



Universidad de Jaén
Centro de Estudios de Postgrado

Trabajo Fin de Máster

CADE-Jaén como actor del ecosistema de emprendimiento de la ciudad

Alumna: Paredes Martínez, Katherine Daniela

Tutor: Prof. D. Antonio Martín Mesa

Dpto: Economía

Mayo, 2017

DEDICATORIA

El presente trabajo y el esfuerzo que este ha significado se lo dedico a mis padres y hermanos, quienes son el motor que me impulsa a seguir adelante.

KATHERINE DANIELA PAREDES MARTÍNEZ

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme su bendición, a mis padres por su apoyo y amor incondicional, a mis tías y abuelos por su cariño y respaldo, a mi tutor de TFM Prof. D. Antonio Martín Mesa por su valiosa guía, a mis compañeras del CADE por su apertura y disposición, muchas gracias a todos.

KATHERINE DANIELA PAREDES MARTÍNEZ

RESUMEN

El presente trabajo se presenta como un instrumento de conclusión de las prácticas profesionales realizadas por el estudiante en el Centro Andaluz de Emprendimiento de la ciudad de Jaén.

El documento parte del análisis de diversas teorías referentes al desarrollo de los territorios, su vínculo con la actividad emprendedora y el consenso general de que la creación de empresas representa un factor clave para conseguir un sostenido crecimiento económico en una nación, así como importantes mejoras en la productividad. Se estudia de igual forma la figura del emprendedor como un elemento catalizador de las diferentes fuerzas del mercado y como actor principal para el sano desenvolvimiento de una economía.

El trabajo toma en consideración los esfuerzos de la Unión Europea, el gobierno Español y la administración de la Comunidad Autónoma de Andalucía, en la creación e implementación de planes y políticas de fomento al emprendimiento, gestión de un entorno amigable que favorezca y reconozca el trabajo de los emprendedores y la construcción de un marco normativo apropiado que promueva y respalde el accionar de los promotores de nuevas ideas productivas, actividades direccionadas a que se incremente la puesta marcha de iniciativas empresariales en la región.

Como parte medular del documento se describen las funciones del Centro Andaluz de Emprendimiento de la ciudad de Jaén, así como los diferentes mecanismos, servicios y programas que este ejecuta desde su ámbito de competencia con el objetivo de facilitar la creación, consolidación y expansión de las empresas locales, inculcar la cultura del emprendimiento en la sociedad, estimular el espíritu emprendedor, mejorar la formación empresarial, promover la cooperación, e impulsar la internacionalización de los negocios. Finalmente se plantean las conclusiones y recomendaciones del trabajo.

Palabras clave:

Desarrollo territorial

Emprendimiento

Ecosistema de emprendimiento

CADE

SUMMARY

The present work is presented as an instrument of conclusion of the professional practices carried out by the student in the Andalusian Center of Entrepreneurship in the city of Jaén.

The document is based on the analysis of various theories concerning about development of the territories, their link with entrepreneurial activity, and the general consensus that business creation is a key factor in achieving sustained economic growth in a nation as well as important improvements in the productivity. The entrepreneur figure is also studied as a catalyst for the different market forces and as the main actor for the healthy development of an economy.

The work takes into account the efforts of the European Union, the Spanish government and the administration of the Autonomous Community of Andalusia, in the creation and implementation of plans and policies to promote entrepreneurship, management of a friendly environment that favors and recognizes the work of the entrepreneurs and the construction of an appropriate normative framework that promotes and supports the actions of the promoters of new productive ideas, activities aimed at increasing the implementation of entrepreneurial initiatives in the region.

The core of the document describes the functions of the Andalusian Center of Entrepreneurship in the city of Jaén, as well as the different mechanisms, services and programs that it implements from its field of competence with the objective of facilitating the creation, consolidation and expansion of local companies, instill the culture of entrepreneurship in society, improve business training, promote cooperation and promote the internationalization of business. Finally are presented the conclusions and recommendations of the work.

Keywords:

Territorial development

Entrepreneurship

Entrepreneurship ecosystem

CADE

INDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
RESUMEN.....	iv
SUMMARY.....	v
INDICE DE CONTENIDO.....	vi
LISTADO DE ANEXOS.....	viii
CAPITULO I - INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Objetivo general.....	2
1.2 Objetivos específicos.....	2
1.2 Lugar de prácticas.....	3
CAPÍTULO II - MARCO TEÓRICO.....	5
2.1 Desarrollo territorial.....	5
2.2 Emprendimiento.....	7
2.3 Relación de la actividad emprendedora con el desenvolvimiento del desarrollo territorial.....	9
2.4 Función e importancia del ecosistema de emprendimiento.....	12
CAPÍTULO III - MARCO NORMATIVO.....	15
3.1 Estrategia Europa 2020.....	15
3.2 FEDER Andalucía 2014-2020.....	15
3.3 Plan de acción sobre emprendimiento 2020.....	16
3.4 Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013/2016.....	19
3.5 Ley 14/2013 de Apoyo al Emprendedor.....	21
3.6 Anteproyecto de Ley Andaluza de Fomento del Emprendimiento.....	22
3.7 Estatutos de Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza.....	23

3.8 Acuerdos de colaboración entre Andalucía Emprende y entidades financieras.....	24
CAPÍTULO IV - TRABAJO DESARROLLADO EN LAS PRÁCTICAS.....	26
4.1 Servicios de información.....	26
4.2 Asesoría técnica.....	27
4.3 Servicio de tutorización y acompañamiento.....	30
4.4 Asistencia en la constitución empresarial.....	31
4.5 Alojamiento empresarial	35
4.6 Programas específicos de creación, fomento y consolidación empresarial.....	37
4.7 Fomento de la cultura emprendedora	41
4.8 Difusión de emprendimientos	42
4.9 Ayuda en la búsqueda de vías de financiación.....	42
CAPÍTULO V - CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	44
ANEXOS.....	48
BIBLIOGRAFÍA.....	71

LISTADO DE ANEXOS

Anexo 1: Organigrama de Andalucía Emprende.....	48
Anexo 2: Formato de solicitud de servicios	49
Anexo 3: Formato de plan de empresa	50
Anexo 4: Clasificación y características de las diferentes formas jurídicas.....	56
Anexo 5: Ejemplo de Documento Único Electrónico (DUE)	57
Anexo 6: Lienzo de modelo de negocios	65
Anexo 7: Fotografías del comité de evaluación del programa Open Future.....	66
Anexo 8: Fotografías del lanzamiento del programa “100 caminos al éxito”.....	67
Anexo 9: Fotografías del lanzamiento del programa Alhambra Venture.....	68
Anexo 10: Fotografías de la presentación del programa Extenda.....	69
Anexo 11: Fotografía de entrevista en Uniradio Jaén	70

CAPITULO I - INTRODUCCIÓN

El Máster Interuniversitario en Economía y Desarrollo Territorial, tiene como objetivo formar profesionales con amplios conocimientos en temas relacionados con desarrollo endógeno, políticas económicas, economía social, emprendimiento, innovación y en general en el campo de la gestión e implementación de fórmulas de impulso del desarrollo territorial (Universidad de Jaén, 2017).

Para alcanzar mencionado objetivo, el máster cuenta con varias asignaturas cuyo fin es preparar a los alumnos en diferentes áreas, tal como economía y emprendimientos sociales, estrategias y modelos de desarrollo, dinámicas de innovación y emprendimiento, planificación estratégica territorial, análisis de proyectos en el territorio, políticas de desarrollo regional en Europa, entre otras.

En último término, toda la información que reciben los alumnos se dirige a optimizar el servicio que estos puedan ofrecer en los futuros cargos que desempeñen como profesionales, en este sentido las prácticas en agencias de desarrollo o centros empresariales son consideradas como parte fundamental del curso universitario y como una excelente oportunidad para poner en práctica los conocimientos adquiridos en las aulas, desarrollando a la vez nuevas destrezas y habilidades, así como dotes de organización, responsabilidad y compromiso.

El trabajo de fin de máster representa una labor de conclusión del curso. En el caso de los estudiantes con especialización profesional, se espera que la experiencia sirva de instrumento para conectar la enseñanza teórica con la resolución de problemas reales del día a día, además se pretende que en el documento el estudiante sea capaz de plasmar sus aprendizajes de una manera funcional.

De acuerdo con el antecedente mencionado, el presente trabajo reúne información ampliamente elaborada en relación a las prácticas realizadas en el Centro Andaluz de Emprendimiento (CADE) de la ciudad de Jaén.

Para ordenar de la manera más sencilla y visual posible el documento, la estructura se divide en cinco partes: la primera concerniente a la introducción, donde se menciona la naturaleza del presente trabajo, se presenta el lugar donde se realizaron las prácticas y se mencionan los objetivos del análisis. Un segundo capítulo en el que se expone la relación existente entre la actividad emprendedora y el desarrollo territorial, así como las múltiples teorías que sustentan la importancia y funciones de un adecuado ecosistema de emprendimiento. La tercera parte se dedica al tratamiento del marco normativo en el que se sostienen las actividades y competencias de los Centros Andaluces de Emprendimiento. En el cuarto apartado se describen las diversas actuaciones en las que el estudiante participó en calidad de becario en el departamento técnico del CADE de la ciudad Jaén y, por último, el quinto inciso que se dedica al desarrollo de las conclusiones del trabajo.

1.1 Objetivo general

Determinar cuál es la función y competencia del CADE de Jaén como parte del ecosistema de emprendimiento de la ciudad.

1.2 Objetivos específicos

- Analizar el estado del ecosistema de emprendimiento de la ciudad de Jaén.
- Identificar los mecanismos que utiliza el CADE de la ciudad de Jaén para cumplir con su misión y objetivos.
- Analizar de forma práctica de qué manera aporta el CADE de Jaén al desarrollo territorial de la ciudad.

- Vincular los conocimientos teóricos de desarrollo territorial y emprendimiento con la puesta en marcha de actividades prácticas en el CADE de la ciudad de Jaén.

1.2 Lugar de prácticas

La Consejería de Economía y Conocimiento de la Junta de Andalucía tiene como ente adscrito a su institución a Andalucía Emprende Fundación Pública Andaluza, cuya misión es promover el desarrollo empresarial y el emprendimiento para contribuir a la dinamización de la economía regional (Andalucía Emprende, 2017).

Para llevar a cabo su misión y cumplir con el objetivo planteado Andalucía Emprende dispone de la siguiente estructura:

- Un servicio central de dirección, gestión y administración.
- Ocho direcciones provinciales, una en cada capital de provincia de Andalucía.
- 250 centros Andaluces de Emprendimiento (CADE), distribuidos en 37 zonas de actuación.

Uno de los CADE se encuentra localizado en la ciudad de Jaén, lugar en el que, gracias a un convenio de cooperación interinstitucional entre la Universidad de Jaén y la Junta de Andalucía, los estudiantes tienen la posibilidad de realizar sus prácticas profesionales en el contexto del Máster en Economía y Desarrollo Territorial.

El objetivo general del Centros Andaluz de Emprendimiento de la ciudad de Jaén es contribuir a la creación, consolidación y expansión de las empresas locales, así como la generación de empleo en la ciudad y su zona de influencia mediante la prestación de una variedad de servicios gratuitos y ágiles, así como a través de la implementación de programas eficaces e innovadores que permitan inculcar la cultura del emprendimiento en la sociedad, mejorar la formación empresarial, promover la cooperación e impulsar la

internacionalización de los negocios.

El CADE-Jaén es el centro cabecera en la provincia, por tanto, en este se encuentra ubicada la dirección provincial, la coordinación técnica y la coordinación de diseño y estrategias, además cuenta con un responsable de zona, 7 técnicos operativos y 3 administrativos.

Cabe mencionar que la dirección y las coordinaciones son transversales para toda la provincia de Jaén, misma que se encuentra dividida en cuatro zonas para la mejor gestión de los territorios, siendo estas:

**Distribución de los Centros Andaluces de Emprendimiento
por zona de influencia**

Zona	CADE's
Centro regional de Jaén (CRJ)	Jaén, Alcalá la Real, Alcaudete, Campillo de Arenas, Castillo de Locubín, Mancha Real, Martos, Pegalajar, Torre del Campo, Torre don Jimeno, Geolit
Nacional cuatro (N-IV):	Andujar, Marmolejo, Lopera, Bailén, La Carolina, Arjonilla, Guarromán, Mengíbar
Condado - Sierra de Segura (Linares)	Segura de la Sierra Cortijos Nuevos, Linares, Navas de San Juan, Puente de Génave, Santisteban del Puerto, Siles, Vilches, Villacarrillo, Villanueva del Arzobispo
La Loma - Sierra de Cazorla (LL-SC)	Baeza, Cazorla, Huelma, Úbeda, Jodar, Peal de Becerro, Pozo Alcón

Fuente: CADE-Jaén, 2017. Elaboración propia.

CAPÍTULO II - MARCO TEÓRICO

2.1 Desarrollo territorial

En la literatura es posible encontrar diversos conceptos del término desarrollo, mismos que abarcan una amplia gama de variables tanto políticas, sociales, biológicas y económicas. Por este motivo se creyó necesario iniciar definiendo el concepto genérico de desarrollo, para después llegar a una enunciación más específica, que sea capaz de explicar el significado de combinar la noción de desarrollo con el adjetivo territorial.

La conocida palabra desarrollo no es un término nuevo, de hecho viene siendo construido desde varias décadas atrás gracias al aporte de grandes entendidos y estudiosos que realizaron sus respectivos aportes a la materia, tal es el caso de Françoise Perroux, economista francés quien definía el desarrollo como la combinación de cambios mentales y sociales de una población que la hace capaz de asegurar el crecimiento acumulativo y duradero de su producto real global, a esta aportación se deben sumar también las tempranas definiciones construidas por Schumpeter o Kuznets en 1932 y 1965 respectivamente (Rodríguez Cohard, J. C., 2017)

El concepto de desarrollo iría evolucionado y enriqueciéndose cada vez más con el pasar del tiempo, es así que en el año de 1975 el Banco Mundial presenta una definición genérica de desarrollo, precisando este como una “estrategia diseñada para mejorar el nivel de vida, en sus vertientes tanto económica como social, de grupos específicos de población”. Desde entonces cualquier referencia que se haga al término desarrollo tiene que ver en su efecto con una dimensión social (Betancourt, I. & Ferrandis, A., 2015).

En el estudio de Mujica, N. & Rincón, S. (2010), se señala que el desarrollo es el resultado de un proceso de cambio social voluntario, cuyo objetivo final es instaurar el acceso igualitario a las oportunidades sociales, políticas y económicas, refiriéndose en el

contexto local, pero abarcando también el plano internacional a través de las relaciones que mantienen determinado territorio con sus pares ya sean estos más o menos avanzados, haciendo énfasis en la importancia de contar con adecuados instrumentos de liderazgo político y estructuras de poder que sean capaces de orientar con eficacia e intensidad mencionado cambio.

Sanchís, J.R. (1999), menciona que el concepto de desarrollo puede resultar más complejo de explicar que el de otros conceptos económicos como el crecimiento o el progreso. Según el autor el término desarrollo es capaz de integrar en su noción características de crecimiento económico, pero también de crecimiento social y cultural, por eso hay que tener cuidado de confundir el término desarrollo con el crecimiento, ya que este último se refiere únicamente al aumento cuantitativo de la riqueza o del producto per cápita, mientras que el concepto de desarrollo es mucho más amplio e integral, ya que incluye una mejora cualitativa en la economía a través de una adecuada distribución social del trabajo, del empleo y de la tecnología, así como una eficiente utilización de los recursos naturales y del capital.

Como se evidencia en los apartados anteriores, por su naturaleza el término desarrollo es difícil de definir, porque es capaz de representar distintos significados según el punto de vista desde el que se analice, para solventar este inconveniente metodológico es común que se le asigne un determinado calificativo que ayude a la mejor comprensión del concepto al que hace referencia según el caso: desarrollo social, político, económico, tecnológico, local, territorial, etc., buscando facilitar su explicación.

El concepto de desarrollo territorial es capaz de establecer el término desarrollo en cualquier espacio físico, habitualmente se refiere a un ámbito mayor que el de una localidad y menor que una región, sin embargo podría referirse a cualquier espacio, sea este un continente, país, ciudad, provincia o localidad, por tanto hará referencia a un espacio que se

puede concretar al realizar un análisis práctico, pero en realidad hace referencia más bien a las metodologías utilizadas para llevar a cabo un análisis del diagnóstico de la realidad y la implementación de políticas para contribuir al proceso de desarrollo (Rodríguez Cohard, J. C., 2009).

Por otra parte la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2017), explica el concepto de desarrollo territorial como un “proceso de construcción social del entorno, impulsado por la interacción entre las características geofísicas, las iniciativas individuales y colectivas de distintos actores y la operación de las fuerzas económicas, tecnológicas, sociopolíticas, culturales y ambientales en el territorio”.

Alburquerque, F. & Pérez, S. (2013) en su estudio “El desarrollo territorial: enfoque, contenido y políticas”, exponen la carencia de una única definición de desarrollo territorial, más allá de indicar que se trata, como es evidente según indican, de un proceso que busca lograr progresos y mejoras en la calidad de vida de las personas. Sin embargo, agregan además que puede definirse al desarrollo territorial como una estrategia promovida por un gobierno o administración, en colaboración con actores clave del lugar entiéndase estos como la academia, empresa privada, centros de capacitación y de asistencia técnica, bancos, fundaciones, etc., que se concreta en una serie acciones para aprovechar los recursos y oportunidades particulares de cada territorio.

2.2 Emprendimiento

El 1732 Richard Chantillón definiría ya el término emprendimiento como la voluntad de las personas de ejecutar formas de intermediación que impliquen el riesgo económico de una nueva empresa, posteriormente distintos economistas y entendidos han ido contribuyendo al concepto y a nuestra comprensión del comportamiento emprendedor así como de sus implicaciones para el crecimiento económico (Minniti, M., 2012).

Por primera vez en 1880 Alfred Marshall reconoció formalmente la importancia del emprendimiento para la producción, este autor introduce la idea de que los factores de producción no son tres sino cuatro, adicionando el factor de la organización, elemento coordinador encargado de agrupar y atraer a los otros componentes. Marshall expresó que el emprendimiento es el elemento que maneja la organización, y mencionó que los emprendedores son líderes naturales ya que están dispuestos a actuar bajo condiciones de incertidumbre, agregó además que los emprendedores cuentan con habilidades especiales y que pocas personas pueden definirse de esa manera, sin embargo reconoció que las personas efectivamente podrían aprender y adquirir dichas habilidades (Formichella, M., 2004).

La palabra emprendimiento se deriva del francés “entrepreneur” que significa pionero, el término hace referencia a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo extra para alcanzar un objetivo, se utiliza también para definir a la persona que inicia una empresa o proyecto. De la misma forma su concepto es comúnmente atribuido a aquellas personas que fueron capaces de innovar agregando valor a un producto o servicio ya existente (Jaramillo, L., 2008).

Posteriormente la acepción que se expandirá, es que el emprendimiento es “la aptitud y actitud de una persona, que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos, que va más allá, que le permite dar un paso más”. Un emprendedor tiene la capacidad de aprovechar los estados de insatisfacción, las situaciones de rutina y de limitado crecimiento personal o laboral para convertirlos en oportunidades y situaciones de logro (Jaramillo, L., 2008)

Scott Kundel, citado por Dehter, M. (2001) menciona que el emprendimiento es "La gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio".

Formichella, M. (2004), menciona que dentro de las múltiples acepciones que existen del término, el fenómeno denominado emprendimiento puede definirse como el desenvolvimiento de un proyecto que espera obtener como resultado un determinado fin social, político o económico, y que contiene una importante cuota de innovación e incertidumbre.

2.3 Relación de la actividad emprendedora con el desenvolvimiento del desarrollo territorial

La figura de emprendimiento como motor del desarrollo local ha entrado en boga los últimos años, tanto así que gobiernos de todo el mundo invierten grandes cantidades de sus presupuestos en la búsqueda de herramientas, programas o políticas que fomenten la actividad emprendedora en sus naciones. Prácticas orientadas a mejorar el panorama económico y social de los países y por consiguiente la calidad de vida de sus habitantes.

Parece evidente la existencia de una relación positiva entre la actividad emprendedora y el desarrollo económico y social de los territorios, aunque la naturaleza de dicha correspondencia, las causas y los canales que la favorecen no están unánimemente aceptados, en el presente apartado se propone analizar las múltiples teorías que han surgido en torno al tema.

Schumpeter J. reconocido economista austro-estadounidense, ministro de finanzas de Austria (1919-1920) y catedrático de la Universidad de Harvard desde 1932 hasta su muerte, en su libro “Teoría del desenvolvimiento económico” (1978), expone la importancia de la creación de empresas innovadoras como factor de desarrollo económico. Su teoría de destrucción creativa sostiene que los emprendedores son los entes que tienen la capacidad de alterar los equilibrios en las economías tradicionales basadas en la oferta y la demanda, debido principalmente a su constante interés por innovar y encontrar nuevas necesidades

que satisfacer en el mercado. Se entenderá así por destrucción creativa, al acto de sustituir lo obsoleto por formas más modernas y/o más eficientes de producir bienes o entregar servicios. Las nuevas combinaciones de conocimientos y de factores productivos, son las que promueven el cambio tecnológico y contribuyen a la formación de nuevas empresas destinadas a aumentar la productividad y estimular el crecimiento económico de determinado lugar.

Es impresionante analizar como décadas atrás Schumpeter ya reconocía la figura del emprendedor como de trascendente importancia dentro del sistema económico, indicando que su función es el de estimular la innovación, misma que según menciona el autor, es el factor encargado de determinar el aumento o disminución de la prosperidad empresarial y económica en una región.

En general existe un amplio consenso en que la creación de empresas representa el motor de las economías en los países desarrollados y que la clave para conseguir crecimiento económico y mejoras en la productividad se encuentra en la capacidad empresarial de las naciones, aparece así la figura del emprendedor como elemento catalizador de las diferentes fuerzas del mercado y como actor principal para explicar el funcionamiento de una sana economía (Lupiañez, L., Priede , T. & López-Cózar, C., 2014).

Según la teoría del “Crecimiento Endógeno” de Romer, P. (1994) las inversiones en conocimiento y capital humano son factores fundamentales para generar crecimiento económico, el autor plantea el concepto de actividad emprendedora como desencadenante del crecimiento y de la productividad, por tanto ajustándose a esta idea es lógico deducir que los países que quieran experimentar un mayor desarrollo territorial dependerán tanto de su actividad empresarial, como de sus inversiones en creación de conocimiento, por ende es necesario adoptar un nuevo enfoque de política económica encaminado a desarrollar el espíritu empresarial de los ciudadanos para mejorar la transferencia de conocimiento hacia

actividades económicas reales.

Las empresas pequeñas y las de nueva creación son capaces de generar un substancial número de innovaciones, rellenar nichos desatendidos, aumentar la competitividad y promover la eficiencia de los mercados. La actividad económica de una nación no es más que es el resultado de la interacción entre las empresas consolidadas, las pequeñas y las de reciente creación, este es uno de los motivos de por qué el emprendimiento es considerado como un elemento fundamental para la evolución de la economía en su conjunto (Minniti, M., 2012).

El emprendimiento contribuye de una manera positiva al bienestar de la sociedad. Algunas consecuencias que genera la puesta en marcha de iniciativas emprendedoras son el incremento de competencia, la cooperación, la innovación y el avance científico. Estas consecuencias se alcanzan de manera mucho más práctica que con la implantación de las alternativas propuestas por las teorías económicas tradicionales. La actividad emprendedora es uno de los motores dinamizadores de la economía y responsable de estimular el desarrollo productivo, actualmente forma parte de las fórmulas de impulso económico y social de las naciones desarrolladas y de todos aquellos países que abrazan el progreso (Brandt, C., 2017).

Cuando se habla de contribuir al desarrollo económico, apoyar el crecimiento de la innovación, reducir índices de pobreza, mejorar la inclusión social e incrementar la generación de puestos de trabajo, necesariamente se habla de emprendimiento. Este fenómeno ha despertado el interés mundial de políticos, académicos, instituciones públicas y privadas, así como de organismos internacionales en el proceso de creación de políticas que fomenten, faciliten, protejan y respalden la creación de nuevos negocios (Messina, M. & Hochsztain, E., 2015).

Es así que en diciembre de 2012 la Organización de Naciones Unidas (ONU) aprobó por votación mayoritaria la resolución “Emprendimiento para el Desarrollo Sostenible”, documento que reconoce formalmente que el emprendimiento es una herramienta de desarrollo y se centra en las formas clave en que los estados miembros pueden ayudar a eliminar las barreras que enfrentan los empresarios a la hora de poner en marcha una idea productiva (PRODEM, 2013).

Pero la ONU no es el único organismo internacional que ha reconocido la importancia del emprendimiento para el desarrollo económico y social de una nación, a esta tendencia se ha sumado la OCDE, Banco Mundial, Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), Fondo Monetario Internacional (FMI), entre otros (Minniti, M., 2012).

2.4 Función e importancia del ecosistema de emprendimiento

Es necesario entender el concepto de emprendimiento más allá de una simple acción sino más bien como un continuo proceso, integrado por diferentes fases, tal como: ideación gestación, puesta en marcha, desarrollo inicial, crecimiento y expansión. En este proceso de maduración, implementación y crecimiento de la idea productiva, el entorno académico, social, político, financiero y tecnológico es fundamental, pues cada uno de estos actores desempeña un papel importante en el transcurso del desarrollo de las iniciativas emprendedoras.

El ecosistema emprendedor es el conjunto de instituciones y de las relaciones que están mantienen entre sí, mismas que son capaces de favorecer u obstaculizar la creación, implementación y crecimiento de nuevas empresas. El ecosistema incluye a los gobiernos, academia, entidades financieras, organismos no gubernamentales, aceleradoras, incubadoras, inversionistas, empresas entre otras.

El grupo de actores que conforman el ecosistema son los encargados de generar el contexto dentro del cual se desarrollará el emprendimiento, por tanto el acceso a redes de contactos (networking), capacitación, facilitación en la conformación jurídica, acceso a fuentes de financiamiento son algunos de los factores que resultarán relevantes tanto al momento de conformar un emprendimiento como en sus primeros y subsiguientes años de operación (Feld, B., 2012).

El entorno institucional de una sociedad determina los beneficios ligados a las distintas oportunidades y dirige la actividad emprendedora hacia esas congruencias en las que los beneficios son relativamente más altos. Por lo tanto, las instituciones adecuadas son un requisito necesario para que tenga lugar una relación positiva entre el emprendimiento y el crecimiento económico, así lo describe Minniti, M. (2012) citando al William Baumol y a su estudio “Emprendimiento: productivo, improductivo y destructivo” (1990).

Para crear negocios exitosos los emprendedores necesitan contar con fondos, respaldo y experiencia de instituciones de apoyo que dirijan y alienten el comportamiento emprendedor hacia la implementación de actividades productivas, en este contexto los gobiernos juegan un papel importante para promover o frenar la actuación empresarial de sus ciudadanos (Ministerio de Economía de El Salvador- DICA, 2015).

Debido a los múltiples factores que inciden sobre el proceso de emprendimiento, se ha hecho necesario para los países e instituciones eliminar barreras que dificulten la ejecución de proyectos de emprendimiento, corrigiendo así la existencia de fallas en el sistema, tal como trámites engorrosos, dificultad de acceso a financiamiento, peso de impuestos y regulaciones, deficiencia de infraestructura para la innovación, insuficientes redes de contactos, entre otras (Messina, M. & Hochsztain, E., 2015).

Ciertas condiciones son necesarias para generar un ambiente propicio para que surjan, se estimulen y multipliquen los emprendimientos en una nación, tal como educación y

capacitación según las diversas necesidades de los emprendedores, acceso a tecnologías, sesiones de acompañamiento, seguimiento, creación de incubadoras y aceleradoras, inversión pública y privada, acceso capital semilla y de riesgo, incentivos tributarios, garantía del derecho a la propiedad, creación instituciones amigables y de facilitación, es decir un contexto básico para desarrollar cualquier actividad productiva de alto, medio o bajo impacto económico (Brandt, C., 2017).

El desarrollo de un ecosistema emprendedor y el buen funcionamiento del mismo requiere un esfuerzo mancomunado entre las diversas institucionalidades, sean estas del sector público o privado, y sus respectivas competencias (Feld, B., 2012). Todos los actores deben interesarse y comprometerse a crear un sano entorno para el desarrollo de negocios, es importante mencionar que no se trata de una competencia, por el contrario, la idea consiste en apoyar a los emprendedores desde las distintas competencias de cada institución, evitando la duplicidad de esfuerzos y promoviendo la utilización eficiente de recursos.

CAPÍTULO III - MARCO NORMATIVO

3.1 Estrategia Europa 2020

Con el fin de crear las condiciones requeridas para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador, Europa pone en marcha en el año 2010 la estrategia europea de crecimiento denominada “Europa 2020” misma que prioriza cinco objetivos principales en los ámbitos de empleo, investigación y desarrollo, clima y energía, educación, inclusión social y reducción de la pobreza.

Esta estrategia reconoce la elevada importancia capital del emprendimiento y el trabajo por cuenta propia para el correcto desenvolvimiento de la economía, por este motivo considera pertinente centrar sus esfuerzos en favorecer la creación de empresas por parte de personas sin empleo y procedentes de grupos vulnerables, promover la sostenibilidad y la calidad del trabajo de las empresas encabezadas por trabajadores autónomos y microempresarios, apoyo a los emprendedores sociales, prestar especial atención a la creación de productos de micro financiación y soporte económico para el emprendimiento, y promover las normas voluntarias y medidas de protección para el emprendimiento y el trabajo por cuenta propia (Comisión Europea, 2010).

3.2 FEDER Andalucía 2014-2020

La finalidad del Programa Operativo Fondo Europeo de Desarrollo Regional es fortalecer la cohesión económica y social en la Unión Europea corrigiendo los desequilibrios entre sus regiones.

En el caso de Andalucía el Programa Operativo FEDER se ha diseñado como un instrumento que contribuya a la reorientación del modelo productivo de la región, con el objetivo final de favorecer un crecimiento económico capaz de superar la crisis e y generar

empleo sobre unas bases más sólidas.

La recomendación número 6 del FEDER Andalucía, expone que el PO debe apoyar el emprendimiento y la creación de nuevas empresas, y sugiere implementar una administración electrónica eficaz que permita reducir el tiempo, el coste y el número de trámites necesarios para establecer y poner en funcionamiento una empresa.

El eje número 2 del programa hace referencia al desarrollo e innovación empresarial, en este se indica que se debe estimular las iniciativas empresariales y el espíritu emprendedor en la región, impulsar la modernización y competitividad del tejido empresarial, incrementar la presencia de las empresas andaluzas en los mercados internacionales y atraer la presencia de la inversión exterior (Junta de Andalucía, 2017).

3.3 Plan de acción sobre emprendimiento 2020

En diciembre de 2012 es publicado en el Diario Oficial de la Unión Europea el Plan de Acción sobre Emprendimiento 2020-Relanzar el espíritu emprendedor en Europa, esta acción fue considerada por muchos como un importante paso para fomentar la creación de un entorno que favorezca a los emprendedores en el seno del mercado único, contribuyendo así a la recuperación económica de todo el bloque europeo.

Esta fue la primera ocasión en la que la Comisión Europea presenta una estrategia sobre emprendimiento, algunos de los objetivos que se persigue con esta iniciativa son promover una revolución cultural, proporcionar un mejor acceso a la financiación y prestar servicios de apoyo de alta calidad a empresas y emprendedores.

Finalmente la Unión Europea se encontró consciente que para reforzar la competitividad del bloque económico era fundamental implementar medidas encaminadas a fomentar el emprendimiento, eliminar o al menos disminuir las barreras para el desarrollo de la pequeña y mediana empresa y, sobre todo, implantar una nueva visión en la que los emprendedores

sean valorados y considerados como el centro de la innovación y del bienestar de las naciones.

Mencionado plan es un programa de acciones vinculadas que propone tres áreas de intervención inmediata:

3.3.1 Educar y formar en materia de emprendimiento para promover el crecimiento y la creación de empresas

La estrategia señala que la enseñanza en temas de emprendimiento para niños y jóvenes es una de las inversiones más provechosas que puede haber, según estudios realizados al menos el 15% de los alumnos que participan en algún programa de creación de empresas en la secundaria creará luego su propia empresa, este porcentaje es hasta cinco veces mayor que el de la población en general, además los estudiantes que participan en este tipo de programas adquieren nuevos aprendizajes y desarrollan habilidades tal como la tenacidad, sentido de la responsabilidad, creatividad, conocimiento del riesgo y trabajo en equipo.

La estrategia también menciona que las universidades deben hacerse más emprendedoras y ofrecer a sus estudiantes la oportunidad de tener experiencias empresariales prácticas antes de concluir la enseñanza, de esta manera se potenciará el aprendizaje de como dirigir una empresa o ser responsables de un proyecto emprendedor, creando el precedente para un futuro negocio real.

3.3.2 Reforzar las condiciones marco para los emprendedores, eliminando las actuales barreras estructurales y prestándoles apoyo en las fases cruciales del ciclo vital de la empresa

- Soporte a los promotores en todas las etapas de su ciclo vital:

Para que prosperen tanto las pequeñas y medianas empresas, así como los emprendedores, necesitan contar con conocimientos técnicos que les ayuden a desarrollar

ventajas comparativas y competitivas en el mercado. El plan de acción invita a los estados miembros a destinar esfuerzos para brindar asesoría y seguimiento a emprendedores, además de disminuir los costes referentes a pago de obligaciones fiscales y mejorar el ambiente empresarial.

- Acceso a la financiación:

El documento señala que una de las mayores dificultades de los emprendedores es atraer financiamiento en las primeras etapas de su actividad empresarial, por este motivo invita a los estados miembros de la UE a abrir la puerta a formas alternativas de financiación de empresas nacientes así como de las PYME's.

El plan además considera que las empresas nacientes necesitan especial atención, en otras áreas fundamentales tal como la facilitación del traspaso de negocios, procedimientos de quiebra y segunda oportunidad, y el aprovechamiento de las nuevas oportunidades para las empresas en la era digital.

3.3.3 Dinamizar la cultura del emprendimiento en Europa: crear una nueva generación de emprendedores.

- Nuevas percepciones, los emprendedores como modelo:

Se debe cambiar la apreciación que tiene la sociedad de los emprendedores a través de una comunicación positiva sobre sus logros y su importante valía para la sociedad. El plan invita a los países miembros a intensificar actividades de difusión sobre el tema, haciendo hincapié en que el emprendimiento puede ser una opción válida de carrera.

- Nuevos horizontes: llegar a las mujeres, los mayores, los inmigrantes, los desempleados y a los jóvenes.

Europa debe abrir el camino hacia el emprendimiento para los grupos infrarrepresentados de la población, los esfuerzos deben estar dirigidos en función de ofrecerles puestos de

trabajo dignos, aprovechar sus capacidades creativas e innovadoras y empoderarlos tanto económica como socialmente.

Con el objetivo de colaborar a que las personas desempleadas efectúen una transición eficientemente al trabajo por cuenta propia y aumentar la sostenibilidad de sus negocios, se deben generar programas que incluyan apoyo al desarrollo empresarial, capacitación, asistencia, asesoramiento, orientación y tutoría para emprendedores.

3.4 Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013/2016

Una de las principales prioridades del Gobierno de España es favorecer la inserción de los jóvenes en el ámbito laboral y mejorar su situación dentro del mercado de trabajo.

La Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016 es el resultado de un proceso de diálogo y negociación entre interlocutores sociales y el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

Algunos de los objetivos que persigue esta estrategia son fomentar el espíritu emprendedor, aumentar la calidad y la estabilidad del empleo, mejorar la empleabilidad de los jóvenes y fomentar la igualdad de oportunidades para acceder al mercado del trabajo. Para llevarlo a cabo la Estrategia contiene 100 medidas encaminadas a favorecer la inserción laboral de los jóvenes, ya sea por cuenta ajena o a través del emprendimiento.

A continuación se exponen algunas medidas que guardan relación con la promoción y apoyo a emprendedores:

- **Tarifa plana para jóvenes autónomos**

Los autónomos que se den de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos cuentan con el beneficio de tener una cuota fija en la cotización a la Seguridad Social, una disminución del ochenta por ciento en la cuota mínima por contingencias comunes de dicho régimen los primeros seis meses de operación, lo que se traduce en una cuota aproximada

de cincuenta euros mensuales.

Los siguientes seis meses se les aplicará una reducción del cincuenta por ciento sobre la base mínima y después de haber transcurrido el primer año los hombres de hasta treinta años y las mujeres de hasta treinta y cinco contarán con el beneficio de una reducción de treinta por ciento en sus aportaciones durante dieciocho meses.

- **Compatibilización de la prestación por desempleo con el inicio de una actividad por cuenta propia**

Esta estrategia permite hacer compatible la percepción de la prestación por desempleo con el desempeño de una actividad por cuenta propia, durante un plazo máximo de nueve meses.

- **Ampliación de las posibilidades de aplicación de la capitalización por desempleo**

Siempre y cuando el trabajador autónomo instituya un vínculo de carácter indefinido con la empresa y que se trate de un negocio de reciente creación, podrá optar por beneficiarse de la prestación por desempleo capitalizando hasta el 100% de su prestación para realizar una aportación al capital social a cualquier tipo de sociedades mercantiles. Además, se permite que el dinero pueda ser utilizado por el emprendedor para adquirir servicios de asesoramiento, formación e información, así como para cubrir los gastos de constitución de una nueva sociedad.

- **Creación de oficinas de referencia en los Servicios Públicos de Empleo especializadas en el asesoramiento y acompañamiento del nuevo emprendedor**

En colaboración con las regiones autónomas se ejecutarán actividades de seguimiento y apoyo a los emprendedores que hayan elegido la capitalización de la prestación, estos programas deberán contemplar además asistencia técnica y capacitación para contribuir en

la medida de lo posible al éxito del proyecto (Ministerio de Empleo y Seguridad Social , 2013).

3.5 Ley 14/2013 de Apoyo al Emprendedor

El Boletín Oficial del Estado Español publicó la Ley 14/2013 el 28 de septiembre del mismo año, esta ley hace referencia al apoyo a los emprendedores y su internacionalización.

El documento se encuentra organizado en seis títulos. El título preliminar reúne los tres primeros artículos estableciendo las disposiciones generales de la ley, su ámbito de aplicación y la definición de emprendedor. El título I comprende las medidas de apoyo a la iniciativa emprendedora, en su primer capítulo trata sobre la educación en emprendimiento, el documento menciona que es necesario un cambio de mentalidad general para orientado a que la sociedad valore más la actividad emprendedora y la asunción de riesgos por tal motivo se incorporan medidas que buscan dicho cambio tenga lugar partiendo del sistema educativo. En los capítulos II y III se expresa la creación de dos nuevas figuras jurídicas el Emprendedor de Responsabilidad Limitada y la Sociedad Limitada de Formación Sucesiva respectivamente. El Capítulo IV introduce medidas para agilizar el inicio de la actividad de los emprendedores, como por ejemplo la creación de los Puntos de Atención al Emprendedor. El Capítulo V prevé un nuevo mecanismo de negociación de deudas de empresarios encaminado a garantizar que el fracaso no cause frustración ni ruina causas que priven al empresario de iniciar un nuevo proyecto.

El título II abarca varias medidas fiscales y en materia de seguridad social de apoyo al emprendedor. Se crea un régimen especial del criterio de caja, se implementa deducción para aquellas sociedades que tengan la condición de empresas de reducida dimensión, se reducen las cuotas de la seguridad social y se instituye un nuevo aliciente impositivo en la cuota estatal por concepto de la inversión realizada en la empresa naciente.

El título III expone las medidas para apoyar la financiación de los emprendedores, se sistematizan los organismos financieros de la acción del Gobierno en materia de internacionalización de la economía española, las empresas así como los instrumentos de apoyo financiero, se refuerzan algunos de los instrumentos de apoyo financiero (el Fondo para Inversiones en el Exterior, FIEEX; el Fondo para la Internacionalización de la Empresa, FIEM; y el Convenio de Ajuste Recíproco de Intereses), se eliminan ciertas restricciones y se amplía su ámbito de actuación.

El Título IV se dedica a los medidas apoyo y fomento para el crecimiento empresarial. El su primer capítulo se prevé la simplificación de cargas administrativas innecesarias, mientras que el capítulo II se concentra en medidas de impulso para la contratación pública con emprendedores. En el capítulo III menciona la flexibilidad en cuanto a las exigencias contables de las microempresas, en cumplimiento del principio de proporcionalidad.

El Título V trata la internacionalización de la economía española, la primera sección robustece el marco institucional de fomento a la internacionalización, así como algunos de los instrumentos financieros de apoyo a la misma. La sección segunda regula algunos supuestos en los que por intereses económicos se agiliza y facilita la autorización de visados y permisos de residencia, con la finalidad de atraer inversión y talento al país, la medida se destina a emprendedores, inversores, trabajadores que efectúen movimientos intraempresariales, así como también a profesionales altamente cualificados e investigadores (Jefatura del Estado, 2013).

3.6 Anteproyecto de Ley Andaluza de Fomento del Emprendimiento

El anteproyecto de la Ley Andaluza de Fomento del Emprendimiento, fue aprobado por el Consejo de Gobierno a finales del mes de marzo del 2016. Esta ley prevé garantizar el derecho de la ciudadanía a emprender en igualdad de condiciones y oportunidades, e

identifica al emprendimiento con la misma importancia que a otros derechos sociales, como educación, sanidad o la dependencia.

El 23 de enero del 2017 el Consejo de Economía y Conocimiento de la Junta, presentó ante el Consejo Económico y Social (CES) de Andalucía el documento de la Ley de Fomento del Emprendimiento, solicitando dictamen sobre la norma para poder iniciar su trámite en el parlamento. Esta ley convertirá a Andalucía en la primera comunidad con un sistema público de emprendimiento.

El documento está conformado por un título preliminar de disposiciones generales y cuatro títulos referentes a sectores específicos, estructura de apoyo, fomento de la cultura emprendedora y plan general.

La propuesta expone un conjunto de políticas de facilitación, creación y consolidación de emprendimientos, entre sus novedades destaca el denominado "emprendimiento de segunda oportunidad" concebido para aquellas personas que han tenido experiencias fallidas; también se priorizan las modalidades asociativas propias de la economía social y solidaria, y se propone formas de impulso específico para iniciativas rurales a través de programas ajustados a las características económicas y sociales propias de cada territorio.

En materia formativa el anteproyecto menciona un programa específico con el objetivo de desarrollar capacidades, conocimientos y habilidades necesarias para ejecutar iniciativas productivas innovadoras (Junta de Andalucía- Consejería de Economía y Conocimiento, 2016).

3.7 Estatutos de Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza

Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza, se constituye una organización sin fines de lucro, institución perteneciente al sector público considerada como medio propio de la Administración de la Junta de Andalucía, la institución desarrolla sus actividades

principalmente dentro del territorio de la Comunidad Autónoma de Andalucía, sin perjuicio del establecimiento de relaciones instrumentales con terceros en diferente ámbito territorial, y cooperación con otras entidades u organismos públicos o privados, nacionales o extranjeros.

La Fundación tiene como objetivo fomentar la cultura y la realidad emprendedora y empresarial, de acuerdo con la ordenación general de la economía, para la correcta ejecución de sus fines, la institución ejecuta, entre otras, las siguientes actividades:

- Promoción de la cultura y actividad emprendedora
- Potenciación del tejido empresarial, a través del apoyo a colectivos de emprendedores.
- Gestión, promoción y desarrollo de dispositivos, infraestructuras e instalaciones para el emprendimiento.
- Cooperación con las autoridades e instituciones de diversos ámbitos dedicadas a actividades paralelas, semejantes, complementarias, accesorias o concurrentes.
- La promoción de actuaciones dirigidas a conseguir un mayor desarrollo endógeno del territorio mediante el impulso de la actividad económica y la creación de empleo.

3.8 Acuerdos de colaboración entre Andalucía Emprende y entidades financieras

3.8.1 Instituto de Crédito Oficial (ICO):

Este acuerdo fue suscrito en 2011 y tiene como objetivo asesorar a autónomos y pymes en la tramitación de la solicitud de la línea de financiación ICO que mejor se ajuste a sus necesidades y proyectos.

3.8.2 Microbank

Convenio suscrito en 2011, su finalidad es facilitar el acceso a financiación para promover el autoempleo, así como la creación consolidación de microempresas. Andalucía Emprende a través de los CADE se encarga de brindar asesoría en la tramitación de expedientes, además de asesoría técnica para el correcto desenvolvimiento de los proyectos mediante un análisis económico-financiero y de plan de negocios.

3.8.3 Fundación CajaSur

Convenio firmado en 2013, tiene como fin asistir a los emprendedores en la tramitación de los créditos de Cajasur, la asesoría la brindan los técnicos especializados de los Centros Andaluces de Emprendimiento.

3.8.4 Caja Rural de Granada

Este convenio consiente que los promotores tengan acceso a productos y servicios financieros del banco con condiciones ventajosas, los CADE prestan asistencia gratuita para el óptimo desarrollo de los proyectos de los interesados a través de asesoría técnica adecuada, análisis de la viabilidad de los proyectos, así como en la solicitud y la tramitación del producto financiero elegido.

3.8.5 Unicaja Banco

Convenio suscrito en 2014, a través del cual el banco coloca a disposición de los emprendedores a los que apoya Andalucía Emprende, una línea financiera específica para facilitar su acceso a la obtención de un crédito en condiciones especiales.

CAPÍTULO IV - TRABAJO DESARROLLADO EN LAS PRÁCTICAS

En el presente apartado se describen las actividades, procesos y programas en los que el estudiante participó durante el periodo de prácticas profesionales.

4.1 Servicios de información

En cuanto un ciudadano acude al CADE el primer paso es completar el formato de solicitud de servicio, documento en el que el técnico ingresa los datos personales del interesado (nombres, apellidos, dirección, fecha de nacimiento código postal, DNI, género, etc.). En este formato se expone la intención del emprendedor en poder acceder a los servicios que presta Andalucía Emprende a través de los Centros Andaluces de Emprendimiento. Una vez realizada dicha formalidad, que además sirve para llevar un control de la gestión del centro y poder brindar un mejor servicio, el técnico procede a entrevistarse con el promotor de la idea productiva con el fin de realizar un diagnóstico de sus necesidades e intereses, y de esta manera poder ofrecerle una información completa y adecuada.

Las consultas más habituales con las que llegan los emprendedores al centro tienen que ver en la mayoría de ocasiones con preguntas referentes a:

- asesoramiento y apoyo en la creación empresarial
- información y apoyo para la solicitud de incentivos
- servicios de apoyo para empresas con dificultades
- alojamiento empresarial y;
- formación y capacitación

Una vez que el técnico haya solventado las dudas del emprendedor, y dependiendo del caso, se fija un calendario de reuniones posteriores para continuar con el proceso de apoyo, acompañamiento y/o seguimiento.

4.2 Asesoría técnica

4.2.1 Plan de empresa

El CADE de Jaén ofrece un servicio de asistencia técnica orientado a ayudar a los promotores de ideas productivas en el desarrollo de su proyecto.

La asesoría consiste en primera instancia el facilitar apoyo al emprendedor en la realización de su plan de empresa, este trabajo de planificación resulta muy útil para cualquier iniciativa de negocio y por ende requiere de una inversión importante de atención, tiempo y esfuerzo por parte del promotor, quién para poder completar el estudio deberá contemplar cada una de las áreas que determinan su actividad empresarial, guiado y orientado en este proceso por el técnico del CADE.

Este ejercicio no solo ayuda al emprendedor a aterrizar su idea de negocio, sino que también le servirá como una importante carta de presentación en el futuro, ya que el documento resulta útil para mostrar el proyecto ante entidades financieras, inversores, socios, ruedas de negocios o de financiamiento, además de otras convocatorias específicas.

Realizar un plan de empresa le puede significar un sinnúmero de ventajas al emprendedor, el análisis, la planificación y la búsqueda de información que este conlleva, reduce en gran parte la incertidumbre propia a la que está expuesta una persona al iniciar un proyecto empresarial, disminuye el nivel de inseguridad y permite que la toma de decisiones se asiente en echos y no en supuestos.

De forma técnica el plan de empresa tienen como finalidad demostrar la viabilidad del proyecto analizado, para esto el asesor quién es el encargado de guiar al promotor, toma en

cuenta varias líneas de análisis, la viabilidad técnica que tiene que ver con la posibilidad de realización del producto o servicio teniendo en cuenta los métodos, medios y recursos que se emplearán, la viabilidad comercial apartado en el que se justifica la existencia real de un mercado para el producto o servicio propuesto, y la viabilidad económica financiera a la que se dedica especial atención.

Los principales apartados que se analizan en el plan de empresa que maneja el CADE son:

- grupo promotor
- producto o servicio
- tecnología
- mercado, clientes y la competencia
- plan comercial
- stock y almacén
- establecimiento, localización e instalaciones
- plan de producción y organización del servicio
- seguros, permisos y prevención de riesgos laborales

Operativamente el técnico explica cada apartado al emprendedor quien es el encargado de ir completando la información requerida ajustándola a la realidad de su idea de negocio, posteriormente los avances son revisados en reuniones periódicas en las que el técnico va realizando correcciones pertinentes según el caso.

4.2.2 ECOFIN

Además de un análisis técnico y comercial es pertinente que el proyecto contemple un estudio previo de su flujo de ingresos y estructura de costos. Al igual que el plan de empresas

este análisis servirá como herramienta para determinar la viabilidad económica financiera de la idea productiva considerando así datos como: si el negocio será capaz de generar beneficios o no, si no presentará problemas graves de tesorería, si cuenta con una estructura financiera equilibrada en cuanto a endeudamiento, solvencia y liquidez, etc.

Para realizar este estudio y teniendo en cuenta que en la mayoría de casos realizar un análisis financiero representa mucha dificultad para el común denominador de los emprendedores, el CADE cuenta con una plantilla automatizada de Excel denominada ECOFIN, misma que ha sido diseñada con el objetivo de facilitar el trabajo de los promotores.

Los datos que arroja esta herramienta después de introducir información referente al negocio son:

- previsiones de ventas
- resumen de tesorerías
- estimación del punto de equilibrio
- gastos fijos anuales
- previsiones de gastos e ingresos
- amortizaciones
- préstamos, leasing, renting
- balances anuales previsionales y reales
- cuentas de pérdidas y ganancias previsionales y reales y;
- ratios financieros básicos

Estos dos estudios tanto el plan de empresa como el ECOFIN le permiten al emprendedor realizar un diagnóstico de su situación actual y determinar si es posible ejecutar la idea de negocio o si será necesario pivotear. Además estas herramientas le permitirán controlar su

gestión a largo plazo, una vez que se encuentre en marcha el negocio, permitiéndole detectar errores o desviaciones en la operación y facilitando la toma de medidas correctivas de manera oportuna.

4.3 Servicio de tutorización y acompañamiento

A los emprendimientos adheridos al CADE se les ofrece un itinerario de tutorización y acompañamiento regular, este consiste en un cronograma de reuniones periódicas fijadas entre los técnicos y los promotores en las que se trabajan los distintos apartados de la gestión empresarial, desde el planteamiento del modelo de negocio, pasando por aspectos claves relacionados con la constitución, desarrollo, seguimiento de la empresa hasta llegar a temas referentes a la consolidación y apertura de nuevos mercados.

Durante el servicio de tutorización el técnico procura transferir a los emprendedores conocimientos empresariales, además de ayudarle a desarrollar o entrenar aptitudes y actitudes vinculadas con la correcta dirección y gestión del negocio.

La tutoría se ejecuta de una manera práctica a través de ejercicios que debe ir realizando el promotor, la forma de trabajo que siguen los técnicos se basa en la metodología del Model Canvas y la idea es que los tutelados se entrenen a través de la realización de los respectivos bloques del lienzo de negocios.

El servicio de acompañamiento se divide en seis bloques de competencia empresariales:

- **Orientación al cliente:** el objetivo de esta competencia es que el promotor aprenda a identificar los diferentes grupos de personas a los que dirige su servicio/producto, es decir que determine de manera efectiva el segmento de clientes al que va a dirigir la propuesta de valor.

- **Estratégica:** este bloque pretende enseñar al emprendedor a identificar la necesidad del cliente así como que lo motiva a comprar o a preferir un producto por sobre otro, en este apartado el emprendedor deberá diseñar una propuesta de valor atractiva y diferenciada.
- **Recursos:** el fin de esta competencia es que el promotor identifique cuales son los recursos claves para el desarrollo y mantenimiento de su propuesta de valor.
- **Procesos:** permite determinar las actividades claves para la correcta ejecución del modelo de negocios, dicho en otras palabras las acciones las acciones necesarias para crear u ofrecer el servicio/producto, llegar a los clientes y establecer relación con ellos.
- **Finanzas:** en este bloque se trabajan los aspectos relacionados con la forma en la que la empresa generara el flujo de caja, analizando los costes y gastos que implica la puesta en marcha del modelo de negocio.
- **Relaciones:** en esta competencia se transmite la importancia del capital relacional y la cooperación con proveedores y socios, accionar que puede contribuir de manera muy positiva a la operación del negocio.

La especificidad y nivel de complejidad con la que se trabaja la metodología depende del grado de madurez del emprendimiento, conocimiento y aptitudes del emprendedor, actividad económica, estrategia empresarial y características propias de cada proyecto.

4.4 Asistencia en la constitución empresarial

Es menester del técnico informar al emprendedor sobre las diferentes formas jurídicas con las que pueden constituir la empresa, y asesorarle sobre la más adecuada en función de las características de la idea productiva.

El CADE de Jaén es un punto PAE (Punto de Atención al Emprendedor) habilitado por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo de España, esto quiere decir que es un centro capaz de prestar asistencia para realizar todos los trámites para el inicio, operación y cierre de la actividad empresarial por vía telemática, de esta manera los emprendedores que quieran agilizar los trámites que representan la creación de una empresa, tienen a su disposición esta ventanilla.

Para crear empresas los puntos PAE se apoyan en el CIRCE (Centro de Información y Red de Creación de Empresas) y en concreto en el Sistema de Tramitación Telemática (STT). En este sentido, cuando un emprendedor opta por iniciar los trámites de creación de una empresa desde un PAE, implícitamente está utilizando el sistema CIRCE.

La Dirección General de Industria y de la PYME (DGIPYME), a través del programa CIRCE permite la creación por internet de determinados tipos de empresas: Autónomos (empresarios individuales), Emprendedores de Responsabilidad Limitada (ERL), Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), Sociedad Limitada Nueva Empresa (SLNE), Sociedad Limitada de Formación Sucesiva (SLFS), Comunidad de Bienes y Sociedad Civil (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, 2017).

En el CADE de la ciudad de Jaén la mayoría de emprendimientos, por no decir todos, se constituyen bajo la modalidad de autónomo y sociedad limitada por lo que procederá a explicar los respectivos procesos.

4.4.1 Modalidad de autónomo

Una vez que el emprendedor tiene clara su idea de negocio, el técnico procede a asesorarlo en cuanto al epígrafe IAE (Impuesto sobre Actividades Económicas), código que será requerido posteriormente para el registro del ciudadano como trabajador autónomo, el IAE es un impuesto que forma parte del sistema de tributación español y se encuentra

gestionado por las municipalidades, grava de forma directa la ejecución de cualquier tipo de actividad económica, tanto de personas naturales como jurídicas, su valor es constante independientemente del balance de la actividad y tiene carácter de obligatorio. Además del IAE se debe identificar también el epígrafe CNAE (Clasificación Nacional de Actividades Económicas), código que carece de naturaleza fiscal, cuya relevancia más bien tiene que ver con efectos de estadísticas públicas.

Una vez que se ha determinado los respectivos epígrafes, el asesor procede a completar el documento único electrónico (DUE) a través del portal CIRCE. En este se digitarán los datos personales y del negocio del emprendedor, es necesario que el interesado cuente con su DNI, número de seguridad social y un certificado bancario en función de realizar el correcto registro.

El Documento Único Electrónico (DUE) engloba varios formularios en uno y realiza íntegramente los trámites necesarios para constituir la empresa de forma automática, comunicándose con todos los organismos implicados tal como la agencia tributaria, seguridad social, registro mercantil, notaría, etc.

Es decir que una vez que concluya el procedimiento de registro el emprendedor estará dado de alta tanto en hacienda como en seguridad social y listo para que su negocio pueda operar (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, 2017).

4.4.2 Modalidad sociedad limitada

En el caso de la constitución de una empresa bajo la modalidad de sociedad limitada el primer paso a realizar después que los promotores tienen clara su idea de negocio, es solicitar la denominación social en el Registro Mercantil Central ya que la ley exige la obtención previa de una certificación favorable que recoja la expresión denominativa con la que va a ser identificada la sociedad como sujeto de derechos y obligaciones en todas sus

relaciones jurídicas, este documento confirma que el nombre escogido para la empresa no guarda coincidencia con el de otra sociedad ya registrada previamente (Registro Mercantil Central , 2017).

La función del técnico es apoyar al emprendedor a realizar el trámite de solicitud de denominación, operación que se realiza a través del portal web del registro mercantil central (RMC), debido a la gran cantidad de nombres que hay registrados se le recomienda al emprendedor presentar al menos tres opciones de denominación social.

Una vez que es concedido el certificado, la denominación quedará reservada para el promotor durante seis meses, en caso de superar este tiempo sin su utilización, el nombre vuelve a estar disponible para cualquier interesado.

Después de obtener el certificado de denominación los emprendedores deben aperturar una cuenta en cualquier entidad bancaria a nombre de la empresa, en esta cuenta se depositará el capital social con el que aportarán los socios, la entidad financiera por su parte emitirá un certificado de dicho ingreso que posteriormente se deberá presentar en la notaría.

El siguiente paso será tramitar el DUE a través del punto PAE actividad que es realizada por el técnico del CADE, con el envío del DUE se genera automáticamente una cita en notaría a través de una comunicación en tiempo real con el sistema de la agenda notarial, el sistema indica los datos de la notaría así como la fecha y hora de la cita a la cual deberán asistir todos los socios para firmar la escritura pública de constitución de la sociedad.

Los emprendedores deberán acudir a la cita con el notario aportando:

- certificado de depósito del capital social
- certificado negativo de la denominación social obtenido en el RMC
- estatutos sociales de la sociedad
- D.N.I. original de cada uno de los socios fundadores

- Declaración de inversiones exteriores (en caso de que alguno de los socios fuese extranjero).

Posteriormente la sociedad tendrá un plazo de dos meses desde la obtención de la escritura de la constitución para inscribirse en el Registro Mercantil de la provincia en la que fijo su domicilio social, para ello necesita aportar la siguiente documentación:

- copia la escritura de constitución
- certificación negativa de denominación social
- documento de haber liquidado el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados
- copia del N.I.F (número de identificación fiscal) provisional

Una vez que se haya inscrito de manera efectiva la constitución de la sociedad, los representantes deben acercarse a hacienda para cambiar la tarjeta provisional de N.I.F. por la definitiva.

Los servicios de constitución a través del punto PAE son de mucho beneficio para los ciudadanos ya que este es un proceso ágil que facilita la comunicación entre diferentes organismos disminuyendo burocracia y ahorrando al emprendedor tiempo y dinero.

4.5 Alojamiento empresarial

Este servicio permite a emprendedores disponer de despachos gratuitos en las instalaciones del CADE, para ejecutar su actividad productiva durante un período de tiempo limitado, bajo dos tipos de modalidades de uso.

4.5.1 Modalidad de preincubación

Servicio destinado a emprendimientos que aún no se han constituido como empresas, quienes podrán hacer uso de las instalaciones durante un periodo de seis meses con la

finalidad de desarrollar su plan de negocios previo a la constitución de la actividad.

4.5.2 Modalidad de incubación

Servicio diseñado para que empresas constituidas legalmente, pueden hacer uso de las instalaciones por un período de un año, o en naves industriales durante tres años.

Los emprendedores interesados en hacer uso del servicio de alojamiento empresarial deben pasar por un proceso de selección, operación que se lleva a cabo a través de una convocatoria abierta en la que se cita a los promotores de los emprendimientos para que se presenten sus iniciativas ante una comisión encargada de evaluar los proyectos.

Criterios de evaluación para seleccionar a los proyectos incubados

Equipo	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia y formación del equipo • Complementariedad del equipo • Motivación y compromiso • Riego asumido
Modelo de negocios	<ul style="list-style-type: none"> • Cliente • Canal • Mercado • Producto y competencia
Modelo financiero	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de definición de inversiones y necesidades de capital • Costes de explotación • Grado de definición de proyecciones económicas
Potencial de crecimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo • Capacidad de internacionalización • Crecimiento del negocio

Fuente: CADE-Jaén, 2017. Elaboración propia.

Al concluir el proceso de evaluación se tabulan los resultados y se elabora la respectiva acta de la sesión. La estimación o desestimación de solicitud de alojamiento se envía a los emprendedores a través de una carta de remisión de documentación.

Los emprendedores que han sido beneficiados previa a su instalación en las incubadoras, deberán cumplir con el pago de una fianza de 50 euros (preincubados) y 100 euros (incubados) por concepto de posibles daños que pueda sufrir el despacho, además deberán contratar un seguro de responsabilidad civil capaz de cubrir perjuicios materiales, personales o económicos que el asegurado pueda producir a un tercero por omisión u acción durante su estadía en las incubadoras. Una vez cumplidos mencionados requerimientos los emprendedores podrán empezar a hacer uso efectivo de las respectivas instalaciones.

4.6 Programas específicos de creación, fomento y consolidación empresarial

4.6.1 Open Future

La Universidad de Jaén, consciente de la importancia de combinar la formación teórica con la práctica, ha formalizado un acuerdo con Telefónica España, S.A.U. y la Junta de Andalucía bajo la denominación Andalucía Open Future, para establecer actuaciones que hagan efectivo el impulso del emprendimiento basado en la innovación entre la población universitaria de la región.

Estas actuaciones se concretan en una convocatoria de becas para el desarrollo de un modelo de negocio innovador entre alumnos cuarto nivel. Dentro del programa se contempla un período de formación que lo llevan a cabo los técnicos del CADE. El ciclo de talleres comprende 12 sesiones en las que se tratan los siguientes temas:

- la innovación en el proceso emprendedor
- generación de ideas de negocio
- identificación de clientes
- la propuesta de valor
- validación de la propuesta de valor y prototipado
- el modelo de negocio

- relación con los clientes y canales
- constitución de la empresa
- plan económico-financiero
- habilidades transversales del emprendedor
- experiencias emprendedoras innovadoras
- recursos para emprender

Además dentro del programa se contemplan la ejecución de reuniones periódicas de seguimiento a los estudiantes, sesiones destinadas a la revisión progresiva de los avances de los modelos de negocio.

Al concluir el periodo de capacitación y seguimiento los estudiantes presentan sus proyectos ante un comité evaluador encargado de definir cuáles son los emprendimientos con mayor potencial, cuyos promotores se harán acreedores a una beca que cubre un importe mínimo del 75% y máximo del 90% del coste total de la cuantía de los créditos que efectivamente haya abonado el estudiante en un máster oficial en el curso 2016- 2017.

4.6.2 Minerva

Programa tecnológico impulsado entre Vodafone y la Junta de Andalucía cuyo objetivo es fomentar el emprendimiento tecnológico en la región.

Los requisitos que deben cumplir las empresas interesadas en participar en este programa son dos: que sus operaciones las realicen en Andalucía y que cuenten con un proyecto viable en el sector TIC.

Una vez que concluye el proceso de convocatoria se seleccionan a las 20 mejores iniciativas las cuales serán aceleradas. Los beneficiarios ingresan en un completo programa de capacitación y formación para reforzar sus competencias y completar su formación en temas empresariales de comunicación y ventas. Los proyectos además contarán con sesiones

de mentoría especializada trabajando con especialistas de diversos ámbitos y utilizando la metodología Lean Startup para validar su modelo de negocio.

Los cinco mejores proyectos que demuestren la viabilidad y factibilidad de sus respectivas ideas de negocio podrán acceder a una financiación de hasta 30.000 €.

Al terminar el programa todos los participantes tienen la opción de participar en el Minerva Forum, un lugar de encuentro de actores del ecosistema de emprendimiento, innovación y desarrollo tecnológico de la región.

4.6.3 Alambra Venture

Alhambra Venture es una iniciativa promovida por diario Ideal y la Junta de Andalucía. Su objetivo es la aceleración de proyectos innovadores apoyándolos durante su proceso de maduración, financiación y entrada al mercado.

Este programa opera a través de una convocatoria específica que tiene como fin seleccionar 20 proyectos para su presentación dentro de un evento con posibles inversionistas. La iniciativa se dirige tanto a proyectos que se encuentren en una fase temprana de desarrollo como a aquellos que estén en una etapa más madura, de acuerdo a los criterios de clasificación determinados en las bases de la convocatoria.

La selección de proyectos se realiza tomando en consideración criterios como: el carácter innovador de la propuesta, su viabilidad, escalabilidad e interés para potenciales inversores (Alhambra Venture, 2017).

4.6.4 Extenda

La Agencia Andaluza de promoción exterior Extenda con el objetivo de incrementar el número de empresas andaluzas en proceso de internacionalización, en conjunción con los CADE, pone a disposición de los emprendedores varios servicios como:

- Acceso a información especializada, a través de estudios y catálogo sectoriales.
- Posibilidad de participar en "showrooms" con espacio para exponer productos y tener contacto con importadores, distribuidores, prensa etc.
- Formación avanzada en comercio exterior.
- Apoyo económico a través de diferentes líneas de subvención.
- Acceso a estas nuevas fórmulas de financiación de naturaleza retornable.

4.6.5 100 Caminos al Éxito

Andalucía Emprende, y la Fundación Cajazol organizan esta iniciativa con la finalidad de promover proyectos empresariales innovadores. Entre el segmento de clientes al que se dirige este programa se encuentran las iniciativas que se desarrollen específicamente en Andalucía, que cuenten con fuertes componentes de innovación, y que sean proyectos capaces de generar empleo el territorio.

Los promotores que son seleccionados reciben capacitación especializada por parte del Instituto de Estudios Cajazol, impartida por profesionales y expertos en el ámbito del emprendimiento. El itinerario de formación es de carácter teórico-práctico y ha sido diseñado para ayudar a los promotores a madurar sus ideas de negocio de una manera efectiva. El syllabus de los talleres es bastante completo integrando temas tales como creatividad, gestión del conocimiento, marketing, plan de negocios, contabilidad, gestión de recursos humanos, dirección estratégica, toma de decisiones y financiación.

Además los participantes cuentan con varias sesiones de asesoría y seguimiento personalizado actividades que se encuentra a cargo del personal técnico de los diferentes Centros Andaluces de Emprendimiento.

Al concluir la fase de formación los proyectos seleccionados participan en una ronda de financiación a la que acuden potenciales inversionistas, clientes y proveedores. También

tienen la oportunidad de acceder al programa de microcréditos de la Fundación Cajasol a través del cual se concede hasta un máximo 6.000 euros dependiendo de la viabilidad económica financiera del proyecto y del grado de innovación que este contenga.

De la misma forma los promotores tienen acceso preferente a alojamiento empresarial en los CADE, y la opción de participar en actividades de *networking* y de difusión de sus iniciativas productivas.

4.7 Fomento de la cultura emprendedora

El fomento de la cultura emprendedora es una acción transversal de todas las actividades que ejecuta el CADE, sin embargo, existen algunos programas específicos que han sido creados para promover el espíritu emprendedor haciendo hincapié en los llamados sectores y colectivos estratégicos, los cuales se encuentran conformados por niños y jóvenes.

La idea es prestar especial atención a grupos que constituyen a los futuros emprendedores, motivarlos y formarlos desde una edad temprana, transmitiendo la imagen del emprendimiento como una opción válida y llamativa.

Para cumplir con dicho objetivo los técnicos del CADE acuden con regularidad a diversos centros educativos de segundo y tercer nivel para impartir talleres de animación al emprendimiento, en estas capacitaciones se hace énfasis en la importancia de la creatividad la responsabilidad y la innovación.

Además el CADE implementa el programa Mini Empresas en el que los estudiantes crean sus propios negocios en los centros escolares teniendo así un acercamiento práctico con el emprendimiento y la gestión empresarial, además al final del curso los niños tienen la oportunidad de participar en ferias de emprendimiento y completar así su primera experiencia en el mundo del emprendimiento.

4.8 Difusión de emprendimientos

Los técnicos del CADE también se encargan de articular a los proyectos de emprendimiento con actores que ayuden a difundir sus iniciativas. Uno de estos actores es el medio de comunicación Uniradio Jaén a través de su programa Emprendimiento en Femenino.

Esta actividad es de mucha relevancia ya que permite comunicar al público en general las nuevas iniciativas de negocios que se están poniendo en marcha en la ciudad, dar a conocer los proyectos en el mercado, y contactar con futuros clientes o proveedores.

Hay que tener en cuenta que lo que no se difunde no se vende, y lamentablemente esta es la gran debilidad de varios emprendedores, que cuentan con buenos productos/servicios, pero carecen de un adecuado manejo de sus canales de comunicación, por tanto estas acciones de promoción que realizan los técnicos del CADE son de mucho valor para los promotores.

4.9 Ayuda en la búsqueda de vías de financiación

El acceso al crédito es uno de los principales obstáculos con los que se encuentran los emprendedores y empresarios al momento de montar o expandir su negocio.

Con el objetivo de disminuir esta traba el CADE a través de Andalucía Emprende cuenta con varios convenios de colaboración suscritos con distintas entidades financieras tanto públicas como privadas, cuyo fin es beneficiar a los promotores y facilitar su acceso a servicios, recursos y productos financieros en condiciones ventajosas que favorezcan su la gestión y desarrollo empresarial.

Una vez que el emprendedor expresa su interés de acceder a un crédito, el técnico procede a analizar la pertinencia así como las características de la necesidad, posteriormente a este análisis el técnico sugiere al emprendedor la o las entidades financieras que cuentan con el

producto financiero que más se ajuste a la necesidad del promotor.

Independiente de la entidad, programa o producto financiero, cabe mencionar, que en general los bancos exigen entre sus requisitos que el emprendedor o empresario interesado en acceder al financiamiento cuente con un plan de empresa en el que se incluya un análisis financiero, entre otros requisitos propios de cada institución.

El trabajo del técnico consiste justamente en apoyar a los emprendedores que no cuenten con el requisito mencionado anteriormente, y en el caso de los que si revisar la viabilidad y factibilidad del proyecto antes de que se presente a solicitar el financiamiento.

CAPÍTULO V - CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- La actividad emprendedora es considerada sin duda uno de los motores del crecimiento y del desarrollo de un territorio, capaz de tomar un escenario de desempleo o de empleos irregulares y convertirlo en uno de economías competitivas, de innovación, de generación de oportunidades y de mejora en la calidad de vida de sus habitantes.
- Contar con una actividad empresarial dinámica y saludable, es actualmente un tema prioritario para los diferentes gobiernos y administraciones, quienes han decidido respaldar las diversas iniciativas productivas, concentrando sus esfuerzos en construir un ambiente económico, social y político propicio para estimular el emprendimiento, la innovación y la competencia.
- El CADE de Jaén apoya a los emprendedores a transformar sus ideas productivas en modelos de negocios rentables, a través del trabajo de los técnicos y del uso de herramientas y metodologías ágiles, que tienen como finalidad acelerar y facilitar el proceso de desarrollo de los proyectos, además de formar al empresario en cuanto a la importancia de contar con un segmento de mercado adecuado y una propuesta de valor diferenciada.
- El emprendimiento es un factor determinante dentro de las actuales políticas de la región andaluza, así la Fundación Andalucía Emprende y los CADE como entes ejecutores, trabajan para liberar el potencial empresarial de los ciudadanos de Jaén a través de la implementación de varias acciones, programas y proyectos que buscan entre sus múltiples objetivos facilitar la creación y consolidación de nuevas empresas, reducir los obstáculos documentales que deben enfrentar los promotores,

revolucionar la cultura y el espíritu emprendedor en la ciudad, capacitar asesorar y acompañar a los emprendedores en todas la etapas de su desarrollo, etc.

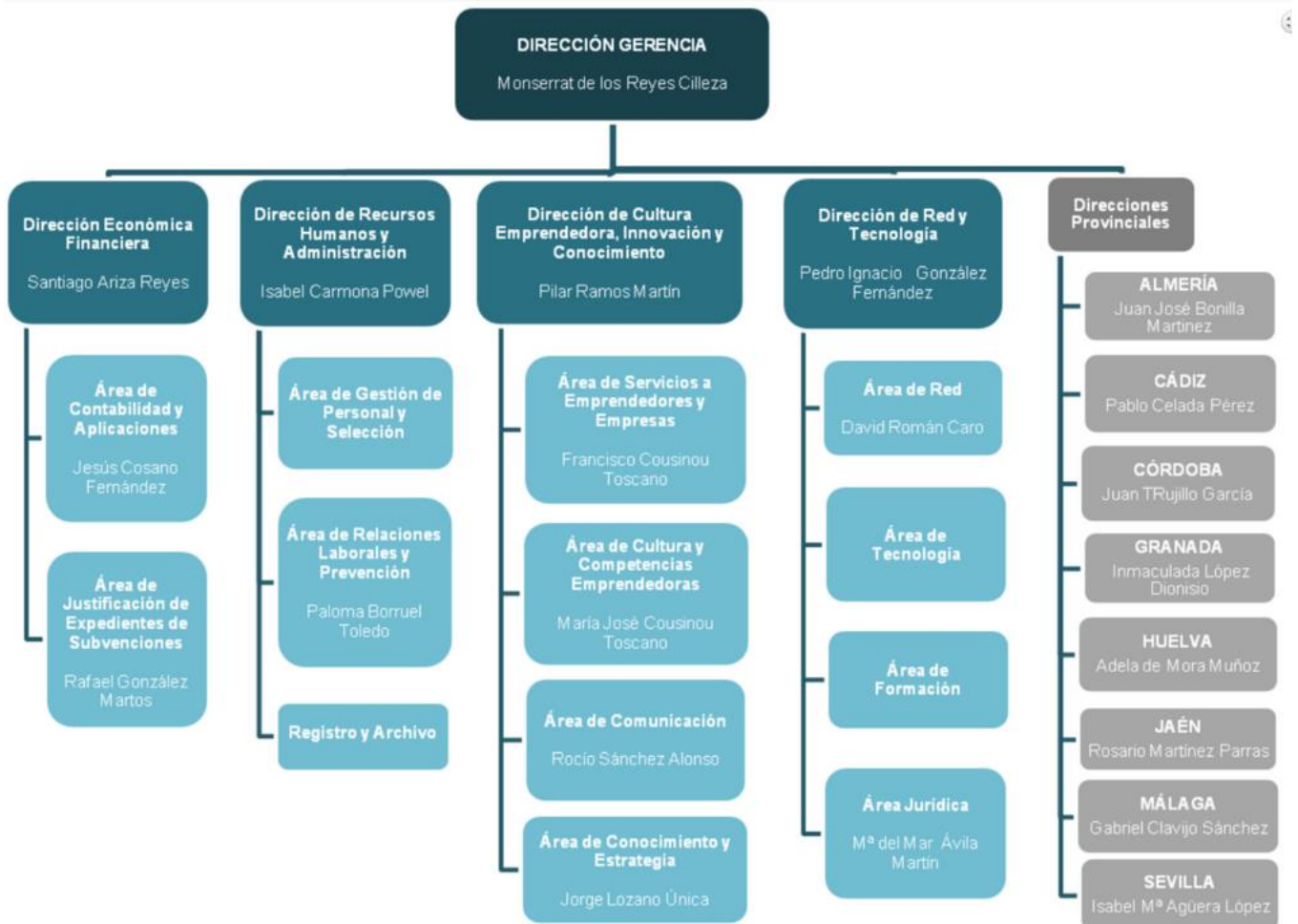
- El ecosistema de emprendimiento en Jaén es aún incipiente, aunque son varias las instituciones que actualmente trabajan en pro de activar y favorecer este sector de la economía en la ciudad, el territorio carece de un líder que se encargue de articular las diversas instituciones, posiblemente es por este motivo que muchos de los programas o proyectos se convierten en actividades aisladas que no alcanzan a tener el impacto y alcance deseado.
- El CADE se encuentra colaborando activamente al fortalecimiento del ecosistema de emprendimiento de la ciudad, poniendo a disposición de los promotores de ideas productivas programas e iniciativas diseñadas específicamente para satisfacer sus necesidades en las distintas etapas de desarrollo de los proyectos.
- El CADE apoya las estrategias nacionales de educación y las políticas locales de desarrollo a través de la ejecución de programas de aprendizaje práctico dirigido a estudiantes actividades que se basan en la importancia de que el estudiante viva la experiencia real de emprender.
- En Jaén no solo fortalecer el ecosistema de emprendimiento es un reto, también existe un comportamiento social que no reconoce ni recompensa suficientemente las iniciativas empresariales, el CADE trabaja en pro de lograr una revolución cultural orientada a crear una percepción positiva del emprendimiento y de los emprendedores, resaltando su importancia y valor tanto para la economía como para la sociedad.

- Europa cuenta con un marco normativo fuerte en materia de emprendimiento, lo cual refleja la existencia de la voluntad política para fortalecer este sector, y crea una base sólida sobre el cual se pueden apalancar las acciones llevadas a cabo por gobiernos administraciones y actores locales.
- La actividad emprendedora es un factor fundamental para alcanzar los objetivos de varias políticas sectoriales españolas, comercializar nuevas ideas mejora la productividad y crea riqueza en el territorio, además los emprendedores son capaces de crear fuentes de trabajo de una manera muy acelerada, por tanto si se espera que los emprendedores sean los responsables de efectivizar el avance de los territorios, lo lógico es que al menos habrá que dedicar a estos actores los recursos y facilidades necesarias en función de ayudarles a crear y consolidar sus negocios.
- Un componente relevante en un saludable ecosistema empresarial son las facilidades en cuanto a financiamiento que este sea capaz de gestionar teniendo en cuenta que en la mayoría de casos los emprendedores no cuentan con los suficientes recursos para poner en marcha sus negocios, en Jaén particularmente existen varias entidades financieras con productos financieros específicos para emprendedores, sin embargo, se evidencia la ausencia de iniciativas de inversión tanto pública como privada (capital semilla, capital de riesgo e inversores providenciales), así como la presencia de *business angels*.
- La metodología de trabajo del CADE incluye reducir la complejidad administrativa y la burocracia a la que se enfrentan los emprendedores en el momento de registrar su empresa como en el proceso de operación de la misma, suprimiendo en la medida de lo posible los obstáculos documentales indebidos.

- Las empresas de reciente creación precisan de especial atención, por eso el CADE destina especiales esfuerzos para apoyar su creación, desarrollo y consolidación a través de servicios especializado que son llevados a cabo por un cualificado equipo de técnicos y especialistas.
- Se resalta el uso de tecnología dentro del CADE, haciendo referencia a programas y plataformas que permiten que la diaria operación se lleve a cabo de manera ordenada y precisa.
- El CADE debería implementar una campaña de difusión que incluya la comunicación de sus servicios y programas, lamentablemente gran parte de la ciudadanía desconoce la existencia de la institución y su misión, el alcance de la labor que realiza el centro sería mayor si la comunicación de sus servicios se intensificara.
- El trabajo realizado en el CADE de Jaén me ha permitido vincular los conocimientos teóricos adquiridos en las aulas con la puesta en marcha de actividades prácticas relacionadas directamente con temas de emprendimiento, además la experiencia ha significado un importante aporte a mi desarrollo como profesional y a mi crecimiento personal.

ANEXOS

Anexo 1: Organigrama de Andalucía Emprende



Fuente: Andalucía Emprende, 2017

Anexo 2: Formato de solicitud de servicios



Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO



SOLICITUD DE SERVICIOS

Código Aplic@ (a cumplimentar por técnico/a) :			
N.I.F.	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Sexo (H / M)	Nacionalidad	Edad y Fecha nacimiento	Correo electrónico
Teléfono	Móvil	Dirección / Código Postal / Localidad / Provincia	
Formación. Experiencia laboral o profesional.			
D.N.I. / C.I.F.	Nombre Empresa / Empresario individual		Forma jurídica
Cargo	Persona de contacto		Correo electrónico
Teléfono	Actividad principal		Fecha constitución Empresa
Dirección			Código postal / Provincia
CADE donde entrega la solicitud			Localidad / Provincia

Expone, con la intención de poder acceder a los servicios que presta Andalucía Emprende, a través de los **Centros Andaluces de Emprendimiento (CADES)** de la Red Territorial de Apoyo a Emprendedores,

Solicita, se tramite esta solicitud para recibir información relativa a los siguientes servicios:

- Asesoramiento y apoyo en creación o desarrollo empresarial (Plan Empresa/Plan Desarrollo) Formación en Gestión Empresarial
- Información y apoyo en la solicitud de incentivos y otra financiación (especificar)..... Otros Servicios
- Servicios para apoyar a Empresas con dificultades Tutorización sin alojamiento
- Tutorización CON ALOJAMIENTO EMPRESARIAL
- A) Solicitud Proyecto **Adscrito Pre-incubado Interno en Despacho**
- B) Solicitud Proyecto/Empresa **Adscrita Incubada Interna** (en despacho o módulo en Nave)

Documentos obligatorios para gestionar la solicitud de tutorización con alojamiento empresarial

- Plan de Empresa o Resumen de idea de negocio para Pre-incubadas
- Cualquier otra documentación acreditativa requerida en el CADE, necesaria para gestionar su solicitud.

Mensaje, consulta o sugerencia (observaciones)

--

Firma/s interesado/s:

Firma personal Fundación / sello:

En Jaén , a de de 2017

A los efectos previstos en la Ley Orgánica 15/1999, de Protección de Datos de Carácter Personal, y en cumplimiento del art. 5 del citado cuerpo legal, le informamos que los datos personales facilitados, serán incluidos en el fichero Promotores/ Empleados, cuya titularidad corresponde a Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza, y la finalidad, prestarle los servicios propios de esta Fundación, así como comunicaciones, estadísticas, encuestas, promociones y publicidad relacionada con los mismos. Este formulario contiene campos obligatorios cuyo cumplimiento resulta necesario para aceptar nuestros servicios. En caso de que se realice tratamiento de datos de carácter personal de terceros afectados, el interesado manifiesta expresamente que cumple su deber de información y, en su caso, obtiene el consentimiento necesario de forma previa a su comunicación.

Anexo 3: Formato de plan de empresa

Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO

O. FICHA INFORME

TECNICO/A:

CADE CENTRO DE SERVICIOS:

EMPRESA

RAZÓN SOCIAL:

DOMICILIO: POBLACIÓN:

TELÉFONO: FAX:

E-MAIL:

FORMA JURÍDICA:

PERSONA DE CONTACTO:

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

EPÍGRAFE DEL IAE:

FECHA DE REGISTRO:

FECHA DE ALTA IAE:

Nº DE SOCIOS	Nº DE TRABAJADORES	INVERSIÓN	FACTURACIÓN



1. ANÁLISIS DEL GRUPO PROMOTOR

1.1. Antecedentes de los promotores

Motivos de la iniciativa empresarial.
Objetivos personales para poner en marcha la empresa.
Indicar en qué ayudará la experiencia profesional previa en la presente iniciativa.
Indicar cómo se resolverán los problemas del trabajo en grupo.

1.2. Datos de los promotores

Detallar aspectos de los participantes en el proyecto que hagan mención especial a anteriores trabajos relacionados con ésta iniciativa y a la situación laboral actual. Detallar sus nombres, DNI, y edades.

1.3 Participaciones sociales

Detallar el desglose de las participaciones de los socios promotores del proyecto empresarial.

1.4 Pertenencia a grupos desprotegidos

Indicar la pertenencia a algunos de los grupos desfavorecidos (mujeres, menores de 25 años, menores de 30 años con menos de 180 días cotizados,

2. EL PRODUCTO O SERVICIO

2.1. La Idea

Descripción del producto/servicio. Si hay varios servicios describirlos separadamente.
Descripción de las características.

2.2. Novedades de la Idea

Qué características del negocio son innovadoras o diferentes de los demás.
Ventajas respecto a los productos/servicios similares del mercado.
Existencia en el mercado de otros productos/servicios que se complementan con los de esta iniciativa.
Necesidades de relación con otro tipo de empresas.
Relación con nuevos yacimientos de empleo.



Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO

2.3. Presentación / Calidad

Nombre del producto/servicio.
 Comprobación de que no existe otra con la misma denominación.
 Protección jurídica.
 Desarrollo futuro de la idea o del producto.
 Marca y estrategia.
 Control de calidad del producto / servicio.

3. TECNOLOGÍA

Plan de I+D. Aspectos tecnológicos a desarrollar. Calendario y presupuesto.
 Personal de I+D. Principales contingencias tecnológicas y cobertura.

4. EL MERCADO: LOS CLIENTES Y LA COMPETENCIA

4.1. El Mercado

Mercado real: área geográfica que se pretende cubrir, añadir datos cuantitativos de población a la que va dirigido el producto/servicio.
 Motivo de la selección de dicha área: accesos y comunicaciones
 Mercado potencial: área geográfica que se puede cubrir, datos cuantitativos.
 Segmentación: clasificación.

4.2. Identificación de la competencia

Enumerar las empresas que fabrican / prestan parecidos o idénticos servicios/productos.
 Implantación en el mercado de la competencia.
 Cómo se publicitan, que antigüedad tienen, qué nicho de mercado ocupan.
 Por qué clientes de la competencia pueden ser clientes de esta iniciativa

4.3. Identificación de los clientes

Definir a los clientes -si se conocen por anteriores experiencias profesionales mencionarlos -, hábitos de compra, horas, días, estación del año, periodicidad, volumen de compra, qué productos/servicio prefieren capacidad de compra, qué cualidades buscan en el producto/servicio.
 Estudio de mercado.
 Objetivos comerciales. Estimación de la cuota de mercado
 Necesidades del cliente.



Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO

5. PLAN COMERCIAL

5.1. Precios

Política de precios: precios/costos de producción; precios/competencia.
 Costes fijos, costes de comercialización y venta; por debajo de qué precio no se puede vender/prestar el servicio.
 Precio promocional, en fecha señaladas, por tipo de cliente.

5.2. Distribución

Hacer mención a los canales de distribución, o a los canales de captación de clientela; posibilidad de acceder a los canales ya establecidos.
 Posibilidad de venta al consumidor final.
 Utilización de agentes comerciales, necesidad, tipos de contratación, conocimiento del mercado por parte de ellos.

5.3. Promoción / Comunicación

Forma de dar a conocer la empresa a la clientela.
 Comunicación habitual con la clientela, Campañas de comunicación.
 Productos de muestra, vales regalo, promociones especiales, regalos de empresa, carné de cliente, propaganda de mano, fiesta inaugural, anuncios radio, prensa.
 Imagen de empresa: logotipo, protección jurídica, papelería, embalajes, rótulos,

6. STOCK Y ALMACÉN

6.1. Suministros

Materia prima necesaria para producir/prestar el servicio que deberá tenerse en stock: relación y cantidades.
 Mínimos, plazos de entrega. Lugar de almacenamiento/condiciones.
 Rotación del stock. Plazos de compromisos de entrega, tanto de proveedores como de clientes. Análisis en la elección de los proveedores: criterios de rendimiento, criterios económicos, criterios legales, etc.

6.2. Formas y plazos de pagos y cobros

Existen sistemas establecidos en el mercado en cuanto a plazos de pago, tanto con los proveedores como con los clientes. Otras posibilidades.

7. ESTABLECIMIENTO. LOCALIZACIÓN E INSTALACIONES.

Local: propio o de alquiler
 Cumplimiento del local de la normativa legal para realizar la actividad que se presente.
 Comunicaciones (Internet, redes locales, e-business...)
 Instalaciones, adecuaciones de local.

8. EL PLAN DE PRODUCCIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO.

8.1. Producción

Materias primas necesarias, cantidad mínima, precio unitario, normativa específica (carné de manipulador, permiso de sanidad, etc.).
 Fases de fabricación y su incidencia en la comercialización.
 Energía necesaria, técnicas productivas, tiempo de producción, instrumentos y/o herramientas necesarias.
 Capacidad máxima y mínima de producción en un día, en un mes.
 Necesidad de empresa auxiliar.

8.2. Organización del servicio

Demanda del servicio, especificación de la demanda (documento/ficha de recepción y aceptación de la demanda). Plazo de preparación. Plazo de ejecución.
 Evaluación. Factura. Cobro.
 Confección de presupuesto.
 Valoración del coste/hora de prestación del servicio.
 Capacidad máxima y mínima de prestación de servicio.
 Subcontratación/contratación a profesionales.

9. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

9.1. Cálculo de la inversión inicial

Breve descripción de las inversiones necesarias (las cifras se consignarán

9.2. Plan de financiación

Plan de financiación prevista. Breve descripción de las fuentes

9.3. Balance. Previsión a 3 años

Documento que explica el activo y el pasivo.
 Anexo I Ecofin



9.4. Cuenta de resultados. Previsión a 3 años

Documento que explica los gastos y los ingresos. De él se desprende la rentabilidad. Anexo II Ecofin

9.5. Plan de tesorería. Previsión a 1 año

Dinero que se necesita durante el primer año.
 Anexo III Ecofin

10. CÁLCULO DEL PUNTO MUERTO

Cantidad de facturación a partir de la cual se empieza a obtener beneficios.

11. OTRAS. SEGUROS, PERMISOS Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Es conveniente algún tipo de seguro: robo, accidentes, responsabilidad civil.
 Hacer referencia a tipos de permisos especiales, si lo tuvieran.
 Indicar el cumplimiento de la empresa de la normativa en materia de prevención de riesgos.

12. FACTORES CLAVE

Indicar los factores clave de éxito del proyecto, es decir, el conjunto de circunstancias físicas, financieras, personales, demográficas, etc., que resultan determinantes para el éxito de la iniciativa empresarial.
 Hacer referencia al entorno, al mercado, a la estrategia de negocio, al proceso productivo y a las características personales.
 Análisis DAFO.

13. CONCLUSIONES



Indicar las conclusiones del proyecto.
 Observaciones finales con la opinión del Técnico/a.

Anexo 4: Clasificación y características de las diferentes formas jurídicas

Tipo de empresa	Nº socios	Capital	Responsabilidad
Empresario Individual (Autónomo)	1	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
Emprendedor de Responsabilidad Limitada	1	No existe mínimo legal	Ilimitada con excepciones
Comunidad de Bienes	Mínimo 2	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
Sociedad Civil	Mínimo 2	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
Sociedad Colectiva	Mínimo 2	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
Sociedad Comanditaria Simple	Mínimo 2	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
Sociedad de Responsabilidad Limitada	Mínimo 1	Mínimo 3.000 euros	Limitada al capital aportado en la sociedad
Sociedad Limitada de Formación Sucesiva	Mínimo 1	No existe mínimo legal	Limitada al capital aportado en la sociedad
Sociedad Limitada Nueva Empresa	Mínimo 1 Máximo 5	Mínimo 3.000 Máximo 120.000	Limitada al capital aportado en la sociedad
Sociedad Anónima	Mínimo 1	Mínimo 60.000 euros	Limitada al capital aportado en la sociedad
Sociedad Comanditaria por acciones	Mínimo 2	Mínimo 60.000 euros	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
Sociedad de Responsabilidad Limitada Laboral	Mínimo 2	Mínimo 3.000 euros	Limitada al capital aportado en la sociedad
Sociedad Anónima Laboral	Mínimo 2	Mínimo 60.000 euros	Limitada al capital aportado en la sociedad
Sociedad Cooperativa	Cooperativas 1er grado: Mínimo 3 - Cooperativas 2º grado: 2 cooperativas	Mínimo fijado en los Estatutos	Limitada al capital aportado en la sociedad
Sociedad Cooperativa de Trabajo Asociado	Mínimo 3	Mínimo fijado en los Estatutos	Limitada al capital aportado en la sociedad
Sociedades Profesionales	Mínimo 1	Según la forma social que adopte	Limitada al capital aportado en la sociedad
Sociedad Agraria de Transformación	Mínimo 3	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
Sociedad de Garantía Recíproca	Mínimo 150 socios partícipes	Mínimo 10.000.000 euros	Limitada al capital aportado en la sociedad
Entidades de Capital-Riesgo	Al menos 3 miembros en el Consejo Administración	Sociedades de Capital Riesgo: Mínimo 1.200.000 €. Fondos de Capital Riesgo: Mínimo 1.650.000 €	Limitada al capital aportado en la sociedad
Agrupación de Interés Económico	Mínimo 2	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes

Fuente: Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, 2017.

Anexo 5: Ejemplo de Documento Único Electrónico (DUE)


 SISTEMA GENERAL DE INDUSTRIA Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DIRECCION GENERAL DE REGULACIÓN Y DE PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA		CENTRO DE INFORMACIÓN Y RED DE CREACIÓN DE EMPRESAS 	DOCUMENTO ÚNICO ELECTRÓNICO CIRCE					
DATOS IDENTIFICATIVOS	NOMBRE COMERCIAL		Nº CIRCE					
REG. ENTRADA Y PAE	Registro de entrada	PAE						
DATOS PERSONALES	DATOS PERSONALES							
	Tipo Doc.	Doc. Identidad	Fecha de nacimiento	Nacionalidad				
	Nombre							
	Primer Apellido							
	Segundo Apellido							
DOMICILIO RESIDENCIA	Tipo Vía	Nombre Vía						
	Km	Nº	CENº	Bloque	Portal	Escalera	Piso	Puerta
	Complemento Domicilio							
	País				Municipio			
	ESPAÑA				JAÉN			
	Provincia				Comunidad Autónoma			
	JAÉN				ANDALUCÍA			
	Localidad		Código Postal		Teléfono		Móvil	
	JAÉN							
	Fax		Email					
		El domicilio de residencia coincide con el domicilio de notificaciones						
		El domicilio de residencia coincide con el domicilio fiscal						
		¿Está representado?						
NOTIFICACIÓN TGSS	Teléfono		E-Mail					
DATOS DE LA ACTIVIDAD	DATOS DE LA ACTIVIDAD							
	Código	Actividad Principal						


Firmado mediante SELLO ELECTRÓNICO DE DG DE INDUSTRIA Y DE LA PYME. CIF: S28-00214E. OUI=ACCAVERIFIRMA. O=ACCAVERIFIRMA.S.A. C=ES. A=Fecha 03/04/2017. 13:34:44
 Este documento se ha firmado en el Archivo de Constancias Electrónicas (ARCE) del Ministerio, accesible desde www.militad.gob.es/circe, con Código de Consulta y Verificación 422255931850070G07FMXD.YDKA
 El documento consta de un total de 16 folios. Folio 5 de 16

fecha Impresión: 03/04/2017
 hora Impresión: 13:34:05

Ejemplar para la Administración
 1 de 8

Firmado mediante SELLO ELECTRÓNICO DE DG DE INDUSTRIA Y DE LA PYME. CIF: S2800214E. OU=AD-CAMERFERMA. O=AC-CAMERFERMA. Este documento se ha firmado en el Archivo de Consultas Electrónicas (ARCE) del Ministerio, accesible desde www.minindus.gob.es/arce, con Código de Verificación 47222559-31950020GGTFMXDXIDKA. El documento consta de un total de 18 folios. Folio 10 de 16.

 SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA Y DE LA PYME DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA Y DE LA PYME DIRECCIÓN GENERAL DE LA PROGRAMACIÓN EMPRESARIAL		CENTRO DE INFORMACIÓN Y RED DE CREACIÓN DE EMPRESAS CIRCE		DOCUMENTO ÚNICO ELECTRÓNICO CIRCE					
DATOS IDENTIFICATIVOS		NOMBRE COMERCIAL <input type="text"/>		N° CIRCE <input type="text"/>					
Otras Actividades <input type="text"/>		<input type="text"/>							
Nombre Comercial <input type="text"/>		<input type="text"/>							
Fecha Inicio Actividad <input type="text"/>		<input type="text"/>							
DOMICILIOS ASOCIADOS		DATOS DE ACTIVIDAD							
		Superficie Rectificada <input type="text"/> m2		Superficie Computable <input type="text"/> m2					
		Número Referencia <input type="text"/>		Superficie Total <input type="text"/> m2					
		Referencia Catastral <input type="text"/>							
		DOMICILIO							
		Tipo Vía Nombre Vía <input type="text"/>							
		Km	N°	Cf.N°	Bloque	Portal	Escalera	Piso	Puerta
		<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
		Complemento Domicilio <input type="text"/>							
		País <input type="text"/>				Municipio <input type="text"/>			
		Provincia <input type="text"/>				Comunidad Autónoma <input type="text"/>			
		Localidad <input type="text"/>		Código Postal <input type="text"/>		Teléfono <input type="text"/>		Móvil <input type="text"/>	
		Fax <input type="text"/>		Email <input type="text"/>					
		DATOS DEL CENTRO DE TRABAJO							
		¿Solicita dar de alta el centro de trabajo en la CCAA?				Sí <input type="text"/>		No <input type="text"/>	
		LICENCIA							
		¿Solicita licencia al ayuntamiento correspondiente?				Sí <input type="text"/>		No <input type="text"/>	
AGENCIA		Delegación				Administración			

	DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA Y COMERCIO PROGRAMA Y MEDIANA EMPRESA DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA Y DE LA PROGRAMAS Y MEDIANA EMPRESA	CENTRO DE INFORMACIÓN Y RED DE CREACIÓN DE EMPRESAS CIRCE	DOCUMENTO ÚNICO ELECTRÓNICO CIRCE
---	--	---	--------------------------------------

DATOS IDENTIFICATIVOS	NOMBRE COMERCIAL	N° CIRCE
	<input type="text"/>	<input type="text"/>

TRIBUTARIA	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	N° de Expediente	Cod. Electrónico
	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	Número de Registro	Sello de Tiempo
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

SITUACIÓN TRIBUTARIA Y DECLARACIÓN DE LIQUIDACIONES	502 Comunicación de inicio de actividad. Entregas de bienes o prestaciones de servicios previa o simultánea a adquisición de bienes o servicios.	<input type="text" value="01/04/2017"/>
	504 Comunicación de inicio de actividad. Entregas de bienes o prestaciones de servicios posterior a adquisición de bienes o servicios.	<input type="text" value="NO"/>
	501 ¿Realiza exclusivamente operaciones no sujetas o exentas que no obligan a presentar declaración-liquidación periódica (art.20 y 26 Ley LIVA)?	<input type="text" value="NO"/>
	513 ¿Tiene la condición de revendedor de teléfonos móviles, consolas de videojuegos, ordenadores portátiles y tabletas digitales de acuerdo con el art.84.Línea2ª) LIVA?	<input type="text" value="NO"/>
	510 Régimen General	<input type="text" value="01/04/2017"/>
	514 Régimen especial recargo de equivalencia	<input type="text" value="NO"/>
	517 Incluido.	<input type="text" value="NO"/>
	518 Régimen especial bienes usados, objetos de arte, antigüedades y objetos de colección, determinación base imponible operación por operación.	<input type="text" value="NO"/>
	522 Régimen especial bienes usados, objetos de arte, antigüedades y objetos de colección, determinación base imponible mediante margen de beneficio global.	<input type="text" value="NO"/>
	526 Régimen especial agencias de viajes.	<input type="text" value="NO"/>
	534 Incluido.	<input type="text" value="NO"/>
	538 Excluido.	<input type="text" value="NO"/>
	542 Renuncia.	<input type="text" value="NO"/>
	550 Incluido.	<input type="text" value="NO"/>
	554 Excluido.	<input type="text" value="NO"/>
	558 Renuncia.	<input type="text" value="NO"/>
	574 Régimen especial oro de inversión, realización de operaciones que puedan tributar por este régimen.	<input type="text" value="NO"/>
	582 Solicita alta en el registro de operadores intracomunitarios.	<input type="text" value="NO"/>
	586 Propone porcentaje provisional de deducción, a efectos del artículo 111.dos de la LIVA.	<input type="text" value=""/>
	Si no tiene sectores diferenciados	<input type="text" value="SI"/>
587 Opción prorata especial	<input type="text" value="NO"/>	
Si tiene sectores diferenciados	<input type="text" value="NO"/>	

fecha Impresión: 03/04/2017
hora Impresión: 13:34:05

Ejemplar para la Administración
3 de 8

Firmado mediante SELLO ELECTRÓNICO DE DG DE INDUSTRIA Y DE LA PYME, C/IF: SZ800214E, O/UF: AC CAMERFERMA, O/AC CAMERFERMA S.A., C/ES: Ateca-03/04/2017-13:34:04
 Este documento se ha almacenado en el Archivo de Constancia Electrónica (ARCE) del Ministerio, venenilla de validación www.minindustria.gob.es/valida, con Código de Consulta y Verificación 4222589-31950020GG77MXDXDKA

	DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA Y COMERCIO DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO Y REGIMEN EMPRESARIAL DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA Y COMERCIO DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO Y REGIMEN EMPRESARIAL	CENTRO DE INFORMACIÓN Y RED DE CREACIÓN DE EMPRESAS CIRCE	DOCUMENTO ÚNICO ELECTRÓNICO CIRCE
---	--	---	--------------------------------------


DATOS IDENTIFICATIVOS	NOMBRE COMERCIAL	Nº CIRCE
	PELUQUERIA KARIM	02D424661Y

591 Sector I: Opción prorratea especial	NO
595 Sector II: Opción prorratea especial	NO
599 Sector III: Opción prorratea especial	NO
530 Opción	NO
531 Renuncia	NO
532 Exclusión	NO
600 Obligación de realizar pagos fraccionados a cuenta del I.R.P.F. derivados del desarrollo de actividades económicas propias.	01/04/2017
604 Método de estimación en el I.R.P.F. Inclusión estimación objetiva.	NO
605 Método de estimación en el I.R.P.F. Renuncia estimación objetiva.	01/04/2017
607 Método de estimación en el I.R.P.F. Exclusión estimación objetiva.	NO
608 Método de estimación en el I.R.P.F. Inclusión estimación directa normal.	NO
609 Método de estimación en el I.R.P.F. Inclusión estimación directa simplificada.	01/04/2017
610 Método de estimación en el I.R.P.F. Renuncia estimación directa simplificada.	NO
612 Método de estimación en el I.R.P.F. Exclusión estimación directa simplificada.	NO
700 Obligación de realizar retenciones o ingresos a cuenta sobre rendimientos del trabajo personal (modelo 111).	NO
701 Obligación de realizar retenciones o ingresos a cuenta sobre rendimientos de actividades profesionales, agrícolas, ganaderas, forestales u otras actividades económicas, premios, determinadas imputaciones de renta o determinadas ganancias patrimoniales (modelo 111).	NO
702 Obligación de realizar retenciones o ingresos a cuenta sobre rendimientos procedentes de arrendamientos o subarrendamientos de inmuebles urbanos (modelo 115).	01/04/2017
708 Obligado a presentar auto liquidación por el Impuesto sobre el valor de la producción de energía eléctrica (Modelo 583)	NO
710 Obligación de inscribir sus establecimientos en el registro territorial de la oficina gestora en relación con los productos objeto de los Impuestos Especiales de Fabricación.	NO
711 Obligado a presentar auto liquidación por el Impuesto sobre la Electricidad (Modelo 560).	NO
712 Obligado a presentar declaración resumen anual de operaciones del Impuesto Especial sobre el Carbón.	NO
910 Sujetos pasivos en Régimen especial de la agricultura, ganadería y pesca, sujetos pasivos exentos y personas jurídicas que no actúen como empresarios o profesionales. Opción por el régimen general del I.V.A. (artículo 14 de la Ley del I.V.A).	NO

IAE 'S ASOCIADOS	510 Régimen General	1*9721
GRAVAMEN	Gravamen en Destino en el caso de Ventas a Distancia a Otros Estados Miembros (Art. 68, apartado cuatro de la ley de IVA)	
	POLONIA	<input type="checkbox"/> PORTUGAL <input type="checkbox"/> RUMANIA <input type="checkbox"/> ESLOVAQUIA <input type="checkbox"/>

fecha impresión: 03/04/2017
hora impresión: 13:34:05

Ejemplar para la Administración
4 de 8


 <small>REGISTRADA GENERAL DE INDUSTRIA Y COMERCIO</small> <small>REGISTRADA GENERAL DE INDUSTRIA Y COMERCIO</small> <small>REGISTRADA GENERAL DE INDUSTRIA Y COMERCIO</small>	CENTRO DE INFORMACIÓN Y RED DE CREACIÓN DE EMPRESAS 	DOCUMENTO ÚNICO ELECTRÓNICO CIRCE
--	--	--

DATOS IDENTIFICATIVOS	NOMBRE COMERCIAL	Nº CIRCE
	PELUQUERIA KARIM	02D424661Y

ESLOVENIA	<input type="checkbox"/>	SUECIA	<input type="checkbox"/>	REINO UNIDO	<input type="checkbox"/>	AUSTRIA	<input type="checkbox"/>
BELGICA	<input type="checkbox"/>	BULGARIA	<input type="checkbox"/>	CROACIA	<input type="checkbox"/>	CHIPRE	<input type="checkbox"/>
REPUBLICA CHECA	<input type="checkbox"/>	DINAMARCA	<input type="checkbox"/>	ESTONIA	<input type="checkbox"/>	FINLANDIA	<input type="checkbox"/>
FRANCIA	<input type="checkbox"/>	ALEMANIA	<input type="checkbox"/>	GRECIA	<input type="checkbox"/>	HUNGRÍA	<input type="checkbox"/>
IRLANDA	<input type="checkbox"/>	ITALIA	<input type="checkbox"/>	LETONIA	<input type="checkbox"/>	LITUANIA	<input type="checkbox"/>
LUXEMBURGO	<input type="checkbox"/>	MALTA	<input type="checkbox"/>	PAÍSES BAJOS	<input type="checkbox"/>		


DATOS DE ACTIVIDADES Y LOCALES	Epígrafe AE	1*9721 - SERV. PELUQUERIA SEÑORAS Y CABALLEROS	
	Tipo Actividad	A03 - RESTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES	
	Local Directamente Afecto a la Actividad		
	Local		
	Grado Afectación	100 %	Fecha Inicio

TRABAJADOR AUTÓNOMO	Tipo de Autónomo	TRABAJADOR AUTÓNOMO					
	DATOS PERSONALES						
	Tipo Doc.	Doc. Identidad	Nacionalidad	Sexo			
	Nombre	Primer Apellido					
	ABDELFETTAH						
	Segundo Apellido	Fecha de nacimiento	S.S. Nº (NSS/NAF)				
	CNAE	9602 Peluquería y otros tratamientos de belleza					
	DOMICILIO DE LA NOTIFICACIÓN						
	Tipo Vía	Nombre Vía					
Km	Nº	C/Nº	Bloque	Portal	Escalera	Piso	Puerta
Complemento Domicilio							
País		Municipio					

 DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA		CENTRO DE INFORMACIÓN Y RED DE CREACIÓN DE EMPRESAS CIRCE		DOCUMENTO ÚNICO ELECTRÓNICO CIRCE	
DATOS IDENTIFICATIVOS		NOMBRE COMERCIAL		Nº CIRCE	
		Provincia		Comunidad Autónoma	
		Localidad		Código Postal	
		Teléfono		Móvil	
		Fax		Email	
DATOS DEL REPRESENTANTE		Nombre y Apellido ó Razón Social			
		Doc. Identidad			
		S.S N° (NSS / NAF)			
RÉGIMEN DE ENCUADRAMIENTO		Régimen		Grupo	
		RETA		0521- RÉGIMEN ESPECIAL DE TRABAJADORES POR CUENTA PROPIA O AUTÓNOMOS.	
		TRL		SubGrupo	
		NO		N/A	
INCAPACIDAD TEMPORAL		Integrado en un Colegio Profesional			
		Grado de Incapacidad		% Tipo de Incapacidad	
		Fecha de efecto de la incapacidad			
BASE COTIZACIÓN		Mínima <input checked="" type="checkbox"/>		Máxima <input type="checkbox"/>	
		Otra <input type="checkbox"/>			
		Revalorización <input type="checkbox"/>		No <input checked="" type="checkbox"/>	
		Base Cotización		893,10	
		Mutua de IT		MC MUTUAL	
		Acogerse a Cese de Actividad		Sí <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	
		¿Acogerse a Contingencias Profesionales?		Sí <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	
		Mutua			
		¿Acogerse a Incapacidad Temporal en situación de pluriactividad?			
DOMICILIACIÓN PAGO CUOTAS		DOMICILIACIÓN PAGOS DE CUOTAS		Sí <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	

fecha Impresión: 03/04/2017
hora Impresión: 13:34:05

Ejemplar para la Administración
6 de 8

		REGISTRO GENERAL DE INDUSTRIAS Y DE LA PROMOCIÓN Y PROGRAMAS EMPRESARIALES DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS Y DE LA PROMOCIÓN Y PROGRAMAS EMPRESARIALES	CENTRO DE INFORMACIÓN Y RED DE CREACIÓN DE EMPRESAS CIRCE	DOCUMENTO ÚNICO ELECTRÓNICO CIRCE
DATOS IDENTIFICATIVOS	NOMBRE COMERCIAL		Nº CIRCE	
	<input type="text"/>		<input type="text"/>	
	Entidad <input type="text" value="2100"/>	Oficina <input type="text" value="2473"/>	D.C. <input type="text" value="99"/>	Cuenta <input type="text" value="0110312062"/>
<p>* ATENCIÓN: Recuerde que si la fecha de alta del trabajador se realiza después del día 15, el mes siguiente tiene que recibir dos cargos de la TGSS. Si recibiera un único cargo, póngase en contacto con su oficina de la TGSS lo antes posible.</p>				
OBSERVACIONES	Observaciones TGSS			
	SOLICITAMOS LAS BONIFICACIONES PARA EL PAGO DE LAS CUOTAS DE LA SEGURIDAD SOCIAL VIGENTES SEGUN LA LEY ACTUAL			
	¿Comunica a la TGSS trabajadores?		Sí <input type="text"/>	No <input checked="" type="text" value="X"/>
ADMINISTRACIÓN	ADMINISTRACIÓN NÚMERO 05 DE JAÉN			
FECHA Y HORA DE ENTRADA	01/04/2017 0:38			
	¿Comunica los datos del fichero a la AEPD?		Sí <input type="text"/>	No <input checked="" type="text" value="X"/>

Anexo 6: Lienzo de modelo de negocios











Lienzo De Modelo De Negocios

Et:

Iteración:

Diseñado para:

Diseñado por:

 <h3>Socios Clave</h3> <p>Quiénes son nuestros socios clave? Quiénes son nuestros proveedores clave? Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave? Que actividades realizan nuestros socios clave?</p> <p><small>Actividad de socios clave: Actividad de socios clave: Actividad de socios clave: Actividad de socios clave:</small></p>	 <h3>Actividades Clave</h3> <p>Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? Nuestros canales? Nuestras relaciones con los clientes? Nuestras fuentes de ingresos?</p> <p><small>Actividad de socios clave: Actividad de socios clave: Actividad de socios clave: Actividad de socios clave:</small></p>	 <h3>Propuesta de Valor</h3> <p>Que valor estamos entregando a los clientes? Cual problema estamos ayudando a resolver? Cual necesidad estamos satisfaciendo? Que beneficios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?</p> <p><small>Actividad de socios clave: Actividad de socios clave: Actividad de socios clave: Actividad de socios clave:</small></p>	 <h3>Relación con Clientes</h3> <p>Que tipo de relación espara que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de clientes? Que relaciones hemos establecido? Cual canales serán los que utilizamos en nuestro modelo de negocio?</p> <p><small>Actividad de socios clave: Actividad de socios clave: Actividad de socios clave: Actividad de socios clave:</small></p>
 <h3>Recursos Clave</h3> <p>Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? Nuestros canales? Nuestras relaciones con los clientes? Nuestras fuentes de ingresos?</p> <p><small>Actividad de socios clave: Actividad de socios clave: Actividad de socios clave: Actividad de socios clave:</small></p>	 <h3>Canales</h3> <p>A través de que canales nuestros segmentos de clientes se relacionarán? Como los estamos alcanzando ahora? Como están integrados nuestros canales? Cuales Funcionan mejor? Cuales canales son los más efectivos? Como podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes?</p> <p><small>Actividad de socios clave: Actividad de socios clave: Actividad de socios clave: Actividad de socios clave:</small></p>	 <h3>Segmentos De Clientes</h3> <p>Para quién estamos creando valor? Quiénes son nuestros clientes más importantes?</p> <p><small>Actividad de socios clave: Actividad de socios clave: Actividad de socios clave: Actividad de socios clave:</small></p>	 <h3>Fuente De Ingresos</h3> <p>Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar? Cual valor estamos ofreciendo? Como prefieren pagar? Cual es el precio de cada producto o servicio? Cual es el precio de cada segmento de clientes?</p> <p><small>Actividad de socios clave: Actividad de socios clave: Actividad de socios clave: Actividad de socios clave:</small></p>
 <h3>Estructura De Costos</h3> <p>Quiénes son los costos más importantes en nuestro modelo de negocio? Cuales actividades son las más costosas? Cuales actividades clave son las más costosas?</p> <p><small>Actividad de socios clave: Actividad de socios clave: Actividad de socios clave: Actividad de socios clave:</small></p>		 <h3>Fuente De Ingresos</h3> <p>Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar? Cual valor estamos ofreciendo? Como prefieren pagar? Cual es el precio de cada producto o servicio? Cual es el precio de cada segmento de clientes?</p> <p><small>Actividad de socios clave: Actividad de socios clave: Actividad de socios clave: Actividad de socios clave:</small></p>	

www.businessmodelgeneration.com

Traducido por: José Hernán Rastrojo Montoya.

Este documento es propiedad de Business Model Generation, LLC. Todos los derechos reservados. No se permite la reproducción o el uso no autorizado sin el consentimiento escrito de Business Model Generation, LLC. Este documento es propiedad de Business Model Generation, LLC. Todos los derechos reservados.

Anexo 7: Fotografías del comité de evaluación del programa Open Future



Anexo 8: Fotografías del lanzamiento del programa “100 caminos al éxito”



Anexo 9: Fotografías del lanzamiento del programa Alhambra Venture



Colaboran



Centro Andaluz de Emprendimiento (CADE) Geolit

Anexo 10: Fotografías de la presentación del programa Extenda



Anexo 11: Fotografía de entrevista en Uniradio Jaén



BIBLIOGRAFÍA

- Albuquerque, F. & Pérez, S. (2013): "El desarrollo territorial: enfoque, contenido y políticas". *Revista Iberoamericana de Gobierno Local (RIGL)*.
- Alhambra Venture (2017). Obtenido de: <http://www.alhambraventure.com/bases/>
- Andalucía Emprende (2017). Obtenido de: <http://www.andaluciaemprende.es/mision-y-objetivos/>
- Andalucía Emprende (2017). Obtenido de: <http://www.andaluciaemprende.es/estructura-y-organos-de-gobierno/>
- Andalucía Emprende (2017). Obtenido de: <http://www.andaluciaemprende.es/servicios/>
- Agencia Andaluza de Promoción Exterior (2017). Obtenido de: <http://www.extenda.es/web/opencms/> de
- Betancourt, I. & Ferrandis, A. (2015): *Nuevos estudios hispano-cubanos sobre desarrollo local*.
- Brandt, C. (2017): Emprendimiento y desarrollo económico. Obtenido de: <http://www.emprende.edu.ve/emprendedores/14-articulos-emprendedores/62-emprendimiento-y-desarrollo-economico-chbrandt>
- CADE-Jaén (2017). *Distribución de los Centros Andaluces de Emprendimiento por zona de influencia*.
- CADE-Jaén (2017). *Criterios de evaluación para seleccionar a los proyectos incubados*.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2017): Obtenido de: <http://www.cepal.org/es/temas/desarrollo-territorial>
- Comisión Europea (2010): *Comunicación de la comisión Europa 2020*. Bruselas.
- Comisión Europea (2013): *Plan de acción sobre emprendimiento 2020*. Bruselas.
- Dehter, M. (2001): *Intrapreneurship* (1ra. parte).
- Feld, B. (2012): *Startup communities: building an entrepreneurial ecosystem in your city*.
- Formichella, M. (2004): *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires.
- Jaramillo, L. (2008): *Emprendimiento: Concepto básico en competencias*. Barranquilla.
- Jefatura del Estado (2013): *Boletín oficial del estado N° 233*.
- Junta de Andalucía-Fondos Europeos en Andalucía (2017). Obtenido de: <http://fondos.ceic.junta-andalucia.es/economiainnovacionyciencia/fondoseuropeosenandalucia/prog4.php>
- Junta de Andalucía- Consejería de Economía y Conocimiento (2016): *Anteproyecto de ley Andaluza de fomento del emprendimiento*.
- Junta de Andalucía- Consejería de Economía y Conocimiento (2017): *Texto refundido de los estatutos de Andalucía Emprende*.
- La importancia del ecosistema (2017): Obtenido de: <https://medium.com/@francoamorosi/la-importancia-del-ecosistema-ef369201b8a9>
- Lupiáñez, L., Priede, T. & López-Cózar, C. (2014): "El emprendimiento como motor del crecimiento económico". *Boletín Económico de ICE N° 3048*.
- Messina, M. & Hochsztain, E. (2015): "Factores de éxito de un emprendimiento". *TEC*

Empresarial .

- Ministerio de Economía de El Salvador- DICA (2015): *El emprendimiento como motor de crecimiento económico.*
- Ministerio de Economía, Industria y Competitividad (2017). Obtenido de: CIRCE:
<http://www.ipyme.org/es-ES/CreacionTelematica/Paginas/CIRCE.aspx>
- Ministerio de Economía, Industria y Competitividad (2017). Obtenido de: CIRCE:
<http://portal.circe.es/es-ES/emprendedor/EmpresarioIndividual/Paginas/eTramitacion.aspx?cod=EIN&nombre=Empresario+Individual&idioma=es-es>
- Ministerio de Empleo y Seguridad Social (2013): *Estrategia de emprendimiento y empleo joven 2013/2016.*
- Minniti, M. (2012): *El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones.*
- Mujica, N. & Rincón, S. (2010): "El concepto de desarrollo: posiciones teóricas más relevantes". *Revista Venezolana de Gerencia*, 294-320.
- PRODEM (2013): Obtenido de: *<http://www.prodem.ungs.edu.ar/blog/2013/07/naciones-unidas-reconoce-el-rol-del-emprendimiento-y-su-contribucion-al-desarrollo/>*
- Registro Mercantil Central (2017). Obtenido de:
<http://www.rmc.es/DenominacionesSociales.aspx>
- Rodríguez Cohard, J. C. (2009): *Los procesos de desarrollo local desde la perspectiva Europea: génesis y transformación.*
- Rodríguez Cohard, J. C. (2017): *Apuntes de clase estrategias y modelos de desarrollo.* Jaén.
- Romer, P. (1994). "The Origins of Endogenous Growth". *The Journal of Political Economy.*
- Sanchís, J. R. (1999): *Las estrategias de desarrollo local aproximación metodológica desde una perspectiva socio económica e integral.* Valencia.
- Schumpeter, J. (1978): "Teoría del desenvolvimiento económico". *Fondo de cultura económica.* México
- Universidad de Jaén (2017). Obtenido de: *<https://estudios.ujaen.es/node/110>*