios a la persona emprendedora atendiendo a criterios geográficos, institucionales, colectivos objetivo, especialización en contenidos, orientación innovadora, etc.

- ✓ Recopilar la información necesaria para inventariar las principales plataformas de apoyo a la persona emprendedora existentes en España, clasificándolas por Comunidades Autónomas y por su tipología (en función de su origen, destinatarios y medios de los que disponen).
- ✓ Elaborar una tipología de las plataformas de servicios ofrecidos por los distintos organismos desde la perspectiva de la Cadena de Valor del Emprendimiento. Para ello se ha utilizado información secundaria procedente de los servicios de información de las propias plataformas accesibles a través de Internet.
- ✓ Clasificar la oferta de cada tipología de plataforma en el eslabón correspondiente de la Cadena de Valor del Emprendimiento analizando las prestaciones a sus usuarios en términos de complementariedad y generación de valor añadido.
- ✓ Analizar los servicios ofrecidos en cada segmento de la cadena (utilizando los criterios de clasificación previamente fijados) utilizando el modelo de fuerzas competitivas con el objeto de comprobar si existen, especialmente dentro de una misma comunidad autónoma --o colectivo de personas emprendedoras-- solapamientos o sinergias entre la oferta de los distintos organismos, y detectar posibles demandas no cubiertas.
- ✓ Realizar, en base a lo anterior, un análisis DAFO de cada tipo de plataforma de servicios en el contexto del eslabón de la cadena de valor en que se encuadra.
- ✓ Proponer un itinerario óptimo de prestación de servicios desde el análisis inicial de la idea de negocio hasta la consolidación empresarial en cada perfil emprendedor.
- ✓ Elaboración de propuestas y recomendaciones.

Para la realización de este Proyecto se ha utilizado información secundaria procedente de las propias plataformas de servicios a personas emprendedoras en los diferentes ámbitos institucionales, y se ha confirmado con las principales de ellas. Esta búsqueda de información no ha pretendido ser exhaustiva, sino que se ha centrado en aquellas plataformas que aglutinan el grueso de la oferta de servicios a la persona emprendedora desde la perspectiva del territorio, que es donde se encuentra el destinatario de aquellas.

3. LA INICIATIVA EMPRENDEDORA EN ESPAÑA

Este capítulo, de carácter introductorio, pretende contextualizar la presencia de los servicios de apoyo a la persona emprendedora en España. Sería insuficiente estudiar y catalogar las distintas iniciativas distribuidas a lo largo del territorio nacional sin abordar previamente la dinámica de la iniciativa emprendedora, o conocer las características tanto de la persona emprendedora como del tejido empresarial español.

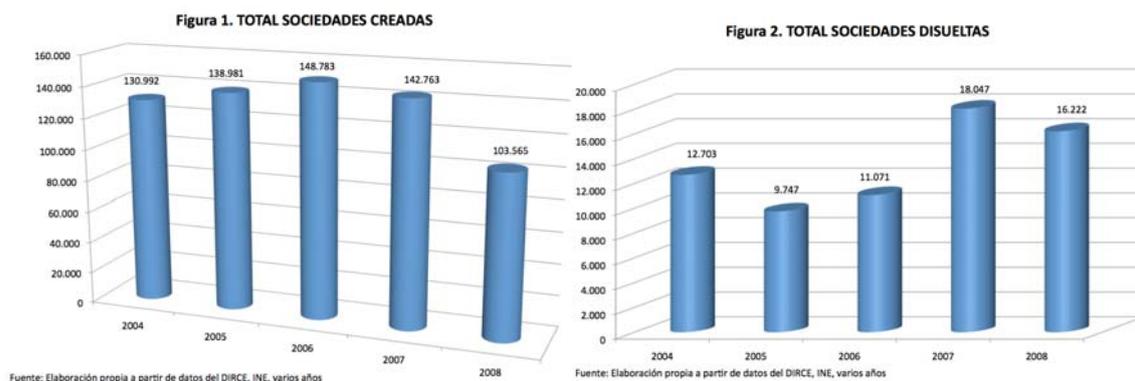
3.1. La iniciativa emprendedora

La iniciativa emprendedora subyace en todo proceso de desarrollo del territorio y del tejido productivo de una sociedad moderna. Por muy activa que sea la política económica e industrial de un estado, no servirá de nada si no encuentra la respuesta del sector empresarial en la forma de creación de nuevas empresas y puestos de trabajo, crecimiento económico y prosperidad. Por tanto, la iniciativa emprendedora es el motor de la economía de mercado, y, mas aún, del cambio social en la medida en que las grandes transformaciones sociales vienen de la mano de personas, no necesariamente empresarios, que han impulsado descubrimientos y proyectos políticos, educativos, culturales, etc. de la mas variada índole.

Aunque no es objeto de este trabajo profundizar en los fundamentos doctrinales de la iniciativa emprendedora, sí parece conveniente definirla como un conjunto de capacidades relacionadas con la identificación, formalización y explotación de oportunidades de negocio en un entorno socioeconómico y cultural determinado. La iniciativa emprendedora transforma retos en oportunidades, encontrando caminos para afrontar los cambios estructurales de los mercados y la sociedad con imaginación, capacidad para captar y hacer un uso eficiente de los recursos adaptando el tejido empresarial a las nuevas condiciones de la sociedad y del mercado.

Por tanto, aunque no es fácil establecer relaciones entre la iniciativa emprendedora y el crecimiento económico, el informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor) - <http://www.gemconsortium.org/> - evalúa, desde hace ya varios lustros, la relación entre ambos indicadores para un amplio número de países y regiones encontrando una correlación directa y positiva entre ellos. Dicho informe concluye que los países que dedican una mayor tasa de su población a poner en marcha iniciativas empresariales son, precisamente, los que obtienen mayores tasas de crecimiento de su PIB.

Esta afirmación genérica admite muchas matizaciones dependiendo de múltiples factores relacionados con el grado de desarrollo del país, su política económica e industrial, su modelo productivo, el ciclo económico, etc., porque en los mercados se producen dinámicas independientes de entradas y salidas de empresas. Así, en épocas de bonanza se agudiza la iniciativa emprendedora, mientras que ésta desciende en tiempos de crisis obedeciendo al proceso schumpeteriano de la “destrucción creativa” inherente a todo mercado en evolución. Y, en estas circunstancias, las empresas pequeñas, y de nueva creación, son las más vulnerables.



Tampoco es objeto de este estudio el análisis de la demografía empresarial, pero sí se aportará un breve análisis de la salida y entrada de empresas en el tejido productivo español en los últimos años para contextualizar el resto del trabajo.

Tabla 1. Número de sociedades creadas						
	2004	2005	2006	2007	2008	Var 2007-2008
ANDALUCÍA	22.480	23.444	24.297	23.299	15.826	-32,07%
ARAGÓN	2.951	3.239	3.611	3.716	2.397	-35,50%
ASTURIAS	1.823	1.764	2.002	2.036	1.593	-21,76%
BALEARS	4.025	4.453	4.662	4.299	2.980	-30,68%
CANARIAS	5.799	5.715	5.828	5.408	3.778	-30,14%
CANTABRIA	1.036	1.195	1.362	1.234	850	-31,12%
CASTILLA Y LEÓN	4.434	4.599	5.452	5.662	3.833	-32,30%
CASTILLA-LA MANCHA	4.542	5.146	5.843	5.916	4.911	-16,99%
CATALUÑA	24.558	26.560	27.753	25.482	18.751	-26,41%
COMUNIDAD VALENCIANA	16.011	17.136	17.825	16.371	11.901	-27,30%
EXTREMADURA	1.455	1.682	2.601	2.333	1.644	-29,53%
GALICIA	6.040	6.457	6.998	6.678	5.425	-18,76%
MADRID	24.484	25.320	27.469	27.239	20.254	-25,64%
MURCIA	4.120	4.961	5.174	4.606	3.251	-29,42%
NAVARRA	1.401	1.462	1.692	1.781	1.399	-21,45%
PAÍS VASCO	4.965	4.941	5.479	5.679	4.079	-28,17%
LA RIOJA	679	698	715	842	567	-32,66%
CEUTA Y MELILLA	189	209	20	182	126	-30,77%
Totales	130.992	138.981	148.783	142.763	103.565	-27,46%

Fuente: DIRCE, IIE, varios años

Así, el primer dato que llama la atención (véase la Tabla 1) es la creación en 2008 de casi 40.000 empresas menos que en 2007 a causa de la situación económica y del cambio de modelo productivo que está atravesando nuestra economía. No obstante, esta caída en la actividad emprendedora no ha afectado por igual a todas las comunidades de nuestra geografía, pues más de la mitad superaron el 30% de descenso en la actividad emprendedora (destacando Aragón, La Rioja, y Castilla y León), mientras que apenas dos, Galicia y Castilla-La Mancha, estuvieron por debajo del 20% en la pérdida de iniciativa emprendedora. El castigo de la crisis económica y la falta de confianza en el futuro inmediato de la economía española han sido, probablemente, los detonantes de esta contracción.

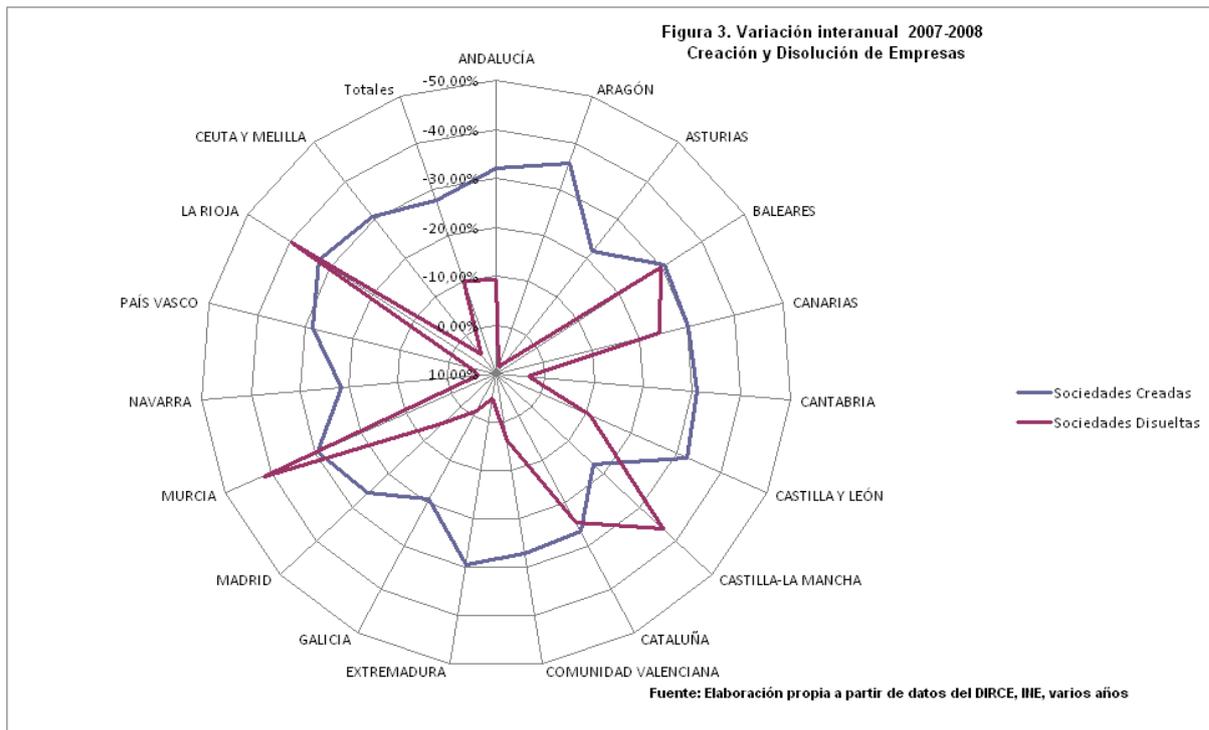
Sin embargo, las disoluciones de empresas no muestran una pauta equivalente, pues en número y proporción son inferiores, como puede apreciarse en la Tabla 2. La variación en la destrucción de empresas es sensiblemente inferior a la variación en la creación debido, fundamentalmente, a la necesaria resistencia de las empresas ya en marcha a desaparecer teniendo que sortear los riesgos y avatares de un entorno cambiante al que los posibles nuevos entrantes deciden, simplemente, no acceder.

	2004	2005	2006	2007	2008	Var 2007-2008
ANDALUCIA	1.637	1.550	1.784	2.964	2.693	-9,14%
ARAGON	553	363	488	654	710	8,56%
ASTURIAS	333	243	277	359	384	6,96%
BALEARES	551	426	544	891	626	-29,74%
CANARIAS	319	306	457	781	592	-24,20%
CANTABRIA	167	110	159	198	205	3,54%
CASTILLA-LEON	635	462	590	831	741	-10,83%
CASTILLA-LA MANCHA	285	291	331	472	300	-36,44%
CATALUÑA	1.990	1.425	1.475	2.562	1.937	-24,40%
COMUNIDAD VALENCIANA	1.128	1.045	1.215	1.786	1.715	-3,98%
EXTREMADURA	178	208	205	269	282	4,83%
GALICIA	651	747	756	1.007	1.022	1,49%
MADRID	2.286	1.679	1.794	3.838	3.653	-4,82%
MURCIA	150	119	63	180	105	-41,67%
NAVARRA	68	53	65	61	65	6,56%
PAIS VASCO	1.093	662	792	1.027	1.073	4,48%
LA RIOJA	653	31	37	127	77	-39,37%
CEUTA-MELILLA	26	27	39	40	42	5,00%
Totales	12.703	9.747	11.071	18.047	16.222	-10,11%

Fuente: DIRCE, IIE, varios años

Sin pretender entrar en análisis que nos apartarían del objetivo principal de este estudio, cabe mencionar que este deterioro ya se arrastra desde tiempo atrás, siendo el último trimestre del 2007 cuando se produce el pico más elevado en la destrucción de empresas. Por comunidades, las más exitosas en la contención de la pérdida de empresas han sido Murcia, La Rioja y Castilla-La Mancha, mientras que las que continúan perdiendo empresas a un ritmo acelerado son Aragón, Asturias y Navarra, entre otras.

Por tanto, es de alabar la capacidad de supervivencia de las empresas españolas en un contexto de fuerte deterioro de la situación económica. Esta contención en el número de disoluciones (que todavía está muy por encima de las cifras de 2006) apunta a una moderada recuperación, que no puede considerarse consolidada hasta que se vea acompañada de un decidido aumento en el número de sociedades constituidas, signo inequívoco de la recuperación de la confianza de los inversores empresariales mediante la puesta en marcha de nuevas iniciativas emprendedoras que marcarán el fin de una nueva etapa de “destrucción creativa”, y el arranque de un nuevo ciclo de prosperidad económica. Esta dinámica ha dado lugar a una caída de cerca del 2% en el número de empresas activas, pasando de 3.442.239 empresas en el 2007 a 3.335.830 empresas en el 2008.



Como conclusión puede señalarse que, hoy por hoy, no hay ninguna comunidad que muestre un perfil de prosperidad en cuanto a actividad emprendedora, pues la situación económica general no lo permite. No obstante, y a efectos de referencia, una situación deseable tendría una variación negativa en las disoluciones de empresas, y una positiva en la constitución de empresas.

En este punto merece una mención especial la situación de los trabajadores autónomos, que, en número, constituyen la mayoría de las unidades económicas del tejido productivo español, como se verá en el punto 3.3. Esta situación es inicialmente lógica si se tiene en cuenta, por un lado, la obligación legal de que sea un autónomo quien ostente la administración de una sociedad mercantil, y por otro, la tendencia a que un buen número de trabajadores que pierden su empleo pasen a la situación de autónomo para desempeñar alguna actividad profesional por cuenta propia sin la necesidad de crear una sociedad mercantil.

Por tanto, no es de extrañar que, aunque sea elevado el número de autónomos que cesan en su actividad, también será elevado el número de nuevos afiliados al RETA. De hecho, esta dinámica puede explicar los datos reflejados en la Tabla 3, en la que puede observarse las escasas fluctuaciones netas interanuales, al tiempo que se aprecia un crecimiento sostenido en el número de afiliados, con la excepción de año 2006. Por

tanto, este colectivo se manifiesta como un valioso yacimiento de personas emprendedoras que, en determinadas circunstancias, podrían iniciar un proyecto empresarial.

Tabla 3. Trabajadores autónomos afiliados por CCAA

Unidades: miles de trabajadores	2004	2005	2006	2007	2008	Variación 2007-2008
Andalucía	447,3	466,6	449,2	501,9	504,3	0,48%
Aragón	110,4	111,9	101,3	115,9	116,4	0,43%
Asturias	81,8	82,4	68,5	83,6	83,2	-0,48%
Baleares	81,3	82,4	81,3	86,8	88,3	1,73%
Canarias	103,5	107,2	106,4	114	114,7	0,61%
Cantabria	43,4	44,3	38,4	46	46,1	0,22%
Castilla y León	218,1	219,4	180,8	222,9	221,9	-0,45%
Castilla-La Mancha	145,9	150,5	134,1	161,2	162,9	1,05%
Cataluña	551,5	565,1	556,1	591,8	589,7	-0,35%
Comunidad Valenciana	337	349,2	345	370,4	368,4	-0,54%
Extremadura	75,2	76,4	64,9	80,4	81,5	1,37%
Galicia	234	235,9	186,2	239	236,4	-1,09%
Madrid	339,1	351,6	360,5	376,9	386,3	2,49%
Murcia	90,8	95,5	93,2	104,4	104,2	-0,19%
Navarra	49,2	49,7	43,8	50,7	50,1	-1,18%
País Vasco	182,8	185,1	179,7	188,9	188,7	-0,11%
La Rioja	27,5	27,8	23,6	29	28,7	-1,03%
TOTALES	3118,8	3201	3013	3363,8	3371,8	0,24%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IINE, varios años

Por tanto, la iniciativa emprendedora en España atraviesa una época de fuerte retracción en la que las empresas ya establecidas están librando una dura lucha por la supervivencia, mientras que los emprendedores potenciales no se atreven a lanzar sus proyectos hasta que se despeje la incertidumbre del escenario económico nacional e internacional. Esta crisis de mercado, y de confianza, se ve agravada por una serie de factores crónicos en la creación y en la gestión de las empresas españolas, entre los que destacan:

- ✓ Barreras administrativas
- ✓ Falta de un plan de empresa
- ✓ Falta de conocimientos y experiencia de gestión empresarial
- ✓ Barreras fiscales
- ✓ Practicas de cobros y de pagos ineficientes
- ✓ Falta de crédito y acceso a la financiación
- ✓ Escasa actividad innovadora y de protección del conocimiento

- ✓ El reducido tamaño de las empresas limita su poder negociador, aunque también facilita su supervivencia por su capacidad de adaptarse y dar respuesta más rápida a los cambios del entorno.

Estos fenómenos, por sí mismos, justificarían un análisis que excede el alcance del presente proyecto, por lo que sólo se presenta una enumeración que sirva de refuerzo para entender la importancia de los servicios de apoyo y consolidación de nuevos proyectos empresariales.

3.2. La persona emprendedora en España: perfil y características

Al iniciar el análisis de las distintas plataformas existentes en España para apoyar iniciativas emprendedoras conviene conocer con detalle las características del usuario potencial, esto es, de la persona emprendedora en España. Ya que este no es el objeto de este estudio, para realizar la mejor aproximación resulta conveniente utilizar la referencia del informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor), que es un informe anual, iniciado en 1999, que mide la actividad emprendedora a nivel mundial y en la que actualmente participan cuarenta y dos países.

Así, el informe GEM para España en 2008 (www.ie.edu/gem) refleja una posición destacada para España dentro de los países de la UE en cuanto a su Tasa de Actividad Emprendedora, TAE, esto es, el porcentaje de personas involucradas en un proceso emprendedor por cada cien habitantes. Así, este índice se sitúa en España en el 7% en 2008, por encima de países como Francia, Alemania, Reino Unido o Italia, lo que se debe, entre otros factores, a la intensa labor institucional, y de otros ámbitos, para fomentar la iniciativa emprendedora.

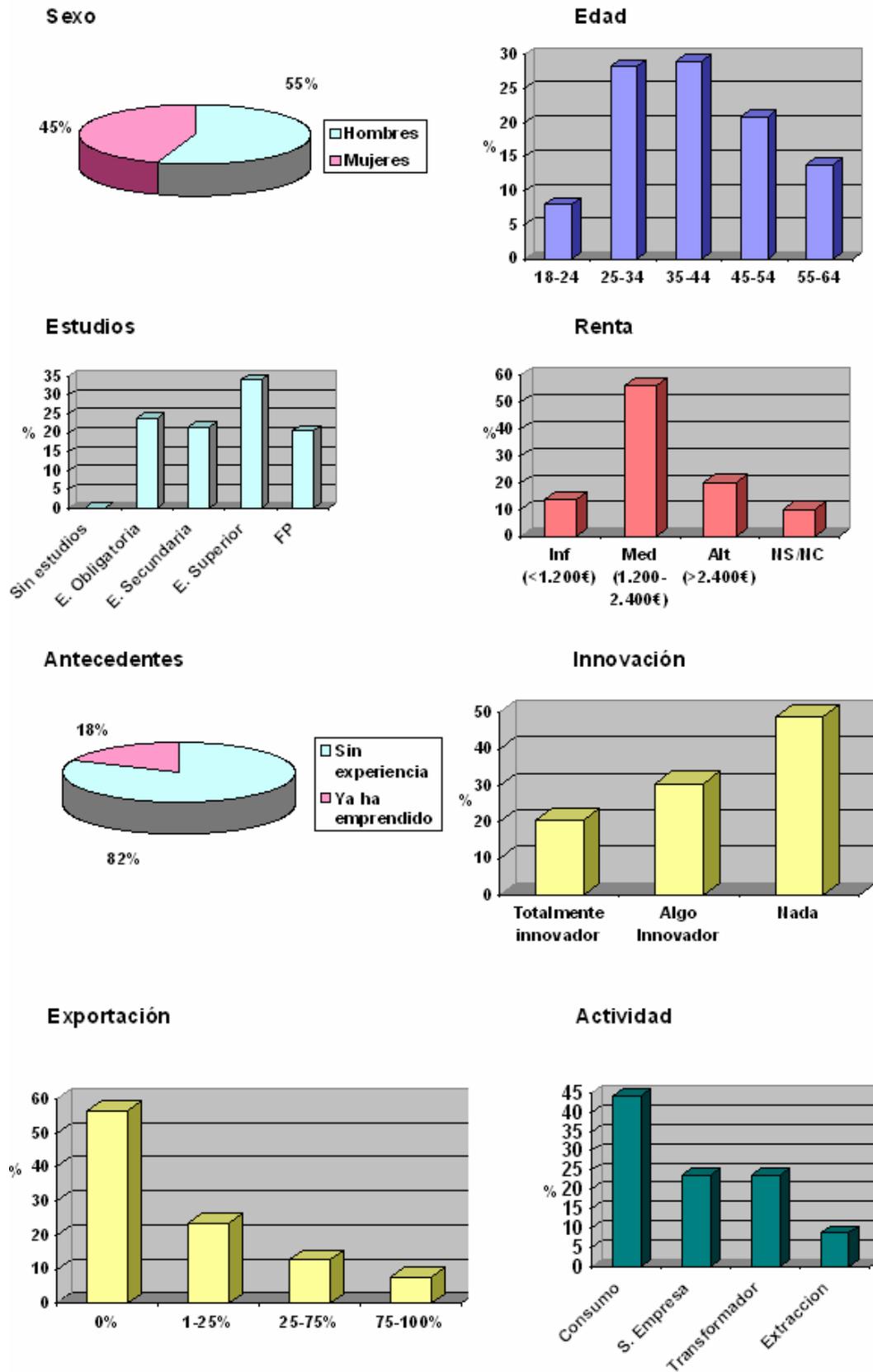
En cuanto a la motivación, es de destacar que de esa TAE del 7%, el 5,6% emprende por oportunidad y sólo el 1% por necesidad, es decir, por no encontrar otra alternativa laboral (el 0,4% restante lo haría por otros motivos). Esta distribución de porcentajes es habitual en países desarrollados mientras que suele invertirse en países en vías de desarrollo (donde realmente puede constituirse como la única opción de supervivencia de su población).

Dentro de la categoría de los que emprenden por oportunidad, las principales razones serían para alcanzar una mayor independencia, 46,6% y para obtener mayores ingresos o mantenerlos, 42,3% y 10,8%, respectivamente.

Según el informe GEM de 2008, el número de emprendedores nuevos en ese año fue de 1.729.733, un 13,73% menos que en 2007, disminución motivada por la crisis económica actual. Otro dato que avala la incidencia de la crisis en la actividad emprendedora es que en 2008 se abandonaron 340.437 iniciativas emprendedoras, un 30% más que el año anterior, e invirtiendo una tendencia que hasta ahora venía siendo positiva (entre 2006 y 2007 había descendido un 16,6%).

Atendiendo al perfil de los nuevos emprendedores, se obtienen en el Informe los siguientes resultados:

Figura 4 Radiografía de la persona emprendedora en España



Fuente: Elaboración propia a partir del Informe Ejecutivo GEM España 2006

Analizando estos datos se deduce que el perfil del emprendedor tipo en España es el de un varón en torno a los cuarenta años, con estudios superiores, una renta media y sin experiencia previa como emprendedor. En cuanto a su proyecto, está orientado al consumo y no posee un carácter innovador ni contempla una proyección internacional. Asimismo, de promedio, y según el Informe GEM, ha necesitado un capital de 86.351 euros (el 67% aportado por el propio emprendedor).

Tras conocer la radiografía de la persona emprendedora en España, proponemos para este estudio una clasificación más amplia, ya que uno de los objetivos consiste en comprobar si existe una especialización de las plataformas de apoyo o no. Así, pues, proponemos los siguientes arquetipos emprendedores en función de su perfil personal y la actividad a la que se dedica:

Figura 5. Arquetipos de personas emprendedoras

		PERFIL PERSONAL				
		GENÉRICO		UNIVERSITARIO / INVESTIGADOR	ECONOMIA SOCIAL Y TERCER SECTOR	EN RIESGO DE EXCLUSIÓN
		AUTO-EMPLEO	EQUIPO EMPRENDEDOR			
ACTIVIDAD	SERVICIOS	✓	✓	✓	✓	✓
	COMERCIO	✓	✓	✗	✓	✓
	BASE TECNOLÓGICA	✓	✓	✓	✓	✗
	INDUSTRIA	✓	✓	✓	✓	✓

Fuente: Elaboración propia

Atendiendo al perfil personal, podríamos diferenciar por su origen al menos cuatro tipos de perfiles emprendedores:

- ✓ El emprendedor de origen universitario, englobando tanto a estudiantes como a personal docente e investigador. Especialmente, cuando se trata de este último colectivo, son poseedores de elevados conocimientos susceptibles de convertirse en productos o servicios con aplicaciones en el mercado.
- ✓ El emprendedor en riesgo de exclusión, es decir, aquel que emprende por una necesidad acuciante o por ser la única vía posible para su inserción profesional.

Este grupo se caracterizaría por su escaso poder adquisitivo y bajo nivel formativo.

- ✓ El emprendedor con un proyecto basado en la economía social, es un emprendedor colectivo, la unión de varias personas que juntas abordan una iniciativa empresarial diversificando el riesgo de manera colectiva, tipo asociaciones o cooperativas. En este grupo podríamos incluir al tercer sector, es decir a aquellos con proyectos sociales sin ánimo de lucro, el denominado emprendedor social
- ✓ El emprendedor genérico, donde se englobaría el resto de perfiles emprendedores. También se empleará esta denominación cuando no se aluda al origen del emprendedor. En este grupo podríamos diferenciar entre el autoempleo, como alternativa personal de acceso al mercado laboral, y el emprendedor, tanto individual como en equipo, que identificaría una necesidad sin cubrir en el mercado y aportaría una solución innovadora.

Una vez identificados los perfiles más comunes, faltaría por relacionarlos con las actividades económicas más recurrentes a la hora de emprender. Estas se pueden clasificar en base tecnológica, cuando nos referimos a proyectos donde la innovación tecnológica tiene un peso muy importante, y las tres actividades más tradicionales: comercio, industrial y servicios.

Cruzando estos dos criterios de clasificación puede formarse una matriz con dieciocho arquetipos emprendedores distintos. En ella, se pueden excluir dos posibles arquetipos, el de emprendedor en riesgo de exclusión con proyecto tecnológico, por lo poco probable, y el universitario con una actividad comercial, ya que este último, aunque es factible, no encontrará en el seno de la Universidad apoyo específico, siendo más probable que el proyecto derive hacia plataformas más genéricas, por ejemplo, las Cámaras de Comercio.

Una vez identificados estos dieciocho arquetipos, se emplearán para analizar las distintas plataformas existentes.

3.3. La actividad de creación de empresas en España

Una vez conocido el perfil de la persona emprendedora y los arquetipos de personas emprendedoras más relevantes, es el momento de continuar el análisis abordando la tipología y las características del tejido empresarial español, ya que ambos elementos serán claves para el propósito de este estudio.

Así pues, el tejido empresarial español a enero de 2009 estaba compuesto por 3.355.830 entidades, un 1,9% menos que el año anterior, de acuerdo con los datos del Directorio Central de Empresas (DIRCE) del Instituto Nacional de Estadística. Atendiendo a su forma jurídica se puede clasificar estas entidades según se refleja en la Tabla 4:

Tabla 4. Principales formas jurídicas en España, enero 2009

Forma Jurídica	Número
Personas Físicas	1.793.897
Sociedad de Responsabilidad Limitada	1.140.820
Sociedad Anónima	109.330
Comunidad de Bienes	114.831
Cooperativas	23.483
Asociaciones	164.284
Otras	9.185

Fuente: DIRCE, INE, 2009

Como puede apreciarse, la mayor parte de las iniciativas empresariales en España las protagonizan personas físicas, es decir, empresarios individuales en régimen de autónomos, representando cerca de dos millones, y sociedades limitadas, con algo más de un millón de entidades.

Respecto al tamaño de las entidades, medido por el tamaño de su plantilla, los resultados son los siguientes:

Tabla 5. Número de empleados en las empresas españolas, a enero 2009

Tamaño	Número
Sin asalariados	1.767.470
Hasta 9 empleados	1.402.996
De 10 a 49 empleados	157.242
De 50 a 99 empleados	15.075
De 100 a 499 empleados	11.250
De 500 a 999 empleados	1.008
Más de 1.000 empleados	789

Fuente: DIRCE, INE, 2009

La conclusión que se desprende de estos datos es que el tejido empresarial está constituido mayoritariamente por PYMES y MICROPYMES sin asalariados.

Analizando los datos del DIRCE de 2009 en cuanto a la creación de nuevas empresas, es decir, iniciativas emprendedoras nuevas, el resultado es el siguiente:

Tabla 6. Características de las empresas de nueva creación a enero 2009

Por forma jurídica	Número	Por tamaño	Número
Personas Físicas	193.796	Sin asalariados	249.864
Sociedad de Responsabilidad Limitada	98.177	Hasta 9 empleados	79.886
Sociedad Anónima	1.826	Más de 10 empleados	4.322
Otras ¹	40.273		
Total	334.072	Total	334.072

Fuente: DIRCE, INE, 2009

De estos datos se desprende que a enero de 2009 la iniciativa emprendedora más común de las 334.072 nuevas entidades (410.975 el año anterior) fue la de carácter unipersonal, por lo que unido a los datos anteriores relativos a la tipología del tejido empresarial español, da una clara información sobre qué problemas y necesidades tendrán, tanto de gestión, como de los recursos que puede precisar para culminar su puesta en marcha y maduración.

¹ Dentro de este concepto cabe mencionar que, según datos del Boletín de Estadísticas Laborales de 2008 del Ministerio de Trabajo e Inmigración, se constituyeron 1.032 Cooperativas y 1.514 Sociedades Laborales.

4. LAS PLATAFORMAS DE APOYO A LA PERSONA EMPRENDEDORA EN ESPAÑA

El propósito de este capítulo consiste en enumerar y clasificar las plataformas de apoyo a la persona emprendedora existentes en España e inventariar los servicios que ofrecen en función del grado de madurez y necesidades de la iniciativa emprendedora.

Por último, se intentará aproximar el número de entidades que anualmente se constituyen gracias al apoyo de estas plataformas con respecto al total de entidades creadas, con el objeto de conocer el alcance de éstas.

4.1. La cadena de valor del emprendimiento

Como premisa para desarrollar el presente estudio resulta fundamental entender la acción de emprender como un proceso evolutivo que se inicia en el momento en el que surge una idea de negocio y se toma la decisión de acometerla y se culmina cuando ésta alcanza su máximo desarrollo, y no meramente como la acción de iniciar un proyecto. No se trata, por tanto, de una fase indefinida por la que pasa el empresario en sus inicios sino una serie de estadios consecutivos por los que debe transcurrir todo proyecto, cada uno de ellos con sus características y necesidades concretas.

Por tanto, se podría visualizar la acción de emprender como un proceso en cadena en la que cada eslabón sería un estadio distinto del proyecto. Así, según se avanzase en la cadena la madurez del proyecto iría aumentando, transformándose gradualmente desde una idea inicial difusa hasta una empresa consolidada. Gráficamente se podría representar de la siguiente manera:

Figura 6. La cadena de valor del emprendimiento



Fuente: elaboración propia

Como se observa, la cadena tendría cinco eslabones principales. El más inicial sería el 0 ó “Decisión de Emprender”, que sería el caldo de cultivo que propiciaría la aparición de ideas de negocio. El siguiente, “Gestión de la Idea”, sería, propiamente dicho, el punto de arranque de la empresa, puesto que se trata del momento en que se percibe una

oportunidad de negocio y surge una idea empresarial. En el Eslabón 2, “Desarrollo de Proyecto”, tendría lugar un análisis exhaustivo de la idea anteriormente mencionada, con el objeto de descartarla o poner en marcha la iniciativa empresarial. A continuación vendría el Eslabón 3, “Creación de la Empresa”, que contemplaría todas las acciones para constituir la empresa (u otro tipo de entidad) y empezar a operar. El último punto, el 4, es el de “Consolidación Empresarial”, que se trataría de toda una serie de medidas a tomar para lograr la supervivencia y crecimiento de la empresa.

Por tanto, toda actividad emprendedora debe pasar por cada una de estas fases o eslabones, sufriendo diversas transformaciones en cada una y necesitando una serie de servicios específicos para maximizar sus posibilidades de éxito. Resulta, en definitiva, absolutamente necesario conocer estos estadios y los problemas que conllevan cada uno para que las distintas plataformas de apoyo puedan perfilar su oferta y brindar los servicios pertinentes.

4.2. Servicios de apoyo en el proceso emprendedor

Tras presentar la cadena de valor e identificar los principales eslabones del proceso emprendedor, el siguiente paso sería catalogar los servicios que resultan idóneos en cada uno de ellos, con el objeto de poder contrastar, posteriormente, cuáles de estos están presentes en las distintas plataformas de apoyo. La tabla 7 recoge un catálogo de las mismas.

Tabla 7. Principales servicios a la persona emprendedora según estadio del proyecto

0. DECISION DE EMPRENDER

- 0.1. Difusión (jornadas de sensibilización)
- 0.2. Test de aptitudes emprendedoras
- 0.3. Bolsa de ideas, tablón de ofertas y demandas
- 0.4. Casos de éxito, entrevistas y análisis a empresarios consolidados
- 0.5. Talleres de creatividad, de generación de ideas

1. GESTACION DE LA IDEA

- 1.1. Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva
- 1.2. Análisis de viabilidad de la idea
- 1.3. Detección de oportunidades de negocio
- 1.4. Estudios de mercado
- 1.5. Jornadas sectoriales
- 1.6. Informes sectoriales

2. DESARROLLO DEL PROYECTO

- 2.1. Análisis propiedad industrial / intelectual
- 2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres)
- 2.3. Tutorización del plan de negocio y asesoramiento en general al proyecto
- 2.4. Herramientas on-line (riesgos, elaboración plan de negocio, simulación financiera, etc.)
- 2.5. Información sobre financiación, subvenciones y ayudas
- 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos
- 2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio (guías, libros, folletos, etc.)
- 2.8. Premios a las mejores iniciativas emprendedoras

3. CREACION DE LA EMPRESA

- 3.1. Apoyo jurídico a la creación de empresa (redacción de estatutos, pactos de empresa, etc.)
- 3.2. Creación empresa (PAIT o ventanilla única)
- 3.3. Tramitación y gestión de subvenciones y financiación pública
- 3.4. Financiación directa (aval, préstamo semilla, entrada en capital, a fondo perdido)
- 3.5. Alojamiento fase I (vivero empresas)
- 3.6. Servicios comunes de alojamiento (seguridad, limpieza, secretaría, salas de reuniones, etc.)
- 3.7. Alojamiento web
- 3.8. Servicios de alojamiento específicos (laboratorios, servicios apoyo a la I+D, etc.)

4. CONSOLIDACION EMPRESARIAL

- 4.1. Formación avanzada a empresas
- 4.2. Servicios de consultoría (RRHH, jurídico-mercantil, financiera, comercial, subvenciones)
- 4.3. Asistencia a la internacionalización
- 4.4. Organización de ferias, congresos o foros de inversores
- 4.5. Gestión de Calidad, Medioambiente, I+D (normas ISO, BPL, mercado C€, etc.)
- 4.6. Servicio de *coaching* (mentores, tipo empresarios consolidados)
- 4.7. Alojamiento fase II (almacenes, plantas de producción, mayores espacios)
- 4.8. Intermediación o participación en sucesivas rondas de financiación (*business angels*)
- 4.9. Generación de redes empresariales
- 4.10. Servicio de transmisión y venta de empresas

Fuente: elaboración propia

Básicamente, estos serían los servicios necesarios para garantizar un apoyo completo durante todo el proceso emprendedor. No se trata de que una plataforma ofrezca absolutamente todos, que sería inviable, sino que gracias a un trabajo coordinado entre varias cubrieran las distintas necesidades planteadas.

4.3. Las plataformas de apoyo al emprendedor en España

Una vez conocidos los servicios que se pueden prestar a la persona emprendedora atendiendo al estadio del proyecto, se puede abordar el estudio de las plataformas de apoyo existentes en España. Este análisis conllevará, primeramente, una descripción y clasificación de las plataformas y, en segundo lugar, estudiar los servicios que prestan con el objeto de detectar carencias y solapamientos. Finalmente, se tratará de aproximar el número de empresas que se constituyen gracias a estas plataformas.

Descripción

Denominaremos plataforma de apoyo al emprendedor a aquel organismo que, en un determinado ámbito, tenga como objetivo fomentar la actividad emprendedora y cuente con servicios específicos y profesionales de apoyo a la persona emprendedora en alguno de los estadios anteriormente mencionados. Muchas de ellas tienen, además, carácter no lucrativo.

Clasificación

La proliferación de plataformas de apoyo a emprendedores en los últimos años ha sido muy elevada a todos los niveles (nacional, autonómico, regional y local). Esto se debe a la importancia que, desde las distintas instancias, se está otorgando al fomento de la cultura emprendedora como solución a una serie de problemas socio-económicos por los que atraviesa la economía española, tales como: obsolescencia y falta de innovación del tejido industrial, deslocalización de multinacionales de capital extranjero o falta de alternativas laborales por cuenta ajena.

Teniendo esto en cuenta, resulta prácticamente imposible contabilizar todas las plataformas debido a su atomización, ya que comprenden desde iniciativas ministeriales hasta asociaciones empresariales sectoriales y/o locales. Partiendo de esta premisa, abordaremos esta clasificación atendiendo a criterios geográficos, es decir, a sus distintas áreas de actuación, distinguiendo las siguientes categorías:

- ✓ Nacionales. Denominaremos plataformas nacionales a aquellas que están presentes en todo el territorio nacional, con independencia de que tengan origen estatal o no. Podemos encontrar determinadas asociaciones empresariales (generalmente confederaciones) o de otro tipo, como las de economía social, bancos y cajas de

ahorro o escuelas de negocio. Asimismo, diferenciaremos dos tipos de plataformas más, aquellas que surgen para fomentar la innovación tecnológica y competitividad del tejido empresarial, y las de corte generalista, es decir, aquellas que apoyan cualquier tipo de iniciativa empresarial.

- ✓ Autónomas. Son aquellas cuyo ámbito de acción se delimita dentro de su propia Comunidad Autónoma. Dentro de este grupo podremos, a su vez, clasificarlas, en base tecnológica, si su fin consiste en la promoción de iniciativas altamente innovadoras, y generalistas si atienden a todo tipo de iniciativas.
- ✓ Regionales y locales. Son aquellas más próximas al terreno y, generalmente, más próximas a la persona emprendedora, que suele acudir en primera instancia a estas.

Así pues, una vez establecidos los criterios de clasificación, podemos cuantificar las principales plataformas de apoyo como se resume en la Tabla 8.

Tabla 8. Inventario de las principales plataformas de apoyo a la iniciativa emprendedora

NACIONALES	43
Generalistas	6
Asociaciones empresariales y sindicatos	14
Economía Social y Tercer Sector	5
Bancos y Cajas de Ahorro	6
Escuelas de Negocio	5
Apoyo a la I+D+i	7
AUTONOMICAS	30
Generalistas	19
Base tecnológica	11
REGIONAL Y LOCAL	2.502
Cámaras de Comercio	87
CEEs	23
Parques Científicos y Tecnológicos	32
Centros Tecnológicos	67
Servicios Universitarios	50
Fundaciones Universidad-Empresa	31
Agencias de Desarrollo Local	2.240
TOTAL	2.867

Fuente: elaboración propia

A la fecha de realización de este estudio se han identificado un total de dos mil ochocientos sesenta y siete plataformas.

Como se observa en la Tabla, existe un elevadísimo número de Agencias de Desarrollo Local (ADL) y entidades análogas. El problema de las ADL reside en su propia naturaleza, que impide que exista un registro único y por tanto, resultan difíciles de cuantificar².

Así, existen ADL dependientes de la correspondiente comunidad autónoma (como en Andalucía), otras son totalmente independientes, las hay dependientes de un gobierno municipal y otras que operan para una mancomunidad de municipios. Muchas han surgido o surgen gracias a financiación de la Unión Europea (por lo que un cambio de programa variará el organismo del que dependen). Asimismo, hay gran diferencia entre las rurales y las de grandes ciudades (como Madrid, Barcelona o Zaragoza). En vista de esto, se puede concluir que prácticamente todos los municipios y mancomunidades de España cuentan con una Agencia de Desarrollo Local, con distinta intensidad de ayuda hacia la persona emprendedora. No obstante, se podría asumir que, en la mayoría de los casos, se limitan a informar sobre oportunidades de negocio en su localidad, emprendimiento y autoempleo.

Posicionamiento respecto la cadena valor

Una vez inventariadas las plataformas, el siguiente paso ha consistido en agruparlas para luego analizar los servicios que ofrecen. El propósito de agruparlas obedece a que sería tedioso y poco provechoso realizar un estudio personalizado y diferenciado de las dos mil doscientas sesenta y siete plataformas identificadas, habida cuenta de la similitud de muchas de ellas.

Así, aquellas que ofrecen servicios similares pero que se encuentran distribuidas a lo largo de país, como las Cámaras de Comercio, servicios universitarios o Centros Europeos de Empresas Innovadoras (CEEIs) se han agrupado en una única categoría a efectos de nuestro análisis. No obstante, cabe esperar que existan diferencias entre las distintas plataformas específicas en función del presupuesto, características de la Región o posicionamiento de la plataforma en la misma, por lo que sería sólo una aproximación.

² El número de Agencias de Desarrollo Local reflejado en la Tabla 8 viene referenciado de Sanchis Palacio, J.R. y Campos Climent, V. (2005): "Inserción sociolaboral, Economía Social y desarrollo local. Estudio empírico sobre la realidad actual del agente de empleo y desarrollo local en España", CIRIEC- España, núm. 52, agosto (pp. 279-306). En este, los autores cifran en 2.261 las agencias existentes pertenecientes a ayuntamientos, mancomunidades, Grupos de Acción Local, Unidades de Promoción y Desarrollo, Diputaciones Provinciales y CEEIs, entre otros. Por tanto, descontando los CEEIs, que ya contabilizados en la Tabla, la cifra se sitúa en 2.240 (en 2005 había 21 CEEIs, no los 23 referenciados en la Tabla).

Como resultado de esta agrupación de plataformas se han obtenido un total de ochenta y cuatro tipos de plataformas distintas. Se relacionan en la Tabla 9.

Tabla 9. Listado de las plataformas estudiadas

Nacionales	Autonómicas	Regionales y/o Locales
Generalistas	Generalistas	Presencia nacional
E-Empresarias.net	Red Andalucía Emprende	Cámaras de Comercio
Fundación Instituto Cameral de Creación y Desarrollo de la Empresa (INCYDE)	Instituto Aragonés de Fomento (IAF)	Centros Europeos de Empresas Innovadoras (CEEIs)
Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa (DGPYME)	Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias (IDEPA)	Centros Tecnológicos
Instituto de la Juventud (Injuve)	Valnalón (Asturias)	Parques Científicos y Tecnológicos
Instituto de la Mujer	Balears Empren	Servicios Universitarios
	Emprecan (Cantabria)	Fundaciones Universidad Empresa
Asociaciones Empresariales y Sindicatos	Factoría de Emprendedores (Castilla -La Mancha)	
Asociación de Trabajadores Autónomos (ATA)	Agencia de Inversiones y Servicios (ADE). Castilla y León	Locales
Federación Española de Autónomos (CEAT)	PROCESA (Ceuta)	Agencias de Desarrollo Local (ADL) varios ejemplos: Melilla, Barcelona, Madrid y San Sebastián
Comisiones Obreras (CC.OO)	Fomento de Emprendedores Extremeños	
Confederación Española de Jóvenes Empresarios (CEAJE)	Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)	
Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE)	Plan Emprende Rioja	
Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME)	Empréndelo (Madrid)	
Círculo de Empresarios	Fundación Tomillo (Madrid)	
Federación Española de Mujeres Directivas, Ejecutivas, Profesionales y Empresarias (FEDEPE)	Instituto Madrileño de Desarrollo (IMADE)	
Fundació Internacional de la Dona Emprenedora (FIDEM)	InforJoven (Madrid)	
Federación Mujeres Empresarias de Negocios y Profesionales (FEMENP)	PROMESA (Melilla)	
Organización de Mujeres Empresarias y Gerencia Activa (OMEGA)	Instituto de Fomento de Murcia	
Seniors Españoles para la Cooperación Técnica (SECOT)	Navactiva (Navarra)	
Unión General de Trabajadores (UGT)		
Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos (UPTA)	Base Tecnológica	
Economía Social y Tercer Sector	Agencia IDEA (Andalucía)	
Ashoka	Programa Campus (Andalucía)	
Fundación Junior Achievement	CEEI Asturias	

Nacionales	Autonómicas	Regionales y/o Locales
Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES)	Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información (ACIISI)	
Confederación Española de Cooperativas de Trabajo Asociado (COCETA)	Campus Emprende (Castilla y León)	
Confederación Empresarial de Sociedades Laborales de España (CONFESAL)	ACC1Ó (Cataluña)	
	Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (IMPIVA)	
Bancos y Cajas de Ahorro	Bioemprenda (Comunidad Valenciana)	
Bancaja	Sistema Madrimasd (Madrid)	
Banco Mundial de la Mujer	CEIN (Navarra)	
Emprendedor XXI de "la Caixa"	Sociedad para la Promoción y Reconversión Industrial (SPRI). País Vasco	
Escuela Banespyme (Banesto)		
Fundación Bankinter		
Fundación BBK		
Escuelas de Negocio		
Escuela de Organización Industrial (EOI)		
Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas (ESADE)		
Centro de Innovación y Creación de Empresas (CREARA)		
Instituto de Empresa (IE)		
Instituto de Estudios Superiores de la Empresa (IESE)		
Apoyo a la I+D+i		
Asociación Nacional de CEEs Españoles (ANCES)		
Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España (APTE)		
Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI)		
Federación Española de Centros Tecnológicos (FEDIT)		
Fundación Genoma España		
Fundación para la Cooperación Técnica (COTEC)		
Observatorio de Prospectiva Tecnológica Industrial (OPTI)		

Fuente: elaboración propia

Es importante señalar en el caso de Escuelas de Negocio o Bancos y Cajas de Ahorro que se trata de entidades que tienen programas específicos de apoyo a emprendedores, especialmente en el caso de este último grupo, ya que si se limitase exclusivamente a financiación, no habría diferencias significativas con el resto del sistema financiero español.

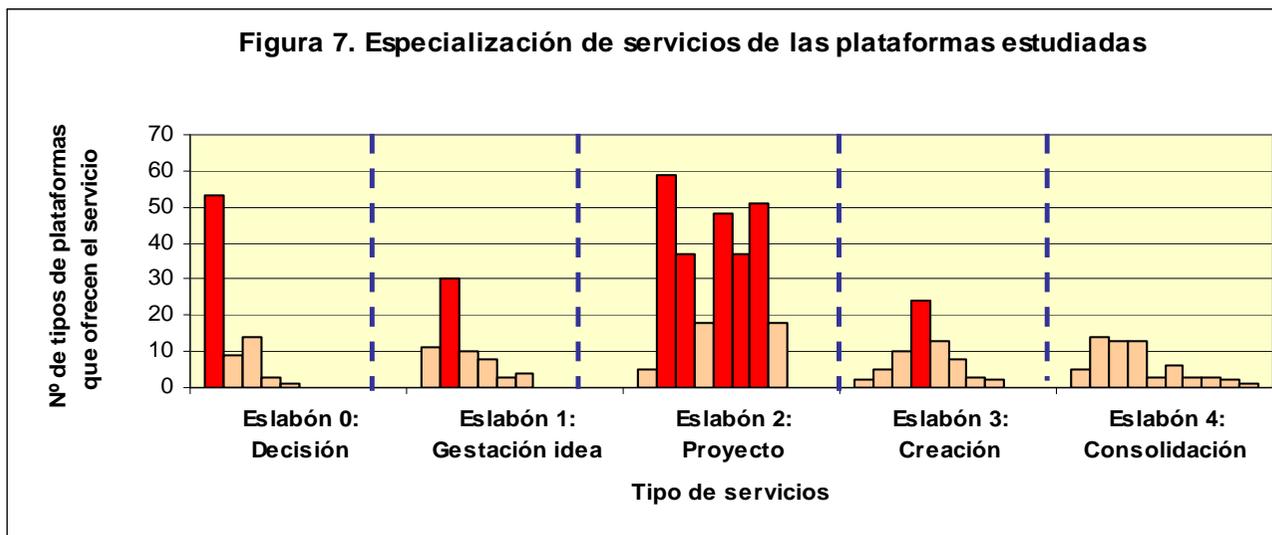
En cuanto a las plataformas locales se han seleccionado las principales plataformas que tienen presencia nacional (Cámaras de Comercio, CEEIs, parques científicos, etc) y, a modo de ejemplo, algunas Agencias de Desarrollo Local. Con esto no se pretende indicar que sean las únicas existentes, ya que siempre habrá ejemplos de fundaciones o asociaciones empresariales, o cualquier otro tipo de iniciativas locales que promuevan el emprendimiento y apoyen a las nuevas empresas, no recogidos en el estudio.

Se trata, por tanto, de una visión panorámica y no de un inventario o estudio sistemático de las plataformas existentes a los distintos niveles, desde el nacional al local, lo que sin duda sería objeto de otro estudio con un alcance diferente.

Una vez agrupados en ochenta y cuatro tipos de homogéneos se analizaron uno por uno para comprobar qué tipo de servicios ofrecen de los descritos en el punto 3.2. El resultado fue muy elocuente, como se aprecia en la Figura 7 de la página siguiente: existen unos cuantos servicios recurrentemente ofrecidos por la gran mayoría, en concreto ocho de treinta y siete (los señalados en rojo en la Figura 7), lo que indica que existe un solapamiento significativo de las distintas plataformas. Asimismo, existe una orientación marcada hacia la especialización en los servicios propios del Eslabón 2, esto es, Desarrollo de Proyecto, en detrimento de fases que necesitan una mayor especialización como son la 3 (Creación de la Empresa) y, muy especialmente, la 4 (Consolidación), que es con diferencia el eslabón más débil y uno de los más necesarios para evitar el elevado cierre de empresas en sus primeros años de funcionamiento.

Así, los servicios más frecuentemente ofrecidos son la “Difusión” en el Eslabón 0; “Análisis de la Viabilidad de la Idea” en el Eslabón 1; “Formación”, “Tutorización del Plan de Negocio y Asistencia Técnica”, “Información sobre distintos trámites” y “Publicación de Material Formativo” en el Eslabón 2; y “Financiación Directa o Intermediada” en el 3.

Figura 7. Especialización de servicios de las plataformas estudiadas



0.1. Difusión	2.3. Tutorización del PN y asesoramiento	3.8. Servicios de alojamiento específicos
0.2. Test aptitudes emprendedoras	2.4. Herramientas on-line	4.1. Formación avanzada a empresas
0.3. Bolsa de ideas, tablón de ofertas y demandas	2.5. Información subvenciones y ayudas	4.2. Servicios de consultoría avanzados
0.4. Casos de éxito, entrevistas	2.6. Información trámites jurídicos	4.3. Asistencia a la internacionalización
0.5. Talleres creatividad, generación de ideas	2.7. Publicaciones	4.4. Organización de ferias, foros de inversores
1.1. Vigilancia tecnológica e IC	2.8. Premios iniciativas emprendedoras	4.5. Gestión de Calidad, Medioambiente, I+D
1.2. Análisis de viabilidad de la idea	3.1. Apoyo jurídico a la creación de empresa	4.6. Servicio de coaching
1.3. Detección de oportunidades de negocio	3.2. Creación empresa (PAIT)	4.7. Alojamiento fase II (almacén, producción)
1.4. Estudios de mercado	3.3. Tramitación y gestión de subvenciones	4.8. Intermediación 2ª rondas de financiación
1.5. Jornadas sectoriales	3.4. Financiación directa	4.9. Generación de redes empresariales
1.6. Informes sectoriales	3.5. Alojamiento fase I (vivero empresas)	4.10. Servicio de transmisión y venta de empresas
2.1. Análisis propiedad industrial / intelectual	3.6. Servicios comunes de alojamiento	
2.2. Formación	3.7. Alojamiento web	

Fuente: elaboración propia

Resultados en cuanto a la creación de empresas

Una vez inventariados las principales plataformas de apoyo a la persona emprendedora existentes en España (Tabla 8), cabe plantear la siguiente pregunta: ¿puede calcularse el número de nuevas empresas que han recibido apoyo de alguna de estas plataformas en su proceso de gestación?. Dado que está disponible, a través del DIRCE, la cifra de nuevas iniciativas que se constituyen en España, sería interesante conocer el porcentaje de éstas que han recibido un apoyo previo de alguna plataforma, para, de esta forma, poder calibrar si, a la hora de la verdad, los emprendedores hacen uso de esta variada oferta o no.

No obstante, la respuesta a la pregunta no puede ser absolutamente concluyente. Es decir, no se puede disponer de una cifra exacta de las empresas que han utilizado alguna de estas plataformas a lo largo de su proceso emprendedor. En nuestra opinión, esto se debe a varios factores, entre los que destacan:

- ✓ Dificultad a la hora de obtener de las propias plataformas datos exactos y actualizados de creación de empresas. No todas las plataformas disponen de esta información, bien por desconocimiento o bien porque no es un dato relevante para ellos (especialmente en el caso de plataformas en las que el fomento del emprendimiento es una actividad secundaria). Realmente es complejo conocer el número exacto de empresas que se han constituido de entre el total de emprendedores atendidos, ya que obliga a un exhaustivo seguimiento de las personas asesoradas a lo largo del tiempo, a no ser que la plataforma participe en la propia creación de la empresa, por ejemplo por disponer de un Punto de Asesoramiento e Inicio de Tramitación (PAIT) o Ventanilla Única Empresarial.
- ✓ No todas las plataformas de apoyo trabajan en este estadio del proceso emprendedor, pudiendo especializarse en estadios más tempranos, como difusión o asistencia técnica en la elaboración del plan de empresa, o más tardíos, por ejemplo, ofreciendo servicios de consolidación empresarial (por ejemplo, las entidades financieras, tanto públicas como privadas). En ambos casos no recogerían datos de empresas creadas sino de personas o empresas asesoradas o número de operaciones aprobadas/concedidas.
- ✓ Solapamientos a la hora de contar las empresas creadas. Muchas empresas y emprendedores han pasado por varias de estas plataformas en un momento u otro

del proceso emprendedor, por lo que dos o más instituciones pueden contabilizar como propia a una única empresa. Como ejemplo de esta situación, un proyecto surgido de una universidad, que ha contado con la financiación y soporte de una Agencia de Desarrollo Regional y se ha ubicado en un parque científico o CEEI, podría ser contabilizado por las tres instituciones.

Así pues, contando con estas dificultades, a continuación vamos a realizar una estimación, basada en los datos de creación de empresas obtenidos de distintas plataformas para 2008. Se ha elegido este año como referencia debido a que es el último año recogido por el DIRCE (al reflejar los datos a enero de 2009).

Tabla 10. Datos de creación de empresas de plataformas de apoyo

Nivel de actuación	Tipo	Empresas creadas	Fuente de Información
Plataformas Regionales/Locales presentes en toda España	Universidades	275	Memoria redOTRI 2008
	CEEIs	1.509	Memoria ANCES 2008
	Cámaras de Comercio	8.355	Memoria Consejo Superior Camaras de Comercio, 2008
	Parques Científico-tecnológicos	783	Memoria APTE 2008
Otras plataformas locales	Fundación Tomillo	62	Fundación Tomillo
	Sistema madrimasd	25	Sistema Madrimasd
	Barcelona Activa	713	Memoria Barcelona Activa, 2007
Plataforma ámbito nacional	Genoma España	18	Genoma España
Agencias Desarrollo Regional	ADE (CyL)	580	ADE
	EMPRECAN (Cantabria)	82	EMPRECAN
	SPRI (P. Vasco)	85	Memoria SPRI, 2008
	IAF (Aragón)	69	IAF
	IDEA (Andalucía)	110	Memoria IDEA, 2007
	INFO (Murcia)	53	Memoria INFO, 2008
Total		12.719	

Fuente: elaboración propia

En dos casos, Barcelona Activa e IDEA, los últimos datos disponibles son de 2007, pero pueden servir como datos orientativos.

Conviene recordar, antes de continuar el análisis, que esta tabla cumple una función meramente orientativa. No se trata de un análisis de productividad o rentabilidad de las plataformas analizadas ya que entonces tendrían que tenerse en cuenta otros parámetros como recursos de los que disponen (materiales, humanos y económicos), características del medio en el que actúan (universitario, urbano, rural..) y socioeconómicos de su región, si se trata de la actividad principal de la plataforma o si es secundaria, etc.

Asimismo, conviene reflejar que únicamente se han incluido los datos de aquellas plataformas que, o bien nos han suministrado el dato directamente, o bien tienen dicha información en sus respectivas páginas web.

Una vez aclarados estos puntos, en la tabla se pueden observar datos de algunas de las principales plataformas de apoyo, tanto locales como nacionales.

En el caso de las locales y regionales, se dispone de una información bastante exhaustiva de su actividad, ya que se ha obtenido de los principales agentes involucrados, excepto en el caso de las Agencias de Desarrollo Local. No obstante, salvo en los casos de ADL de grandes ciudades (tipo Zaragoza, Barcelona o Madrid) el resto tienen como principal función la orientación de la persona emprendedora, por lo que no participan activamente en el proceso de creación de la nueva empresa. Por tanto, es de suponer que no varíen mucho las cifras finales, incluso en el caso de que sí participen en este paso, ya que un ADL de un pueblo o mancomunidad, aunque tenga una mayor implicación en el proceso emprendedor, por fuerza, en un contexto general, cosechará resultados poco significativos.

Faltaría profundizar más, por lo tanto, en los otros dos niveles. En el caso autonómico, haría falta obtener información de las restantes Agencias de Desarrollo Regional y, en el caso de las plataformas nacionales, ahondar más ya que es donde se han obtenido menos datos (aunque es cierto que muchas de éstas cumplen principalmente funciones de apoyo complementario en el proceso de emprender, por ejemplo, financiero)

Teniendo en cuenta todo esto, se puede realizar una estimación, básicamente a modo orientativo, de cuantas de las empresas creadas en España han recibido apoyo por parte del conjunto de las diversas plataformas. Según los últimos datos del DIRCE, vistos anteriormente, en España se constituyeron en 334.072 entidades. Por lo tanto, comparando este dato con el total de empresas impulsadas por las plataformas, 12.719, arroja una cifra de utilización de las plataformas de apoyo realmente baja, en torno al 4%.

Aún aceptando que está muy incompleta la tabla de empresas apoyadas por las plataformas no deja de ser muy llamativo el porcentaje final obtenido. Es más, aunque doblemos e incluso tripliquemos el número de empresas apoyadas, teniendo en cuenta que faltan datos de muchas ADR y diversas plataformas mencionadas en la Tabla 9, llegaríamos a lo sumo a un 12% y teniendo en cuenta que se reflejan en la Tabla 10 las

principales plataformas, como Cámaras de Comercio o CEEIs, es difícil que se alcanzasen incluso estos porcentajes. Asimismo, no habría que olvidar que en muchos casos una misma empresa puede estar contabilizada en distintas plataformas, por lo que podría bajar aún más este porcentaje.

Por lo tanto, a priori se podría concluir que, a pesar del elevadísimo número de plataformas de apoyo ofrecidos a todos los niveles, a la hora de verdad no son empleadas por los emprendedores, quizás por desconocer su existencia u otros motivos que convendría investigar.

No obstante, convendría realizar un estudio en mayor profundidad de este tema habida cuenta de las dificultades encontradas a la hora de encontrar información pertinente (los factores mencionados al inicio de este apartado) y la ausencia de datos de muchas entidades.

5. ANALISIS DE LAS PLATAFORMAS

A lo largo de este capítulo se estudiará en detalle los distintos tipos de plataformas existentes, clasificándolas en función al territorio que abarcan. Así, tendremos plataformas de ámbito nacional, autonómico y local.

Por último, en este capítulo se prestará especial atención a aquellas provincias donde se concentran un mayor número de plataformas de apoyo, analizando en este caso las sinergias, solapamientos y carencias.

5.1. Estudio de las plataformas nacionales

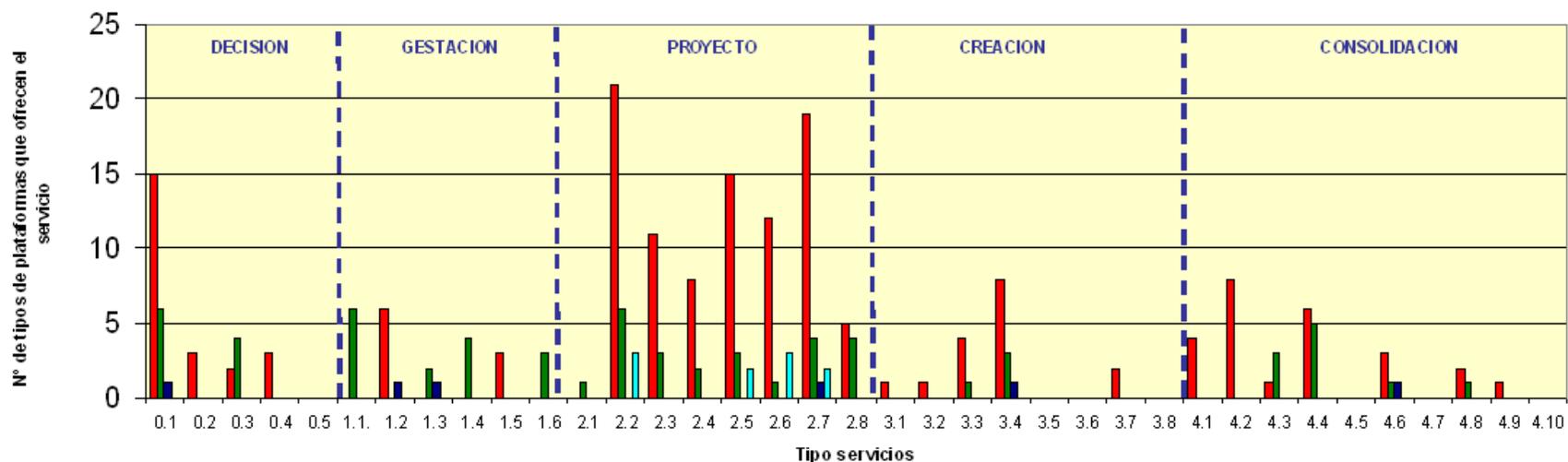
A nivel nacional, como ya se adelantó en el punto anterior, encontramos una tipología muy variada de plataformas, pudiendo agruparse las más comunes de la siguiente manera:

- ✓ Generalistas, que son aquellas que atienden a todo tipo de emprendedores sin distinguirlos por especialidades u origen, como puede ser el caso de la Fundación Incyde.
- ✓ Asociaciones Empresariales y Sindicatos, que ofrecerán sus servicios a sus afiliados, siendo estas de un carácter más específicos a unas necesidades concretas.
- ✓ Economía Social y Tercer Sector, se centrarán en emprendedores con proyectos asociativos o cooperativistas y con los relacionados con el emprendimiento sin ánimo de lucro.
- ✓ Bancos y Cajas de Ahorro. En esta categoría no se trata de inventariar a todos los bancos y cajas que dan soporte económico a la empresa (u otro tipo de entidad) mediante préstamos, créditos o cualquier otro instrumento financiero, que serían la mayoría, sino a entidades que ofrecen un mayor apoyo a la figura del emprendedor, ofreciendo además de financiación, formación, asistencia técnica, herramientas *on line*, etc.

- ✓ Escuelas de Negocio. Orientadas más específicamente hacia sus alumnos y exalumnos, organizando competiciones de planes de negocio, foros de inversores, etc.
- ✓ Apoyo a la I+D+i (siglas de Investigación – Desarrollo – Innovación). Orientadas a potenciar los proyectos de índole tecnológicos y a mejorar en general la relación Ciencia-Empresa para aumentar la competitividad del tejido empresarial español.

A pesar de los distintos tipos, se observa que existe concentración en unos determinados servicios con una atención casi exclusiva a unos arquetipos emprendedores, como puede observarse en la Figura 8:

Figura 8. Tipología de servicios ofrecidos por las plataformas nacionales



Fuente: elaboración propia

■ PUBLICO GENERAL ■ EBT ■ TSECTOR ■ E.SOCIAL

0.1. Difusión	2.3. Tutorización del PN y asesoramiento	3.8. Servicios de alojamiento específicos
0.2. Test aptitudes emprendedoras	2.4. Herramientas on-line	4.1. Formación avanzada a empresas
0.3. Bolsa de ideas, tablón de ofertas y demandas	2.5. Información subvenciones y ayudas	4.2. Servicios de consultoría avanzados
0.4. Casos de éxito, entrevistas	2.6. Información trámites jurídicos	4.3. Asistencia a la internacionalización
0.5. Talleres creatividad, generación de ideas	2.7. Publicaciones	4.4. Organización de ferias, foros de inversores
1.1. Vigilancia tecnológica e IC	2.8. Premios iniciativas emprendedoras	4.5. Gestión de Calidad, Medioambiente, I+D
1.2. Análisis de viabilidad de la idea	3.1. Apoyo jurídico a la creación de empresa	4.6. Servicio de coaching
1.3. Detección de oportunidades de negocio	3.2. Creación empresa (PAIT)	4.7. Alojamiento fase II (almacén, producción)
1.4. Estudios de mercado	3.3. Tramitación y gestión de subvenciones	4.8. Intermediación 2ª rondas de financiación
1.5. Jornadas sectoriales	3.4. Financiación directa	4.9. Generación de redes empresariales
1.6. Informes sectoriales	3.5. Alojamiento fase I (vivero empresas)	4.10. Servicio de transmisión y venta de empresas
2.1. Análisis propiedad industrial / intelectual	3.6. Servicios comunes de alojamiento	
2.2. Formación	3.7. Alojamiento web	

En definitiva, existe un solapamiento evidente en algunos de los servicios ofrecidos mientras que otras actividades están por cubrir. Así, por ejemplo, veintiuna de las cuarenta y tres plataformas estudiadas ofrecen formación y ninguna de las plataformas apoya a la empresa para mejorar sus procesos internos.

Básicamente, de este mapa se pueden extraer varias conclusiones:

- ✓ La primera es que existe una clara orientación hacia la fase de Desarrollo de Proyecto, siendo donde más oferta existe. Por el contrario, en fases que requieren una mayor especialización en los recursos y un abanico más amplio de soluciones, esto es en los eslabones 3 y 4, Creación de Empresas y Consolidación de Empresas la oferta disminuye drásticamente.

Esto puede deberse a varios motivos, el primero porque, en general, el apoyo a la persona emprendedora por parte de las distintas administraciones e instituciones es algo relativamente nuevo en España y, por tanto, aún se encuentra por desarrollar plenamente, lo que justificaría la ausencia de propuestas más específicas o, al menos, más integrales. Por otra parte, la reciente proliferación de servicios hace que ahora se estén creando muchas iniciativas emprendedoras y éstas requerirán en un futuro servicios más sofisticados, pero no a tan corto plazo.

- ✓ También es cierto que cuanto más sofisticados y completos sean los servicios que ofrece una plataforma más caro resultará su mantenimiento, por lo que es lógico que abunden las propuestas que abarquen las etapas iniciales.
- ✓ Es lógico pensar que estas actividades más específicas se deleguen a plataformas “más pegadas al terreno”, es decir, plataformas locales o regionales, que conocerán más concretamente las necesidades de un colectivo específico, por lo que las de presencia nacional cubrirían un campo de actividad más general (difusión, desarrollo de publicaciones, asesoramiento sobre trámites de constitución, etc.)
- ✓ Por último, se puede extraer como conclusión que a la hora de la verdad no existe una especialización en función de los dieciocho arquetipos planteados en el capítulo 3. Por el contrario, prácticamente todas las plataformas se centran en un público general (sin especificar si autónomos o no, si es un emprendimiento en solitario o en grupo, etc.). Como mucho se puede diferenciar plataformas que apoyan proyectos tecnológicos o de alto componente innovador con respecto a la gran mayoría que

apoyan indistintamente uno u otro tipo de proyecto. Por tanto, no se observa una especialización en función a iniciativas relacionadas con el comercio, servicios, industria, etc. El resto de arquetipos tiene una presencia residual o prácticamente inexistente.

5.2. Estudio de las plataformas autonómicas y locales

En este apartado se enumerarán las principales plataformas que operan a un nivel inferior al nacional, esto es, tanto a nivel autonómico como provincial (o local). Seguidamente se detallarán los principales servicios que ofrecen a los distintos arquetipos de emprendedores.

Las plataformas más destacadas son:

- ✓ Agencias de Desarrollo Regional
- ✓ Universidades, a través de sus centros de creación de empresas
- ✓ Parques Científico-tecnológicos
- ✓ CEEIs
- ✓ Centros Tecnológicos
- ✓ Cámaras de Comercio
- ✓ Otras, como las Agencias de Desarrollo Local, fundaciones privadas, asociaciones, etc.

A continuación se analizarán de forma detallada las seis principales plataformas. El último grupo es tan heterogéneo, atomizado e irregular (tanto en la intensidad de la ayuda que ofrecen hasta que en muchas ocasiones aparecen y desaparecen en función de la existencia de subvenciones) y sin una entidad que las aglutine (FEPRODEL, www.feprodel.org, una iniciativa formada por federaciones de ADL de Castilla – La Mancha, Castilla y León, Madrid, Cantabria, entre otras sería lo más parecido) que no será tenido en cuenta a la hora de abordar este análisis.

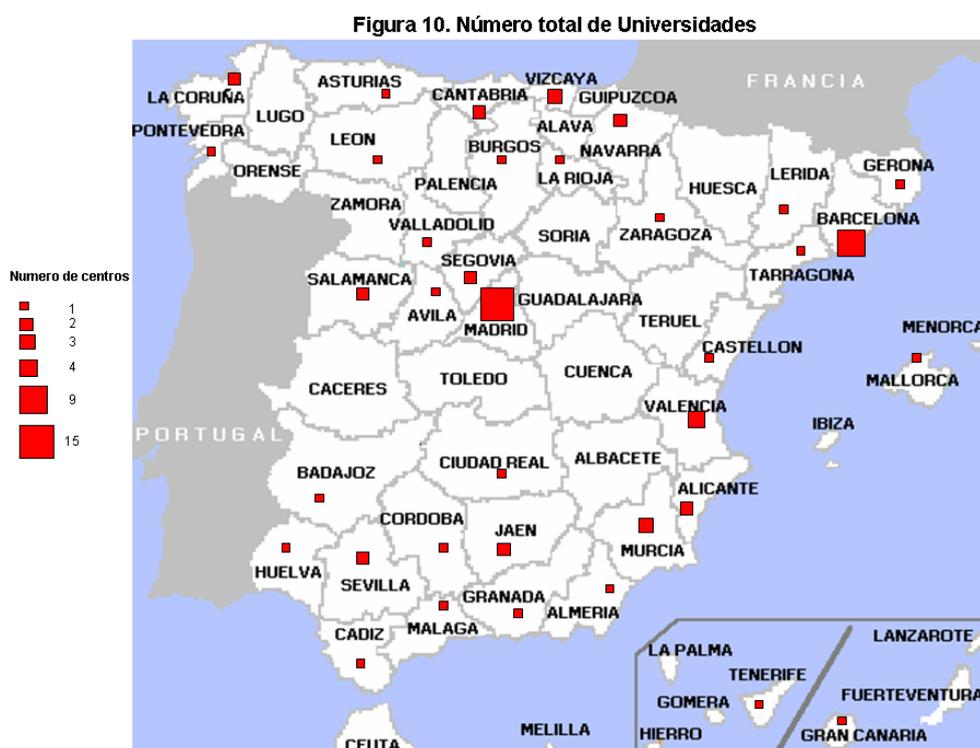
Universidades

Las Universidades, como generadoras de nuevos conocimientos y desarrollos tecnológicos, se constituyen, o deben constituirse, como agentes de innovación y motor del crecimiento económico de sus entornos geográficos en cumplimiento de la denominada “tercera misión” de la Universidad.

Esta misión, denominada de transferencia de tecnología y conocimiento, ha ido paulatinamente calando en las distintas Universidades españolas, por lo que en la última década muchas han puesto en marcha centros de atención de emprendedores, con el objeto de generar empresas (muchas veces participadas en su capital social por la propia Universidad) que desarrollen y comercialicen los resultados de investigación.

Asimismo, muchas de estas Universidades han fomentado también el emprendimiento entre sus alumnos y exalumnos como vía alternativa de inserción laboral.

Actualmente, de las setenta y cuatro universidades existentes, tanto públicas como privadas, cincuenta poseen un servicio de apoyo a emprendedores, lo que constituye un porcentaje bastante significativo (68%)



Fuente: elaboración propia

Figura 11. Servicios universitarios de creación de empresas



Fuente: elaboración propia

Como se observa, todas las comunidades autónomas poseen al menos una Universidad con un servicio de creación de empresas, destacando Madrid con nueve. Los principales servicios que ofrecen estos cincuenta centros (lógicamente, por término medio, siempre existirán centros con más servicios y otros con menos) se recogen en la Figura 12.



Básicamente, los servicios ofrecidos se enfocan en los estadios iniciales, es decir, sensibilización, formación y acompañamiento al emprendedor durante el desarrollo del proyecto (asistencia plan de negocio, información sobre trámites, etc) y, en algunos casos, alojamiento en viveros o incubadoras empresariales (con sus servicios básicos de apoyo) Muchos de estos servicios se centran exclusivamente en su personal docente e investigador con proyectos tecnológicos aunque la tendencia actual es que presten atención a todo el colectivo universitario.

Otro tipo de plataforma asimilable a la anterior la constituyen las Fundaciones Universidad Empresa, que son entidades creadas para fomentar los lazos entre el tejido industrial y el académico. Las actividades más comunes de estas fundaciones son la transferencia de tecnología (gestión de contratos universidad-empresa, becas, etc), formación continua (de postgrado y ocupacional), gestión de prácticas para alumnos en empresas y, finalmente, creación de empresas, ofreciendo en este caso servicios similares a los anteriormente descritos.

Actualmente en España existen treinta y una Fundaciones Universidad Empresa, asociadas a la Red Española de Fundaciones Universidad Empresa (REDFUE, www.redfue.es)

Figura 13. Fundaciones Universidad Empresa



Fuente: elaboración propia

Parques Científicos y Tecnológicos

La Asociación Internacional de Parques Científicos (IASP en su acrónimo en inglés, www.iasp.ws) define a los parques científicos y tecnológicos como una organización gestionada por profesionales especializados, cuyo objetivo fundamental es incrementar la riqueza de su territorio promoviendo la cultura de la innovación y la competitividad de las empresas e instituciones generadoras de conocimiento instaladas en el parque o asociadas a él.

Para que una entidad sea reconocida como Parque Científico o Tecnológico debe cumplir los siguientes requisitos:

- ✓ Disponer de un espacio físico con las siguientes características:
 - Terrenos y edificios. Debe existir suelo apto para su ocupación y al menos un edificio que dote al Parque de servicios comunes tales como salas de reuniones, auditorio, otros servicios de carácter general

destinados a las empresas, infraestructuras avanzadas de telecomunicaciones, etc.

- Infraestructuras de apoyo a la innovación. Es necesario acreditar que existe la presencia de algunas de las siguientes infraestructuras de apoyo a la innovación tales como universidad, centros tecnológicos, otros centros de investigación, laboratorios, centros de empresas e innovación, viveros de empresas, etc.
- ✓ Relaciones formales y operativas con universidades, institutos de investigación, etc.
- ✓ Organismo estable de gestión. Es decir, estar dotado de un equipo humano, integrado en una sociedad o institución, especializado en la gestión del Parque.
- ✓ Empresas. Debe acreditarse la presencia de empresas innovadoras y otras instituciones relacionadas implantadas en el Parque.

En España, la asociación que agrupa a estos parques es la APTE, Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España (www.apte.org). La APTE cuenta actualmente con treinta y dos parques en funcionamiento y cuarenta y siete en proyecto (socios y asociados, respectivamente APTE). En la Figura 14 se muestra su ubicación geográfica, donde los cuadros coloreados en naranja simbolizan Parques en activo mientras que los coloreados en blanco con borde naranja simbolizan Parques en distintas fases de desarrollo y, por lo tanto, aún no operativos.

Figura 14. Distribución geográfica de los Parques Científico-Tecnológicos

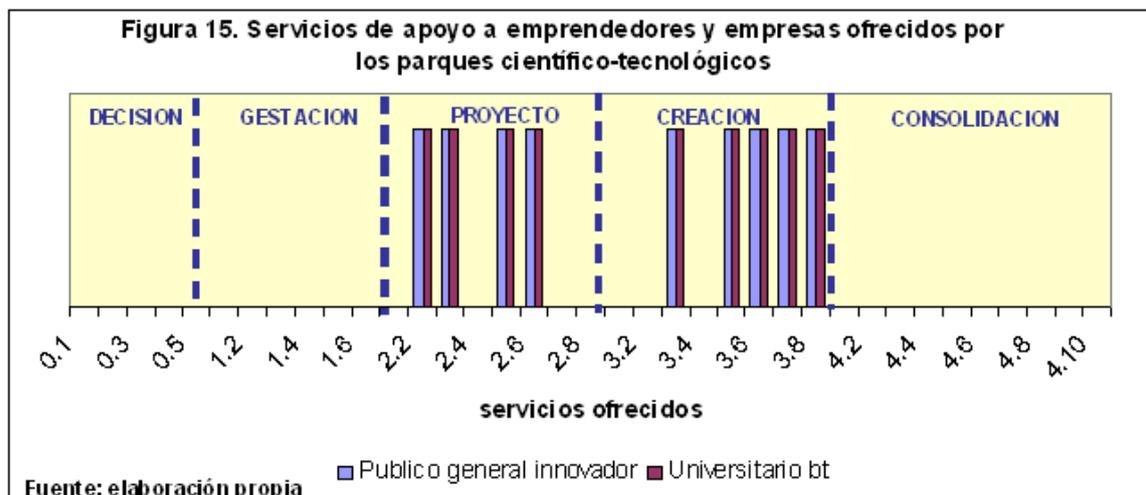


Fuente: Elaboración propia a partir de la Memoria de APTE, 2008 (www.apte.org)

La oferta actual de Parques es más abundante en regiones periféricas quedando el centro, exceptuando Madrid, más despejado, siendo especialmente llamativo el caso de Castilla - La Mancha.

Barcelona constituye con diferencia la zona con mayor concentración tanto actual como en proceso, de parques de toda España, seguida de Madrid, País Vasco y Comunidad Valenciana.

En cuanto a los servicios que ofrecen, los más habituales serían los reflejados en la Figura 15.



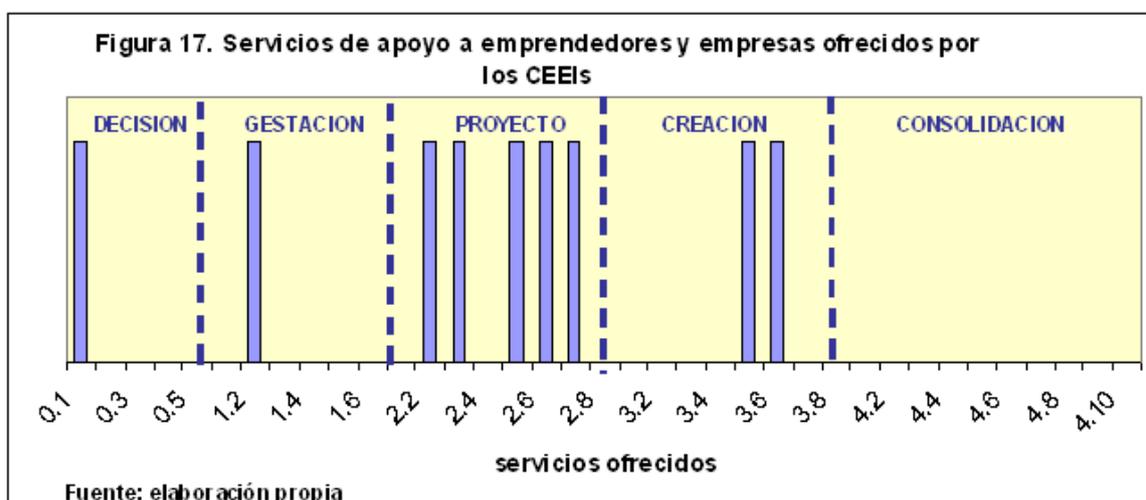
Como se observa, su oferta está especializada en los eslabones 2 y 3, esto es, desarrollo del proyecto empresarial y creación e incubación de la empresa resultante. Destacan los servicios de asesoramiento durante la elaboración del plan de negocio, información sobre los distintos trámites o ayudas existentes, gestión y tramitación de subvenciones para proyectos de I+D+i, alojamiento y servicios de consultoría tanto en la creación como, aunque en menor frecuencia, en la consolidación. No obstante, hay parques como el Parque Científico de Barcelona o el de Madrid, que ofrecen más apoyo en la consolidación, tales como asistencia en la internacionalización, organización de foros de inversores o servicios de coaching, pero no se podría extender a la totalidad de parques existentes.

En cuanto a los arquetipos emprendedores a los que se dirigen, se enfocan en emprendedores con proyectos altamente innovadores, con especial preferencia hacia los de origen universitario.

CEEIs

CEEI es el acrónimo de Centro Europeo de Empresas e Innovación. Los CEEIs son entidades de carácter no lucrativo constituidas con la participación de organismos de la administración, así como de diversas entidades financieras, empresariales, sociales y universitarias, cuyo fin es apoyar la creación de PYMES de carácter innovador e impulsar el desarrollo de nuevos productos y servicios innovadores en empresas ya existentes.

Los servicios que típicamente cubren los CEEI abarcan los tres primeros eslabones del proceso emprendedor, esto es “Sensibilización” (en el “0”), “Análisis de la Viabilidad de la Idea” (en el “1”); “Formación”, “Tutorización del plan de negocio” e “Información” (en el “2”); y “Alojamiento” y “Servicios comunes a la empresa creada” (en el “3”).



En cuanto al arquetipo al que se dirigen es similar al caso de los Parque Científicos, se enfocan en proyectos innovadores (sin más diferencias en cuanto a si productos o servicios o sectores de actividad), aunque sin distinguir sobre origen académico o no.

Centros Tecnológicos

Los Centros Tecnológicos forman parte de los Centros de Innovación y Tecnología (CIT), que son entidades definidas, según el Real Decreto 2609/1996, como aquellas personas jurídicas, legalmente constituidas sin fines lucrativos, que estatutariamente tienen por objeto contribuir, mediante el perfeccionamiento tecnológico y la innovación, a la mejora de la competitividad de las empresas españolas. Estos centros son reconocidos y registrados como tales por la Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología, tras acreditar el cumplimiento de los requisitos establecidos en este reglamento.

De todos los CIT, se denominan Centros Tecnológicos a aquellos que no presentan en su propiedad u órgano de gobierno una mayoría de representación de las Administraciones públicas.

La Federación Española de Entidades de Innovación y Tecnología (FEDIT, www.fedit.es) es la asociación privada sin ánimo de lucro que agrupa a los diferentes Centros

Tecnológicos españoles. Actualmente FEDIT reúne a sesenta y siete centros repartidos por todo el territorio nacional, como se puede apreciar en el siguiente gráfico:

Figura 18. Distribución geográfica de los Centros Tecnológicos

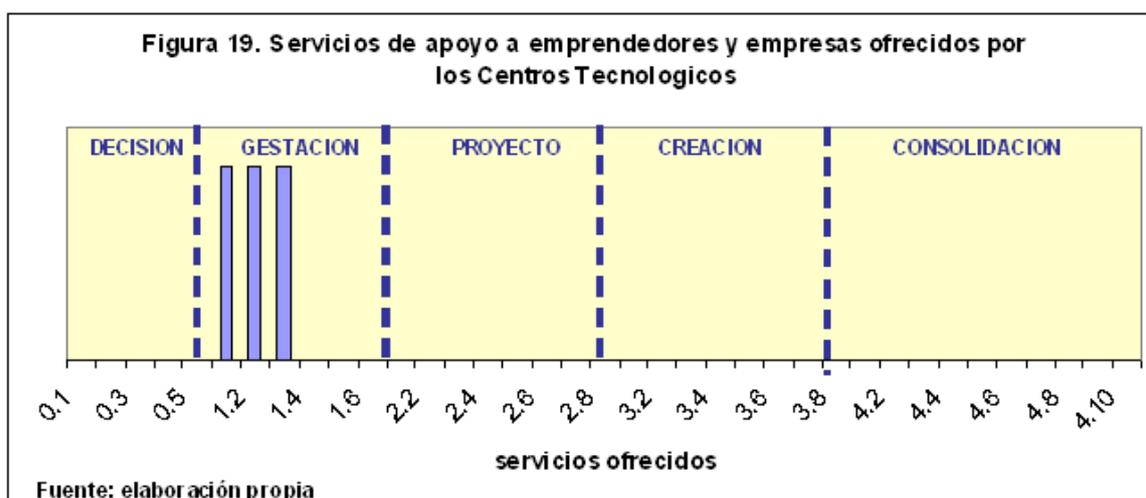


Fuente: elaboración propia a partir de J.C.. Ondatéqui. Revista

La ubicación de estos centros está muy polarizada, destacando muy claramente el País Vasco y la Región de Murcia, seguido a cierta distancia por Barcelona, Madrid y Comunidad Valenciana. Por el contrario, es llamativa su ausencia en Castilla La Mancha, Extremadura o Andalucía. Igualmente, existe muy poca presencia en comunidades como Aragón, Galicia o Castilla y León.

En cuanto a los servicios que ofrecen, por lo general (siendo sesenta y siete, lógicamente hay variaciones entre ellos) se enfocan en los primeros estadios del proceso emprendedor, ya que su función está más centrada en proporcionar innovaciones y soluciones a un sector de actividad concreto (y por lo tanto más orientado hacia empresas consolidadas con problemas específicos) Así, en el proceso emprendedor se enfocarían en actividades del eslabón 1, es decir, identificación de nuevas oportunidades

de negocio, análisis de viabilidad de las mismas, y vigilancia tecnológica, gracias a su privilegiado contacto con la realidad de cada sector.



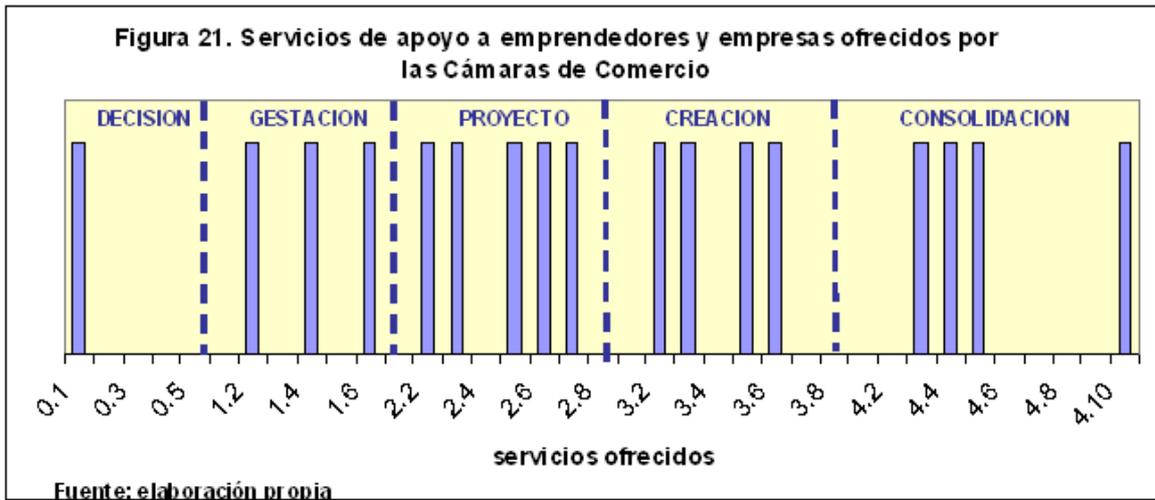
En cuanto al arquetipo de persona emprendedora al que se dirigen, se podría decir que sería el arquetipo general con proyectos industriales, es decir, orientados a la producción y no a servicios. Este tipo de Centros proporcionan apoyo tecnológico a industrias de todo tipo de sectores de actividad.

Cámaras de Comercio

Se definen las Cámaras de Comercio como Corporaciones de Derecho Público que se erigen como instituciones intermedias en la representación, promoción y defensa de los intereses generales del comercio, la industria y la navegación, y en la consolidación del tejido económico del país.

El Consejo Superior de Cámaras de Comercio (www.camaras.org), representante a nivel nacional e internacional de las ochenta y siete Cámaras de Comercio, es el interlocutor válido ante los órganos de la Administración del Estado. Coordina las actuaciones de las Cámaras, fomenta la relación entre ellas y elabora la posición de las Cámaras de Comercio ante la Administración, a partir de la información que, a través de la red cameral, transmiten las empresas.

La presencia de las Cámaras a nivel nacional es absoluta, en todas las provincias hay, al menos, una Cámara.

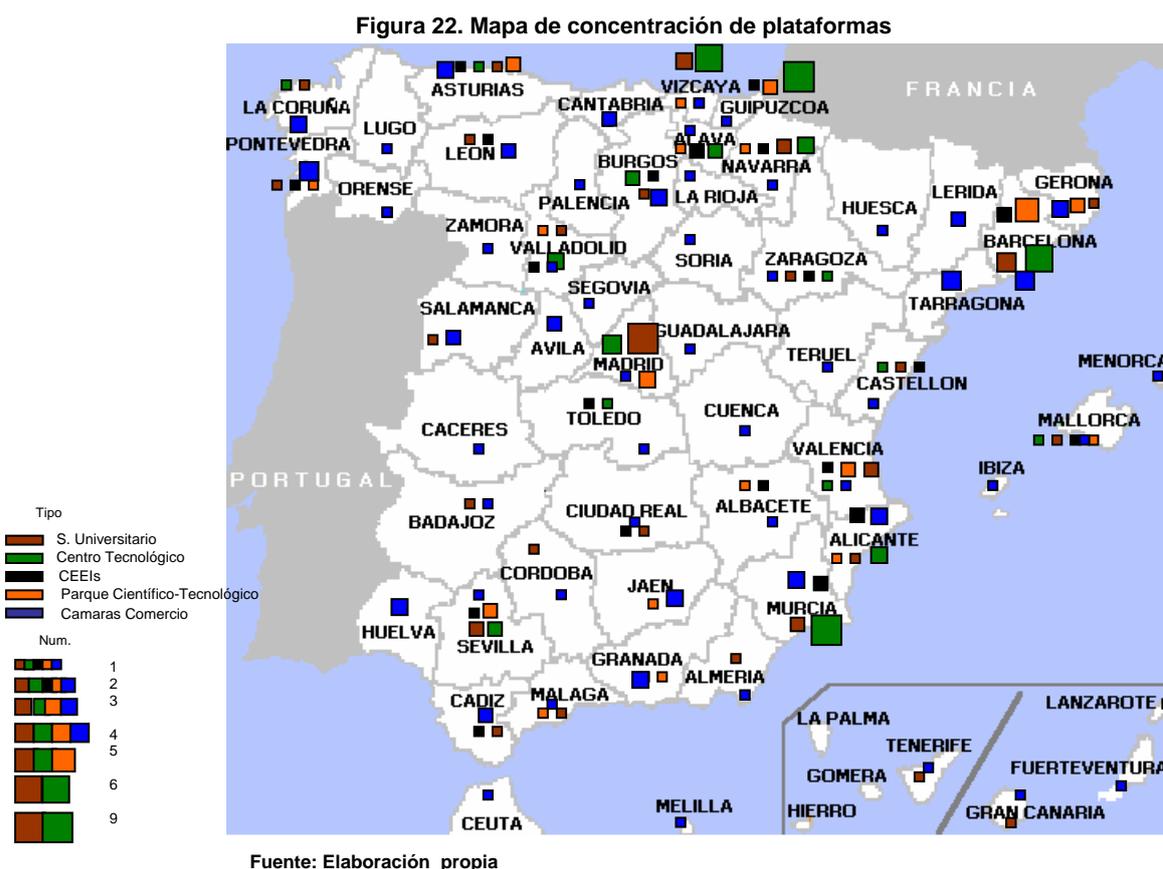


En cuanto al público al que se dirigen, básicamente es a todo el espectro (salvo emprendedores sociales), es decir, tanto proyectos tecnológicos, como de comercio o servicios.

5.3. Concentración de plataformas de apoyo al emprendedor a nivel del territorio

Tras identificar las principales plataformas de apoyo a la persona emprendedora en España, tanto a nivel nacional como comunitario y local, el paso siguiente consistirá en analizar los solapamientos, sinergias y carencias que se producen entre ellas en cada territorio para los distintos arquetipos de emprendedor identificados.

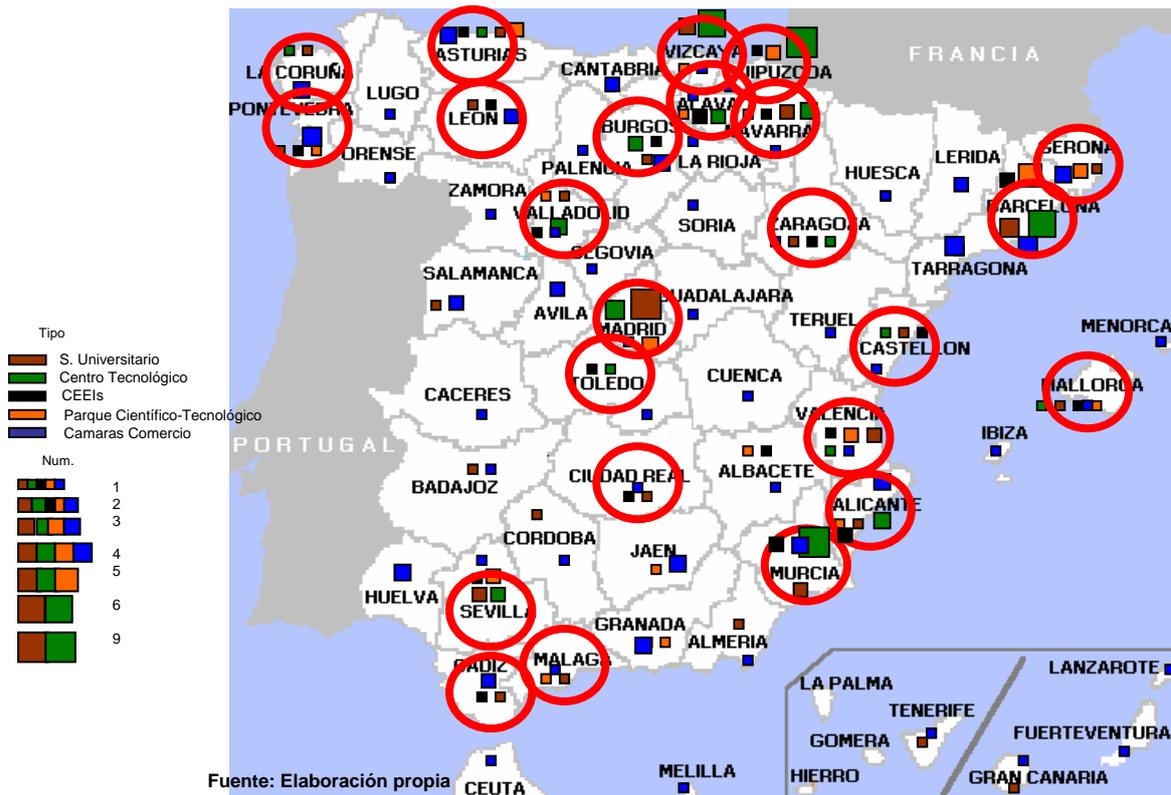
Para ello el primer paso consistirá en visualizar la concentración de las principales plataformas en cada provincia (a las que posteriormente se sumarían otras, más globales y, por tanto menos significativas, de tipo autonómico o nacional) El resultado se muestra en la Figura 22.



Como se puede apreciar, la distribución es bastante desigual, existiendo provincias muy densamente ocupadas, tanto en número como por tipo de plataformas, y otras con una presencia muy limitada. Por tanto, se puede hablar de una gravitación de recursos hacia áreas aglutinadoras.

En vista de esta situación, resulta poco clarificador realizar un análisis de la interacción de las distintas plataformas en cada una de las provincias españolas, ya que en muchos casos no existirán elementos suficientes como para comparar y extraer conclusiones. En su lugar, se ha optado por realizar un estudio en cada una de las principales áreas de concentración de plataformas, que son las enmarcadas en rojo, tal y como se muestra en la Figura 23.

Figura 23. Análisis de zonas de mayor concentración de plataformas



Básicamente, el criterio seguido a la hora de elegir las zonas de mayor concentración se basa en el número de plataformas de distintos tipos. Se han señalado concretamente a aquellas provincias con tres o más tipos de plataformas de apoyo locales o regionales (a las que insistimos que se añadirían las de corte autonómico o nacional), por considerarse que proporcionan a la persona emprendedora una oferta suficientemente variada y permiten un análisis comparativo más rico que en el caso de contemplar un número menor.

También es necesario destacar que ha primado el número de plataformas distintas sobre el número total de plataformas existentes en un territorio, ya que puede darse el caso que en una provincia existan tres plataformas de apoyo pero sean todas ellas del mismo

tipo (como Cámaras de Comercio locales). En este caso, la homogeneidad de los servicios que prestasen sería tal que imposibilitaría la obtención de conclusiones relevantes para el estudio.

Una vez establecidas estas premisas, se procederá a analizar el mapa de recursos existentes para los distintos arquetipos en las provincias señaladas. El análisis constará de tres fases: primera, inventario de las plataformas existentes, segunda, descripción de los servicios que cubren y, finalmente, un análisis DAFO³ (acrónimo de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) donde se reflejarán las principales características detectadas (solapamientos, carencias, relación con el entorno, etc.).

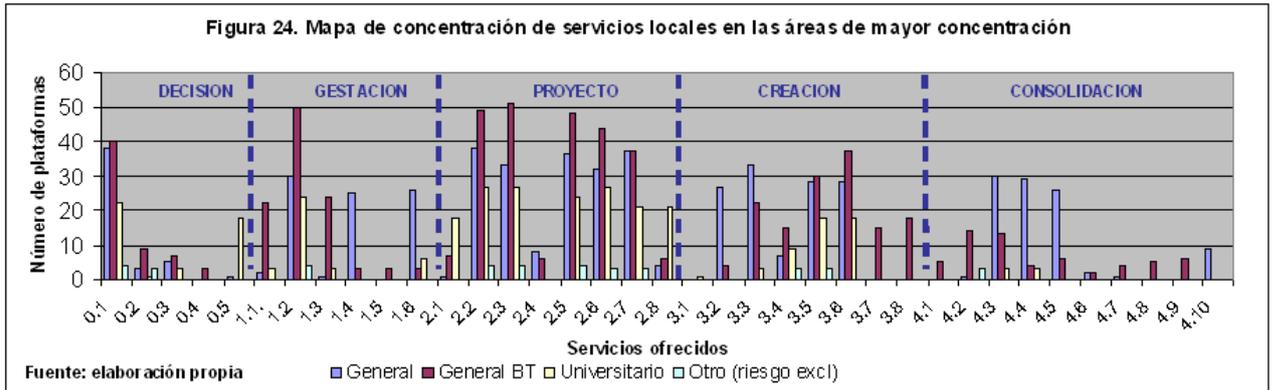
Así, en las Tablas 11 y 12 se muestran una relación de las principales plataformas existentes a nivel provincial. Básicamente se trata de servicios universitarios, CEEIs, Cámaras de Comercio, parques científico-tecnológicos, centros tecnológicos e iniciativas regionales (tipo agencia de desarrollo regional o similares), en las que en algunos casos se añaden otros agentes como fundaciones o agencias locales. En estas Tablas no se han inventariado las plataformas nacionales, ya que en principio éstas actúan indistintamente por todo el país, por lo que su inclusión no aporta rasgos diferenciales entre las provincias estudiadas.

³ En el Anexo 4 se describe el Análisis DAFO en mayor detalle

Tabla 11. Relación de las principales plataformas existentes en las provincias con mayor concentración

Andalucía					
Cádiz		Málaga		Sevilla	
<i>Plataformas</i>	<i>Uds.</i>	<i>Plataformas</i>	<i>Uds.</i>	<i>Plataformas</i>	<i>Uds.</i>
Cámara Comercio	2	Cámara Comercio	1	Cámara Comercio	1
Universidad	2	Universidad	2	Universidad	3
CEEI	1	Parque científico-tecnológico	1	CEEI	1
Red Andalucía Emprende		Red Andalucía Emprende		Parque científico-tecnológico	2
Agencia IDEA		Agencia IDEA		Centro Tecnológico	2
				Red Andalucía Emprende	
Aragón		Principado de Asturias		Islas Baleares	
Zaragoza		Asturias		Mallorca	
<i>Plataformas</i>	<i>Uds.</i>	<i>Plataformas</i>	<i>Uds.</i>	<i>Plataformas</i>	<i>Uds.</i>
Cámara Comercio	1	Cámara Comercio	3	Camara Comercio	1
Universidad	1	Universidad	1	Universidad	1
CEEI	1	CEEI	1	CEEI	1
Centro Tecnológico	1	Parque científico-tecnológico	2	Parque científico-tecnológico	1
Inst. Aragonés de Fomento		Centro Tecnológico	1	Centro Tecnológico	1
		IVUCA		IVI	
		Valnalón Ciudad Tecnológica			
Castilla y León					
Burgos		León		Valladolid	
<i>Plataformas</i>	<i>Uds.</i>	<i>Plataformas</i>	<i>Uds.</i>	<i>Plataformas</i>	<i>Uds.</i>
Cámara Comercio	3	Cámara Comercio	2	Cámara Comercio	1
Universidad	2	Universidad	2	Universidad	2
CEEI	1	CEEI	1	CEEI	1
Centro Tecnológico	2	ADE		Parque científico-tecnológico	1
ADE				Centro Tecnológico	3
				ADE	
Castilla - La Mancha					
Albacete		Ciudad Real		Toledo	
<i>Plataformas</i>	<i>Uds.</i>	<i>Plataformas</i>	<i>Uds.</i>	<i>Plataformas</i>	<i>Uds.</i>
Cámara Comercio	1	Cámara Comercio	1	Cámara Comercio	1
CEEI	1	Universidad	1	CEEI	1
Parque científico-tecnológico	1	CEEI	1	Centro Tecnológico	1
Factoría de Emprendedores		Factoría de Emprendedores		Factoría de Emprendedores	
Cataluña					
Barcelona		Gerona			
<i>Plataformas</i>	<i>Uds.</i>	<i>Plataformas</i>	<i>Uds.</i>		
Cámara Comercio	3	Cámara Comercio	3		
Universidad	3	Universidad	1		
Barcelona Activa	1	Parque científico-tecnológico	2		
Parque científico-tecnológico	5	ACC10			
Centro Tecnológico	6				
ACC10					

Fuente: elaboración propia



Observando el mapa, se aprecia una mayor intensidad en la oferta de servicios en el estadio de Proyecto (Eslabón 2), esto es, en la fase previa a la creación de la empresa. Se puede afirmar que, de hecho, existe un elevado solapamiento en esta fase, lo que conlleva cierta desorientación por parte de la persona emprendedora y una gestión deficiente de los recursos existentes. Sin embargo, otras etapas como la consolidación empresarial o la inicial están mucho menos atendidas.

Otro hecho significativo, es que de los dieciocho arquetipos de personas emprendedoras inicialmente postulados se quedan reducidos prácticamente a tres: público general (distinguiendo aquellas plataformas que apoyan sólo proyectos altamente innovadores o de base tecnológica con las que no realizan tal distinción) y universitarios, generalmente también altamente innovadores (universitarios con ideas de negocio tradicionales serían más bien reorientados hacia plataformas de corte más generalista)

En definitiva, y en vista del mapa de concentración resultante, se puede realizar un análisis DAFO que refleje las principales conclusiones extraídas.

Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Poca especialización de las plataformas en cuanto a los distintos arquetipos de emprendedores. • Solapamiento de plataformas en la oferta de servicios para proyectos altamente innovadores. • Poca oferta para los eslabones 0 y 4, fases iniciales y finales del proceso emprendedor. • Atomización de la oferta, existen demasiados agentes, públicos y privados, autonómicos, municipales y nacionales involucrados en el proceso emprendedor sin demasiadas conexiones entre ellos. Debería ser más sinérgico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Deslocalización de la demanda hacia otras provincias más competitivas en costes • El previsto aumento de plataformas, especialmente tecnológicas, en provincias con menor concentración aumentará la competitividad de éstas en detrimento de áreas más concurridas. • Gran cantidad de plataformas existentes, lo que por un lado conlleva cierto grado de solapamiento y por otro el desconocimiento de todas ellas por parte del usuario final.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Muy bien desarrollados los servicios necesarios en las distintas fases del proceso emprendedor. Especialmente en la fase de Desarrollo de proyecto y Creación de empresas, para los arquetipos genéricos y, aunque en menor medida, universitario. • Existencia de todo tipo de plataformas de apoyo a lo largo del proceso emprendedor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Completar los servicios no ofrecidos en los distintos eslabones, especialmente en la consolidación. • Mayor especialización de las plataformas para adaptarse a la realidad industrial existente y a sus demandas específicas de servicios. • Atracción de proyectos del resto de provincias. • Realización de acciones conjuntas para aumentar la competitividad de las mismas.

Debido a que tanto el mapa de concentración de plataformas como el análisis DAFO se realiza a modo general, esto es, reflejando el conjunto de las provincias estudiadas, en el Anexo 3 se realizará un mapa de concentración y un análisis DAFO para cada una de las provincias destacadas.

6. EMPRENDIMIENTO Y TERRITORIO: CONCENTRACIÓN DE ACTIVIDADES POR COMUNIDADES AUTONOMAS Y EL PAPEL DE LAS PLATAFORMAS

Para desarrollar el contenido de este capítulo se desarrollarán dos acciones consecutivas: la primera consistirá en analizar la distribución geográfica de las empresas por sectores de actividad, con el objeto de hacer una aproximación a cuales son las áreas o sectores de especialización de cada Comunidad Autónoma. Es de suponer que diversos factores, como la presencia de multinacionales emblemáticas o políticas regionales de desarrollo y demás características socioeconómicas de la región determinen la concentración de determinadas actividades económicas en ciertas regiones y comarcas del Estado.

El segundo paso consistirá en determinar si la proliferación de este tipo de actividades económicas se ve favorecida por la presencia de plataformas de apoyo al emprendedor especializadas (como por ejemplo un parque científico orientado a la incubación de empresas biotecnológicas) o si por el contrario las plataformas existentes son de tipo generalista (como una Cámara de Comercio) y no cabe esperar que ejerzan un impacto significativo sobre la especialización del tejido productivo.

Para conocer la distribución geográfica de las empresas por sectores de actividad, se ha utilizado la base de datos elaborada por el Directorio Central de Empresas (DIRCE) del Instituto Nacional de Estadística (www.ine.es). Lamentablemente, esta base refleja datos por Comunidades Autónomas y no por provincias, por lo que la aproximación será menos precisa de lo deseable.

Se han escogido actividades, reflejadas por los códigos de Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE), tanto tradicionales como tecnológicas, o de alto componente innovador, con el objeto de hacer un mapa lo más amplio posible. En las dos Tablas siguientes se muestran los resultados, coloreando las cinco CCAA que más destacan para cada una de las actividades seleccionadas:

Tabla 13. Concentración de empresas según sector de actividad y CC.AA

CNAE	ACTIVIDAD	AND	ARA	AST	BAL	CANA	CANT	CYL	CMAN	CAT	C.VAL	EXT	GAL	MAD	MUR	NAV	P. VAS	RIO	TOTAL
152	Industria Pesquera	93	12	19	1	10	75	20	14	77	74	9	194	51	29	9	80	4	771
24	Química	510	151	59	44	80	38	149	197	1213	603	62	158	586	199	60	206	42	4357
252	Plásticos	442	152	36	29	58	40	143	157	1388	928	47	170	539	165	83	368	45	4790
291	Metalmecánica	34	42	13	10	10	6	18	23	242	57	6	25	79	22	18	143	3	751
34	Automoción	260	154	38	5	28	22	144	129	519	168	37	119	206	72	100	155	29	2185
353	Aeronáutica	44	8	1	7	5	0	3	13	21	11	2	9	65	3	0	23	1	216
642	Telecomunicaciones	527	71	54	127	195	23	101	58	668	402	42	111	918	91	23	152	21	3584
731	I+D en Ciencias Naturales	535	83	74	73	170	23	158	76	841	370	49	203	958	115	55	219	30	4032
15	Agroalimentación	5564	1075	726	530	1033	406	3185	2521	3613	2166	1490	2534	1555	1141	680	1591	802	30612
22	Diseño (artes gráficas)	2687	500	411	585	840	189	895	634	5840	2256	288	1117	7158	473	296	1331	116	25616
351	Construcción naval	348	2	30	642	168	31	1	4	342	206	1	434	43	81	1	123	0	2457
726	Informática	252	63	45	52	80	14	77	52	785	281	35	105	1016	43	26	131	12	3069
244	Farmacia	17	16	3	3	2	2	18	8	168	19	1	12	105	13	6	8	1	402
263	Cerámica	28	9	0	1	1	1	2	14	20	307	2	6	7	5	1	3	0	407
17	Industria textil	816	174	82	148	121	46	270	315	2744	1817	73	518	569	202	98	177	73	8243
193	Fabricación de calzado	62	150	2	138	2	1	19	388	36	2549	6	15	56	136	17	14	268	3859
361	Fabricación de muebles	3377	548	378	469	544	145	1020	1287	2781	2463	428	1212	2070	999	208	970	209	19108
362	Joyería	792	60	65	54	32	27	58	23	641	261	19	148	396	30	11	107	10	2734

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del DIRCE, 2009

Tabla 14. Concentración de empresas según sector de actividad y CC.AA (continuación)

CNAE	ACTIVIDAD	AND	ARA	AST	BAL	CANA	CANT	CYL	CMAN	CAT	C.VAL	EXT	GAL	MAD	MUR	NAV	P. VAS	RIO	TOTAL
20	Industria química	499	136	56	43	79	37	133	193	1051	587	63	148	489	186	57	197	41	3995
21	Fabricación productos farmacéuticos	18	16	4	3	2	2	20	8	174	21	1	11	107	13	7	8	1	416
29	Fabricación de vehículos de motor, remolques y semirremolques	270	167	39	5	30	22	151	130	546	174	37	123	224	73	114	151	31	2287
302	Fabricación de locomotoras y material ferroviario	2	3	2	0	0	0	5	1	12	3	1	0	21	0	2	7	0	59
351	Producción, transporte y distribución de energía eléctrica	1935	393	113	252	214	47	1134	2173	1297	1258	431	459	2651	421	469	297	169	13713
411	Promoción inmobiliaria	18052	2327	1097	3963	3393	1033	3338	3324	21374	12454	980	6320	14717	4252	873	3582	677	101756
412	Construcción de edificios	28589	7149	5302	8315	8952	3217	14465	13069	39537	23696	4764	14229	26601	6597	2906	6268	1636	215292
475	Comercio al por menor en establecimientos	20464	2474	2335	2737	4510	1213	5551	4566	14765	11186	2429	6995	12245	3107	1177	4587	720	101061
479	Comercio al por menor no realizado en establecimientos	1163	359	252	176	375	94	403	307	1442	949	201	420	1076	233	115	394	72	8031
551	Hoteles y alojamientos	1849	473	490	949	522	364	734	441	2051	750	247	903	1183	146	608	419	96	12225
561	Restaurantes y puestos de comidas	8473	1407	1227	4617	6361	729	2126	1559	11179	9162	604	3718	6637	1405	627	3566	330	63727
79	Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas, etc	2113	197	195	498	852	100	442	291	1811	1053	160	382	2214	170	86	368	50	10982

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del DIRCE, 2009

Como se observa, comunidades como Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana y Madrid, aparecen como referencia en prácticamente en todas las actividades seleccionadas, por lo que habrá que obviarlas en muchos casos para detectar otras zonas con alta presencia de determinadas actividades. Sería interesante realizar un análisis más pormenorizado a nivel de provincia.

Por tanto, teniendo en cuenta los datos obtenidos en el DIRCE, se pueden determinar las principales actividades que predominan en cada Comunidad Autónoma:

Tabla 15. Actividades empresariales predominantes en las distintas C.C.A.A.

CCAA	Actividades empresariales destacadas
Andalucía	Destaca en casi todas (agroalimentación, química, construcción...)
Aragón	Metalmecánica; cerámica; calzado; automoción
Asturias, P.	Industria ferroviaria; agroalimentación; joyería
Baleares, I	Construcción naval; telecomunicaciones; calzado; restauración; industria hotelera
Canarias, I	Restauración; actividad turística; telecomunicaciones; I+D en ciencias naturales
Cantabria	Industria pesquera
Castilla y León	Agroalimentación; industria farmacéutica; industria ferroviaria; automoción
Castilla - La Mancha	Aeronáutica; agroalimentaria; calzado; mobiliario; cerámica; producción, distribución y transporte de energía eléctrica
Cataluña	Destaca en todas (industria química; industria farmacéutica, automoción...)
C. Valenciana	Destaca en prácticamente todas (calzado, industria textil, plásticos...)
Extremadura	Agroalimentación
Galicia	Industria pesquera; I+D ciencias naturales; agroalimentación; construcción naval; industria textil; joyería; mobiliario
La Rioja	Agroalimentación; calzado
Madrid	Destaca en casi todas (aeronáutica, industria química, diseño, I+D ciencias naturales...)
Murcia	Inmobiliaria; industria química; industria farmacéutica
Navarra	Agroalimentación; automoción; hoteles; producción, distribución y transporte de energía eléctrica
País Vasco	Pesca; química; metalmecánica; automoción; aeronáutica; diseño; informática; ferroviaria; I+D ciencias naturales

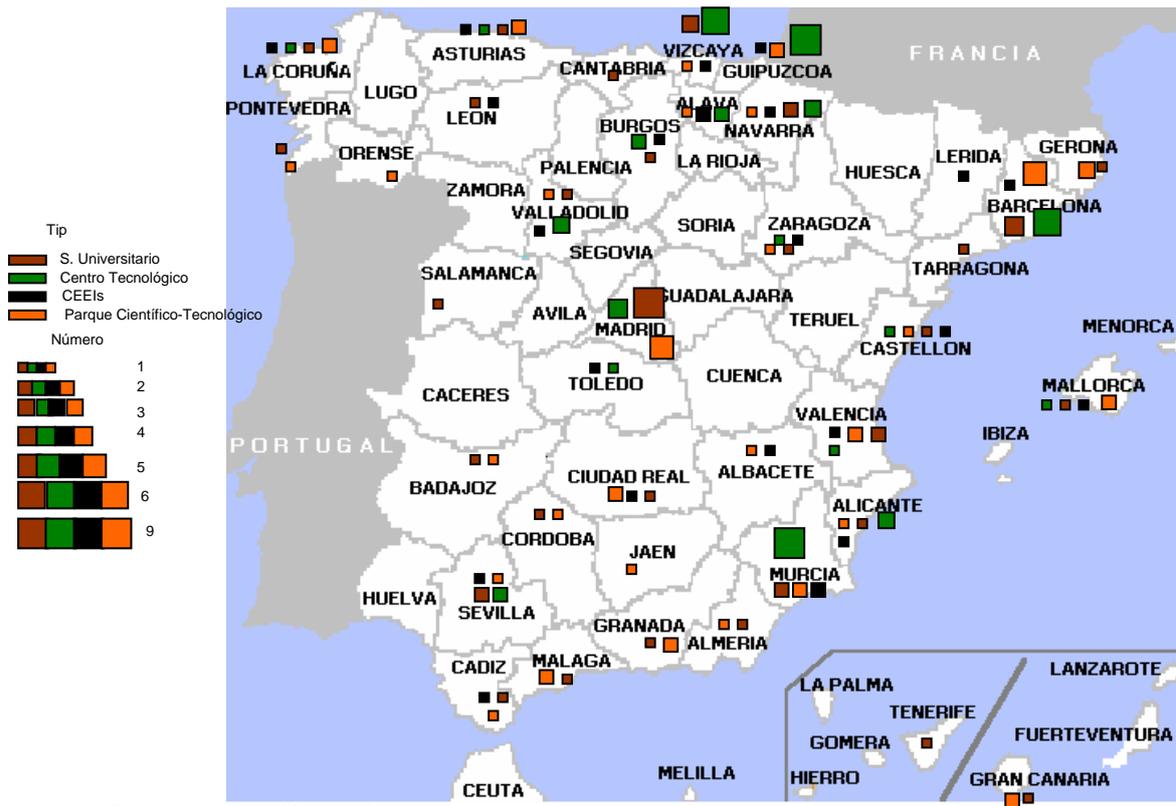
Fuente: elaboración propia

Una vez realizado esto, el siguiente paso consistiría en comprobar si en estas Comunidades existen plataformas de apoyo específicas para estas actividades. Como ya vimos en el apartado anterior, básicamente las plataformas se dividen entre generalistas y de apoyo a proyectos innovadores, por lo que nos centraremos en el segundo tipo, ya que del primer tipo no podremos extraer una conclusión clara, al trabajar con todo tipo de proyectos y empresas.

Por tanto, se analizarán las plataformas de corte más innovador, con el propósito de comprobar si su especialización coincide con las actividades destacadas en sus respectivas regiones o si no existe una relación clara ente la actividad productiva del territorio y las infraestructuras de soporte para el desarrollo de ésta.

Así, lo primero que habrá que saber es cuáles son estas plataformas y donde se ubican. Los principales agentes dinamizadores de la innovación serán, a priori, CEEIs, Parques Científicos y Tecnológicos, servicios universitarios de creación de empresas tecnológicas y Centros Tecnológicos. En el mapa de la Figura 25 se puede visualizar la distribución de los centros de soporte especializados para la creación y desarrollo de empresas innovadoras.

Figura 25. Distribución geográfica de Centros Tecnológicos, Parques Científico-Tecnológicos, Servicios Universitarios y CEEIs



Un primer análisis de este mapa, muestra que existen áreas densamente representadas y zonas con una presencia poco relevante. Ejemplo de lo primero sería el arco mediterráneo, la Cordillera Cantábrica, Madrid y, en menor medida, la costa andaluza. Zonas menos representadas serían Huesca, Teruel y Cuenca o, en general, prácticamente la denominada *Ruta de la Plata* (es decir, Huelva, Extremadura, Salamanca, Zamora, Lugo y Orense)

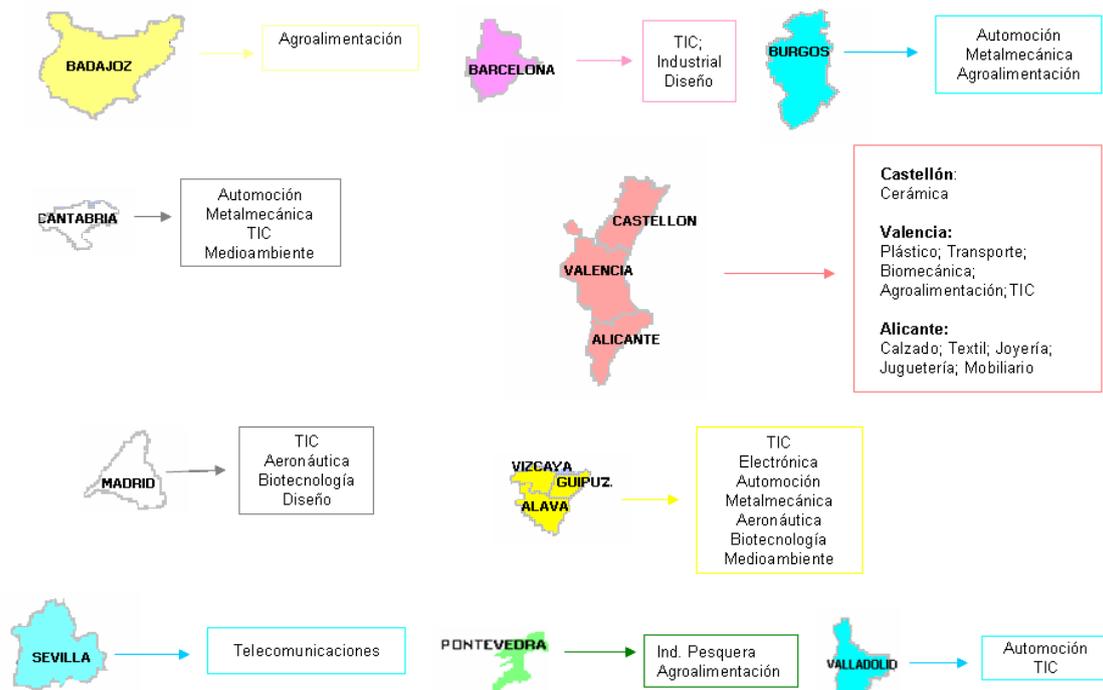
Una vez vistas las grandes concentraciones, se han analizado las áreas de especialización de cada plataforma, con el objeto de contrastar estas supuestas especialidades con la tipología de empresas existentes en dicho territorio. En el caso de que se observe que en un área geográfica hay una determinada especialización de las

plataformas que coincide con una clara presencia de empresas de ese sector, se podría hablar de que existe un polo innovador, se habría formado lo que se denomina un *Cluster Tecnológico*, bien sea de “facto” o impulsado por alguna acción de política industrial orientada al desarrollo especializado del territorio.

La formación de estos *clusters* es muy positiva tanto por el grado de especialización que conlleva y, por tanto, mayor competitividad de la región, como por la aparición de una industria auxiliar, generadora de empleo.

A continuación se exponen las principales áreas de interés detectadas en las principales zonas donde se han encontrado plataformas especializadas:

Figura 26. Especialización de las plataformas en las provincias más significativas



Fuente: elaboración propia

El resultado de este contraste es que efectivamente existe una especialización de las plataformas en los sectores mencionados en las comunidades autónomas de Andalucía, Galicia, Madrid, Cataluña, País Vasco, Comunidad Valenciana, Extremadura y Castilla y León. Por el contrario, esta situación no parece evidente en el caso de Cantabria, lo que quizás indique una apuesta del gobierno regional para potenciar estos sectores en su zona.

No obstante, para poder realizar un estudio en mayor profundidad sería necesario que el DIRCE dispusiera de bases de datos de actividad empresarial (según código CNAE) por Provincia y no exclusivamente por Comunidad Autónoma, ya que existe una distorsión al conocer los datos de actividad empresarial por CCAA y de ubicación de las plataformas por localidad o a lo sumo región.

Lógicamente, este análisis indica que existe una clara relación entre la especialización de una determinada actividad empresarial en una zona y la presencia de plataformas especializadas, sobre todo tecnológicas, que apoyen a éstas en su creación o consolidación. No obstante, no se puede asumir que la presencia de un núcleo importante de empresas de un sector determinado en una zona concreta, un cluster, sea consecuencia exclusiva de la presencia de estas plataformas, ya que dependerán también de otros factores, como la ubicación de Organismos Públicos de Investigación de referencia o del efecto tractor que supone la localización de empresas líderes del sector (como multinacionales). También puede ocurrir que la presencia histórica de una determinada actividad industrial en el territorio haya dado lugar a la creación de plataformas de I+D y de desarrollo empresarial especializadas en tales actividades. Por tanto, podríamos hablar de una retroalimentación constante, un círculo virtuoso formado por tres elementos: Ventaja Competitiva del territorio + Especialización Industrial + Presencia de Plataformas.

7. CONCLUSIONES

Una vez elaborado el mapa de los principales recursos existentes para la persona emprendedora en España, se pueden extraer una serie de conclusiones:

- ✓ La iniciativa emprendedora es uno de los principales motores del crecimiento y del desarrollo de una sociedad. Cuanto mayor es la tasa de actividad emprendedora, mayor es el crecimiento económico.
- ✓ Las pequeñas y medianas empresas y los trabajadores autónomos constituyen el centro de la actividad económica y de generación de empleo de la mayoría de las economías de mercado. También son los colectivos donde se concentran las fuerzas de cambio mas importantes
- ✓ A pesar de que hay fuertes barreras a la creación de nuevas empresas, la tasa de creación de éstas es bastante significativa, lo que apunta a un potencial de actividad aún mayor en el caso de que se reduzcan dichas barreras.
- ✓ Existe una correlación significativa entre la creación y las disoluciones de empresas. Esto apunta a una elevada mortandad de las empresas recién creadas como consecuencia de la posible inmadurez de los proyectos emprendidos, y de las dificultades que encuentran para su consolidación.
- ✓ El colectivo de los trabajadores autónomos, por su importancia en términos de número de afiliados, de volumen de actividad, y por su experiencia profesional, constituye un nicho muy valioso de potenciales emprendedores mercantiles.
- ✓ Asimismo, ha de tenerse en cuenta también, como algo novedoso, la capacidad emprendedora de la Economía Social como un instrumento óptimo de desarrollo del emprendimiento en forma colectiva.
- ✓ Se puede considerar la promoción del emprendimiento como un sector en sí mismo en el que se pueden identificar todos los actores y procesos propios de cualquier otro sector económico.

- ✓ Existe un amplísimo catálogo de todo tipo de instituciones de apoyo a la persona emprendedora. Esto, es positivo, ya que demuestra la importancia que desde los distintos estamentos se confiere a la creación de nuevas iniciativas como clave para renovar el tejido industrial.
- ✓ En este sentido, resulta especialmente halagüeño el incremento experimentado en los últimos años de plataformas destinadas a apoyar empresas innovadoras, como los parques científicos. Cabe destacar las iniciativas proyectadas en zonas económicamente menos desarrolladas.
- ✓ No obstante, esta proliferación y superposición de plataformas en el territorio conlleva el riesgo de confundir al destinatario final. Además, ninguna de estas plataformas abarca, como es lógico, todos los servicios posibles, por lo que sería necesario una mayor sinergia entre plataformas, de tal forma que cada una, en un determinado territorio, se especializara en unas actividades concretas. Lejos de esto, la mayor parte ofrece unos servicios similares.
- ✓ Atendiendo a los datos del DIRCE, las empresas apoyadas en su creación por las distintas plataformas representan un porcentaje muy pequeño del total, un 4%. Esto indicaría una utilización muy baja de las plataformas por los emprendedores. No obstante, esta información conviene manejarla con mucha cautela en vista de las dificultades encontradas, entre las que destaca el desconocimiento por parte las plataformas del número de emprendedores que finalmente constituyen su empresa del total asesorado (en muchos casos el emprendedor no tiene porqué informarles de esta decisión)
- ✓ El concepto de cadena de valor del emprendimiento resulta de gran utilidad para identificar las diferentes fases del proceso emprendedor y los servicios de apoyo necesarios para el funcionamiento de cada una de ellas, así como la exclusividad de los mismos desde la perspectiva del usuario.
- ✓ Analizando la cadena de valor del emprendimiento se observa una alta concentración de servicios de apoyo en las primeras fases del proyecto empresarial, es decir, eslabones 0 a 2 (“Decisión de Empezar”, “Gestión de la Idea” y “Desarrollo del Proyecto”, respectivamente), como sensibilización, asesoramiento, formación o elaboración del plan de negocio. Sin embargo se echa de menos servicios de mayor valor añadido necesarios para etapas posteriores, Eslabón 3 “Creación de la

Empresa” y, muy especialmente, 4, “Consolidación Empresarial”, que sería, sin duda, la asignatura pendiente para la mayor parte de las plataformas.

- ✓ Una vez producido el “boom” del emprendimiento, es necesario dotar a las iniciativas surgidas al amparo de estas instituciones de servicios específicos y profesionales de apoyo en etapas posteriores, ya que la mortandad de aquellas en estas etapas es muy elevada. Por otra parte, el apoyo a empresas en consolidación tiene un importante impacto socioeconómico para la región en que se ubican, ya que son estas empresas las que realizan contratación de personal y no las recién creadas, acometen nuevos proyectos tecnológicos, subcontratan servicios, etc.
- ✓ Se observa una especialización de estas plataformas hacia dos o tres tipos de arquetipos emprendedores de los identificados en el estudio, esto es: emprendedores de origen universitario, emprendedores con proyectos tecnológicos o altamente innovadores (sin atender al origen) y emprendedores genéricos (sin especificaciones sobre origen o tipo de proyecto a emprender). Por tanto, se echa en falta servicios especializados en sectores específicos, o en iniciativas de economía social, y otros perfiles menos convencionales. Asimismo, sería interesante una mayor especialización de las plataformas existentes, ya que una plataforma que en la práctica atiende a todo tipo de emprendedores (como una Cámara de Comercio) terminará con una variopinta categoría de proyectos, desde industriales a comercios, desde muy tecnológicos a tradicionales, por lo que será difícil atender a cada una de sus necesidades específicas de cada colectivo y no cubrirá satisfactoriamente las expectativas de la persona emprendedora.
- ✓ Parece clara la presencia de plataformas especializadas en un área y el desarrollo de un polo o cluster sectorial, tanto por la atracción de iniciativas empresariales a esa área geográfica, como por el florecimiento de una industria auxiliar. Esto queda patente para industrias como la aeroespacial o la biotecnológica en Madrid o las TIC en Sevilla. Por tanto, para propiciar el cambio de modelo económico de una región o del país en su conjunto, sería necesario potenciar este tipo de iniciativas y sinergias.
- ✓ Si bien se observa esta relación entre plataformas especializadas y la actividad empresarial del territorio, en general, no se aprecia la existencia de redes institucionales cooperativas que busquen la complementariedad de sus servicios en aras de una mejor calidad del servicio y de un uso más eficiente de los recursos de que disponen.

- ✓ Existe una clara distribución geográfica de las plataformas, especialmente visible en el caso de las tecnológicas. Comunidades como Madrid, Cataluña, País Vasco, Navarra o Comunidad Valenciana, poseen un amplia gama de plataformas y una orientación hacia el fomento de iniciativas innovadoras. Sin embargo otras regiones carecen prácticamente de esa orientación, especialmente significativo es el caso del eje Huelva-Extremadura-Salamanca-Zamora-Orense-Lugo, por lo que deben potenciar esta vía para no quedar en una situación de clara desventaja competitiva. No obstante, los proyectos de parques científicos existentes en esas regiones (salvo los casos de Zamora y Lugo) invita a cierto optimismo en cuanto a la línea que están siguiendo.
- ✓ Es llamativa la disparidad y, en general poco precisa información existente sobre las actividades, número y localización de las Agencias de Desarrollo Local, a pesar del papel tan fundamental que juegan, o pueden jugar, en el fomento del emprendimiento, especialmente en el medio rural. Sería necesario agrupar las distintas ADL (que, como se vió, tienen orígenes muy distintos) en una plataforma o asociación (similar a la llevada a cabo por las Agencias de Desarrollo Regional, Foro ADR) para fomentar los proyectos colaborativos, establecer sinergias y solventar problemas comunes. En este aspecto, la Federación de Asociaciones Profesionales del Desarrollo Local (FEPRODEL, www.feprodel.org), formada por federaciones de Castilla – La Mancha, Castilla y León, Madrid, Cantabria, entre otras, es la que más visos tiene de poder liderar esta iniciativa.
- ✓ En cuanto a la obtención de datos oficiales de creación de empresas, sería muy conveniente que el DIRCE clasificara a las empresas por actividad económica y provincia (y no por comunidad autónoma) ya que de esta manera se podría realizar un análisis profundo sobre la dinámica y la estructura del tejido productivo español.
- ✓ También sería conveniente que el INE reflejase en sus datos de creación de nuevas entidades no sólo datos de forma jurídica o número de empleados sino también si estas iniciativas han contado con el apoyo de alguna plataforma o no. De esta manera se podría cuantificar el éxito de éstas como agentes dinamizadores.

En definitiva, este estudio ha abarcado un amplio espectro, logrando obtener una información muy interesante y global sobre el proceso emprendedor y los servicios existentes en España. Asimismo, ha detectado carencias que facultan futuras líneas de investigación. En el siguiente capítulo se señalan las principales.

8. PROPUESTAS DE ACTUACION

Como consecuencia adicional de esta investigación se ha detectado una serie de líneas de trabajo que pueden contribuir a un funcionamiento más eficiente de la red de servicios a la persona emprendedora en España y al desarrollo de políticas de apoyo más eficaces. Entre ellas cabe destacar:

- ✓ Realizar un inventario exhaustivo de todas y cada una de las plataformas de apoyo a la persona emprendedora existentes en España. Como se ha venido comentado a lo largo de este estudio, su propósito fundamental ha consistido en estudiar el grado de especialización, solapamiento y carencias de las principales plataformas existentes en un territorio con respecto a los distintos arquetipos emprendedores ya que este trabajo no ha pretendido realizar un inventario exhaustivo, por considerarlo innecesario para el alcance del estudio. Por tanto, se recomienda como próxima actuación elaborar un catálogo que refleje la totalidad de plataformas existentes.
- ✓ Incorporar este recurso de información en una página web donde se refleje en cada territorio sus plataformas correspondientes, con sus servicios y datos de contacto. Esta información se debería actualizar periódicamente, al menos anualmente, para evitar desfases.
- ✓ Ampliar el estudio anteriormente propuesto de tal forma que también se recojan entidades financieras, públicas y privadas, que ayude a completar el mapa de servicios necesario para la persona emprendedora.
- ✓ Intensificar las acciones para obtener respuesta de todas las plataformas de apoyo al emprendedor existente y poder dar una cifra más exacta del número de empresas o entidades que han utilizado estos servicios para su creación. Asimismo, se debería identificar más claramente qué indicadores se deben valorar, ya que como se ha visto el dato de número de empresas creadas por una determinada plataforma no siempre es factible de encontrar o no se corresponde con la actividad de la plataforma. Se podría contar con otros datos fundamentales, como número de emprendedores atendidos al año, planes de empresa finalizados, acciones formativas, etc. que aporten más información.

- ✓ En función de lo comentado en el punto anterior, sería interesante realizar un ranking de las distintas plataformas atendiendo a distintos indicadores que midan su actividad (tipo número de emprendedores atendidos, acciones formativas, empresas creadas o a acciones de difusión), infraestructura con la que cuenta (viveros de empresa, aulas, etc.) y recursos de los que dispone (como presupuesto anual o número de técnicos en platilla).

ANEXO 1: CATALOGO DE LAS PRINCIPALES PLATAFORMAS DE APOYO A LA PERSONA EMPRENDEDORA

En este Anexo se recoge, en formato ficha, información de las principales plataformas de apoyo detectadas (vistas en la Tabla 9).

Por simplificar, se han agrupado en una única ficha aquellas plataformas que ofrecen servicios similares entre sí y que se encuentran repartidas a lo largo del territorio nacional, como son los servicios universitarios, asociaciones empresariales, sindicatos, Cámaras de Comercio, Parques y Centros Tecnológicos o CEEIs. No obstante, siempre existirán dentro de cada grupo iniciativas con una mayor oferta de servicios que otras. Como prueba de esto, se han escogido dos ejemplos de CEEIs con un amplio catálogo de servicios orientados hacia la consolidación empresarial.

Por último, es necesario señalar que las fichas se han elaborado a partir de la información reflejada en sus respectivas páginas web en agosto y septiembre de 2009, salvo en aquellas en la que la información ha podido ser contrastada con representantes de la entidades.

I. PLATAFORMAS NACIONALES

GENERALISTAS

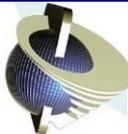
 FUNDACION INCYDE	
Organismo promotor	Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España
Contacto	C/ Ribera del Loira, 12 - 28042 Madrid. Web / e-mail: www.camaras.org / info@cscamaras.es Teléfono: 91 590 69 00
Destinatarios	Público general, enfoque al pequeño comercio
Servicios	<p><u>Grupos 2 y 4</u></p>  <p>2.2. Formación 2.3. Tutorización del plan de negocio 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones 4.1. Formación avanzada a empresas (en vías de consolidación) 4.2. Servicios de consultoría en distintas áreas de la empresa</p>
Canal de acceso	Descentralizado, a través de las respectivas Cámaras de Comercio locales

 <h2 style="text-align: right;">E-Empresarias.net</h2>	
Organismo promotor	Instituto de la Mujer (Ministerio de Igualdad), Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Fondo Social Europeo y Cámaras de Comercio
Contacto	www.e-empresarias.net
Destinatarios	Mujeres empresarias y emprendedoras
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 2 y 4</u></p>  <ul style="list-style-type: none"> 0.1. Sensibilización 0.2. Test aptitudes emprendedoras 0.3. Bolsa de ideas, ofertas y demandas laborales... 0.4. Casos de éxito 1.2. Análisis de viabilidad de la idea 2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres) 2.3. Tutorización del plan de negocio y asesoramiento en general al proyecto 2.4. Herramientas on-line (riesgos, elaboración plan de negocio, simulación financiera, etc) 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones, edición de material formativo 4.2. Servicios de consultoría a empresarias en distintas materias 4.4. Organización de ferias
Resultados	200 nuevas empresas en 2008 (4 cooperativas, 4 comunidades de bienes, 32 sociedades limitadas y 160 autónomas)
Canal de acceso	Directo y telemático, o bien indirecto a través de los organismos colaboradores (Cámaras de Comercio)

 <h2 style="text-align: right;">DGPYME (Dirección General de Política de la PYME)</h2>	
Organismo promotor	Ministerio de Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de España
Contacto	Paseo de la Castellana 160. 28071, Madrid. Web/e-mail: www.ipyme.org / infopyme@ipyme.org Teléfono: 900 19 00 92
Destinatarios	Público general
Servicios	<p><u>Grupos 0, 2 y 3</u></p>  <ul style="list-style-type: none"> 0.1. Difusión (jornadas de sensibilización) 0.2. Test aptitudes emprendedoras 2.4. Herramientas on-line (riesgos, elaboración plan de negocio, simulación financiera, etc) 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio (guías, libros, folletos, etc) 3.2. Creación de empresas (CIRCE)
Canal de acceso	Indirecto

Revisión 26/10/09

 <h2 style="text-align: right;">Injuve (Instituto de la Juventud)</h2>	
Organismo promotor	Ministerio de Igualdad
Contacto	C/ Jose Ortega y Gasset, 71. 28006, Madrid Web: ww.injuve.mtas.es Teléfono: 913 637 812
Destinatarios	Jóvenes emprendedores
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 3</u></p>  <p>0.1. Difusión 0.4. Casos de éxito 1.2. Análisis de viabilidad de la idea 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 3.4. Financiación directa (a través de su convenio con Microbank, la Caixa)</p>
Canal de acceso	Directa y presencial

 <p style="text-align: center;">Instituto de la Mujer www.SoyEmpresaria.com</p> <p style="font-size: small; text-align: center;">  </p> <h2 style="text-align: right;">Instituto de la Mujer</h2>	
Organismo promotor	Ministerio de Igualdad
Contacto	C/ Condesa de Venadito, nº 34. 28027, Madrid. Web / e-mail: www.migualdad.es/mujer / inmujer@migualdad.es Teléfono: 91 363 80 00
Destinatarios	Mujeres empresarias y emprendedoras
Servicios	<p><u>Grupos 0, 2, 3 y 4</u></p>  <p>0.3. Bolsa de ideas, ofertas y demandas laborales... 0.4. Casos de éxito 2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres) 2.3. Tutorización del plan de negocio y asesoramiento en general al proyecto 2.4. Herramientas on-line (riesgos, elaboración plan de negocio, simulación financiera, etc) 3.4. Financiación directa (microcréditos) 3.7. Alojamiento web. 4.1. Formación avanzada para empresarias 4.2. Servicios de consultoría a empresarias en distintas materias</p>
Canal de acceso	Directo y telemático

ASOCIACIONES EMPRESARIALES Y SINDICALES

 <h3 style="text-align: center;">CEAJE (Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios)</h3>	
Organismo promotor	Las Asociaciones de Jóvenes Empresarios. Inicialmente 10 de estas asociaciones constituyeron la Confederación. Actualmente participan 46 AJEs.
Contacto	Plaza de Castilla, 3 – Piso 17 - Puerta D1. 28046, Madrid Web / e-mail: www.ceaje.com / ajeconfederacion@ceaje.com Teléfono: 91 435 09 05
Destinatarios	Jóvenes empresarios y emprendedores
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 4</u></p>  <ul style="list-style-type: none"> 0.1. Difusión (jornadas de sensibilización) 1.2. Análisis de viabilidad de la idea 2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres) 2.3. Tutorización del plan de negocio y asesoramiento en general al proyecto 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio (guías, libros, etc) 2.8. Premios a las mejores iniciativas emprendedoras 3.3. Tramitación y gestión de subvenciones y financiación pública 4.4. Organización de congresos y encuentros comerciales
Canal de acceso	Indirecto, vía las distintas Asociaciones de Jóvenes Empresarios provinciales Revisado 11/12/09

 <h3 style="text-align: center;">ATA (Asociación de Trabajadores Autónomos)</h3>	
Organismo promotor	ATA
Contacto	C/ Cecaderos, 3 1ª. 28014, Madrid Web: www.autonomos-ata.com Teléfono: 91 444 58 50
Destinatarios	Público general
Servicios	<p><u>Grupo 2</u></p>  <ul style="list-style-type: none"> 2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres) 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio
Canal de acceso	Directo y presencial

CEAT (Federación Española de Autónomos)

Organismo promotor	CEAT	
Contacto	C/ Príncipe de Vergara, 74. 28006, Madrid Web / e-mail: www.ceat.org.es / ceat@ceat.org Teléfono: 91 444 58 50	
Destinatarios	Publico general	
Servicios	<p><u>Grupo 0, 2 y 4</u></p>  <p>0.1. Difusión 2.2. Formación 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio 4.4. Organización de foros y congresos para empresarios autónomos</p>	
Canal de acceso	Indirecto, a través de las diferentes organizaciones intersectoriales territoriales de ámbito estatal	Revisado 12/03/10

CCOO (Comisiones Obreras)

Organismo promotor	CCOO	
Contacto	Calle Fernández de la hoz, 12. 28010 - Madrid Web: www.ccoo.es Teléfono:917028000	
Destinatarios	Trabajadores, asalariados y autónomos.	
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 2</u></p>  <p>0.1. Difusión (jornadas de sensibilización) 1.5. Jornadas sectoriales 2.2. Formación 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones</p>	
Canal de acceso	Directo a través de las diversas delegaciones territoriales	

 CEPYME (Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa) <small>CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA</small>	
Organismo promotor	CEPYME
Contacto	C/ Diego de León, 50. 28006, Madrid Web: www.cepyme.es Teléfono 91 411 61 61
Destinatarios	Organizaciones empresariales de Pymes y Autónomos
Servicios	<p>Grupos 0, 2 y 4</p>  <p>0.1. Difusión (jornadas de sensibilización) 2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres) 2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio (guías, libros, folletos, etc) 4.4. Organización de congresos y foros de intereses específicos para Pymes</p>
Canal de acceso	Indirecto, a través de las diferentes organizaciones intersectoriales territoriales y sectoriales de ámbito estatal Revisión 22/10/09

 CIRCULO DE EMPRESARIOS <small>Círculo de Empresarios</small>	
Organismo promotor	Círculo de Empresarios
Contacto	Paseo de la Castellana, 15 - 6ª Planta. 28046, Madrid Web: www.circulodeempresarios.org Teléfono: 915 78 14 72
Destinatarios	Público general, emprendedores y empresarios
Servicios	<p>Grupos 0 y 2</p>  <p>0.1. Difusión 2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio (guías, libros, folletos, etc)</p>
Canal de acceso	Directo y presencial

 <h2 style="text-align: center;">SECOT (Seniors Españoles para la Cooperación Técnica)</h2>	
Organismo promotor	Asociación sin ánimo de lucro de interés público
Contacto	C/ Almagro 2, 5º Dch. 28010, Madrid Web: www.secot.org Teléfono: 902 11 97 38
Destinatarios	Emprendedores y pymes
Servicios	<p><u>Grupos 2 y 4</u></p>  <ul style="list-style-type: none"> 2.2. Formación 2.3. Tutorización del plan de negocio y asesoramiento en general al proyecto 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio (guías, libros, folletos, etc) 4.6. Servicio de coaching
Canal de acceso	Telemática y presencial a través de sus distintas delegaciones territoriales

 <h2 style="text-align: center;">UGT (Unión General de Trabajadores)</h2>	
Organismo promotor	UGT
Contacto	c/ Hortaleza, 88. 28004, Madrid Web / e-mail: www.ugt.es / info@cec.ugt.org Teléfono: 915 897 100
Destinatarios	Trabajadores, asalariados y autónomos.
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 2</u></p>  <ul style="list-style-type: none"> 0.1. Difusión (jornadas de sensibilización) 1.5. Jornadas sectoriales 2.2. Formación 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones
Canal de acceso	Directo y a través de las Federaciones Estatales y Uniones de Comunidad Autónoma
	Revisado: 12/03/10

 Union de Profesionales y Trabajadores Autónomos		<h2 style="text-align: center;">UPTA (Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos)</h2>	
Organismo promotor	UPTA		
Contacto	C/ Ciudad Real, 5 Local. 28045, Madrid Web / e-mail: www.upta.es / comunicacion@upta.es Teléfono: 91 539 81 26		
Destinatarios	Público general, autónomos		
Servicios	<p><u>Grupos 2 y 4</u></p>  <p>2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres) 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio (guías, libros, folletos, etc) 4.2. Servicios de consultoría (fiscal, jurídico-mercantil)</p>		
Canal de acceso	Directo y presencial		

 Confederación Española de Organizaciones Empresariales		<h2 style="text-align: center;">CEOE (Confederación Española de Organizaciones Empresariales)</h2>	
Organismo promotor	CEOE		
Contacto	C/ Diego de León, 50. 28006, Madrid Web / e-mail: www.ceoe.es / ceoe@ceoe.es Teléfono: 915 663 400		
Destinatarios	Público general, emprendedores y empresarios		
Servicios	<p><u>Grupos 0, 1, 2 y 4</u></p>  <p>0.1. Difusión (jornadas de sensibilización) 1.5. Jornadas sectoriales 2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres) 2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio (guías, libros, folletos, etc) 4.2. Servicios de consultoría (fiscal, jurídico-mercantil)</p>		
Canal de acceso	Directo		

 FEMENP (Federación de Mujeres Empresarias de Negocios y Profesionales)	
Organismo promotor	FEMENP
Contacto	C/ Alvarado, 26. 28039, Madrid Web: www.femenp.net / e-mail: rpp@femenp.net Teléfono: 915 985 245
Destinatarios	Emprendedoras y empresarias en general
Servicios	<p><u>Grupos 1 a 3</u></p>  <p>1.2. Análisis de la viabilidad de la idea 2.2. Formación 2.3. Tutorización del plan de negocio y asesoramiento general 2.4. Herramientas <i>on line</i> 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 3.7. Facilita creación de páginas web y tiendas virtuales</p>
Canal de acceso	Telemático

 OMEGA (Organización de Mujeres Empresarias y Gerencia Activa)	
Organismo promotor	OMEGA
Contacto	C/ San Francisco de Sales, 26-2º A. 28003, Madrid Web: www.mujeresempresarias.org / e-mail: info@mujeresempresarias.org Teléfono: 913 995 026
Destinatarios	Público general, emprendedoras y empresarias
Servicios	<p><u>Grupos 2 a 4</u></p>  <p>2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 3.3. Información y gestión de microcréditos 4.1. Formación avanzada</p>
Canal de acceso	Indirecto, vía las asociaciones y organizaciones adheridas

 FEDEPE (Federación Española de Mujeres Directivas, Ejecutivas, Profesionales y Empresarias)	
Organismo promotor	FEDEPE
Contacto	C/ O'Donell, 43 – 1 A. 28009, Madrid Web: www.mujeresdirectivas.es / e-mail: fedepe@mujeresdirectivas.es Teléfono: 914 361 896
Destinatarios	Público general, emprendedoras y empresarias
Servicios	<u>Grupos 2 y 4</u>  2.2. Formación 4.6. Servicios de coaching 4.9. Generación de redes empresariales
Canal de acceso	Directo

 FIDEM (Fundació Internacional de la Dona Emprendedora)	
Organismo promotor	FIDEM
Contacto	Plz. Ramón Berenguer el Gran, 1. 08002, Barcelona Web: www.fidem.net Teléfono: 933 103 166
Destinatarios	Público general, emprendedoras y empresarias
Servicios	<u>Grupos 2 a 4</u>  2.2. Formación 2.3. Asesoramiento 3.3. Información y gestión de microcréditos 4.2. Servicios de asesoramiento y consultoría 4.6. Servicio de coaching
Canal de acceso	Indirecto, vía las asociaciones y organizaciones adheridas

ECONOMIA SOCIAL Y TERCER SECTOR

 <h1 style="text-align: center;">ASHOKA</h1>	
Organismo promotor	Ashoka, asociación sin ánimo de lucro internacional de apoyo a emprendedores sociales
Contacto	C/San Bernardo 97-99, edificio Colomina, 3º C-1. 28015, Madrid Web: http://spain.ashoka.org Teléfono: 914 489 962
Destinatarios	Emprendedores sociales
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 4</u></p>  <p>0.1. Difusión (jornadas de sensibilización) 1.2. Análisis de viabilidad de la idea 1.3. Detección de oportunidades 2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio (guías, libros, folletos, etc) 3.4. Financiación directa 4.6. Servicio de coaching</p>
Canal de acceso	Indirecto y presencial

 <h1 style="text-align: center;">CEPES (Confederación Empresarial Española de la Economía Social)</h1>	
Organismo promotor	CEPES
Contacto	Web / e –mail: www.cep.es / info@cep.es
Destinatarios	Empresas economía social
Servicios	<p><u>Grupo 2</u></p>  <p>2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres) 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio (guías, libros, folletos, etc.)</p>
Canal de acceso	Directo y telemático

 <h2 style="text-align: center;">COCETA (Confederación Española de Cooperativas de Trabajo Asociado)</h2>	
Organismo promotor	COCETA
Contacto	C/ Vallehermoso, nº 15, 1º . 28015, Madrid Web: www.coceta.coop Teléfono: 91 446 97 50
Destinatarios	Economía Social, cooperativistas
Servicios	<p><u>Grupo 2</u></p>  <p>2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres) 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio (guías, libros, folletos, etc)</p>
Canal de acceso	Directo a través de sus estructuras de apoyo territoriales y telemático Revisado 12/03/10

 <h2 style="text-align: center;">CONFESAL (Confederación Empresarial de Sociedades Laborales de España)</h2>	
Organismo promotor	Confesal
Contacto	C/ Vallehermoso, 15. 28015, Madrid Web / e-mail: www.confesal.es / confesal@confesal.es Teléfono: 91 444 09 70
Destinatarios	Economía Social, sociedades laborales
Servicios	<p><u>Grupo 2</u></p>  <p>2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres) 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio (guías, libros, folletos, etc)</p>
Canal de acceso	Directo a través de sus estructuras de apoyo territoriales y telemático Revisado 12/03/10

FUNDACION JUNIOR ACHIEVEMENT

Organismo promotor	Fundación internacional creada en 1919 para promocionar el espíritu emprendedor. Está presente en 119 países de los 5 continentes
Contacto	Avda. de Brasil 4, Oficina 4, 2ª Planta. 28020, Madrid Web / e-mail: www.fundacionjaes.org / info@fundacionjaes.org
Destinatarios	Jóvenes estudiantes
Servicios	<p><u>Grupos 0, 1 y 2</u></p>  <p>0.1. Difusión (jornadas de sensibilización) 1.2. Análisis de viabilidad de la idea 2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres) 2.3. Tutorización del plan de negocio y asesoramiento en general al proyecto 2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio (guías, libros, folletos, etc) 2.8. Premios a las mejores iniciativas emprendedoras</p>
Canal de acceso	Indirecto, a través de los centros educativos con los que colabora

BANCOS Y CAJAS DE AHORRO)

BANCAJA

Organismo promotor	Obra Social de Bancaja
Contacto	http://obrasocial.bancaja.es/
Destinatarios	Público general, preferentemente jóvenes con iniciativas innovadoras
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 2 y 3</u></p>  <p>0.1. Difusión (jornadas de sensibilización) 0.2. Test aptitudes emprendedoras 2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres) 2.4. Herramientas on-line (riesgos, elaboración plan de negocio, simulación financiera, etc) 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio (guías, libros, folletos, etc) 2.8. Premios a las mejores iniciativas emprendedoras 3.4. Financiación directa</p>
Canal de acceso	Telemática y a través de las distintas sucursales de la entidad



BANCO MUNDIAL DE LA MUJER

Organismo promotor	Banco Mundial de la Mujer
Contacto	C/ Villanueva, 31 – 1º dcha. 28001, Madrid Web / e-mail: www.bancomujer.org wwb@bancomujer.org Teléfono: 91 435 47 03
Destinatarios	Mujeres emprendedoras y empresarias
Servicios	<p><u>Grupos 0, 2, 3 y 4</u></p>  <ul style="list-style-type: none">0.1. Difusión (jornadas de sensibilización)2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres)2.3. Asesoramiento en general al proyecto2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio (guías, libros, folletos, etc)3.4. Financiación directa (microcréditos y préstamos)4.4. Organización de ferias, congresos o foros de inversores
Canal de acceso	Presencial y telemática



EMPRENDEDOR XXI

Organismo promotor	La Caixa
Contacto	www.emprendedorxxi.es
Destinatarios	Público general
Servicios	<p><u>Grupos 0, 2, 3 y 4</u></p>  <ul style="list-style-type: none">0.1. Difusión (jornadas de sensibilización)2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres)2.4. Herramientas on-line (elaboración plan de negocio, simulación financiera, etc)2.5. Información sobre subvenciones y ayudas2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio (guías, libros, folletos, etc)2.8. Premios a las mejores iniciativas emprendedoras3.4. Financiación directa4.2. Servicios de consultoría4.8. Participación en sucesivas rondas de financiación (Caixa Capital Risc)
Canal de acceso	Telemático

 <h2 style="text-align: center;">ESCUELA BANESPYME</h2>	
Organismo promotor	Banesto, a través de su Fundación Cultural
Contacto	www.banespyme.org
Destinatarios	Público general, iniciativas lucrativas y sin ánimo de lucro
Servicios	<p><u>Grupos 2 y 4</u></p>  <p>2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres) 2.4. Herramientas on-line 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio (guías, libros, folletos, etc) 4.8. Intermediación o participación en sucesivas rondas de financiación (Fondo de capital riesgo)</p>
Canal de acceso	Telemático

 <h2 style="text-align: center;">EURECAN</h2>	
Organismo promotor	Caja Navarra
Contacto	www.cajanavarra.es/es/empresas/eurecan
Destinatarios	Público general con proyectos innovadores y con crecimiento
Servicios	<p><u>Grupos 0, 2 y 4</u></p>  <p>0.1. Difusión 2.4. Herramientas on-line 2.8. Premios a las mejores iniciativas emprendedoras 4.6. Servicio de coaching 4.8. Participación en sucesivas rondas de financiación (prestamos participativos)</p>
Canal de acceso	Telemático y presencial a través de las distintas sucursales

 <h2 style="text-align: center;">FUNDACION BANKINTER</h2>	
Organismo promotor	Bankinter
Contacto	www.fundacionbankinter.org
Destinatarios	Emprendedores de base tecnológica
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 3</u></p>  <p>0.3. Matching (bolsa de ideas, personal dispuesto a participar en la idea...), foros. 1.1. Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva 2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres) 3.4. Financiación directa (aval, préstamo participativo, entrada en capital)</p>
Canal de acceso	Telemático

 FUNDACION BBK	
Organismo promotor	Bilbao Bizkaia Kutxa
Contacto	Ledesma 4, 4º Bilbao. Web: www.bbk.es / Teléfono: 944 232 612
Destinatarios	Jóvenes
Servicios	<p><u>Grupos 1 a 3</u></p>  <ul style="list-style-type: none"> 1.2. Análisis de la idea 2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres) 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.8. Premios a las mejores iniciativas emprendedoras 3.1. Apoyo jurídico a la creación de empresa 3.4. Financiación directa
Canal de acceso	Presencial, a través de las sucursales de la entidad y vía telemática

ESCUELAS DE NEGOCIO

 PROGRAMA CRECE / REDEPYME	
Organismo promotor	EOI, Escuela de Organización Industrial, con la financiación del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y el Fondo Social Europeo
Contacto	Web: www.eoi.es Teléfono: 902 502 005
Destinatarios	Público general, énfasis en pymes
Servicios	<p><u>Grupos 0, 1, 2 y 4</u></p>  <ul style="list-style-type: none"> 0.1. Difusión (jornadas de sensibilización) 1.2. Análisis de viabilidad de la idea 2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres) 2.3. Tutorización del plan de negocio y asesoramiento en general al proyecto 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio (guías, libros, folletos, etc) 4.1. Formación avanzada a empresas 4.2. Servicios de consultoría (RRHH, jurídico-mercantil, financiera, comercial...) 4.3. Asistencia a la internacionalización 4.4. Organización de ferias y congresos
Canal de acceso	Indirecto y presencial, a través de los distintos organismos con los que colabora, y telemático

 VENTURE LAB	
Organismo promotor	Instituto de Empresa
Contacto	C/ Maria de Molina, 11. 28006, Madrid Web / e-mail: www.ie.edu / admissions@ie.edu Teléfono: 91 568 96 00
Destinatarios	Estudiantes, con proyectos tecnológicos o sociales
Servicios	<p><u>Grupos 0, 1, 2 y 4</u></p>  <p>0.1. Difusión (jornadas de sensibilización) 1.2. Análisis de viabilidad de la idea 2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres) 2.3. Tutorización del plan de negocio y asesoramiento en general al proyecto 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio (guías, libros, folletos, etc) 2.8. Premios a las mejores iniciativas emprendedoras 4.4. Organización de ferias y foros de inversores</p>
Canal de acceso	Presencial y directo

 CREARA	
Organismo promotor	CREARA, Centro de Innovación y Creación de Empresas. Fundación San Telmo
Contacto	Avda. de la Mujer Trabajadora, 1. 41008, Sevilla Web / e-mail: www.creara.org / 50k@santelmo.org Teléfono: 95 497 50 04
Destinatarios	Emprendedores de base tecnológica
Servicios	<p><u>Grupos 0, 1, 2 y 4</u></p>  <p>0.1. Difusión (jornadas de sensibilización) 1.2. Análisis de viabilidad de la idea 1.3. Detección de oportunidades de negocio 2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres) 2.3. Tutorización del plan de negocio y asesoramiento en general al proyecto 2.8. Premios a las mejores iniciativas emprendedoras 4.4. Organización de foros de inversores</p>
Canal de acceso	Presencial y directa o bien indirecta, a través de las entidades colaboradoras

 ESADE	
Organismo promotor	ESADE Business School
Contacto	www.esade.edu
Destinatarios	Estudiantes
Servicios	<u>Grupos 2 y 4</u>  2.2. Formación 4.4. Organización de foros de inversores
Canal de acceso	Directo y presencial

 CEFIE – IESE	
Organismo promotor	Centro de Empresa Familiar e Iniciativa Emprendedora. IESE Business School
Contacto	Avenida Pearson, 21. 08034, Barcelona Web / e-mail: www.iese.edu / info@iese.edu Teléfono: 93 253 42 00
Destinatarios	Público general y estudiantes
Servicios	<u>Grupos 2 y 4</u>  2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres) 4.4. Organización de foros de inversores
Canal de acceso	Presencial y directo

APOYO A LA I+D+I

 CDTI (Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial)	
Organismo promotor	Ministerio de Ciencia e Innovación
Contacto	C/ Cid, 4. 28001, Madrid. Web/e-mail: www.cdti.es / info@cdti.es Teléfono: 91 581 55 00
Destinatarios	Público general con proyectos altamente innovadores
Servicios	<u>Grupos 2 a 4</u>  2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 3.3. Tramitación y gestión de subvenciones y financiación pública 3.4. Financiación directa 4.3. Apoyo en la internacionalización 4.4. Organización de foros de inversores
Canal de acceso	Directo y presencial y telemático



ANCES (Asociación Nacional de CEEs Españoles)

Organismo promotor	Los CEEs, Centros Europeos de Empresas Innovadoras, españoles
Contacto	Parque Tecnológico Valencia. Avda. Benjamín Franklin 12. 46980, Paterna Valencia. Web / e-mail: www.ances.com / ances@ances.com Teléfono: 96 199 42 48
Destinatarios	CEEs y las empresas en ellos alojadas
Servicios	<p><u>Grupos 0 y 2</u></p> <p>0.1. Difusión (jornadas de sensibilización) 0.3. Matching (cooperación via intranet de las empresas ubicadas en los distintos CEEs) bolsa de ideas, personal dispuesto a participar en la idea...), foros. 2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres) 2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio (guías, libros, etc)</p>
Canal de acceso	Directo e indirecto (via CEEs)



APTE (Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España)

Organismo promotor	APTE
Contacto	www.apte.org
Destinatarios	Parques Científicos y Tecnológicos adscritos a la asociación y sus pymes
Servicios	<p><u>Grupos 0, 1 y 2</u></p> <p>0.1. Difusión (jornadas de sensibilización) 0.3. Matching (contactos interempresariales y de transferencia de tecnología). 1.1. Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva 2.1. Análisis propiedad industrial / intelectual 2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres)</p>
Canal de acceso	Indirecto y telemático

Cotec	COTEC (Fundación para la Cooperación Técnica)
Organismo promotor	Fundación privada, constituida por las principales empresas nacionales para promover la innovación tecnológica
Contacto	Pl/. Marqués de Salamanca 11, 2º izda. 28006, Madrid Web: www.cotec.es Teléfono: 91 436 47 74
Destinatarios	Emprendedores de base tecnológica
Servicios	<p><u>Grupos 1 y 2</u></p>  <p>1.1. Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva 1.4. Estudios de mercado 1.6. Informes sectoriales 2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio (guías, libros, folletos, etc)</p>
Canal de acceso	Directa y telemática

	FEDIT (Federación Española de Centros Tecnológicos)
Organismo promotor	Centros Tecnológicos
Contacto	C/ Francisco Gervás, 14-1º Izquierda. 28020, Madrid Web / e-mail: www.fedit.com / info@fedit.com Teléfono: 91 795 262
Destinatarios	Centros Tecnológicos
Servicios	<p><u>Grupos 0, 1 y 4</u></p>  <p>0.3. Ofertas y demandas tecnológicas 1.1. Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva 1.3. Detección de oportunidades de negocio 1.4. Estudios de mercado 4.3. Asistencia a la internacionalización 4.4. Organización de ferias</p>
Canal de acceso	Directo, preferentemente telemático



GENOMA ESPAÑA

Organismo promotor	Ministerio de Ciencia e Innovación y Ministerio de Sanidad y Consumo	
Contacto	C/ Orense, 69 - 2ª planta. Edificio Eurobuilding II. 28020, Madrid Web/e-mail: www.gen-es.org /info@gen.es.org Teléfono: 914 491 250	
Destinatarios	Emprendedores tecnológicos especializados en el área de la Biotecnología	
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 4</u></p>  <p>0.1. Difusión (jornadas de sensibilización)</p> <p>1.1. Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva</p> <p>1.2. Análisis de viabilidad de la idea</p> <p>1.4. Estudios de mercado</p> <p>1.6. Informes sectoriales</p> <p>2.2. Formación (seminarios, cursos y talleres)</p> <p>2.3. Tutorización del plan de negocio y asesoramiento en general al proyecto</p> <p>2.4. Herramientas on-line (elaboración plan de negocio y de seguimiento)</p> <p>2.5. Información sobre subvenciones y ayudas</p> <p>2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio (guías, libros, folletos, etc)</p> <p>2.8. Premios a las mejores iniciativas emprendedoras</p> <p>3.4. Financiación directa</p> <p>4.3. Asistencia a la internacionalización</p> <p>4.4. Organización de ferias, congresos o foros de inversores</p>	
Canal de acceso	Directo, presencial y telemático	Revisión 26/10/09



Fundación OPTI

OPTI (Observatorio de Prospectiva Tecnológica Industrial)

Organismo promotor	Ministerio de Industria, Turismo y Comercio	
Contacto	C/ Montalbán 3, 2º Derecha. 28014 Madrid Web: www.opti.org Teléfono: 917810076	
Destinatarios	Público general	
Servicios	<p><u>Grupo 1</u></p>  <p>1.1. Vigilancia y prospectiva tecnológica e inteligencia competitiva</p> <p>1.2. Análisis de viabilidad de la idea</p> <p>1.4. Estudios de mercado</p> <p>1.6. Informes sectoriales</p>	
Canal de acceso	Directo y telemático	



OBSERVATORIO PYME

II. PLATAFORMAS AUTONÓMICAS

ANDALUCÍA

 Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA CONSEJERÍA DE INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPRESA		AGENCIA IDEA (Innovación y Desarrollo de Andalucía)
Organismo promotor	Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa, Junta de Andalucía	
Contacto	c/ Torneo, 26. Sevilla Web /e-mail: www.agenciaidea.es / informacion@agenciaidea.es Teléfono: 900 85 00 11	
Destinatarios	Público general con especial énfasis en proyectos y empresas innovadoras.	
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 4</u></p>  <ul style="list-style-type: none"> 0.3. Matching ofertas y demandas tecnológicas 1.1. Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva 1.3. Detección de oportunidades de negocio 2.1. Análisis de propiedad industrial e intelectual 2.3. Tutorización plan de negocio y asesoramiento 2.4. Herramientas <i>on line</i> de apoyo 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites administrativos y jurídicos 2.7. Publicaciones 3.4. Financiación directa 4.3. Asistencia a la internacionalización 4.7. Alojamiento fase expansión (naves industriales) 	
Canal de acceso	Descentralizado, hay una delegación en cada provincia de la C. Autónoma más otra en Madrid y Bruselas.	



Organismo promotor	Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa
Contacto	C/ Graham Bell, 5. 41010, Sevilla Web / e-mail: www.a-emprende.net / info@andaluciaemprende.es Teléfono: 955 92 98 06 / 902 11 30 00
Destinatarios	Público general con proyectos altamente innovadores. También promueve proyectos de emprendedores sociales cuando se trata de situaciones de riesgo de exclusión social
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 4</u></p>  <ul style="list-style-type: none"> 0.1. Difusión 0.2. Test de perfil emprendedor 1.2. Análisis de viabilidad de la idea 2.2. Formación 2.3. Asistencia técnica del proyecto a través de consultores 2.5. Información sobre subvenciones 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones 3.4. Financiación directa 3.5. Alojamiento fase I (vivero, a través de CEEIs) 4.2. Servicio de consultoría a la empresa creada
Canal de acceso	Presencial. Posee una red de 215 centros distribuidos por la geografía andaluza, denominados CADE (Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial)

PROGRAMA CAMPUS

Organismo promotor	Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía y las universidades andaluzas
Contacto	A través de las respectivas universidades
Destinatarios	Colectivo universitario que quieran poner en marcha empresas basadas en la tecnología
Servicios	<p><u>Grupos 1 a 3</u></p>  <ul style="list-style-type: none"> 1.2. Análisis de la viabilidad de la idea 1.6 Difusión 2.2. Formación 2.3. Tutorización de planes de negocio 2.5. Información sobre subvenciones 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 3.4. Financiación directa
Canal de acceso	Presencial indirecta, a través de las OTRI de las distintas universidades participantes.

ARAGÓN

		<h3>INSTITUTO ARAGONES DE FOMENTO</h3>	
Organismo promotor	Gobierno de Aragón		
Contacto	c/ del Teniente Coronel Valenzuela, 9. 50004, Zaragoza Web / e-mail: www.emprender-en-aragon.es / info@emprender-en-aragon.es Teléfono: 976 702 116		
Destinatarios	Público general		
Servicios	<u>Grupos 0 a 4</u> 0.1. Difusión 0.3. Tablón ofertas y demandas 2.2. Formación 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.7. Publicaciones 2.8. Premios a iniciativas empresariales 3.2. Creación de empresa a través del PIDI-PAIT 4.2. Asistencia técnica avanzada durante los primeros años de vida de la empresa		
Canal de acceso	Eminentemente virtual, a través del portal web www.emprender-en-aragon.es o bien presencial a través de la Unidad de Emprendedores del IAF		Revisión 14/12/09



ASTURIAS

		<h3>IDEPA (Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias)</h3>	
Organismo promotor	Consejería de Industria y Empleo del Principado de Asturias		
Contacto	Dirección: Parque Tecnológico de Asturias. 33428 Llanera, Asturias Web / e-mail: www.idepa.es / idepa@idepa.es Teléfono: 985 98 00 20		
Destinatarios	Público general, empresas con potencial de crecimiento e innovadoras		
Servicios	<u>Grupos 0, 2, 3 y 4</u> 0.1. Difusión 0.3. Matching. Información de ofertas y demandas 2.2. Formación (especialmente en comercio exterior) 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.7. Publicaciones 2.8. Premios a iniciativas innovadoras 3.3. Tramitación subvenciones 4.3. Asistencia a la internacionalización		
Canal de acceso	Presencial y directo		Revisión 18/11/09



CEEI ASTURIAS	
Organismo promotor	IDEPA y DG. Políticas Regionales de la Comisión Europea
Contacto	Parque Tecnológico de Asturias - 33428 Llanera Web / E-mail: www.ceei.es / ceeiasturias@ceei.es Teléfono: 985 980098
Destinatarios	Público general, empresas con potencial de crecimiento e innovadoras
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 4</u></p>  <p>0.1. Difusión 1.2. Análisis viabilidad de las ideas de negocio 2.2. Formación 2.3. Tutorización plan de negocio 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información trámites jurídicos 2.7. Publicaciones 2.8. Premios a iniciativas empresariales 3.2. Creación empresas (PAIT) 3.3. Certificación empresas para concesión ayudas públicas 3.5. Alojamiento en vivero (Parque Tecnológico de Asturias) 3.6. Servicios comunes de alojamiento 4.1. Formación avanzada a empresas 4.2. Servicios consultoría (comunicación) 4.3. Asistencia a la internacionalización</p>
Canal de acceso	Presencial y directo

VALNALON	
Organismo promotor	Consejería de Industria y Empleo del Principado de Asturias
Contacto	c/ Hornos Altos. 33930, Langreo Web / E-mail: www.valnalon.com / valnalon@valnalon.com Teléfono: 985 692 227
Destinatarios	Público general
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 4</u></p>  <p>0.1. Difusión 0.5. Talleres 1.2. Análisis viabilidad de las ideas de negocio 2.2. Formación 2.3. Tutorización plan de negocio 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información trámites jurídicos 2.7. Publicaciones 2.8. Premios a iniciativas empresariales 3.3. Tramitación y gestión de subvenciones 3.4. Financiación directa 3.5. Alojamiento en incubadora 3.6. Servicios comunes de alojamiento 4.7. Naves industriales</p>
Canal de acceso	Presencial y directo

BALEARES

 	
<h3>IDI (Institut d'Innovació Empresarial de les Illes Balears)</h3>	
Organismo promotor	Conselleria de Comerç, Indústria i Energia
Contacto	Camí de Son Rapinya, 12. 07013, Palma de Mallorca Web / E-mail: www.idi.es / info@idi.caib.es Teléfono: 971 176 055
Destinatarios	Público general
Servicios	<p><u>Grupo 0 a 3</u></p>  <p>0.1. Difusión 1.2. Análisis de viabilidad de la idea 2.2. Formación 2.3. Tutorización del plan de negocio 2.5. Información sobre subvención y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones 3.5. Alojamiento 3.6. Servicios comunes alojamiento</p>
Canal de acceso	Directo e indirecto, a través de agencias colaboradoras

 <h3>BALEARS EMPREN</h3>	
Organismo promotor	Confederación de Asociaciones Empresariales de Baleares, IDI y el CEEI de Islas Baleares
Contacto	Web: www.balearsempren.com
Destinatarios	Público general
Servicios	<p><u>Grupo 0, 1 y 2</u></p>  <p>0.1. Difusión 0.2. Test aptitudes emprendedoras 0.3. Bolsa de ideas, intercambio de ofertas y demandas 1.2. Análisis de viabilidad de la idea 2.4. Herramientas <i>on line</i> para desarrollo del plan de negocio 2.7. Publicaciones</p>
Canal de acceso	Telemático, se trata de un portal web

CANARIAS

 Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información Gobierno de Canarias		ACIISI (Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información)	
Organismo promotor	Gobierno de Canarias		
Contacto	c/ Cebrián, 3. 35003. Las Palmas de Gran Canaria. Web www.aciisi.itccanarias.org Teléfono: 928 45 20 17		
Destinatarios	Público general y universitario, emprendedores de base tecnológica		
Servicios	<u>Grupos 0 a 2</u> 	0.1. Difusión 0.3. Matching. Oferta y demanda tecnológica 1.1. Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva 1.3. Detección de oportunidades de negocio 2.2. Formación 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.7. Publicaciones	
Canal de acceso	Presencial e indirecto, vía instituciones asociadas y delegaciones provinciales de ACIISI.		

CANTABRIA

 EMPRECAN PROYECTO EMPRENDEDORES DE SODERCAN		EMPRECAN	
 GRUPO SODERCAN sociedad para el desarrollo regional de cantabria			
Organismo promotor	SODERCAN, Sociedad para el Desarrollo Regional de Cantabria		
Contacto	c/ Isabel Torres, 1. 39011, Santander Web/e-mail: www.gruposodercan.es / informacion@gruposodercan.es Teléfono: 942 29 00 03		
Destinatarios	Público general, con proyectos de creación de nueva empresa dentro del sector industrial y de servicios a la industria		
Servicios	<u>Grupos 0, 2, 3 y 4</u> 	0.1. Difusión 2.2. Formación a emprendedores 2.3. Asistencia técnica 2.8. Premios a las mejores iniciativas 3.4. Financiación directa 3.5. Alojamiento en vivero de empresas 4.1. Formación a empresas 4.2. Servicios de consultoría. 4.3. Apoyo a la internacionalización 4.5. Organización encuentros con business angels	
Canal de acceso	Portal web. Contacto a través de SODERCAN		Revisión 11/12/09

CASTILLA LA MANCHA

 <h3>FACTORIA DE EMPRENDEDORES</h3>	
Organismo promotor	Junta de Castilla la Mancha, con la participación de la Universidad de Castilla la Mancha, Confederación de Empresarios, AJE, Caja Castilla-La Mancha, Caja Guadalajara, Cámaras de Comercio y CEEIs
Contacto	Web / e-mail: www.factoriaemprendedores.com Teléfono: 900 222 012
Destinatarios	Público general
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 3</u></p>  <ul style="list-style-type: none">0.1. Difusión0.3. Foros emprendedores y de inversores1.2. Análisis viabilidad de la idea2.2. Formación, seminarios y talleres2.4. Herramienta elaboración plan de negocio2.5. Información sobre ayudas y subvenciones2.7. Publicaciones3.3. Tramitación de líneas de financiación (ICO)
Canal de acceso	Directo y telemático, vía portal web y teléfono gratuito del emprendedor
	Revisión 5/11/09

CASTILLA Y LEÓN

 <h3>CAMPUS EMPRENDE</h3>	
Organismo promotor	Agencia de Desarrollo Económico, la Junta de Castilla y León, el CEEI y las Universidades de Salamanca, Burgos, León y Valladolid
Contacto	www.campusemprende.com
Destinatarios	Colectivo universitario.
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 3</u></p>  <ul style="list-style-type: none">0.3. Matching, ofertas y demandas.1.2. Análisis de la viabilidad de la idea1.3. Detección de oportunidades de negocio1.6 Difusión2.2. Formación2.3. Tutorización de planes de negocio2.5. Información sobre subvenciones2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos3.4. Financiación directa
Canal de acceso	Plataforma web, acceso indirecto a través de las distintas universidades involucradas.

Organismo promotor	Consejería de Economía y Empleo, Junta de Castilla y León	
Contacto	c/ Jacinto Benavente, 2. 47192, Arroyo de la Encomienda, Valladolid Web: www.ade.jcyl.es / e-mail: info.ade@jcyl.es Telefono: 900 30 60 90	
Destinatarios	Emprendedores en general y con alto componente innovador. Programa específico para estudiantes	
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 4</u></p>  <ul style="list-style-type: none"> 0.1. Difusión 0.2. Test aptitudes emprendedoras 0.3. Bolsas de ideas, tablón de ofertas y demandas 0.4. Casos de éxito <ul style="list-style-type: none"> 1.2. Análisis de viabilidad de la idea 1.3. Detección de oportunidades de negocio 1.4. Estudios de mercado 1.5. Jornadas sectoriales 1.6. Informes sectoriales 2.2. Formación 2.3. Tutorización del proyecto y plan de negocio 2.4. Herramientas online 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídico-administrativos 2.7. Publicaciones 2.8. Premios a las mejores iniciativas 3.2. Creación de empresas via PAIT 3.3. Tramitación de subvenciones 3.4. Financiación directa 3.5. Alojamiento en viveros de empresa 4.1. Formación avanzada a empresas 4.2. Servicios de consultoría avanzada 4.3. Asistencia en la internacionalización 4.4. Organización de ferias, congresos y reuniones de business angels 4.5. Gestión de Calidad, Medioambiente y demás 4.8. Participación sucesivas rondas capital 4.9. Generación de redes empresariales 	
Canal de acceso	A través de las Direcciones Territoriales, presentes en todas las provincias de la CC.AA y telemática, via ADE y www.emprendiendo.com	Revisión 19/11/09

CATALUÑA

  ACCÍO	
Organismo promotor	Generalitat de Catalunya
Contacto	Dirección: Paseo de Gracia, 129. 08008, Barcelona Web/e-mail: www.acc10.cat / info@cidem.gencar.net Teléfono: 934767200
Destinatarios	Público general y universitario con proyectos innovadores y de base tecnológica (a través del programa Red de Trampolines Tecnológicos).
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 4</u></p>  <ul style="list-style-type: none">0.1. Difusión1.1. Prospectiva y vigilancia tecnológica y competitiva.2.2. Formación2.3. Tutorización del plan de negocio2.5. Información sobre subvención y ayudas2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos2.7. Publicaciones2.8. Premios a las mejores iniciativas3.3. Tramitación de subvenciones3.4. Tramitación directa4.3. Asistencia a la internacionalización4.4. Organización de foros de inversores
Canal de acceso	ACCÍO nace para integrar al CIDEM y COPCA (el primero de atención a emprendedores y el segundo de internacionalización de pymes). El acceso es centralizado y redirige en función de las necesidades y estadio.

CEUTA

 PROCESA (Sociedad de Fomento de Ceuta, SA)	
Organismo promotor	Ciudad Autónoma de Ceuta
Contacto	c/ Padilla s/n. Edificio Ceuta Center, 1ª planta Web: www.procesa.es
Destinatarios	Público general
Servicios	<p><u>Grupos 0 y 2</u></p>  <ul style="list-style-type: none">0.1. Difusión2.2. Formación2.3. Asistencia técnica plan de negocio2.5. Información sobre subvenciones y ayudas2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos
Canal de acceso	A través del portal web.

COMUNIDAD VALENCIANA

 IMPIVA (Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana)	
Organismo promotor	Consellería de Industria, Comercio e Innovación
Contacto	Plaza del Ayuntamiento, 6. 46002, Valencia Web / e-mail: www.impiva.es / info@impiva.gva.es Teléfono: 963 98 62 00
Destinatarios	Público general, especial énfasis en proyectos de base tecnológica
Servicios	<p><u>Grupos 0, 2, 3 y 4</u></p>  <p>0.1. Difusión 2.1. Análisis propiedad industrial e intelectual 2.7. Publicaciones 2.8. Premios a las mejores iniciativas 3.3. Tramitación subvenciones 3.4. Financiación directa 4.4. Organización de foros de inversores 4.5. Gestión de certificación I+D+i</p>
Canal de acceso	Presencial y descentralizado, tiene delegaciones en las tres provincias.

 BIOEMPRENDA	
Organismo promotor	Consellería de Empresa, Universidad y Ciencia, desarrollado por la red de CEEIs de la Comunidad Valenciana
Contacto	Web / e-mail: www.redceei.com / bioemprenda@ceei.net
Destinatarios	Emprendedores de base tecnológica
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 2</u></p>  <p>0.1. Difusión 1.2. Análisis de la viabilidad de la idea 2.2. Formación 2.3. Tutorización del plan de negocio y asistencia técnica 2.5. Información sobre subvenciones y financiación</p>
Canal de acceso	Vía telemática

EXTREMADURA

	FOMENTO DE EMPRENDEDORES EXTREMEÑOS
Organismo promotor	Sociedad pública de capital semilla perteneciente al grupo SOFIEX (Sociedad de Fomento Industrial de Extremadura)
Contacto	Dirección: Av. José Fernández López, 4. 06800 Mérida Web / e-mail: www.fomentoemprendedores.com ; www.neex.org Teléfono: 924 002 902
Destinatarios	Publico general
Servicios	<u>Grupos 0 a 3</u> 0.1. Difusión 1.2. Estudios de viabilidad 2.3. Tutorización del plan de negocio 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.8. Premios a las mejores iniciativas 3.4. Financiación directa
Canal de acceso	Directo y presencial



GALICIA

	IGAPE (Instituto Gallego de Promoción Económica)
Organismo promotor	Consellería de Economía e Industria
Contacto	Complejo Administrativo de San Lázaro, s/n. 15703, Santiago de Compostela. Web: www.igape.es Teléfono: 902 300 903
Destinatarios	Público general, enfoque a proyectos innovadores
Servicios	<u>Grupos 0 a 4</u> 0.1. Difusión 1.2. Análisis de la viabilidad de la idea 2.2. Formación 2.3. Tutorización 2.4. Herramientas <i>on line</i> 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.7. Publicaciones 3.4. Financiación directa 4.3. Asistencia a la internacionalización 4.6. Servicio de mentores
Canal de acceso	Presencial descentralizado, tiene 7 delegaciones en todo Galicia y 5 en el extranjero.



LA RIOJA

 PLAN EMPRENDE RIOJA	
Organismo promotor	Agencia de Desarrollo Económico de la Rioja, Servicio Riojano de Empleo, Federación de Empresarios de La Rioja, Cámara del Comercio de La Rioja y Asociación de Jóvenes Empresarios de La Rioja
Contacto	c/ Muro de la Mata, 13-14. 26001. Logroño Web / e-mail: www.emprenderioja.es / emprenderioja@ader.es Tf: 941 29 15 00
Destinatarios	Público general
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 3</u></p>  <p>0.1. Difusión 1.3. Detección de oportunidades de negocio 2.1. Análisis sobre propiedad industrial e intelectual 2.2. Formación 2.3. Asesoramiento 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones 2.8. Premios a las mejores iniciativas empresariales 3.2. Creación de empresa (vía PAIT)</p>
Canal de acceso	Acceso telemático, a través del portal y descentralizado
Revisado 10/03/10	

MADRID

 EMPRENDELO	
Organismo promotor	Servicio Regional de Empleo de la Comunidad de Madrid, Consejería de Empleo y Mujer
Contacto	c/ Vía Lusitana, 21. 28025, Madrid. Web: www.emprendelo.es / Teléfono: 012
Destinatarios	Público general, aunque existen programas específicos para colectivos concretos, como es el caso del "Campus del emprendedor" o "Nuevos madrileños, futuros empresarios"
Servicios	<p><u>Grupos 0 y 2</u></p>  <p>0.1. Difusión 0.2. Test de perfil emprendedor 2.2. Formación 2.3. Asistencia técnica del proyecto a través de consultores 2.4. Elaboración <i>on-line</i> plan de negocio. Simuladores: creación y gestión de empresas y de análisis de riesgo del proyecto. 2.5. Información sobre subvenciones e instrumentos de financiación 2.6. Información procedimientos administrativos 2.7. Publicaciones 2.8. Premios</p>
Canal de acceso	Telemático, a través de www.emprendelo.es
Revisado 15/12/09	



Fundación Tomillo

Organismo promotor	Fundación Tomillo	
Contacto	Programa Integral de Emprendimiento C/ Albuñuelas 15, 5ª planta, 28041 Madrid. Tlf: 91 723 93 56 Fax: 91 369 81 18 Vivero de Empresas de Villaverde Avenida de Orovilla 54, 28041 Madrid Tlf: 91 360 32 29 / 647 59 35 86 Web: www.tomillo.es / www.sieres.org (autoempleo) Email: mariae.francia@tomillo.org / viverovillaverde@munimadrid.es	
Destinatarios	Emprendedores en general	
Servicios	Grupos 0 a 2 y 4  <ul style="list-style-type: none"> 0.1. Difusión 1.2. Análisis viabilidad de la idea 2.2. Formación 2.3. Tutorización del plan de negocio y seguimiento del proyecto 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas (microcréditos) 4.2. Gerencia asistida a empresas 4.9. Generación de redes empresariales y de contacto entre emprendedores 	
Canal de acceso	Directo, presencial y virtual	Revisado 28/12/09



IMADE (Instituto Madrileño de Desarrollo)

Organismo promotor	Consejería de Economía y Hacienda	
Contacto	c/ José Abascal, 57. 28003, Madrid Web: www.imade.es / Teléfono: 91 399 74 00	
Destinatarios	Público general	
Servicios	Grupos 2 y 3  <ul style="list-style-type: none"> 2.2. Formación 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones 3.3. Tramitación de subvenciones 3.4. Financiación directa 3.5. Alojamiento en viveros de empresas 3.6. Servicios comunes de alojamiento 	
Canal de acceso	Directo e indirecto, a través de los diversos entes en los que participa. Acceso telemático a través de dos plataformas: www.portalempresarialmadrid.org y www.autonomoscm.org	Revisado 12/03/10



OFICINA DEL EMPRENDEDOR DE BASE TECNOLÓGICA. FUNDACION MADRI+D



Organismo promotor	Fundación para el Conocimiento madri+d. Dirección General de Universidades e Investigación dependiente de la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid
Contacto	Dirección: Velázquez, 76. 28001, Madrid Web / e-mail: www.madrimasd.org/emprendedores / oficina.emprendedores@madrimasd.org Teléfono: 91 781 65 70
Destinatarios	Público general y de origen científico y universitario con proyectos de base tecnológica de la Comunidad de Madrid
Servicios	<p><u>Grupo 0, 1, 2 y 4</u></p>  <p>0.1. Difusión 1.1. Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva 2.1. Análisis propiedad industrial e intelectual 2.2. Formación 2.3. Tutorización del plan de negocio 2.7. Publicaciones 2.8. Premios a las mejores iniciativas empresariales 4.3. Asistencia a la internacionalización 4.4. Organización de foros de inversores privados 4.6. Acompañamiento profesional mediante mentores 4.8. Asistencia a la financiación de proyectos tecnológicos</p>
Canal de acceso	Plataforma virtual que centraliza los servicios, tanto los ofrecidos por ellos mismos como los que ofrecen a través de su red de colaboradores

 <h2 style="text-align: center;">InforJoven</h2>	
Organismo promotor	Dirección General de Juventud de la Comunidad de Madrid
Contacto	Paseo de Recoletos 7-9, planta baja. 28004, Madrid Web / e-mail: www.madrid.org / aseempresas@madrid.org Teléfono: 912 767 528
Destinatarios	Jóvenes con proyectos emprendedores
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 3</u></p>  <p>0.1. Difusión 1.2. Análisis de viabilidad del proyecto 2.2. Formación 2.3. Tutorización del plan de negocio 2.4. Herramientas <i>on line</i> 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 3.3. Tramitación de subvenciones</p>
Canal de acceso	Presencial

MELILLA

<small>s o c i e d a d p ú b l i c a</small> PROMESA <small>promoción económica de melilla</small>		PROMESA (Promoción Económica de Melilla, SA)	
Organismo promotor	Gobierno Ciudad Autónoma		
Contacto	Polígono Industrial Sepes. Calle la Dalia, 26. 52006, Melilla Web / e-mail: www.promesa.net / info@promesa.net Teléfono: 952 67 98 04		
Destinatarios	Público general, especial enfoque hacia las mujeres		
Servicios	<u>Grupos 0 y 2</u> 0.1. Difusión 2.2. Formación 2.3. Tutorización de proyectos 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos		
Canal de acceso	Presencial y directo.		



MURCIA

	INFO (INSTITUTO DE FOMENTO DE LA REGION DE MURCIA)
Organismo promotor	Consejería de Universidades, Empresa e Investigación
Contacto	Dirección: Avenida la Fama, 8. 30003, Murcia. Web / e-mail: www.ifrm-murcia.es.com / portalinfo@info.carm.es Teléfono: 968 362 800
Destinatarios	Público General
Servicios	<p><u>Grupo 0 a 4</u></p>  <ul style="list-style-type: none">0.1. Difusión0.2. Test de aptitudes emprendedoras1.1. Vigilancia tecnológica1.2. Análisis viabilidad de la idea1.3. Detección de oportunidades de negocio1.4. Estudios de mercado1.6. Informes sectoriales2.1. Análisis propiedad industrial2.2. Formación2.3. Tutorización2.4. Herramientas on-line2.5. Información sobre subvenciones y ayudas2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos2.7. Publicaciones3.2. Creación de empresa (PAIT)3.3. Tramitación subvenciones3.4. Financiación directa3.5. Alojamiento (a través de los CEEIs)4.1. Formación avanzada a empresas4.3. Asistencia a la internacionalización4.4. Organización de ferias empresariales y redes de business angels
Canal de acceso	Directo, presencial y telemático o indirecto, vía entidades colaboradoras

NAVARRA

	CEIN (Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra)
Organismo promotor	Gobierno de Navarra y DG. Políticas Regionales de la Comisión Europea
Contacto	Polígono Industrial Mocholi. 31110, Noáin Web / E-mail: www.cein.es / info@cein.es Teléfono: 848 426 000
Destinatarios	Público general, empresas con potencial de crecimiento e innovadoras
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 4</u></p>  <ul style="list-style-type: none">0.1. Difusión0.3. Directorio de empresas0.5 Talleres varios sensibilización1.2. Análisis viabilidad idea

	<ul style="list-style-type: none"> 1.3. Detección oportunidades de negocio 1.6. Informes sectoriales 2.2. Formación 2.3. Asesoramiento a emprendedores 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones 2.8. Premios a las mejores iniciativas y empresas 3.3. Tramitación y gestión de subvenciones y ayudas 3.4. Financiación directa 3.5. Alojamiento en vivero 3.6. Servicios comunes de alojamiento 4.1. Formación avanzada a empresas 4.2. Servicios de consultoría 4.7. Naves industriales en alquiler 4.8. Financiación avanzada 4.9. Generación de redes empresariales (club de empresas)
Canal de acceso	Presencial y telemático (a través de Navactiva)

PAIS VASCO

 <h2 style="text-align: center;">SPRI (Sociedad para la Promoción y Reconversión Industrial)</h2>	
Organismo promotor	Departamento de Industria, Innovación, Comercio y Turismo del Gobierno Vasco
Contacto	Alameda de Urquijo, 36. Edificio Plaza Bizkaia, 4ª planta. 48011. Bilbao Web / e-mail: www.spri.es / info@spri.es Teléfono: 944 03 70 00
Destinatarios	Público general (énfasis en los proyectos tecnológicos y con potencial de crecimiento)
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 4</u></p>  <ul style="list-style-type: none"> 0.1. Difusión 1.2. Análisis de viabilidad de la idea 2.2. Formación 2.3. Tutorización 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Material formativo 3.4. Financiación directa 3.5. Alojamiento fase I (viveros) 3.6. Servicios comunes de alojamiento 3.8. Servicios específicos de alojamiento 4.2. Servicios de consultoría avanzada 4.3. Asistencia a la internacionalización
Canal de acceso	Personal y descentralizada a través de la red de organismos con los que interactúa.
	Revisado 11/12/09

III. PLATAFORMAS LOCALES

CON PRESENCIA NACIONAL

 <h2 style="text-align: center;">CAMARA DE COMERCIO</h2>	
Organismo promotor	Corporación de derecho publico
Contacto	www.camaras.org
Destinatarios	Público general
Servicios habituales	<p><u>Grupos 0 a 4</u></p>  <ul style="list-style-type: none"> 0.1. Difusión 1.2. Análisis de viabilidad del proyecto 1.4. Estudios de mercado 1.6. Informes sectoriales 2.2. Formación 2.3. Tutorización del plan de negocio 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones 3.2. Creación de empresas (PAIT) 3.3. Tramitación de subvenciones 3.5. Alojamiento en vivero 3.6. Servicios comunes de alojamiento 4.3. Asistencia a la internacionalización 4.4. Organización de ferias 4.5. Gestión de normas calidad, medioambiente 4.10. Transmisión y venta de empresas
Número de centros	87, 37 en el extranjero, 77 viveros de empresas y 120 oficinas locales (antenas)
Observaciones	Este listado de servicios sería así de completo para Cámaras de localizaciones grandes (y de mayor presupuesto), como Madrid, Barcelona o Valencia pero no es extensivo a todas las delegaciones (muchas de ellas ubicadas en municipios pequeños con menores medios)
Canal de acceso	Presencial y directa

CEEI	
Organismo promotor	Administración local/autonómica con apoyo de la UE
Destinatarios	Público general con proyectos tecnológicos o innovadores
Servicios habituales	<p><u>Grupos 0 a 3</u></p>  <p>0.1. Difusión 1.2. Análisis de viabilidad del proyecto 2.2. Formación 2.3. Tutorización del plan de negocio 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones 3.5. Alojamiento en vivero 3.6. Servicios comunes de alojamiento</p>
Observaciones	Existen CEEIs con apoyo especializado en la fase de consolidación empresarial, sin embargo se han reflejado aquellos servicios comunes a todos los Centros.
Canal de acceso	Presencial y directo
Número de centros	23

CENTRO TECNOLÓGICO	
Organismo promotor	Agentes privados, con participación o no de organismos públicos
Destinatarios	Público general y universitario, apoyo tecnológico a sectores tradicionales
Servicios habituales	<p><u>Grupo 1</u></p>  <p>1.1. Vigilancia tecnológica 1.2. Análisis de viabilidad técnica del proyecto 1.3. Detección e identificación de oportunidades de negocio</p>
Canal de acceso	Presencial y directo
Número de centros	67

PARQUE CIENTÍFICO – TECNOLÓGICO

Organismo promotor	Universidad o Centro Público de Investigación, Ayuntamiento, etc
Destinatarios	Público general con preferencia hacia universitarios. Con proyectos basados en la tecnología y la innovación
Servicios habituales	<p><u>Grupos 2 y 3</u></p>  <p>2.2. Formación 2.3. Tutorización de planes de negocio 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 3.3. Tramitación de subvenciones 3.5. Alojamiento 3.6. Servicios comunes de alojamiento 3.7. Alojamiento web 3.8. Servicios específicos de apoyo a la empresa alojada</p>
Canal de acceso	Presencial y directo
Número de centros	32 socios (47 más en construcción)

SERVICIO UNIVERSITARIO DE CREACIÓN DE EMPRESAS

Organismo promotor	Universidad
Destinatarios	Colectivo universitario
Servicios habituales	<p><u>Grupos 0 a 3</u></p>  <p>0.1. Difusión 0.5. Talleres de creatividad 1.2. Análisis de viabilidad del proyecto 2.1. Análisis de la propiedad industrial e intelectual 2.2. Formación 2.3. Tutorización del plan de negocio 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones 2.8. Premios a las mejores iniciativas 3.1. Apoyo jurídico en la creación de la empresa 3.5. Alojamiento en vivero 3.6. Servicios comunes de alojamiento</p>
Canal de acceso	Personal y directo
Número de centros	50

FUNDACIONES UNIVERSIDAD - EMPRESA

Organismo promotor	Varios, en muchos casos la Universidad o universidades de la Región, Gobierno Regional y Cámaras de Comercio
Destinatarios	Colectivo universitario
Servicios habituales	<p><u>Grupos 0 a 2</u></p>  <p>0.1. Difusión 0.5. Talleres de creatividad 1.2. Análisis de viabilidad del proyecto 2.1. Análisis de la propiedad industrial e intelectual 2.2. Formación 2.3. Tutorización del plan de negocio 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones 2.8. Premios a las mejores iniciativas</p>
Canal de acceso	Personal y directo
Número de centros	31

INICIATIVAS MUNICIPALES DE REFERENCIA

AEDL MELILLA

Organismo promotor	Consejería de Economía, Empleo y Turismo
Contacto	c/ Justo Sancho Miñano, 2 Web / e-mail: www.aedlmelilla.es / adl@melilla.es Teléfono: 952 97 62 42
Destinatarios	Público general y, especialmente, desempleados
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 2</u></p>  <p>0.1. Difusión 1.2. Análisis de viabilidad del proyecto 2.2. Formación 2.3. Tutorización del plan de negocio 2.4. Herramientas <i>on-line</i> 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones</p>
Canal de acceso	Presencial y directo

 <h2 style="text-align: center;">BARCELONA ACTIVA</h2>	
Organismo promotor	Agencia de Desarrollo Local del Ayuntamiento de Barcelona (CEEI)
Contacto	Dirección: C/ Llacuna 162-164. 08018 Barcelona Web / e-mail: www.barcelonactiva.cat / barcelonactiva@barcelonactiva.cat Teléfono: 934 01 97 77
Destinatarios	Público general, con especial énfasis en proyectos innovadores
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 4</u></p>  <p>0.1. Difusión 1.2. Análisis de viabilidad de la idea 2.2. Formación 2.3. Asesoramiento y tutorización proyectos 2.4. Herramientas <i>on line</i> 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones 3.5. Alojamiento en viveros 4.1. Formación avanzada a empresas 4.2. Servicios de consultoría 4.3. Asistencia en la internacionalización 4.9. Generación de redes empresariales</p>
Canal de acceso	Presencial y centralizado

 <h2 style="text-align: center;">FOMENTO DE SAN SEBASTIAN</h2>	
Organismo promotor	Ayuntamiento de San Sebastián
Contacto	Web: www.fomentosansebastian.org
Destinatarios	Público general con proyectos innovadores
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 4</u></p>  <p>0.1. Difusión 0.3. Matching ofertas laborales y candidatos 1.2. Análisis de viabilidad del proyecto 1.4. Estudios de mercado y sectoriales 2.2. Formación 2.3. Tutorización del plan de negocio 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones 3.4. Financiación directa y avales técnicos 3.5. Alojamiento en vivero 3.6. Servicios comunes de alojamiento 4.3. Asistencia a la internacionalización 4.6. Servicio de coaching 4.7. Alojamiento fase avanzada</p>
Canal de acceso	Presencial y descentralizado (6 sedes)

 MADRID EMPRENDE	
Organismo promotor	Agencia de Desarrollo Económico
Contacto	c/ Gran Vía, 24 – primera. 28013, Madrid Web: www.esmadrid.es/madridemprende/jsp/index.jsp Teléfono: 91 588 84 79
Destinatarios	Público general
Servicios	<p><u>Grupos 0 a 3</u></p>  <ul style="list-style-type: none"> 0.1. Difusión 1.2. Análisis de viabilidad del proyecto 2.2. Formación 2.3. Tutorización del plan de negocio 2.5. Información sobre subvenciones y ayudas 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos 2.7. Publicaciones 3.2. Creación de empresas (PAIT) 3.5. Alojamiento en vivero 3.6. Servicios comunes de alojamiento
Canal de acceso	Presencial directo (6 oficinas) e indirecto (via entidades colaboradoras)

ANEXO 2: LISTADO DE LAS PLATAFORMAS DE APOYO A LA PERSONA EMPRENDEDORA ANALIZADAS

SERVICIOS UNIVERSITARIOS

Información extraída del informe "Iniciativas emprendedoras en la universidad española" dgpyme, 2006 y de la tesis "El emprendedor académico y la decisión de crear spin-off: un análisis del caso español", de Silvia Morales Gualdrón, 2008 Universidad de Valencia

- **U. A Coruña. Servicio de autoempleo.** www.udc.es
- **U. Alcalá de Henares. Programa de creación de empresas de base tecnológica.** www.uah.es
- **U. Alicante. Gabinete de Iniciativas para el empleo – GIPE.** www.gipe.ua.es
- **U. Almería. Programa de asesoramiento técnico para el autoempleo.** www.ual.es
- **U. Autónoma de Barcelona. Oficina de innovación y creación de empresas.** www.uab.cat
- **U. Autónoma de Madrid. Centro de Iniciativas Emprendedoras – CIADE.** www.ciade.org
- **U. Burgos. Unidad de empleo.** www.ubu.es
- **U. Cantabria. Centro de Orientación e Información de Empleo.** www.unican.es
- **U. Carlos III. Emprende.** www.uc3m.es/emprende
- **U. Castilla – La Mancha. UCLMEmprende.** www.uclm.es
- **U. Complutense. Compluemprende.** www.ucm.es
- **U. Córdoba. Programa de creación y gestión de empresas.** www.uco.es
- **U. Extremadura. Vivernet.** www.unex.es
- **U. Girona. Trampolí Tecnològic.** www.udg.edu
- **U. Granada. OTRI.** www.ugr.es
- **U. Islas Baleares OTRI.** www.uib.es
- **U. Jaime I de Castellón. Foro Jovellanos de fomento empresarial.** www.jovellanos.org
- **U. La Laguna. Empresas Jóvenes.** www.ull.es
- **U. León. Plan Regio.** www.unileon.es
- **U. Málaga. Programa Spin-off.** www.uma.es
- **U. Miguel Hernández de Elche. Programa Emprendedores Universitarios.** www.umh.es
- **U. Oviedo. Centro de Iniciativas y Transferencia a la Empresa.** www.uniovi.es
- **U. Pablo Olavide. OTRI.** www.upo.es
- **U de las Palmas de Gran Canaria. Programa universitario de apoyo a la creación de empresas.** www.ulpgc.es
- **U. País Vasco. Programa Entreprenari.** www.entreprenari.com
- **U. Politécnica de Cartagena. OTRI.** www.upct.es
- **U. Politécnica de Catalunya. Programa Innova.** <http://pinnova.upc.es>
- **U. Politécnica de Madrid. OTRI. Programa de creación de empresas de base tecnológica.** www.upm.es
- **U. Politécnica de Valencia. IDEAS.** www.ideas.upv.es

- **U. Pública de Navarra. Incubadora de Empresas Universitaria & Program INSITU.** www.unavarra.es
- **U. Rey Juan Carlos I. Tecnoemprende.** www.urjc.es
- **U. Rovira i Virgili. CENIT2.** www.urv.es
- **U. Salamanca. GALILEO.** www.usal.es
- **U. Santiago de Compostela. UNIEMPRENDE.** www.uniemprende.es
- **U. Sevilla. Programa fomento de la creación de empresas de base tecnológica.** www.us.es
- **U. Vigo. Oficina de Iniciativas Empresariales – OFIE.** www.uvigo.es
- **U. Zaragoza. Oficina Spin-off.** www.unizar.es
- **U. Abat Oliba Ceu. Centro de Iniciativas Emprendedoras.** www.uao.es
- **U. Deusto. Fundación Deusto. Programa Ingenio y Orkestra.** www.deusto.es
- **U. Europea de Madrid. Taller de creación de empresas.** www.uem.es
- **U. ICADE. Programa de apoyo a proyectos empresariales.** www.upcomillas.es
- **U. Ramon Llull. Centro de Iniciativa Empresarial – ESADE.** www.url.es

Fundaciones Universidad Empresa – Miembros de REDFUE

Información extraída de www.redfue.es.

- **Cámara de Comercio de Cantabria.** www.camaracantabria.com
- **Fundació Bosch i Gimpera.** www.fbg.ub.es
- **Fundació EMPRESA I CIÈNCIA (FEC).** <http://fec.uab.es>
- **Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya.** www.uoc.edu
- **Fundació Universitat-Empresa de les Illes Balears (FUEIB).** www.fueib.net
- **Fundación Campollano.** www.fcampollano.org
- **Fundación Empresa Universidad de Granada (FEUGR).** <http://feugr.ugr.es>
- **Fundación Empresa Universidad de la Laguna.** www.feu.ull.es
- **Fundación Empresa-Universidad de Zaragoza (FEUZ).** www.feuz.es
- **Fundación Euskoiker.** www.euskoiker.ehu.es
- **Fundación General de la UNED.** www.fundacion.uned.es
- **Fundación General de la Universidad de León y de la Empresa (FGULEM)** www.fgulem.es
- **Fundación General de la Universidad de Salamanca.** www.fundacion.usal.es
- **Fundación General de Valladolid.** www.funge.uva.es
- **Fundación Leonardo Torres Quevedo.** www.fltq.com
- **Fundación Mediterránea Empresa-Universidad de Almería (FOUEMA).** www.fundacionmediterranea.ual.es
- **Fundación para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología en Extremadura (FUNDECYT).** www.fundecyt.es
- **Fundación para el Fomento en Asturias de la Investigación Científica Aplicada y la Tecnología (FICYT).** www.ficyt.es
- **Fundación Universidad de Burgos.** www.fundacionubu.com

- **Fundación Universidad de la Rioja.** <http://fundacion.unirioja.es>
- **Fundación Universidad Empresa (FUE).** www.fue.es
- **Fundación Universidad Empresa de la Provincia de Cádiz (FUECA).** www.fueca.org
- **Fundación Universidad Empresa de la Región de Murcia.** www.fuem.es
- **Fundación Universidad Empresa de Valencia.** www.adeit.uv.es
- **Fundación Universidad Empresa Gallega (FEUGA).** www.feuga.es
- **Fundación Universidad Empresa Universidad de Navarra.** www.unav.es/feun/
- **Fundación Universidade da Coruña (FUAC).** www.fundacion.udc.es
- **Fundación Universitaria de las Palmas (FULP).** www.fulp.ulpgc.es
- **Fundación Universitaria para el Desarrollo de la Provincia de Córdoba (FUNDECOR).** www.fundecor.es
- **Observatorio Universidad Empresa de Málaga.** www.observatorioumaempresa.es

CAMARAS DE COMERCIO

Información extraída de www.cscamaras.org

- **A coruña.** www.camaracoruna.com
- **Álava.** www.camaradealava.com
- **Albacete.** www.camaradealbacete.com
- **Alcoy.** www.camaraalcoy.net
- **Alicante.** www.camaralicante.com
- **Almería.** www.camaradealmeria.es
- **Andujar.**
- **Arevalo.** www.arevalopoligono.com
- **Astorga.** www.camaraastorga.com
- **Avila.** www.camaradeavila.com
- **Aviles.** www.avilescamara.com
- **Ayamonte.** www.camara-ayamonte.com
- **Badajoz.** www.camarabadajoz.es
- **Barcelona.** www.cambrabcn.org
- **Bejar.** www.camarabejar.com
- **Bilbao.** www.camarabilbao.com
- **Briviesca.** www.camarabriviesca.com
- **Burgos.** www.camaraburgos.com
- **C. Regional Andalucía.** www.camarasandalucia.org
- **C. Regional Castilla - La Mancha**
- **C. Regional Castilla y León.** www.cocicyl.es
- **C. Regional Cataluña**
- **C. Regional Comunidad Valenciana.** www.infocamaras.com
- **Cáceres.** www.camaracaceres.es

- **Cádiz.** www.camaracadiz.com
- **Campo de Gibraltar.** www.camaracampodegibraltar.com
- **Cantabria.** www.camaracantabria.com
- **Cartagena.** www.cocin-cartagena.es
- **Castellón.** www.camaracs.es
- **Ceuta.** www.camaraceuta.org
- **Ciudad Real.** www.camaracr.org
- **Consejo Superior de Cámaras.** www.plancameral.org
- **Córdoba.** www.camaracordoba.com - www.cordobaexporta.com
- **Cuenca.** www.camaracuenca.org
- **Ferrol.** www.camarafferrol.org
- **Fuerteventura.**
- **Gijón.** www.camaragijon.es
- **Gipuzkoa.** www.camaragipuzkoa.com
- **Girona.** www.cambragirona.org
- **Granada.** www.camaragranada.org
- **Guadalajara.** www.camaranet.com/guadalajara/
- **Huelva.** www.camarahuelva.com
- **Huesca.** www.camarahuesca.com
- **Ibiza**
- **Jaen.** www.camarajaen.com
- **Jerez de la Frontera.** www.camarajerez.com
- **La Rioja.** www.camararioja.com
- **Lanzarote.** www.camaralanzarote.org
- **Las Palmas.** www.camaralaspalmas.org
- **León.** www.camaraleon.com
- **Linares.** www.camaralinares.es
- **Lleida.** www.cambralleida.com
- **Lorca.** www.camaracomlorca.es
- **Lugo.** www.camaralugo.com
- **Madrid.** www.camaramadrid.es
- **Málaga.** www.camaramalaga.com
- **Mallorca.** www.cambramallorca.com
- **Manresa.** www.cambramanresa.com
- **Melilla**
- **Menorca.** www.camaramenorca.com
- **Miranda de Ebro.** www.camaramiranda.com
- **Motril.** www.camaras.org/motril
- **Murcia.** www.camaramurcia.es

- **Navarra.** www.camaranavarra.com
- **Orihuela**
- **Ourense**
- **Oviedo.** www.camara-ovi.es
- **Palamos.** www.cambrapalamos.org
- **Palencia.** www.cocipa.es
- **Pontevedra.** www.camaras.org/pontevedra
- **Reus.** www.cambrareus.org
- **Sabadell.** www.cambrasabadell.org
- **Salamanca.** www.camarasalamanca.com
- **Sant Feliu de Guixols.** www.cambrastfeliu.com
- **Santa Cruz de Tenerife.** www.camaratenerife.com
- **Santiago de Compostela.** www.camaracompostela.com
- **Segovia.** www.camarasegovia.org
- **Sevilla.** www.camaradesevilla.com
- **Soria.** www.camarasoria.com/spain.htm
- **Tarragona.** www.cambratgn.es
- **Tarrega.** www.cambratarrega.com
- **Terrassa.** www.cambraterrassa.es
- **Teruel.** www.camarateruel.com
- **Toledo.** www.camaratoledo.com
- **Torrelavega.** www.camaratorrelavega.com
- **Tortosa.** www.cambratortosa.com
- **Tuy.** www.camaratui.com
- **Valencia.** www.camaravalencia.com
- **Valladolid.** www.camaravalladolid.com
- **Valls.** www.cambravalls.com
- **Vigo.** www.camaravigo.com
- **Vilagarcía de Arousa.** www.camaravilagarcia.com
- **Zamora.** www.camarazamora.com
- **Zaragoza.** www.camarazaragoza.com

AGENCIAS DE DESARROLLO REGIONAL

Información extraída de www.foroadr.es.

- **Andalucía. IDEA - Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía.** www.agenciaidea.es
- **Aragón. IAF - Instituto Aragonés de Fomento.** www.iaf.es/
- **Canarias. ACIISI - Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información.** www.aciisi.itccanarias.org
- **Cantabria. SODERCAN - Sociedad para el Desarrollo Regional de Cantabria.** www.sodercan.com

- **Castilla - La Mancha. Consejería de Industria de Castilla La Mancha.** www.jccm.es
- **Castilla y León. ADE - Agencia de Inversiones y Servicios.** www.ade.jcyl.es
- **Cataluña. ACC10.** www.acc10.cat
- **Ceuta. PROCESA - Sociedad de Fomento de Ceuta.** www.procesa.es
- **Comunidad de Madrid. IMADE - Instituto Madrileño de Desarrollo.** www.madrid.org
- **Comunidad Foral de Navarra. CEIN - Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra.** www.cein.es
- **Comunidad Valenciana. IMPIVA - Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana.** www.impiva.es
- **Extremadura. Consejería de Economía, Comercio e Innovación de Extremadura.** www.juntaex.es
- **Galicia. IGAPE- Instituto Galego de Promoción Económica.** www.igape.es
- **Islas Baleares. IDI - Institut d'Innovació Empresarial de les Illes Balears.** www.idi.es
- **La Rioja. ADER - Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja.** www.ader.es
- **Melilla. PROMESA - Proyecto Melilla S.A.** www.promesa.net
- **País Vasco. SPRI - Sociedad para la Promoción y Reconversión Industrial.** www.spri.es
- **Principado de Asturias. IDEPA - Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias.** www.idepa.es
- **Región de Murcia. INFO - Instituto de Fomento de la Región de Murcia.** www.ifrm-murcia.es

PARQUES CIENTÍFICO-TECNOLÓGICOS

Información extraída de www.apte.org.

Socios

- **22@Barcelona.** www.22barcelona.com
- **ADE Parques Tecnológicos y Empresariales de Castilla y León.** www.adeparques.es
- **Aerópolis, Parque Tecnológico Aeroespacial de Andalucía.** www.aeropolis.es
- **Centro de Desarrollo Tecnológico de la Universidad de Cantabria (CDTUC).** www.cdtuc.com
- **Ciudad Politécnica de la Innovación.** www.upv.es/cpi
- **Esade – Creapolis, Parque de la Innovación Empresarial.** www.esadecreapolis.com
- **Espasitec. Parc Científic, Tecnològic i Empresarial de la Universitat Jaume I de Castelló.** www.espasitec.uji.es
- **Fundació Parc d'Innovació La Salle.** www.parclasalle.org
- **Fundación Parque Científico de Murcia.** www.parquecientificomurcia.es
- **GEOLIT, Parque Científico y Tecnológico, S.A.** www.geolit.es
- **Parc Científic de Barcelona.** www.pcb.ub.es
- **Parc Científic i Tecnològic de la Universitat de Girona.** www.parcudg.com
- **Parc Científic Universitat de València.** www.uv.es/pcuv
- **Parc Científic y Tecnològic Agroalimentari de Lleida.** www.pctal.es
- **Parc de Recerca UAB.** <http://parc.uab.cat>
- **Parc Tecnològic del Vallés.** www.ptv.es

- **Parque Balear de Innovación Tecnológica (PARCBIT)** www.parcbit.es
- **Parque Científico -Tecnológico de Almería (PITA) S.A.** www.pitalmeria.es
- **Parque Científico de Alicante.** www.uaparc.org
- **Parque Científico de Leganés Tecnológico (Universidad Carlos III de Madrid).** www.leganestecnologico.es
- **Parque Científico de Madrid.** www.fpcm.es
- **Parque Científico Tecnológico de Gijón.** www.pctg.net
- **Parque Científico Tecnológico de la Universidad de las Palmas de Gran Canaria.** www.pct.ulpgc.es
- **Parque Científico y Empresarial de la Universidad Miguel Hernández de Elche.** www.fundacionquorum.es
- **Parque Científico y Tecnológico Cartuja 93.** www.cartuja93.es
- **Parque Científico y Tecnológico de Albacete.** www.pcyta.com
- **Parque Científico y Tecnológico de la Universidad Politécnica de Madrid.** www.upm.es
- **Parque de Innovación de Navarra.** www.parqueinnovacionnavarra.com
- **Parque de Innovación de Servicios a las Personas La Salle Madrid.** www.lasalleparquedeinnovacion.es
- **Parque Tecnológico Agroindustrial de Jerez, S.A.** www.jereztecnologico.es
- **Parque Tecnológico de Álava.** www.pt-alava.es
- **Parque Tecnológico de Andalucía.** www.pta.es
- **Parque Tecnológico de Asturias.** www.ptasturias.es
- **Parque Tecnológico de Bizkaia.** www.parque-tecnologico.net
- **Parque Tecnológico de Ciencias de la Salud de Granada.** www.ptsggranada.com
- **Parque Tecnológico de Galicia.** www.tecnopole.es
- **Parque Tecnológico de San Sebastián.** www.miramón.es
- **Parque Tecnológico TecnoBahía.** www.tecnobahia.es
- **Parque Tecnológico TecnoCampus Mataró-Maresme.** www.tecnocampus.com
- **Parque Tecnológico Walqa.** www.ptwalqa.com
- **Parque Tecnológico y Logístico de Vigo.** www.zonafrancavigo.com
- **Polo de Innovación Garaia S.Coop.** www.pologaraia.es
- **Tecnoalcalá. Parque Científico - Tecnológico de la Universidad de Alcalá.** www.pctua.org
- **València Parc Tecnològic.**

Afiliados

- **Área Tecnológica del Sur.** www.tecnogetafe.es
- **Ciudad del Conocimiento. Parque de Investigación y Desarrollo de Valme, S.A.** www.ciudaddelconocimiento.com
- **Consorci pel Desenvolupament del Parc Empresarial d'activitats Aeroespacials i de la Mobilitat de Viladecans.** www.aer.cat
- **Fundació b_Tec.** www.btec.org
- **Fundación Agencia Aragonesa para la Investigación y el Desarrollo (ARAID).** www.araid.es

- **Fundación Ferrol Metròpoli.** www.ferrolmetropoli.org
- **Fundación Parque Científico Tecnológico Agroalimentario Aula Dei.** www.pctad.com
- **Móstoles Tecnológico.** www.mostolestecnologico.com
- **Oñati, Ciudad Universitaria y Tecnológica**
- **Parc Central - Parque Tecnológico de la Cataluña Central.** www.parc-central.com
- **Parc de Recerca Biomèdica de Barcelona (PRBB).** www.prbb.org
- **Parc de Recerca UPF - Ciències Socials i Humanitats.** www.upf.edu/rdi/parcs/parcsch.html
- **Parc Tecnològic Barcelona Nord.** www.barcelonanetactiva.com
- **Parque Agroalimentario Vélez Málaga-Axarquía S.A.**
- **Parque Científico - Tecnológico de Córdoba S.L. (Rabanales 21).** www.rabanales21.com
- **Parque Científico - Tecnológico de Extremadura.** www.pctextremadura.com
- **Parque Científico de la Universidad de Salamanca**
- **Parque Científico Tecnológico de Huelva S.A.**
- **Parque Científico Tecnológico de la Universidad de Burgos**
- **Parque Científico Tecnológico TecnoEbro.** www.tecnoebro.es
- **Parque Científico Universidad de Valladolid+d.** www.parquecientificouva.es
- **Parque Científico y Tecnológico de Cantabria.** www.pctcan.com
- **Parque Científico y Tecnológico de Tenerife, S.A.**
- **Parque Científico y Tecnológico Olavide-Alcalá-Sevilla Tecnópolis Universitaria**
- **Parque de Investigación e Innovación - Parque UPC (Universitat Politècnica de Catalunya)**
- **Parque Digital de la Rioja**
- **Parque Metropolitano, Industrial y Tecnológico de Granada.** www.parquemropolitano.com
- **Parque Tecnológico Ciudad de Madrid.** www.esmadrid.com/madridemprende
- **Parque Tecnológico de Eibar.** www.parquetecnologicoeibar.com
- **Parque Tecnológico de Estella.** www.ptel.es
- **Parque Tecnológico de Fuerteventura.** www.parquetecnologicodefuerteventura.com
- **Parque Tecnológico Fuente Álamo S.A.** www.ptfuellealamo.es
- **Polo de Innovación Goierri.** www.goierrifundazioa.org
- **TechnoPark - Motorland.** www.technoparkmotorland.com
- **Tecnoparc, Parc Tecnològic del Camp.** www.tecnoparc.com
- **Universidad de Cádiz.** www.uca.es

CENTROS EUROPEOS DE EMPRESAS E INNOVACIÓN (CEEIS)

Información extraída de www.ances.com.

- **BIC EURONOVA (MALAGA).** www.bic.es
- **EUROCEI Sevilla.** www.eurocei.com
- **BIC Berrilán.** www.bicberrilan.com
- **CEEI Bahía de Cádiz.** www.ceeibahia.com

- Barcelona Activa. www.barcelonactiva.cat
- CEI Alava. www.ceia.es
- CEEI Elche. www.ceei-elche.com
- CEEI Burgos. www.ceeiburgos.es
- CEEIARAGON. www.ceeiaragon.es
- CEEI Balears. www.ceeibaleares.com
- CEEI Albacete. www.ceeialbacete.com
- CEEI Castilla y León. www.ceical.es
- CEEI Ciudad Real. www.ceeicr.es
- CEEI Cartagena. www.ceeic.com
- BIC Galicia. www.bicgalicia.es
- CEEI Valencia. www.ceei-valencia.com
- CEEI Asturias. www.ceei.es
- CEIN (Navarra). www.cein.es
- CEEI Alcoy. www.ceei-alcoy.com
- CEEI Castellón. <http://ceeicastellon.emprenemjunts.es/>
- CEEI Talavera. www.ceeivr.com/
- BEAZ (Bilbao). www.beaz.net
- CEEI Lleida. www.ceeilleida.com

ASOCIACIONES DE JOVENES EMPRESARIOS (AJE)

Información extraída de www.ceaje.com.

- **A CORUÑA.** 981 915 635
- **ALBACETE.** 967 609 090
- **ALICANTE.** 965 141 707
- **ALMERÍA.** 950 225 281
- **ANDALUCÍA.** 635 567 320
- **ASTURIAS.** 985 349 238
- **BALEARES.** 971 77 73 16
- **BURGOS.** 947 25 04 53
- **CÁDIZ.** 956 071 015
- **CANTABRIA.** 942 032 032
- **CASTELLÓN.** 964 225 468
- **CASTILLA LA MANCHA.** 926 256 870
- **CASTILLA LEON.** 983 390 377
- **CATALUÑA.** 934 305 500
- **CÓRDOBA.** 902 105 236
- **EXTREMADURA.** 924 22 29 53
- **GRANADA.** 958 256 100

- **GUADALAJARA.** 949 21 93 16
- **GUIPUZCOA.** 902 93 23 13
- **HUELVA.** 959 208 300
- **JAEN.** 953 238 458
- **LA RIOJA.** 941 240 038
- **LEÓN.** 987 232 155
- **LUGO.** 982 22 46 99
- **MADRID.** 913 641 055
- **MÁLAGA.** 952 225 045
- **MURCIA.** 968 282 552
- **NAVARRA.** 948 243 045
- **PAIS VASCO.** 945 121 929
- **PALENCIA.** 979 702 528
- **PONTEVEDRA.** 986 862 550
- **SEVILLA.** 954 53 51 54
- **TENERIFE.** 922 240 236
- **VALENCIA.** 963 515 621
- **VIZCAYA.** 944 239 064
- **ZARAGOZA.** 976 215 176

SENIORS ESPAÑOLES PARA LA COOPERACIÓN TÉCNICA (SECOT)

- **A CORUÑA.** 981 216 072
- **ALICANTE.** 965 201 133
- **ALMUÑECAR.** 958 639 257
- **ARAGON.** 976 30 61 61
- **BARCELONA.** 934 169 482
- **CANTABRIA.** 942 213 020
- **EXTREMADURA.** 924 009 842
- **GIRONA.** 972 418 526
- **GRANADA.** 958 520 276
- **GRANOLLERS.** 938 790 318
- **GIJON.** 985 308 243
- **GUIPUZCOA.** 943 22 44 96
- **HUELVA.** 959 283 583
- **HUESCA.** 974 242 363
- **JAEN.** 953 247 950
- **LUGO.** 982 28 43 00
- **MADRID.** 914 297 094
- **MALAGA.** 952 224 035

- **NAVARRA.** 948 210 555
- **ORENSE.** 988 225 280
- **OVIEDO.** 985 20 75 75
- **SABADELL.** 937 27 74 67
- **SALAMANCA.** 923 280 140
- **SEVILLA.** 902 932 320
- **TARRAGONA.** 977 300 418
- **VALENCIA.** 963 152 000
- **VALLADOLID.** 983 352 123
- **VIGO.** 986 447 535
- **VILLAGARCIA DE AROSA.** 986 56 52 86
- **VIZCAYA.** 944 161 966

ANEXO 3: ANÁLISIS DE LAS PROVINCIAS CON MAYOR CONCENTRACIÓN DE RECURSOS PARA LA PERSONA EMPRENDEDORA

En este anexo, se realizará el mapa de los servicios de apoyo existentes para distintos arquetipos de emprendedores en las provincias dotadas de más recursos (señaladas en el capítulo 5), destacando, mediante un análisis DAFO, las principales características de cada una.

En cada mapa se hace referencia en el eje Y (ordenadas) al número de entidades que ofrecen un determinado servicio, entendiendo como tipo de entidades y no total, siguiendo el mismo criterio de selección de las provincias a analizar. Por ejemplo, si en una provincia el servicio asistencia técnica para la elaboración de un plan de negocio lo ofrecen tres Parques Científicos, la Cámara de Comercio y dos Universidades, se contabilizará como tres (tres tipos de entidades ofrecen asistencia) y no como seis.

En el eje X (coordenadas) se muestran los principales servicios de apoyo a la persona emprendedora. Para facilitar la lectura, en la Tabla 16 se reproducen estos servicios en función del grado de madurez del proyecto (enumerados en el capítulo 4).

Tabla 16 Principales servicios a la persona emprendedora según estadio del proyecto

0. DECISION DE EMPRENDER

- 0.1. Difusión
- 0.2. Test de aptitudes emprendedoras
- 0.3. Bolsa de ideas, etc.
- 0.4. Casos de éxito, entrevistas, etc.
- 0.5. Talleres de creatividad

1. GESTACION DE LA IDEA

- 1.1. Vigilancia tecnológica
- 1.2. Análisis de viabilidad de la idea
- 1.3. Detección de oportunidades de negocio
- 1.4. Estudios de mercado
- 1.5. Jornadas sectoriales
- 1.6. Informes sectoriales

2. DESARROLLO DEL PROYECTO

- 2.1. Análisis propiedad industrial / intelectual
- 2.2. Formación
- 2.3. Tutorización del plan de negocio y asesoramiento
- 2.4. Herramientas on-line
- 2.5. Información sobre financiación, subvenciones y ayudas
- 2.6. Información sobre trámites jurídicos y administrativos
- 2.7. Publicaciones, edición de material formativo propio
- 2.8. Premios a las mejores iniciativas emprendedoras

3. CREACION DE LA EMPRESA

- 3.1. Apoyo jurídico a la creación de empresa
- 3.2. Creación empresa (PAIT o ventanilla única)
- 3.3. Tramitación y gestión de subvenciones
- 3.4. Financiación directa
- 3.5. Alojamiento fase I (vivero empresas)
- 3.6. Servicios comunes de alojamiento
- 3.7. Alojamiento web
- 3.8. Servicios de alojamiento específicos

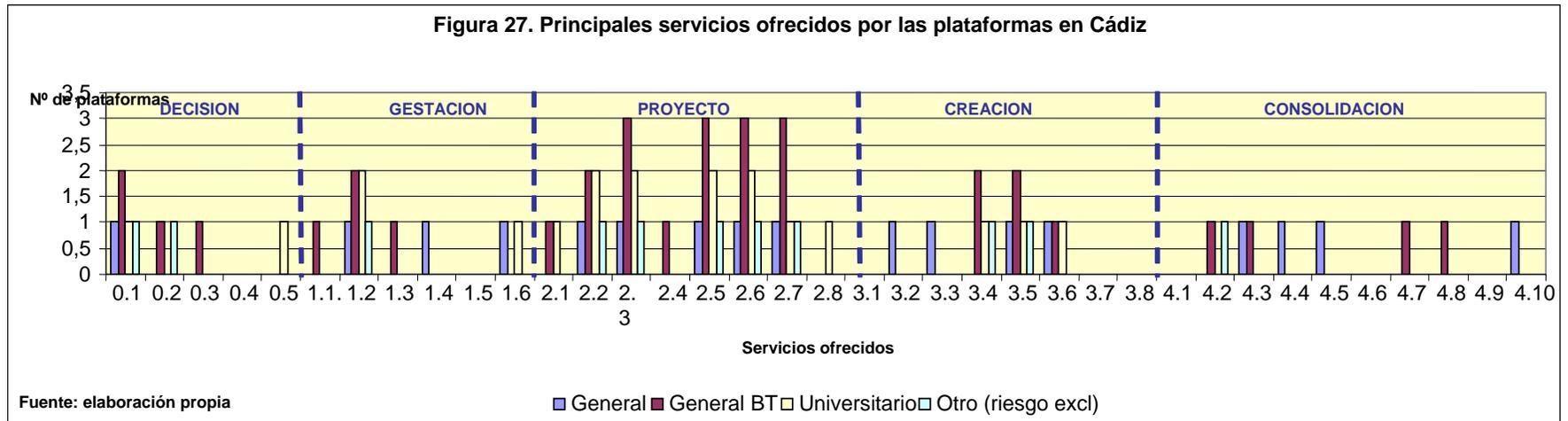
4. CONSOLIDACION EMPRESARIAL

- 4.1. Formación avanzada a empresas
- 4.2. Servicios de consultoría
- 4.3. Asistencia a la internacionalización
- 4.4. Organización de ferias o foros de inversores
- 4.5. Gestión de Calidad, Medioambiente, I+D
- 4.6. Servicio de *coaching*
- 4.7. Alojamiento fase II (almacenes, etc.)
- 4.8. Participación en sucesivas rondas de financiación
- 4.9. Generación de redes empresariales
- 4.10. Servicio de transmisión y venta de empresas

Fuente: elaboración propia

Andalucía

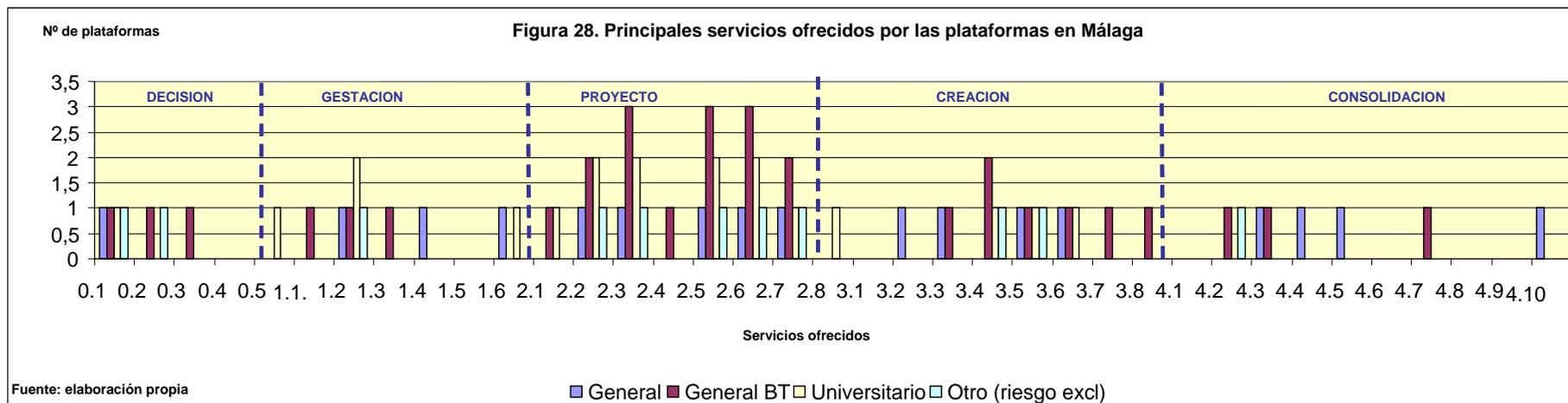
Cádiz



- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Solapamiento entre plataformas en eslabón Desarrollo de proyecto, como Formación o Información trámites Faltan servicios básicos asistenciales a empresas ya creadas, como formación o consultoría 	<ul style="list-style-type: none"> El desarrollo de otras provincias, como Huelva, puede conllevar la disminución, en un futuro, de la financiación pública de estas plataformas proveniente de la Junta.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Prácticamente cubren todos los eslabones de la cadena, son plataformas complementarias y hasta cierto punto sinérgicas, lo que favorece al emprendedor, especialmente al tecnológico 	<ul style="list-style-type: none"> Mayor colaboración entre las plataformas para cubrir las necesidades detectadas, completando así el modelo. Ampliar estos servicios a otros colectivos, como público general o riesgo de exclusión

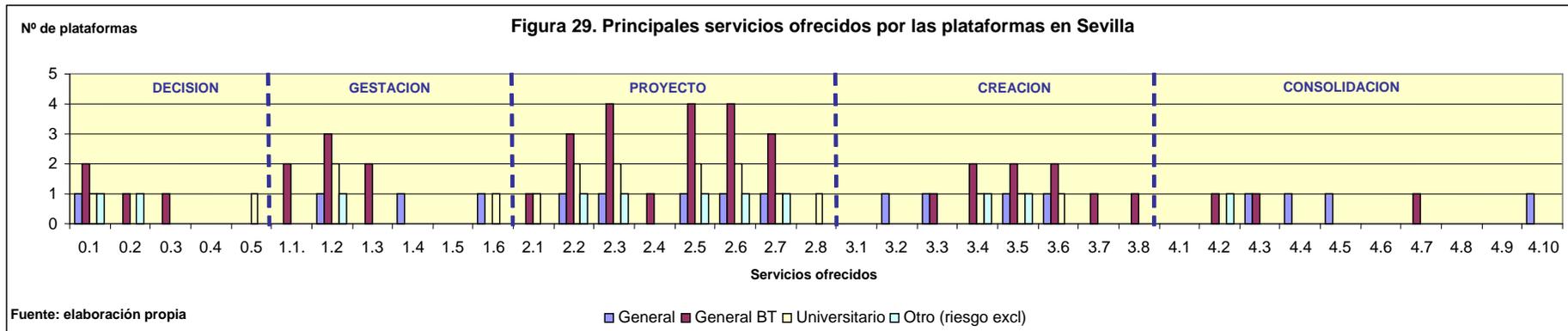
Málaga



- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Solapamiento de plataformas ofreciendo servicios similares en el eslabón de Desarrollo de Proyecto Menor presencia de servicios destinados a la Consolidación Empresarial 	<ul style="list-style-type: none"> Escasa diferenciación con respecto a provincias limítrofes, especialmente en el caso de Sevilla
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Suficientemente cubiertos los distintos servicios a ofrecer en las distintas fases del proceso emprendedor, desde el nacimiento a la creación. Especialmente en el caso de emprendedores de base tecnológica 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de servicios orientados a la consolidación empresarial, para todo tipo de proyectos, tanto tecnológicos como convencionales

Sevilla

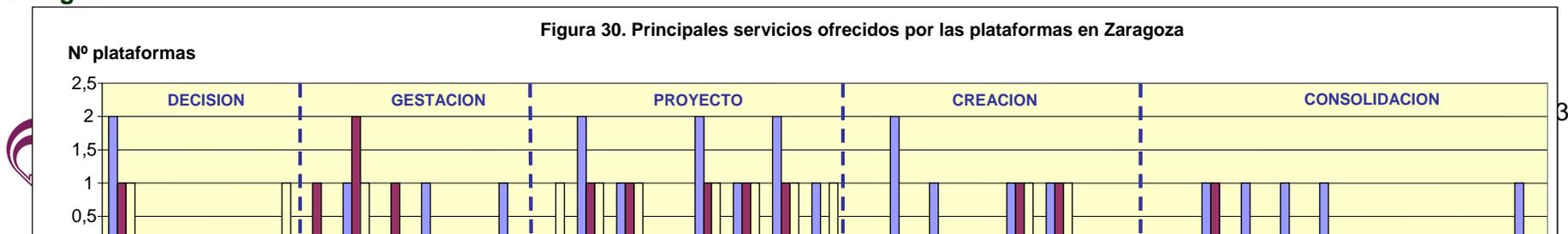


- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Solapamiento de plataformas ofreciendo servicios similares en el eslabón de Desarrollo de Proyecto Escasa oferta para el resto de eslabones, en muchos casos se trata de una única plataforma Menor presencia de servicios destinados a la Consolidación Empresarial 	<ul style="list-style-type: none"> Escasa diferenciación con respecto a provincias limítrofes, especialmente en el caso de Málaga
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Suficientemente cubiertos los distintos servicios a ofrecer en las distintas fases del proceso emprendedor, desde el nacimiento a la creación. Especialmente en el caso de emprendedores de base tecnológica Cluster en telecomunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de servicios orientados a la consolidación empresarial, para todo tipo de proyectos, tanto tecnológicos como convencionales Polo de atracción de proyectos empresariales

Aragón

Zaragoza

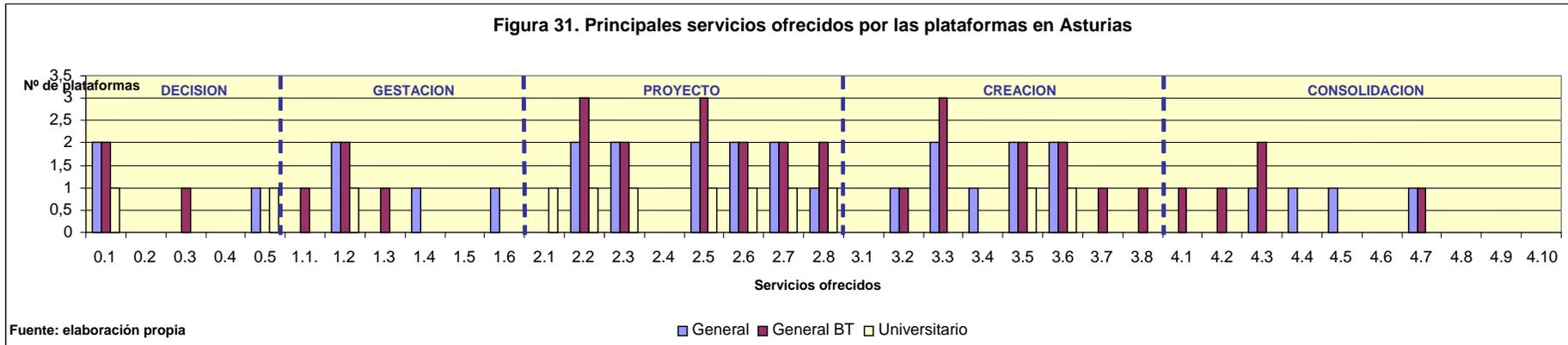


- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Insuficientemente cubiertas las fases 0, 3 y 4 del proceso emprendedor, más preocupante en los dos últimos casos, ya que se trata de la culminación del proceso. Se hecha en falta una mayor especialización de los servicios para proyectos de alto componente tecnológico, especialmente en las fases anteriormente comentadas 	<ul style="list-style-type: none"> Disminución de la demanda en caso de que las provincias limítrofes, especialmente Huesca, desarrollen su propia oferta de servicios. Cercanía de CC.AA con mayores medios económicos, oferta y tradición emprendedora, como es el caso de Cataluña
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Satisfactoriamente cubierto los eslabones 1 y 2 de la cadena. 	<ul style="list-style-type: none"> Especialización de las plataformas a la casuística de la zona Completar los servicios no ofrecidos en los distintos eslabones, especialmente en la consolidación

Asturias

Figura 31. Principales servicios ofrecidos por las plataformas en Asturias

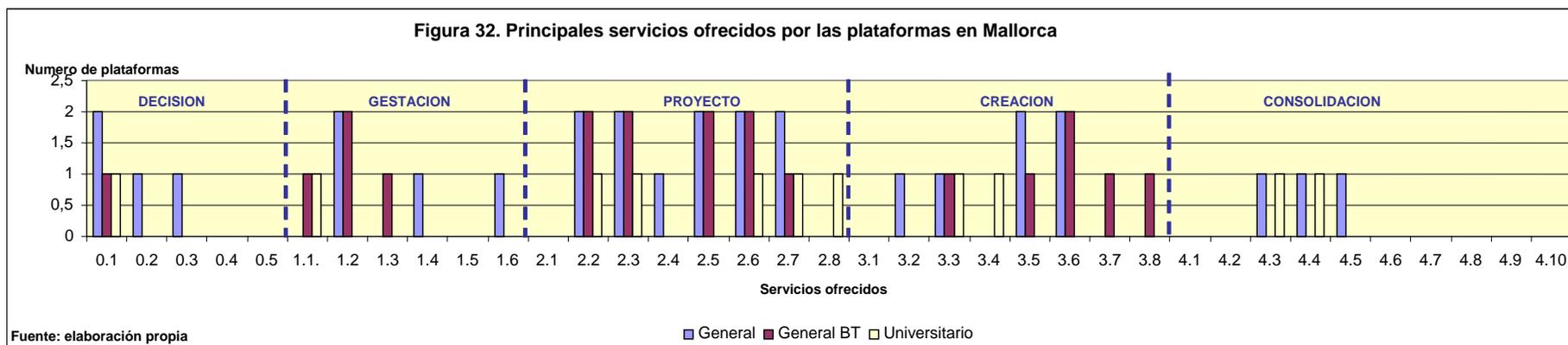


- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Escasez de oferta dentro de los eslabones 0 y1, para el arquetipo general y tecnológico • Solapamiento de plataformas en eslabones 2 y 3, especialmente para proyectos tecnológicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta una especialización, tipo cluster en la zona, que convierta la región en una referencia concreta. • Aparición de plataformas, tanto en esta Comunidad como en otras adyacentes que cubra los huecos detectados
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Gran concentración de servicios para los eslabones 1 y 2, especialmente en el caso de proyectos tecnológicos • Comparativamente bien cubiertos servicios especializados, es decir, eslabón 3 y 4, especialmente para el tecnológico • Alta concentración de plataformas especializadas en proyectos innovadores en un territorio relativamente pequeño 	<ul style="list-style-type: none"> • Atracción de emprendedores y empresas de CCAA limítrofes poco desarrolladas en este ámbito, como Lugo en Galicia o Cantabria • Desarrollar los servicios, en cooperación entre plataformas, sin cubrir para obtener una oferta más integral y completa

Baleares, I.

Mallorca

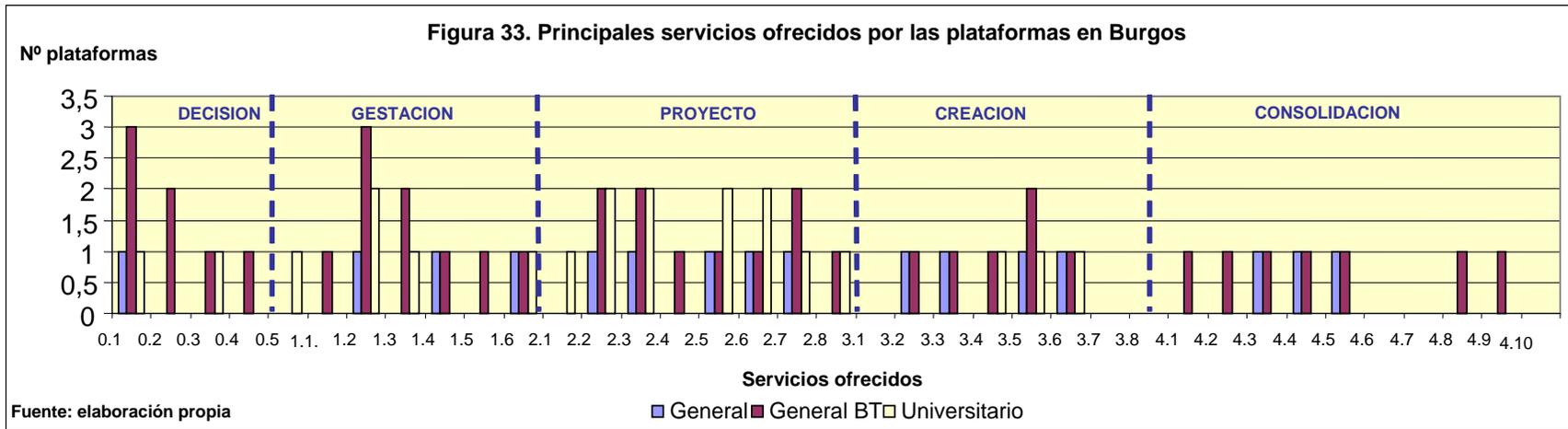


- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Poco desarrollado los servicios de apoyo a la consolidación de empresas, en comparación con el resto de eslabones. 	<ul style="list-style-type: none"> Cierto aislamiento que supone la insularidad en cuanto a captación de nuevas ideas e iniciativas
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Sistema muy completo de plataformas, existe en la isla Parques Científicos, Centros Tecnológicos, CEEIs, Cámaras de Comercio, etc. Presencia elevada de servicios dentro de los eslabones 2 y 3, esto es, desarrollo del proyecto y plan de negocio 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de servicios específicos para consolidar las iniciativas surgidas en la islas y para todo tipo de arquetipos emprendedores

Castilla y León

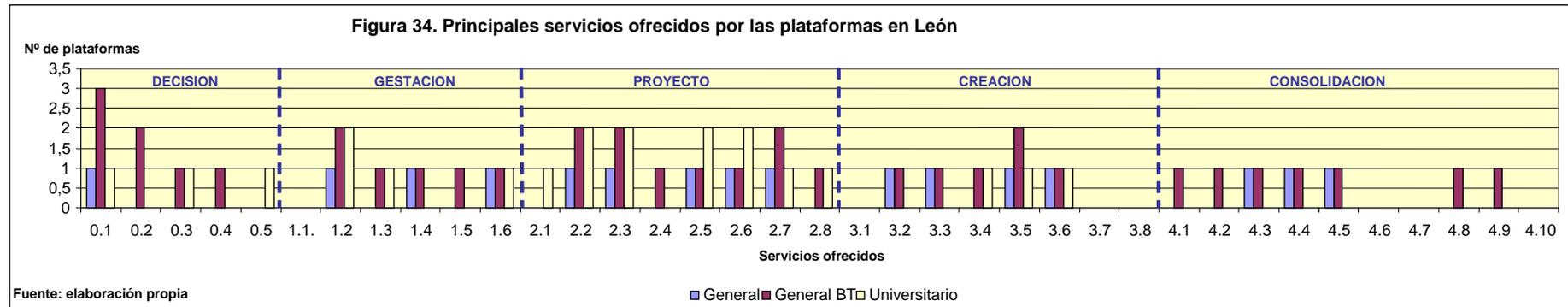
Burgos



- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Solapamiento de servicios entre las distintas plataformas, especialmente en los servicios 1.2, 2.2 y 2.4 	<ul style="list-style-type: none"> La cercanía a plataformas del País Vasco o Valladolid, más desarrolladas y, en muchos casos, con más medios para atraer proyectos empresariales, lo que puede deslocalizar la demanda.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Presta mucha atención a la fase inicial del proceso de emprender, especialmente en el caso universitario Cobertura muy amplia del proceso emprendedor, destacando la consolidación empresarial 	<ul style="list-style-type: none"> Especialización de la oferta de las plataformas a la realidad socioeconómica de la zona. Completar los servicios no ofrecidos en los distintos eslabones, especialmente en la consolidación

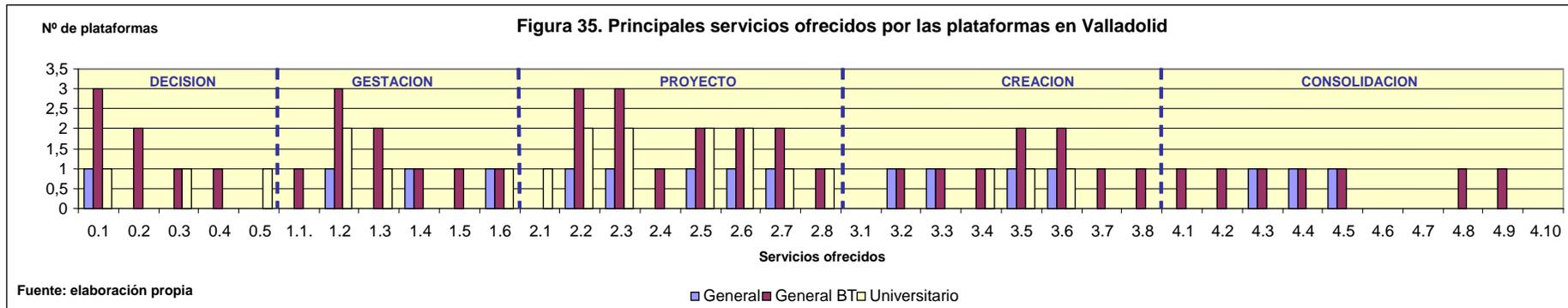
León



- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Solapamiento de servicios entre las distintas plataformas, especialmente en el 0.1, difusión 	<ul style="list-style-type: none"> La cercanía a Valladolid puede deslocalizar la demanda.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Muy desarrollados los servicios de los eslabones 0 y 2, con una gran especialización en el arquetipo universitario En general, cobertura muy amplia del proceso emprendedor especialmente para proyectos innovadores 	<ul style="list-style-type: none"> Especialización de la oferta de las plataformas, especialmente hacia el emprendimiento tecnológico (universitario y general). De facto, es el principal polo biotecnológico de Castilla León Completar los servicios no ofrecidos en los distintos eslabones, especialmente en la consolidación

Valladolid

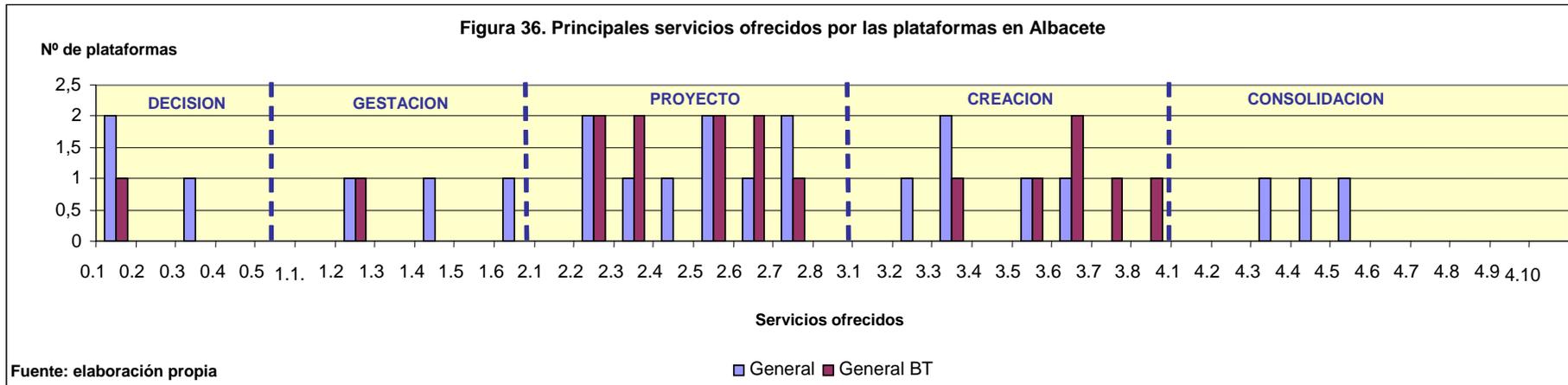


- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Cierto solapamiento entre las distintas plataformas en cuanto a su oferta de servicios. Especialmente en los servicios 0.1, 1.2, 2.2 y 2.3, para el arquetipo general de base tecnológica 	<ul style="list-style-type: none"> La potenciación de otras provincias puede limitar su capacidad para erigirse como punto de referencia autonómico
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Alta concentración de plataformas de apoyo, especialmente de las relacionadas con proyectos innovadores (parques científicos, CEEIs o centros tecnológicos) En general, cobertura muy amplia del proceso emprendedor especialmente para proyectos innovadores 	<ul style="list-style-type: none"> Especialización de la oferta de las plataformas a la realidad socioeconómica de la zona, especialmente hacia las TIC y servicios auxiliares de automoción Completar los servicios no ofrecidos en los distintos eslabones, especialmente en la consolidación

Castilla - La Mancha

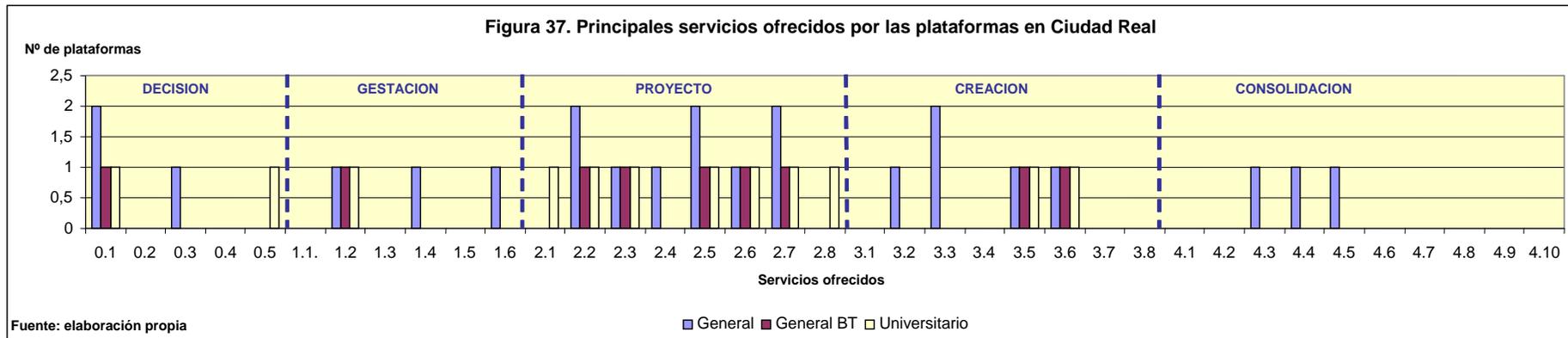
Albacete



- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Poca especialización de las plataformas, en cuanto a los arquetipos emprendedores Se echa en falta una mayor orientación hacia proyectos tecnológicos Poca orientación hacia la consolidación Escasa atención a las actividades previas al desarrollo del proyecto, eslabones 0 y 1 	<ul style="list-style-type: none"> La cercanía a la Comunidad Valenciana y Madrid hace disminuir la demanda
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Razonablemente cubiertos los eslabones de Desarrollo de proyecto y Creación de empresa 	<ul style="list-style-type: none"> Especializar la oferta, especialmente para proyectos innovadores, tanto en las etapas iniciales como en la consolidación, lo que se ve favorecido por la alta presencia de infraestructuras Completar los servicios no ofrecidos en los distintos eslabones, especialmente en la consolidación

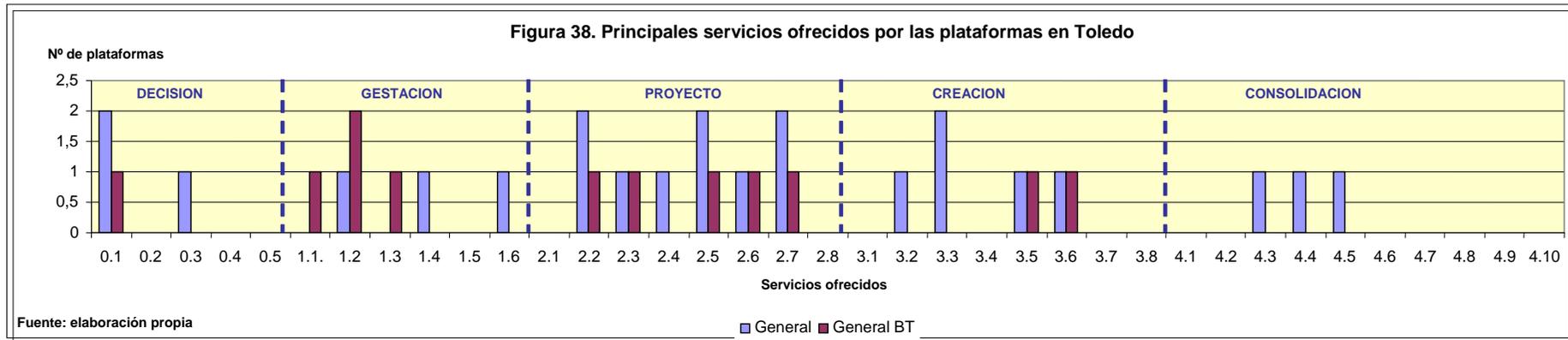
Ciudad Real



- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Escasos servicios de apoyo en los eslabones 0, 1, 3 y 4, lo que limita el alcance de las plataformas existentes 	<ul style="list-style-type: none"> El poco desarrollo de la oferta puede conducir a que la persona emprendedora desarrolle sus proyectos en otras zonas geográficas.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Muy desarrollados los servicios de apoyo en el Desarrollo de proyecto, especialmente en el caso de emprendedores universitarios 	<ul style="list-style-type: none"> Especialización de las plataformas, especialmente para apoyar proyectos innovadores surgidos del entorno universitario

Toledo

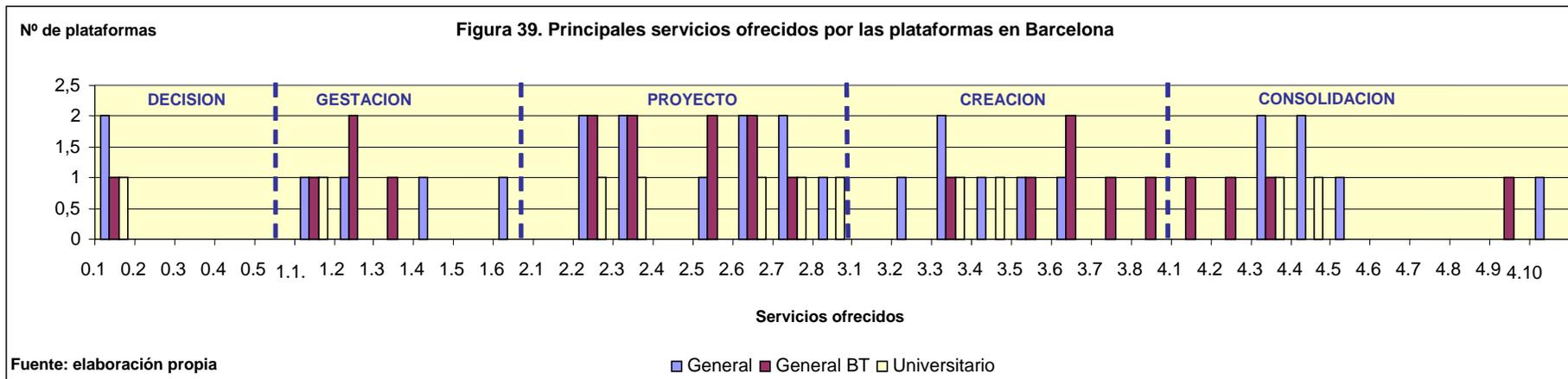


- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Escasa atención de las plataformas a los distintos arquetipos emprendedores. • Ausencia de servicios orientados a proyectos altamente innovadores • Los eslabones 0, 3, 4 esto es, el estadio inicial y los servicios orientados a la empresa ya creada, están poco desarrollados 	<ul style="list-style-type: none"> • La cercanía a Madrid, con el poder de atracción que representa, dificulta el desarrollo de iniciativas
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Bien cubiertas las etapas de gestación de la ideal y desarrollo del proyecto empresarial 	<ul style="list-style-type: none"> • Diferenciación de su oferta con respecto a Madrid • La cercanía a Madrid y sus menores precios se convierten en una baza para atraer actividad • Completar los servicios no ofrecidos en los distintos eslabones, especialmente en la consolidación

Cataluña

Barcelona

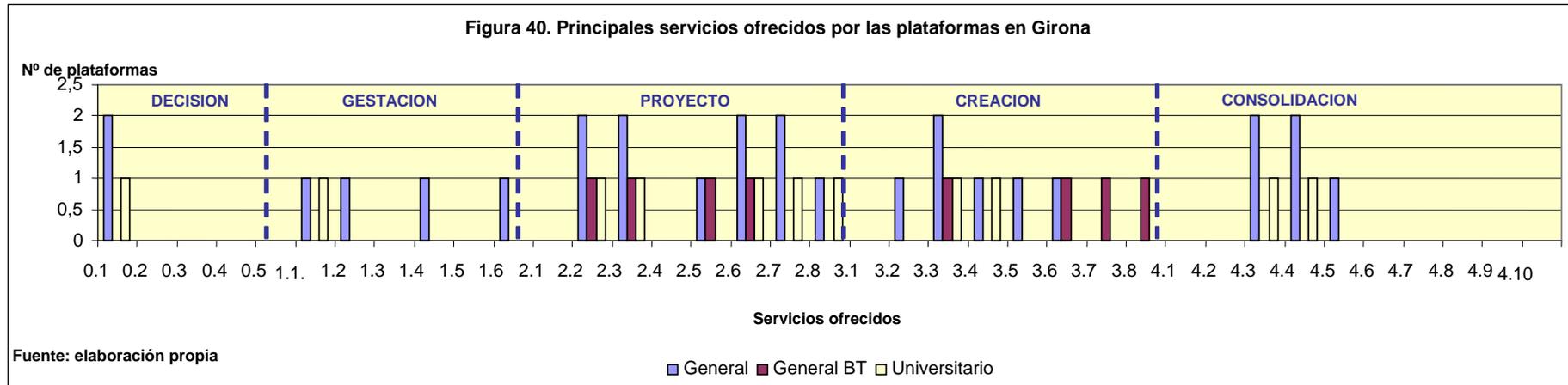


- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Muy poco desarrollado el eslabón inicial de la cadena de emprendimiento, punto de partida de la iniciativa emprendedora. Demasiada orientación hacia los proyectos tecnológicos desatendiendo a otro tipo de arquetipos 	<ul style="list-style-type: none"> Posible solapamiento de plataformas y servicios, y excesiva competencia entre las plataformas para atraer proyectos. Esto se agudizará en unos años cuando se finalice la construcción de los distintos parques científicos proyectados. Posible disminución de recursos financieros de origen público, debido a la atomización de la oferta.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Alta concentración de todo tipo de plataformas de apoyo Muy desarrollados los eslabones 2, 3 y 4 desarrollo del proyecto, creación y consolidación de empresas, especialmente en el caso de proyectos tecnológicos 	<ul style="list-style-type: none"> Tradición emprendedora de la región Alta concentración de industria Farmacéutica, Automoción e Industrial, entre otros, que faculta la existencia de una industria auxiliar de servicios, y por lo tanto, la aparición de nuevas iniciativas empresariales Aumento del número de plataformas existentes, previsto en los próximos años Completar los servicios no ofrecidos en los distintos eslabones para mejorar la ya extensa cobertura.

Girona

Figura 40. Principales servicios ofrecidos por las plataformas en Girona



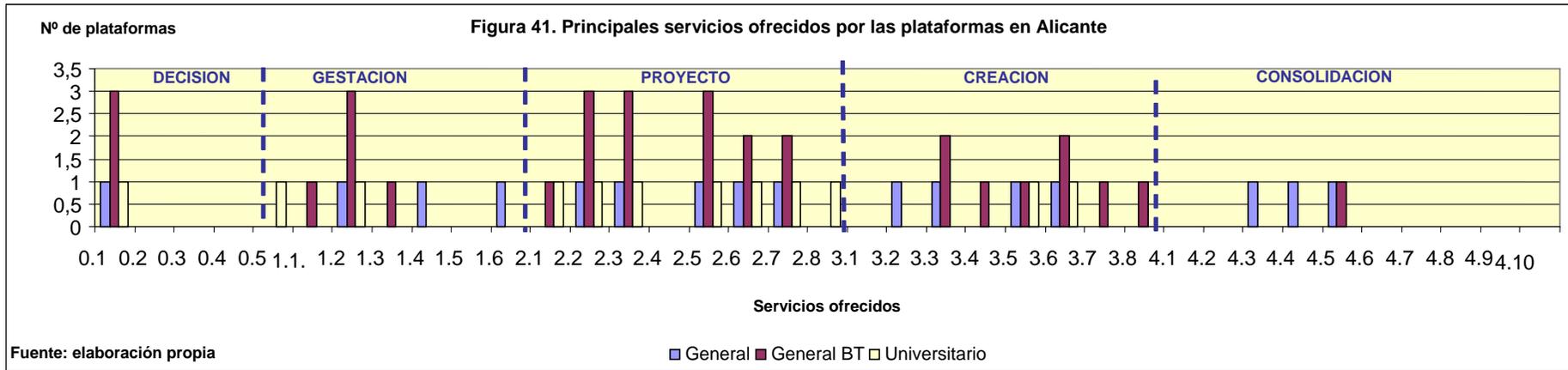
Fuente: elaboración propia

- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Escasamente desarrollados los eslabones 0, 1 y, especialmente 4 • Poca orientación hacia el emprendedor tecnológico 	<ul style="list-style-type: none"> • La cercanía a Barcelona, polo atractor de todo tipo de proyectos emprendedores y con plataformas de apoyo muy especializadas y con grandes recursos (financieros, técnicos y materiales)
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Satisfactoriamente desarrollados los servicios de los eslabones 2 y 3, especialmente para el arquetipo general 	<ul style="list-style-type: none"> • Completar los servicios no ofrecidos en los distintos eslabones, especialmente en la consolidación • Más competitivos en cuanto precios que Barcelona, lo que puede atraer proyectos que no necesiten de una localización determinada

Comunidad Valenciana

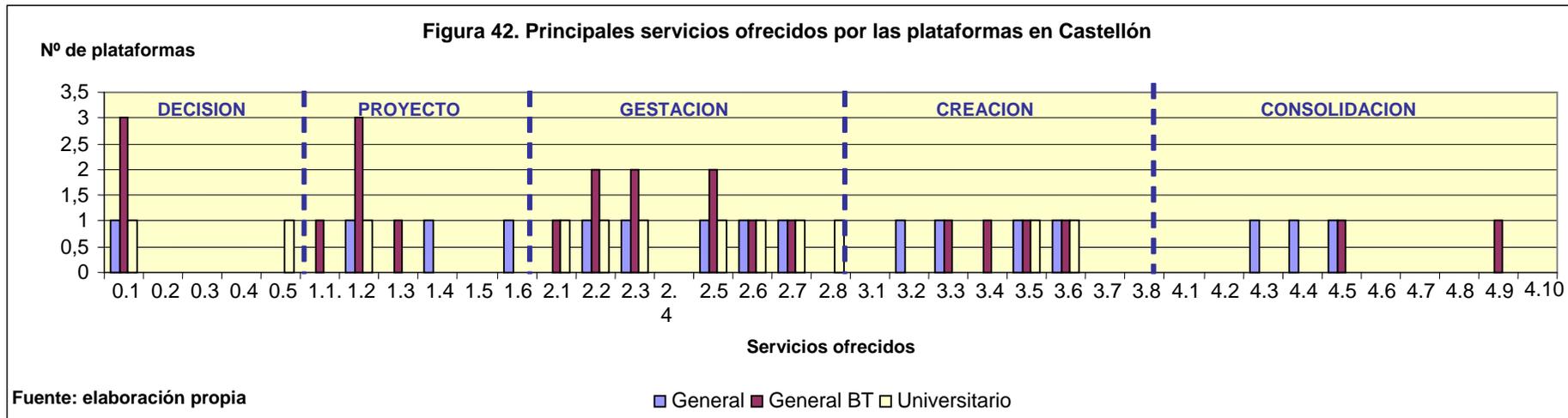
Alicante



- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Solapamiento de servicios, 0.1, 1.2, 2.2, 2.3 y 2.5 Especialmente en el arquetipo tecnológico y en el eslabón de desarrollo de proyecto. Poco desarrollados los servicios de consolidación y las actividades previas a la gestación de la idea 	<ul style="list-style-type: none"> Especialización en industrias poco innovadoras (calzado, textil, juguete), lo que hace peligrar la viabilidad futura. Conviene especializar más la oferta (e incrementar recursos) de los Centros Tecnológicos
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Existencia de todo tipo de plataformas de apoyo Tejido industrial sólido y con sensibilidad hacia la actividad emprendedora. Presencia de clusters en determinados sectores, lo que propicia la aparición de nuevas empresas y servicios auxiliares Buena oferta de servicios en los eslabones 2 y3, especialmente para proyectos innovadores y/o universitarios 	<ul style="list-style-type: none"> Completar los servicios no ofrecidos en los distintos eslabones, especialmente en la consolidación Orientar la oferta y especializarla hacia los sectores industrial predominantes

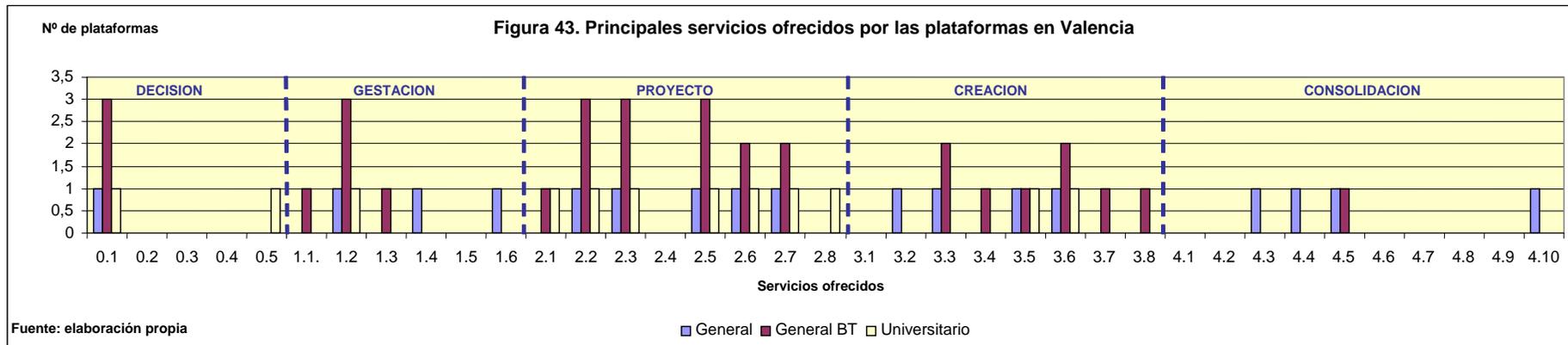
Castellón



- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Solapamiento de plataformas en el caso de las tecnológicas, especialmente para el servicio 1.2, análisis de viabilidad. Poca representación de servicios en los eslabones inicial y final, 0 y 4. Y, en comparación con el anterior, el 3 	<ul style="list-style-type: none"> Especialización en industrias poco innovadoras que están actualmente en crisis (como la cerámica) Competencia con las otras dos provincias de la CC.AA, más desarrolladas en cuanto al número y actividad de plataformas
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Existencia de todo tipo de plataformas de apoyo Tejido industrial sólido y con sensibilidad hacia la actividad emprendedora. Presencia de clusters en determinados sectores, lo que propicia la aparición de nuevas empresas y servicios auxiliares Bien cubiertos los eslabones 1 y 2 	<ul style="list-style-type: none"> Completar los servicios no ofrecidos en los distintos eslabones, especialmente en la consolidación Orientar la oferta y especializarla hacia los sectores industrial predominantes Atraer proyectos de provincias limítrofes con menor presencia de plataformas (p.e. Tarragona o Teruel)

Valencia

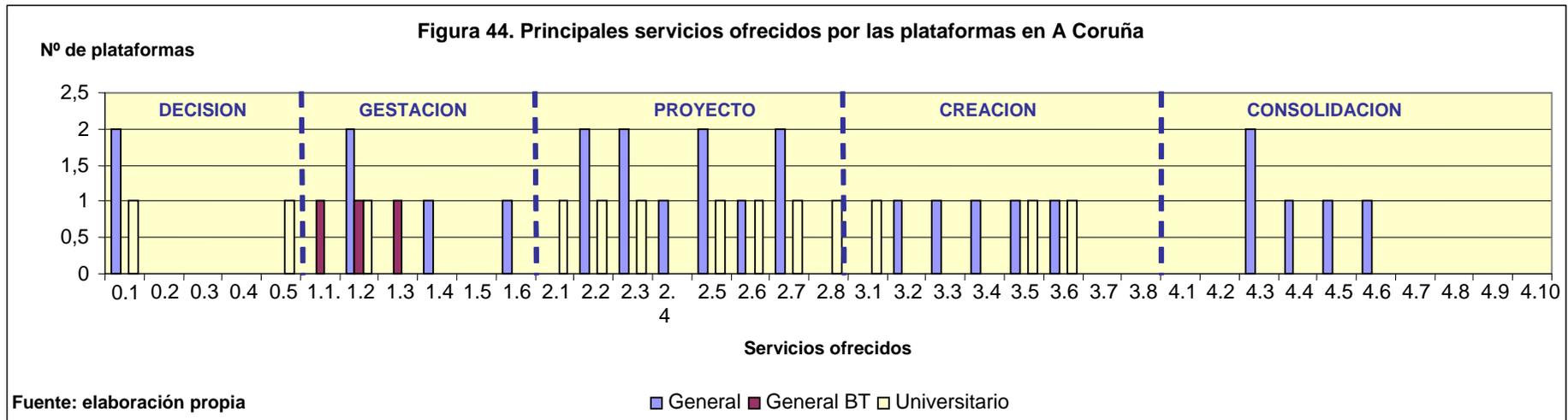


- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Solapamiento de plataformas en servicios iniciales, como 0.1, 1.2, 2.2, 2.3 y 2.5, especialmente para proyectos innovadores Poca presencia de servicios de apoyo a la consolidación 	<ul style="list-style-type: none"> Aumento de la oferta de las otras provincias de la Comunidad
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Existencia de todo tipo de plataformas de apoyo Tejido industrial sólido y con sensibilidad hacia la actividad emprendedora. Presencia de clusters en determinados sectores, lo que propicia la aparición de nuevas empresas y servicios auxiliares Muy completos los eslabones 2 y 3, especialmente para proyectos innovadores y/o de origen universitario 	<ul style="list-style-type: none"> Completar los servicios no ofrecidos en los distintos eslabones, especialmente en la consolidación Orientar la oferta y especializarla hacia los sectores industrial predominantes

Galicia

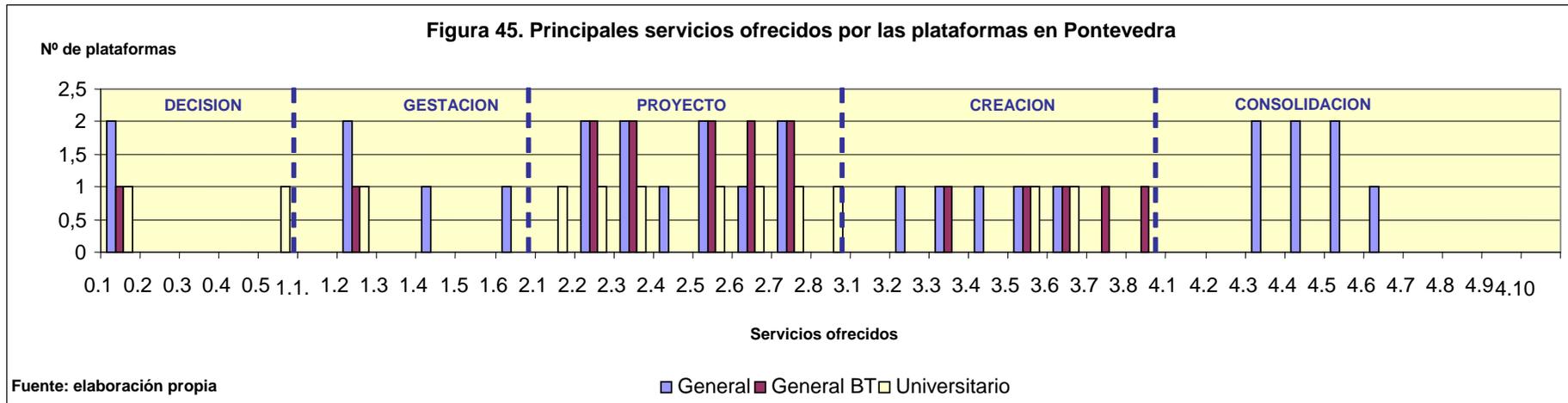
A Coruña



- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Poca presencia de servicios orientados en la consolidación empresarial y en el estadio inicial de la idea de negocio 	<ul style="list-style-type: none"> Deslocalización de los proyectos una vez constituidos, ya que comparativamente hablando, disminuye muy significativamente los servicios que se ofrecen en la creación y, especialmente, en la consolidación empresarial
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Orientación hacia el arquetipo general y universitario Totalmente cubierto el eslabón 2, desarrollo de proyecto con énfasis en proyectos de origen universitario Bien cubiertos los eslabones 1 y 3 	<ul style="list-style-type: none"> Completar los servicios no ofrecidos en los distintos eslabones, especialmente en la consolidación Atracción de proyectos del resto de Galicia

Pontevedra

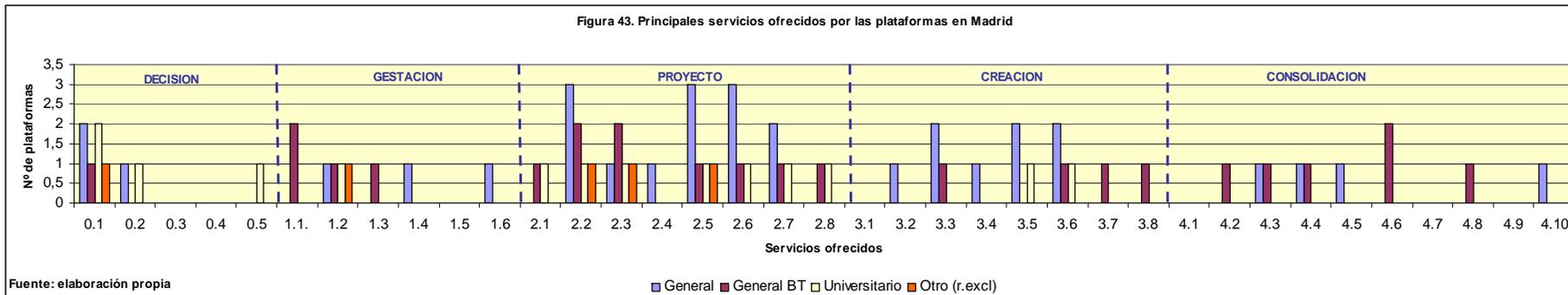


- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Poca presencia de servicios orientados en la consolidación empresarial y en el estadio inicial de la idea de negocio 	<ul style="list-style-type: none"> Deslocalización de los proyectos una vez constituidos, ya que comparativamente hablando, disminuye muy significativamente los servicios que se ofrecen en la creación y, especialmente, en la consolidación empresarial
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Cluster en industria alimentación Orientación hacia el arquetipo general y universitario Totalmente cubierto el eslabón 2, desarrollo de proyecto con énfasis en proyectos de origen universitario Bien cubiertos los eslabones 1 y 3 	<ul style="list-style-type: none"> Completar los servicios no ofrecidos en los distintos eslabones, especialmente en la consolidación Atracción de proyectos del resto de Galicia Especialización en el sector agroalimentario y pesquero, con servicios específicos

Madrid

Figura 43. Principales servicios ofrecidos por las plataformas en Madrid



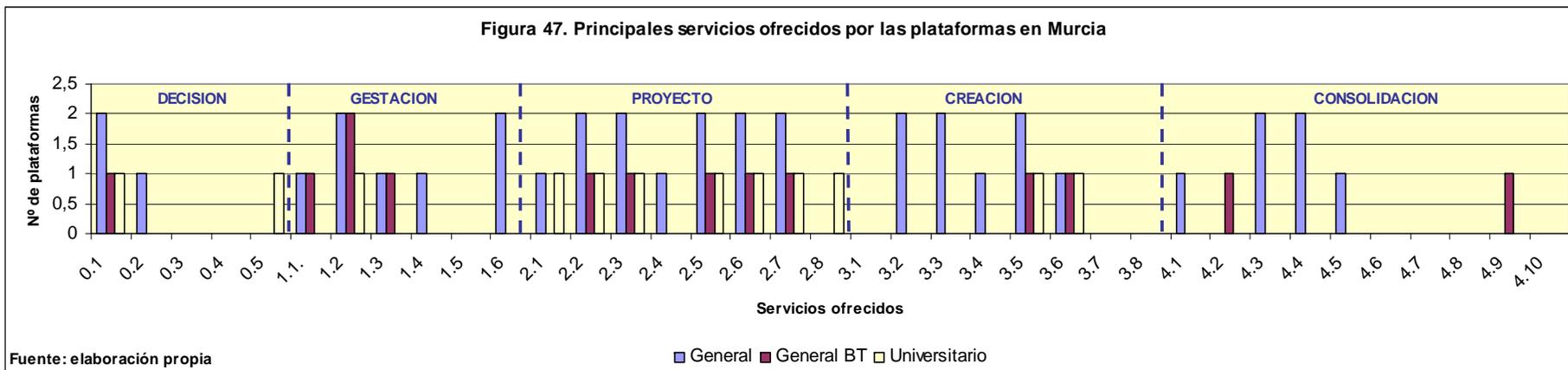
Fuente: elaboración propia

- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Atomización de la oferta, existen demasiados agentes, públicos y privados, autonómicos, municipales y nacionales involucrados en el proceso emprendedor sin demasiadas conexiones entre ellos. Debería ser más sinérgico El primer eslabón está poco desarrollado, en comparación con los restantes Excesivo solapamiento de actividades, especialmente en el eslabón 2 	<ul style="list-style-type: none"> Gran cantidad de plataformas existentes, lo que por un lado conlleva cierto grado de solapamiento y por otro el desconocimiento de todas ellas por parte del usuario final. El auge de plataformas en CC.AA limítrofes más competitivas en precios puede disminuir la demanda a futuro
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Presencia de diversos clusters tecnológicos, como en el sector aeronáutico, TIC o biotecnología, lo que especializa a la Región y abre oportunidades de negocio en dichos sectores. La ubicación de los principales centros públicos de I+D+i, universidades y unido a la presencia de las principales sedes empresariales y organismos públicos hacen de Madrid el principal motor económico del país y polo atracción para todo tipo de iniciativas empresariales. Existe en Madrid una de las mayores concentraciones de plataformas para los distintos arquetipos emprendedores del país. Buena presencia de servicios en los eslabones 1, 2 y 3, especialmente para proyectos tecnológicos Buena presencia de servicios en el último eslabón, consolidación 	<ul style="list-style-type: none"> Completar los servicios no ofrecidos en los distintos eslabones, especialmente en la consolidación Especialización a nivel internacional en sectores tecnológicos punteros, como biotecnología o tecnologías de la información y la comunicación, en los que ya se destaca. Para ello, sería necesario servicios de apoyo específicos para las necesidades de las empresas de estos sectores.

Murcia, R.

Figura 47. Principales servicios ofrecidos por las plataformas en Murcia



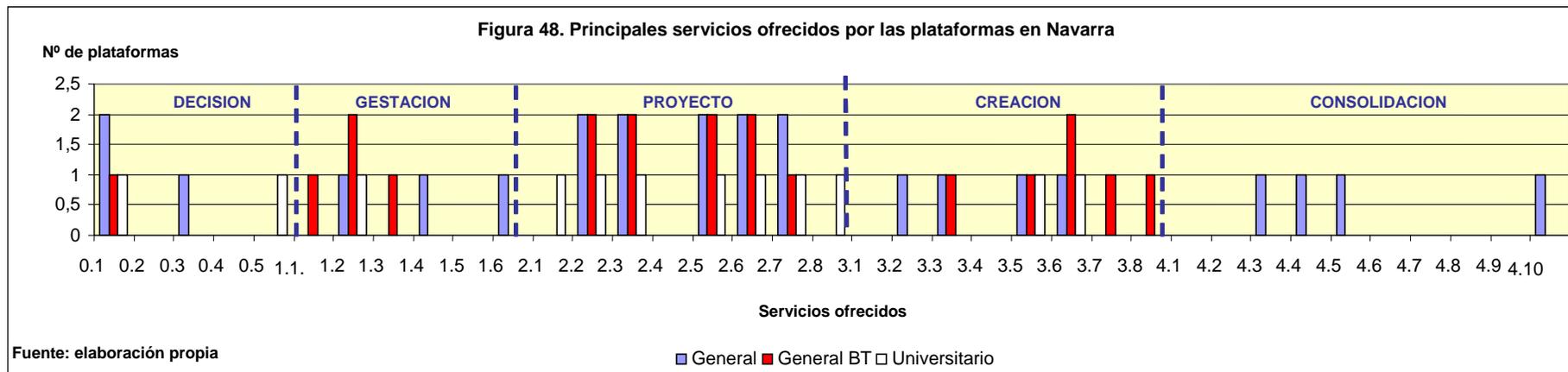
Fuente: elaboración propia

■ General ■ General BT □ Universitario

- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Mucho solapamiento en el eslabón 2 Falta una mayor especialización de las plataformas en servicios de mayor valor añadido Muy amplio catálogo de entidades involucradas, puede producir desorientación y descoordinación 	<ul style="list-style-type: none"> El auge de plataformas en CC.AA limítrofes puede disminuir la demanda a futuro, especialmente cuando la empresa se ha creado y necesita servicios más especializados para acelerar su consolidación. Descoordinación entre los distintos agentes implicados
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Muy bien desarrollados los servicios del eslabón 2, proyecto de empresa, especialmente para arquetipo universitario Amplia oferta de entidades y servicios de apoyo Establecimiento muy interesante de sinergias entre dichas entidades, se trataría de una Buena Práctica digna de resaltar 	<ul style="list-style-type: none"> Completar los servicios no ofrecidos en los distintos eslabones, especialmente en la consolidación para todo tipo de arquetipos. Mayor especialización de sus plataformas Potenciar sus instalaciones y recursos disponibles

Navarra

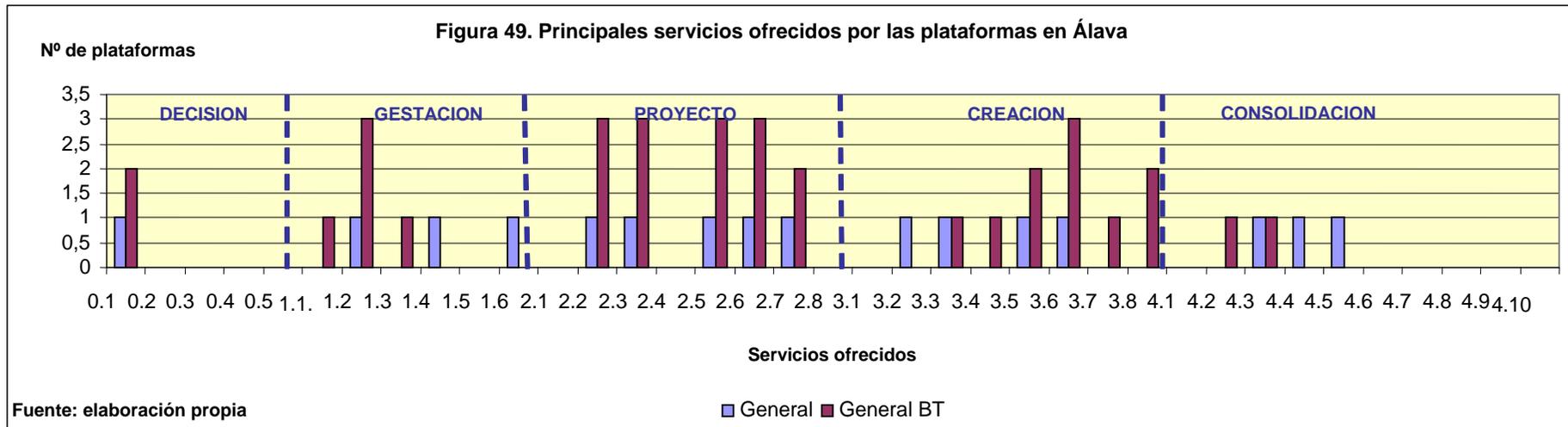


- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Falta desarrollar más los servicios de los eslabones 0 y, especialmente, 4 Muy orientado hacia la base tecnológica en detrimento de otros arquetipos Posible solapamiento: existe mucha oferta de plataformas en un espacio relativamente pequeño 	<ul style="list-style-type: none"> Falta una mayor especialización de la oferta hacia los sectores de actividad predominantes
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Integración de distintas plataformas de apoyo a emprendedores, especialmente las orientadas a proyectos tecnológicos Bastante completo los servicios que ofrecen dentro de los eslabones 1, 2 y 3, es decir en las fases de estudio y desarrollo del proyecto y primeros pasos de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> Completar los servicios no ofrecidos en los distintos eslabones, especialmente en la consolidación

País Vasco

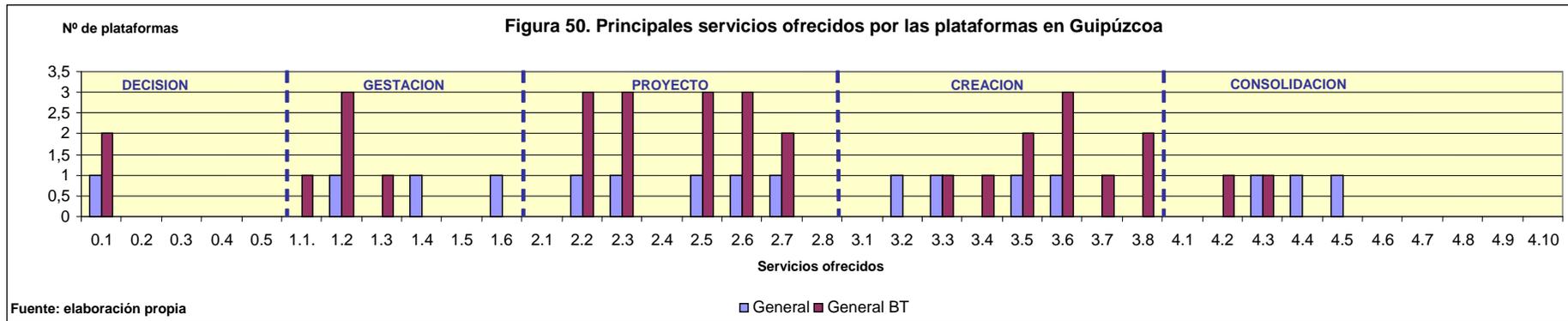
Álava



- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Poca especialización de las plataformas en cuanto a los distintos arquetipos de emprendedores • Solapamiento de plataformas en servicios determinados de los procesos de Gestión de la idea y Desarrollo de proyecto, concretamente en los 1.2, 2.2, 2.3, 2.5, 2.6 y 3.6 • Poca oferta para los eslabones 0 y 4. 	<ul style="list-style-type: none"> • Deslocalización de la demanda hacia otras provincias de la CCAA • Gran cantidad de plataformas existentes, lo que por un lado conlleva cierto grado de solapamiento y por otro el desconocimiento de todas ellas por parte del usuario final.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Muy bien desarrollados los servicios necesarios en las fases de Gestión de la Idea y, especialmente, Creación de empresas • Cluster en diversos sectores de actividad industrial, lo que amplía las oportunidades de desarrollo de nuevas iniciativas y el surgimiento de industrias auxiliares 	<ul style="list-style-type: none"> • Completar los servicios no ofrecidos en los distintos eslabones, especialmente en la consolidación • Mayor especialización de las plataformas para adaptarse a la realidad industrial existente y a sus demandas específicas de servicios

Guipúzcoa

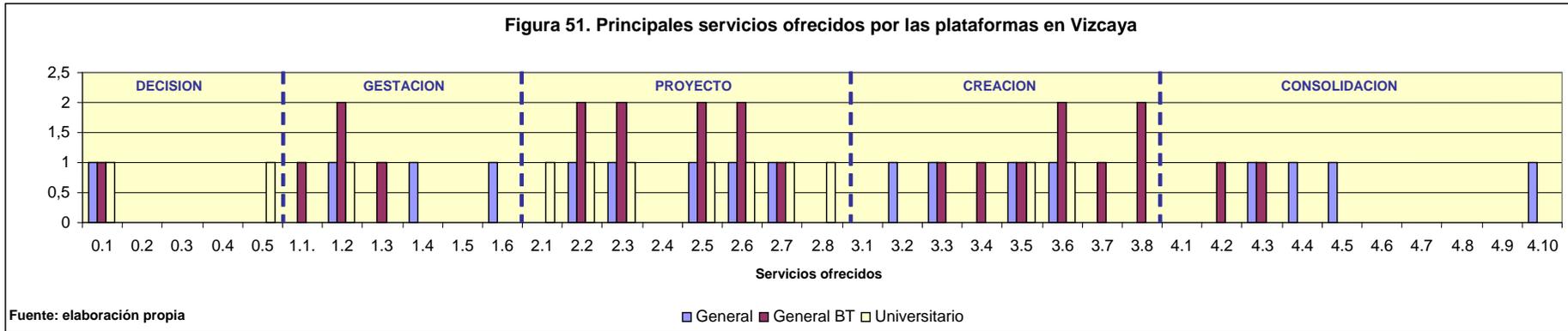


Nº de plataformas
- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Poca especialización de las plataformas en cuanto a los distintos arquetipos de emprendedores Solapamiento de plataformas en la oferta de servicios para proyectos altamente innovadores Poca oferta para los eslabones 0 y 4, fases iniciales y finales del proceso emprendedor. Poco desarrollado el eslabón 2, Desarrollo del proyecto 	<ul style="list-style-type: none"> Deslocalización de la demanda hacia otras provincias de la CCAA Gran cantidad de plataformas existentes, lo que por un lado conlleva cierto grado de solapamiento y por otro el desconocimiento de todas ellas por parte del usuario final.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Cluster tecnológico en diversos sectores de actividad industriales, lo que amplía las oportunidades de desarrollo de nuevas iniciativas y el surgimiento de industrias auxiliares Muy bien desarrollados los servicios necesarios en las fases de Gestación de la Idea y, especialmente, Creación de empresas, sobretodo para proyectos tecnológicos 	<ul style="list-style-type: none"> Completar los servicios no ofrecidos en los distintos eslabones, especialmente en la consolidación Mayor especialización de las plataformas para adaptarse a la realidad industrial existente y a sus demandas específicas de servicios

Vizcaya

Figura 51. Principales servicios ofrecidos por las plataformas en Vizcaya



- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Mayor orientación hacia la base tecnológica en detrimento de otros arquetipos 	<ul style="list-style-type: none"> Deslocalización de la demanda hacia otras provincias de la CCAA Gran cantidad de plataformas existentes, lo que por un lado conlleva cierto grado de solapamiento y por otro el desconocimiento de todas ellas por parte del usuario final.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Cluster tecnológico en diversos sectores de actividad industriales, lo que amplía las oportunidades de desarrollo de nuevas iniciativas y el surgimiento de industrias auxiliares Muy bien desarrollados los servicios necesarios en las distintas fases del proceso emprendedor. Especialmente en la fase de Desarrollo de proyecto y Creación de empresas, para los arquetipos de base tecnológica y universitario Comparativamente hablando, bien desarrollados los servicios relacionados con la Consolidación Empresarial 	<ul style="list-style-type: none"> Completar los servicios no ofrecidos en los distintos eslabones, especialmente en la consolidación Mayor especialización de las plataformas para adaptarse a la realidad industrial existente y a sus demandas específicas de servicios

ANEXO 4: GLOSARIO DE TERMINOS

Análisis D.A.F.O. Acrónimo de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades. Se trata de una herramienta de gestión empresarial basada en el estudio a dos niveles, el primero, de carácter interno, destinado a estudiar la situación de la propia empresa, y otro externo, cuyo propósito es analizar el entorno de la empresa.

El enfoque interno analiza dos factores de la propia empresa que en esencia son controlables: Fortalezas y Debilidades, mientras que el externo se compone de dos factores no controlables: oportunidades y amenazas que ofrece el entorno. El objetivo radica en convertir las Amenazas en Oportunidades y las Debilidades en Fortalezas.

Es la herramienta más utilizada para conocer la situación real en que se encuentra la organización, puesto que no se trata de una simple enumeración de factores o recursos detectados sino que posibilitan la toma de decisiones estratégicas.

Análisis de la viabilidad de la idea. Estudio sistemático de las distintas partes que configuran el negocio propuesto con el objeto de evaluar la factibilidad del mismo. Si este primer análisis da un resultado positivo se continúa con el proyecto, generalmente elaborando el plan de negocio, si el resultado es negativo se abandona.

Coaching o mentorización. Consiste en un asesoramiento al emprendedor o empresa por parte de un empresario de contrastada experiencia.

Emprendedor/a. Es la persona que realiza la acción de emprender y emprender, según el diccionario de la Real Academia Española, es la acción de “acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”. Así, pues, nos referiremos como emprendedor a la persona que inicia una actividad empresarial.

Emprendedor de Base Tecnológica. Es la persona que pone en marcha una iniciativa empresarial que tiene un significativo componente innovador.

Emprendedor en Riesgo de Exclusión. Consideraremos como emprendedores en riesgo de exclusión a aquellos que tienen una mayor dificultad para su inserción laboral por cuenta ajena. Por tanto, emprenden más por necesidad que por oportunidad. En esta categoría se encontrarían parados de larga duración, mayores de 45 años, inmigrantes, o ex – reclusos.

Emprendedor Social. Es la persona que inicia una actividad cuyo objetivo no persigue un lucro económico sino que consiste en la paliación de un problema social (pobreza, marginación, educación, medioambiente, etc.)

Estudio de mercado. Consiste en analizar las características del entorno con el objeto de valorar la idoneidad de comenzar una actividad empresarial. Básicamente estudia la tipología y necesidades del cliente, evolución del sector de actividad y los competidores actuales y potenciales.

Inteligencia Competitiva. Es el proceso de obtención, análisis, interpretación y difusión de información de valor estratégico sobre la industria y los competidores, que se

transmite a los responsables de la toma de decisiones (Definición de los autores Gibbons y Prescott, 1996)

Matching. Es un punto que sirve de encuentro entre oferta y demanda. En este caso, nos referimos a servicios para el contacto entre emprendedores con ideas e inversores, personas con aptitudes y habilidades complementarias, etc.

Oportunidad de negocio. Básicamente, se puede decir que es aquello que origina la iniciativa emprendedora. La oportunidad es, pues, la percepción que tiene el emprendedor de que una actividad concreta puede resultar lucrativa y, por tanto, es la responsable de desencadenar todo el proceso emprendedor que culminará con la creación y consolidación (en el mejor de los casos) de la empresa.

En definitiva, una oportunidad de negocio consiste en definir claramente el binomio Producto/ servicio – Mercado, es decir, definir perfectamente qué se va a ofrecer, el producto o servicio, y a quién, a los clientes, en función de las necesidades que he detectado en el mercado.

PAIT (Puntos de Asesoramiento e Inicio de Tramitación). Se trata de un punto telemático para facilitar la constitución de empresas, sociedades limitadas y sociedades limitadas nueva empresa.

Plan de negocio o de empresa. Se define como un método de análisis sistemático y en profundidad de la viabilidad de la idea de negocio.

La redacción de este documento tiene dos propósitos claros: el primero, servir como guía para el emprendedor. El plan de negocio es una herramienta de trabajo que permite al emprendedor reunir los datos necesarios y estudiar y elaborar las diferentes decisiones y programas de acción a fin de concretar el proyecto. El segundo consiste en convertirse en un documento de presentación ante terceros, destinado a determinados lectores (financiadores, proveedores, instituciones, etc.) que lo van a estudiar con objetivos diferentes.

Este documento tiene tres puntos principales que dan una información complementaria: el estudio de la viabilidad comercial, técnica y económica-financiera.

Ventanilla única. Es un servicio que aúna varios trámites administrativos para la creación de una empresa en un único punto, de tal forma que acorta significativamente el tiempo estimado para la constitución.

Vigilancia Tecnológica. Se puede definir la Vigilancia Tecnológica, como la observación y el análisis del entorno científico, tecnológico y de los impactos económicos presentes y futuros para identificar amenazas y oportunidades de negocio (definición del investigador Jakobiak, 1992).