

Libro Blanco del Emprendimiento



**Conclusiones extraídas del I Foro Internacional
de Emprendimiento de Andalucía Emprende**



JUNTA DE ANDALUCÍA

Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO

Diseño y maquetación:



Índice

1 OBJETIVOS DEL FORO

2 ACCIONES PREVIAS

3 DESARROLLO DE LA JORNADA DEL FORO

4 PANELES DE CONOCIMIENTO

5 CONCLUSIONES



Carta de Presentación

Estimados lectores:

Es un placer presentarles el Libro Blanco del Emprendimiento, un manual de buenas prácticas en materia emprendedora, que es fruto del trabajo colaborativo realizado en el I Foro Internacional de Emprendimiento, gracias a la participación de más de 200 expertos cualificados, procedentes de más de 40 organismos regionales, nacionales e internacionales, especializados en el fomento de la cultura emprendedora.

Hemos recogido en estas páginas todas las conclusiones extraídas de los once paneles temáticos que han conformado los contenidos de este primer encuentro, organizado con los objetivos de analizar el mundo emprendedor y los factores que influyen en el mismo, así como de debatir, compartir e intercambiar las últimas novedades y proyectos futuros en materia emprendedora.

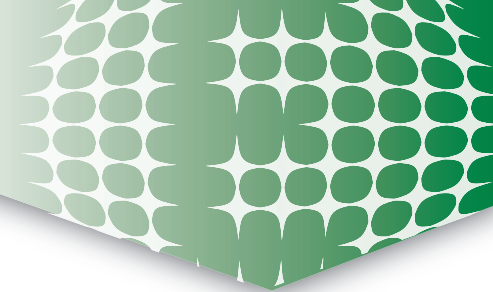
La formación, el apoyo financiero, menos burocracia y una mayor coordinación entre profesionales y entidades del ecosistema emprendedor han sido conclusiones comunes en todos los paneles, en los que se han tratado temáticas tan variadas como la cultura y la competencia emprendedora en el sistema educativo; la conexión entre la universidad y la empresa; business angels, entidades financieras y otras fórmulas de financiación; internacionalización de la pyme; apoyo a la creación de empresas desde el sector público y desde el privado; innovación y emprendimiento social;

viveros, hubs, incubadoras, aceleradoras de empresas y cooperación empresarial; I+D+i, patentes y marcas; barreras al emprendimiento; y comunicación y divulgación del emprendimiento.

Les invito a que lean con detalle las demás conclusiones extraídas, que recogemos a lo largo de estas páginas, de las que, sin lugar a dudas, sacaremos buen provecho para mejorar las políticas, las estrategias, las medidas y las actuaciones destinadas a favorecer el arraigo de la cultura emprendedora y el desarrollo de la actividad empresarial a nivel local, regional, nacional e internacional.

Quiero terminar estas líneas agradeciendo a todas las personas y organismos participantes en esta convocatoria su interés y su implicación en el desarrollo del intenso trabajo que ha llevado aparejada. La exitosa acogida que ha tenido este primer encuentro demuestra que existe una conciencia común y compartida de la importancia que tiene la actividad emprendedora para la economía y para la sociedad global. Debemos estar contentos por ello y seguir trabajando para mejorar la senda emprendida porque los emprendedores son, para toda economía, el presente y el futuro de nuestra sociedad.

Montserrat de los Reyes Cilleza
Directora Gerente de Andalucía Emprende,
Fundación Pública Andaluza
JUNTA DE ANDALUCÍA



1

OBJETIVOS DEL FORO

CAPÍTULO

El foro ha sido concebido como una oportunidad de análisis de la situación del emprendimiento a nivel nacional e internacional, además de como un lugar de encuentro para que expertos de máximo nivel desde todos los campos de trabajo intercambien impresiones y aporten conclusiones y pautas para implementar iniciativas y políticas que colaboren a desarrollar el emprendimiento a nivel internacional, nacional y andaluz.

Desde la organización se trabajó intensamente a fin de posibilitar la intervención activa de sus participantes. A este efecto se establecieron dinámicas de trabajo específicas junto a actividades transversales en sesiones plenas. Se posibilitó la recogida de las máximas aportaciones de valor, tanto en número como en calidad de las mismas, realizadas por todos los participantes.

En concreto, los expertos fueron distribuidos en paneles específicos con temáticas distintas. En cada uno de ellos se establecieron grupos de trabajo rotatorios, que posibilitaron la interacción continua de los participantes. Para desarrollar sesiones proactivas, en cada sala se plantearon cuestiones abiertas que sirvieron de detonante para el intercambio de experiencias y conocimientos. De forma tangencial y gracias a ello, se generó una intensa actividad de networking, que colaboró a enriquecer las conclusiones finales.

La actividad se desarrolló en dos bloques de 120 minutos cada uno. En cada uno de ellos, en torno a 20 expertos por panel, reunidos en salas de trabajo, intercambiaron abiertamente reflexiones e ideas sobre los temas propuestos y de acuerdo al eje central del foro.

Con todo lo explicado se consiguieron varios objetivos. En primer lugar, convertirse en un



Técnicos de Andalucía Emprende realizando una amplia labor de difusión a través de las redes sociales. El hashtag #ForoEmprendeInternacional llegó a ser trending topic a nivel nacional.

foro de reflexión de referencia en el ámbito del emprendimiento.

La notoriedad y heterogeneidad de los componentes del mismo así lo avalan. En segundo lugar se obtuvo un valioso conjunto de conclusiones y reflexiones que desde una perspectiva práctica avalarán y dirigirán futuras acciones de promoción del emprendimiento.

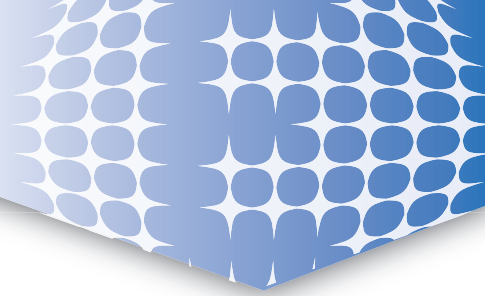
Y en tercer lugar, la transmisión de conocimientos inter-participantes, la identificación de sinergias y la concreción de futuras vías de colaboración entre los agentes y el incremento de la red de contactos entre los asistentes.

La puesta en marcha del Foro, por otro lado, ha contado desde el primer momento con un equipo técnico que ha trabajado desde los meses previos.

Para dotar de entidad diferenciada al Foro se creó una imagen gráfica propia, identificada con su esencia y objetivos fundamentales.



Llegada de los primeros asistentes al Foro.



2

CAPÍTULO

ACCIONES PREVIAS

El Foro ha contado en todo momento con la dirección y coordinación del personal de Andalucía Emprende, cuyos técnicos han desarrollado una labor de meses preparando esta jornada para ser capaces de ofrecer a los participantes una experiencia óptima y que finalmente se tradujera en resultados reales que hicieran de este encuentro, una sesión fructífera para llegar a los objetivos finales en materia de emprendimiento.

Para ello, el equipo de Andalucía Emprende que el día 26 de octubre estuvieron presentes y colaboraron en el desarrollo del Foro, recibieron previamente una intensa jornada de coaching que tuvo lugar el viernes 9 de octubre de 2015 en las instalaciones de Ariete-Sodefesa, en la localidad de Mairena del Aljarafe, Sevilla.

El departamento de organización y dirección del Foro, expertos técnicos, coordinadores, así como otros empleados de Andalucía

Emprende que se han encargado de la comunicación, redes sociales y logística del evento, participaron en una intensa sesión impartida por el experto en coaching Nacho Blanco, cuyo objetivo fue conseguir la máxima preparación de coordinadores, responsables y todos aquellos encargados de la correcta ejecución del encuentro y los paneles de trabajo correspondientes.

Esta formación empresarial de sesgo eminentemente práctico se desarrolló con el fin de que los grupos implicados en dicho proceso conocieran las herramientas y adquirieran las habilidades necesarias para alcanzar los objetivos fijados para el día 26 de octubre.

La jornada consistió en la representación de un role play, que anticipara las distintas situaciones y circunstancias que deberían abordarse durante el Foro. En paralelo y de forma consensuada se estableció un timing, que guiara el desarrollo del Foro.



Desde Andalucía Emprende, sus técnicos llevan a cabo una labor coordinada para que todo salga según lo programado.

Se estableció para cada sala el siguiente guión:

- > Introducción del experto.
- > Presentación de nombre, cargo e institución de los asistentes.
- > Mesas de trabajo.
- > Presentación de cada grupo.
- > Recogida de ideas.
- > Plan de Acción Individual.
- > Conclusiones y cierre de la mesa.

Las instituciones presentes en el Foro (un total de 215 participantes), fueron seleccionadas previamente por Andalucía Emprende en función de sus perfiles técnicos -altamente cualificados y especializados en cada materia- de manera que en cada uno de los paneles se hiciera posible la extracción de conclusiones e ideas con un elevado valor añadido. Con el fin de que se implementara un análisis previo a la jornada de trabajo del Foro, todos los participantes recibieron un breve cuestionario que indicaba la hoja de ruta que se seguiría en el Foro, que se expone a continuación:

Situación actual. ¿Dónde estamos?

1. ¿Cómo contribuye su organización a alcanzar los objetivos de su panel?
2. ¿Cuáles cree que son las tres herramientas más importantes que existen en el mercado o en la sociedad para contribuir a la finalidad de su panel?
3. ¿Cuáles cree que son los tres errores más comunes que se cometen o han cometido y que paralizan la consecución del objetivo de su panel?

Oportunidades, hacia dónde vamos. ¿Cómo podemos mejorar?

4. Enumere entre dos y cinco estrategias o políticas que deberían implantarse en el mercado o la sociedad para mejorar la consecución de la finalidad de su panel (tendencias de futuro).
5. ¿Cómo cree que se puede mejorar la consecución de la finalidad de su panel? Enumere entre dos y cinco buenas prácticas o proyectos concretos.



Los participantes en la jornada de trabajo asisten a las conferencias de apertura.



3

CAPÍTULO

DESARROLLO DE LA
JORNADA DEL FORO

El I Foro Internacional de Emprendimiento organizado por Andalucía Emprende tuvo lugar el día 26 de octubre de 2015 en Sevilla (Hotel Silken Al Andalus Palace) y congregó a más de 200 expertos de máximo nivel en el ámbito del emprendimiento.

El evento se desarrolló con un total de once mesas de trabajo que se celebraron de manera simultánea con un interesante debate interno dirigido por los propios miembros de Andalucía Emprende y en el que los participantes compartieron impresiones y experiencias dentro del campo del emprendimiento a partir de los propios proyectos o entidades empresariales a los que representaban.

El Secretario General de Economía, Gaspar Llanes Díaz-Salazar abrió la jornada destacando la importancia de las pymes y los emprendedores como generadores de empleo en Andalucía. A las palabras del representante de la Junta le siguieron las de Enrique Shadah, Director de Relaciones Corporativas del

Massachusetts Institute of Technology, que en su conferencia analizó la situación actual de la actividad emprendedora desde una perspectiva global, trasladando las experiencias del MIT en este sentido. A continuación se presentó el estudio “Global Entrepreneurship Monitor: Emprender en España y Andalucía”, por parte de Iñaki Peña, Director Técnico del Informe GEM España, y José Ruiz Navarro, Catedrático de Organización de Empresas y director de la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz.

Las intervenciones finalizaron con la participación del Consejero de Economía de la Junta de Andalucía, Antonio Ramírez Arellano López, el cual mantuvo una intensa conversación con el alcalde de Sevilla, Juan Espadas Cejas, en la que repasaron las actuales políticas de emprendimiento, puntualizando la necesidad de seguir potenciando y mejorando las herramientas que faciliten la creación de empresas.



Los invitados aprovechan los momentos de receso como oportunidad de networking.



4

PANELES DE
CONOCIMIENTO

CAPÍTULO

Los paneles de conocimiento que marcaron la hoja de ruta del desarrollo de este foro se constituyeron en torno a las siguientes temáticas:

1. Cultura y competencia emprendedora en el sistema educativo.
2. Spin-off y empresas de base tecnológica, la conexión entre la universidad y el mundo empresarial.
3. Financiación: Business Angels, entidades financieras y otras fórmulas de financiación.
4. Internacionalización de la pyme.
5. Apoyo a la creación de empresas desde el sector público.
6. Apoyo a la creación de empresas desde el sector privado.
7. Viveros, hubs, incubadoras, aceleradoras de empresas y cooperación empresarial.
8. I+D+i, patentes y marcas.
9. Innovación y emprendimiento social, el 4º sector.
10. Barreras administrativas de los emprendedores.
11. Comunicación y divulgación del emprendimiento.

El evento contó con la participación de un total de 215 participantes y entidades que desde distintos ámbitos, político, económico y social, quisieron contribuir y formar parte de un evento sin precedentes en Andalucía y que pretende constituir un punto de partida para sentar unas primeras directrices ante el potencial emprendedor del panorama nacional en la actualidad.

Los 11 paneles listados estuvieron integrados por expertos de máximo nivel, todos con un perfil profesional ligado estrechamente a la actividad emprendedora dentro de su organización. Para su selección, Andalucía Emprende realizó un exhaustivo análisis entre multitud de candidaturas potenciales, de manera que se cumpliera con el objetivo de contar con perfiles técnicos altamente preparados en su campo de especialización y que pudieran aportar reflexiones útiles y realistas de posterior aplicación al ámbito del emprendimiento.



Comienzan los debates internos en las diferentes salas de trabajo.

1 CULTURA Y COMPETENCIA EMPRENDORA EN EL SISTEMA EDUCATIVO

PARTICIPANTES

ENTIDAD	NOMBRE	APELLIDOS	CARGO
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	Alberto	de Azevedo Hermida	Coordinador de Diseño y Estrategia en Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	Nuria	García García	Coordinadora en Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
Universidad Loyola Andalucía	Esteban	Almirón Navarro	Director Servicio Empleabilidad y Emprendimiento
Temalabs Madrid - Team Academy Universidad Politécnica de Jyväskylä (Finlandia)	Siham	Benani	Entrenadora en TEAMLABS de LEINN y directora de admisiones en Madrid
Programa Think Big Telefónica	David	Cruz Guzmán Alcalá	Ingeniero
Dirección General de Universidades	Lola	Ferré	Directora General de Universidades
ESIC	Felipe	García de Pesquera	Responsable de ESIC Emprendedores Sevilla
Universidad de Dunham Neoalisos SL	Yolanda	Gibb	Emprendedora
ACES (Asociación Andaluza de Centros de Enseñanza de la Economía Social)	Chica	González Ripoll	Vicepresidenta de ACES
Cátedra Santander Emprendimiento y Liderazgo	Francisco	Gracia Navarro	Director de la Cátedra
Universidad de Mondragón. Facultad de Empresariales	Sain Milena	López Pérez	Team Coach de Mondragon Team Academy
Fundación Princesa Girona	Salvador	Maneu Marcos	Director general Técnico
Dirección General de Innovación y Formación al Profesorado	Manuel	Martín González	Jefe de Servicio de Planes y Programas Educativos

ENTIDAD	NOMBRE	APELLIDOS	CARGO
Thamer Creative School	José	Montero Fuentes Guerra	Director
Fundación Junior Achievement	Blanca	Narváez Vega de Seoane	Directora
Santa Madre Sacramento Colegio Adoratrices Málaga	Sebastián	Navas Lago	Personal Docente
UNIA	David	Patiño Rodríguez	Vicerrectorado de Relaciones Institucionales con Empresas y Programas de Inserción Laboral
Fundación Trilema	Carmen	Pellicer Iborra	Directora
Valnalón	Marta Francisca	Pérez Pérez	Directora
Federación Andaluza de Junior Empresas	Ana Isabel	Rodríguez Rejón	Fundadora y actual colaboradora FJESUR
Asociación de Centros Educativos de Enseñanza Básica Reglada de la Provincia de Sevilla	Juan Elías	Romero Vázquez	Secretario Técnico de Educación y Gestión de Sevilla
Temalabs Madrid Team Academy, Universidad Politécnica de Jyväskylä (Finlandia)	Heidi	Vainio-Pekka	Entrenadora en TEAMLABS de LEINN Madrid

2 SPIN-OFF Y EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA, LA CONEXIÓN ENTRE UNIVERSIDAD Y EMPRESA

PARTICIPANTES

ENTIDAD	NOMBRE	APELLIDOS	CARGO
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	Gabriel	Clavijo	Director Provincial de Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	Juan	Uribe	Responsable Técnico de Andalucía Emprende
Universidade do Algarve - Faro (Portugal)	Hugo	Barros	Jefe de División de Emprendimiento y de Transferencia de Conocimiento
Andalucía Open Future - El Cubo	Marco Antonio	Cabrera León	Responsable Telefónica Open Future en Andalucía
Universidad de Huelva	Miguel Ángel	Delgado Canto	Director de oficina OTRI
CSIC	Javier	Etxabe Oria	Investigador. Resp. Unidad de Protección de Resultador y Promoción de EBTs
GP Tech	Eduardo	Galván	Consejero Delegado y Fundador
Sandetel	Miryam	Jiménez	Directora del Servicio de Desarrollo Tecnológico de Sandetel
Universidad de Jaén	Fermín	Lucena Muñoz	Técnico OTRI Universidad de Jaén
Agencia Andaluza del Conocimiento - Programa Talentia	Rocío	Muñoz Maestre	Responsable Mercado de Ideas y Tecnologías y Jornadas TTAndalucía
Skylife Engineering	Luis Miguel	Parrilla Casquet	Responsable del DPTO. de Sistemas y Aviónica
PTA. Parque Tecnológico de Andalucía	Natalia	Pérez Pérez	Subdirectora del Área de Difusión de Tecnología, Proyectos y Redes
Red OTRI Andalucía	Antonio José	Ramos Herrera	Técnico de la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI)

ENTIDAD	NOMBRE	APELLIDOS	CARGO
Epro 360	Pablo	Rodríguez	Responsable fundador
Fundación Repsol	Eduardo	Romero Palazón	Director del Fondo de Emprendedores
Universidad de Cádiz	José	Ruiz Navarro	Director Cátedra Emprendedores UCA
BIC Euronova	Álvaro	Simón	Gerente

3 FINANCIACIÓN: BUSINESS ANGELS, ENTIDADES FINANCIERAS Y OTRAS FÓRMULAS DE FINANCIACIÓN

PARTICIPANTES

ENTIDAD	NOMBRE	APELLIDOS	CARGO
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	Teresa	Consuegra	Coordinadora Técnica de Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	Rosa	Cortés Cortés	Responsable Técnico del Área de Emprendedores en Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
Invercaria	Francisco	Álvaro	Presidente
AXIS - Grupo ICO	Teresa	Bretón	Gerente de Inversiones
CTA: Corporación Tecnológica de Andalucía	Leonardo	Bueno	Director Económico y Financiero de CTA
Cámara de Comercio de Sevilla	Juan	Caballero	Técnico del Departamento de Consultoría y Emprendedores
Consultor	Pepe	de Casas	Experto en Emprendimiento
ENISA	Bruno	Fernández Schimieri	Consejero Delegado de Enisa
Fundación Goteo	María Begoña	García Perulero	Gestión estratégica e internacionalización
Fondo Kolmer - Cero Defectos	Javier	Hidalgo	Economista y socio fundador
Fundación Bankinter	Pablo	Lancry del Cerro	Responsable del programa de Emprendedores de la Fundación de la Innovación Bankinter
Microbank	Oriol	Lendinez Orengo	Responsable de microcréditos sociales y Entidades Colaboradoras en Microbank
Valia Business Consulting	Rubén Darío	Márquez Ruíz	Consultor Senior Para Andalucía

ENTIDAD	NOMBRE	APELLIDOS	CARGO
Agencia IDEA	Stefan	Mathesius	Jefe de Unidad de Instrumentos Financieros
Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio	Leticia	Mora Rey	Responsable Servicio de Mediación
FAECTA	José	Morgado Forte	Director Financiero
Unicaja Banco	Salvador	Navarro Reyes	Director Territorial en la provincia de Málaga
Informe GEM España	Joseba Iñaki	Peña Legazcue	Director del Informe
Lanzanos	Marta	Pizarro Aguirre	Responsable comunicación y contenido

4 INTERNACIONALIZACIÓN DE LA PYME

PARTICIPANTES

ENTIDAD	NOMBRE	APELLIDOS	CARGO
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	Inmaculada	López Dionisio	Directora Provincial de Granada de Andalucía Emprende
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	María José	Garrido Cano	Coordinadora de Diseño y Estrategias de Granada
Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio de Andalucía	Eva	Ángel Lagares	Coordinadora Plan Cameral de Internacionalización
Embajada Reino de Marruecos	Houda	Benghazi	Consejera Económica
CTA. Corporación Tecnológica de Andalucía	Javier	Cañizares	Responsable Técnico del Sector Aeroespacial y Procesos Productivos
Instituto de Fomento de la Región de Murcia	Fernando	Díaz Ortín	Jefe del Departamento de Internacionalización
Universidad de Sevilla	Rosario	García Cruz	Directora Cátedra Extenda e Internacionalización
José Fine Wines LTA	Juan Manuel	Gómez Ferreras	CEO
Jiménez Puertas Consultores. Grupo Suloyr	Abel	Jiménez De la Torre	European Project Manager
EXTENDA Agencia Andaluza de Promoción Exterior	María	Lara	Directora de Promoción y Red Exterior
ICEX España Exportaciones e Inversiones	Juan Miguel	Márquez	Director de División de Cooperación Institucional y Formación Empresarial
AERTEC Solutions	Fernando	Martín Ortega	Director de Marketing y Comunicación
Castillo de Canena Olive Juice, S.L	Concepción	Martínez	Directora Financiera

ENTIDAD	NOMBRE	APELLIDOS	CARGO
Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía	Jaime	Martínez-Conradi Álamo	Director
Inés Rosales, S.A.U.	Juan	Moreno Tocino	Presidente
Diputación de Córdoba. Consorcio Provincial de Desarrollo Económico	Isabel	Ochoa	Técnico experta en Internacionalización de las pymes
Xtrice	Adrián	Ortiz	CEO
Delegación de la Junta de Andalucía en Bruselas	Francisca	Pleguezuelos Aguilar	Delegada de la Junta de Andalucía en Bruselas
Extremadura Avante	Marcos	Pozo	Director de Comercialización e Internacionalización
Skylife	Antonio Leopoldo	Rodríguez López	Director Técnico

5

APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS DESDE EL SECTOR PÚBLICO

PARTICIPANTES

ENTIDAD	NOMBRE	APELLIDOS	CARGO
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	Juan José	Pérez Calero	Técnico del Área de Relaciones Laborales y Prevención
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	Marta	Sáinz-Pardo Fernández	Coordinadora Técnica de Sevilla
Fundación Escuela Andaluza de Economía Social	José	Ariza Reyes	Director Gerente
Prodetur	José Benito	Barroso Sánchez	Diputado del Área de Concertación
Extremadura Avante	Amparo	Casablanca Peña	Coordinadora Área Emprendimiento
Universidad Pablo de Olavide	Manuel	Chaves Maza	Investigador
Ayuntamiento de Sevilla	Alicia	Domínguez Núñez	Jefa de Servicio de Promoción y Formación Empresarial del Área de Economía, Comercio y Relaciones Institucionales
Subdirección General de Apoyo a la PYME	Antonio	Fernández Ecker	Subdirector General
Instituto Andaluz de la Juventud	Pilar	Figueroa Murillo	Jefa de Servicio de Coordinación y Relaciones Institucionales
Universidad de Granada	M ^a del Mar	Fuentes	Coordinadora General de Emprendimiento Universidad de Granada
Agencia Andaluza de Instituciones Culturales	Fátima	Herrero Jiménez	Responsable del Programa de Servicios Avanzados para Empresas y Profesionales
Agencia IDEA	Francisco	Jiménez	Director de Financiación y Fomento Empresarial
CEIA (Centro Empresas Innovación Álava)	David	Montero de la Torre	Director

ENTIDAD	NOMBRE	APELLIDOS	CARGO
IMDEEC (Instituto Municipal de Desarrollo Económico y Empleo)	Víctor	Montoro	Gerente
Emprende en Aragón - Instituto Aragonés de Fomento	Pedro	Pardo García	Director Gerente
Banco Central Europeo	Diego	Rodríguez Palenzuela	Jefe de División en el Directorado General Economía
IAM-Instituto Andaluz de la Mujer	Manuel	Serrano Pérez	Jefatura de Servicio de Formación y Empleo de Mujeres
Ayuntamiento de Dos Hermanas	Mario	Tarancón Jiménez	Técnico Promoción Económica e Innovación
Consortio de Desarrollo Económico de Córdoba	Juana	Torres Jiménez	Responsable Departamento Formación, Fomento y Desarrollo Empresarial
IGAPE (Instituto Galego de Promoción Económica)	Guillermo	Viña González	Gerente Oficina Competitiva IgapeNova

PARTICIPANTES

ENTIDAD	NOMBRE	APELLIDOS	CARGO
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	Juan	Trujillo	Director Provincial de Córdoba
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	Mercedes	Ariza Guerrero	Coordinadora de Diseño y Estrategias de Córdoba
Cajasol Impulsa	Juan Francisco	Álvarez	Director Gerente
Sevilla Startup Weekend / workINcompany / ThinkPal / Silicon - Drinkabout Sevilla	Jaime	Aranda	Organizador / Cofundador / Asesor & Formador / Coorganizador
Orienta Emprende Consultora	Ana M ^a	Badiola Fernández	Directora Área de Formación y Coaching Personal y Ejecutivo
Fundación Empleo y Sociedad	Luis Felipe	Campuzano	Director General
Mundofranquicias Consulting	María del Carmen	Gallego Martínez	Directora Territorial para Andalucía
Fundación Iniciador	Elaine	García Jaramillo	Directora General
CEEIM, Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia	Joaquín	Gómez Gómez	Director
Instituto Europeo para el Emprendimiento	Francisco	Martínez Delgado	Managing Director
Franquishop	Prudencio	Martínez Franco	Director
Microsoft	Sonia	Marzo Arnáez	Responsable Emprendedores y Centros de Innovación
AJE Andalucía	Mónica	Moreno Sánchez	Presidenta

ENTIDAD	NOMBRE	APELLIDOS	CARGO
Fundación Focus Abengoa	Anabel	Morillo León	Directora General
Organización Española de Servicios y Equipamientos, S.L.	Francisco	Ortiz	Presidente
Heineken España	Jorge	Paradela	Director de Relaciones Corporativas
Federación Andaluza de Mujeres Empresarias (FAME)	Lola	Portillo Ordóñez	Responsable de Proyectos para Emprendedoras
Gottraining SL (Ideas Factory)	Emilio	Solís	CEO
CEEI Castellón - ANCES	Justo	Vellón	Director del CEEI de Castellón Junta directiva ANCES
Emprendedores.es	Alejandro	Vesga Aran	Director de la Revista
Vodafone	Jesús	Pérez Pérez	Responsable de Relaciones Institucionales con la Administración Pública de Vodafone en Andalucía
Coempe Goaching	M ^a Jesús	Rincón	Experta en emprendimiento

7 VIVEROS, HUBS, INCUBADORAS, ACELERADORAS DE EMPRESAS Y COOPERACIÓN EMPRESARIAL

PARTICIPANTES

ENTIDAD	NOMBRE	APELLIDOS	CARGO
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	Francisco	Cousinou	Responsable del Área de Emprendedores
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	Susana	De León	Coordinadora Técnica de Jaén
Mabs IMS	Miguel	Barcenilla Sanz	Socio Director
Universidad de Huelva	Juan Diego	Borrero	Profesor Universidad. Director Simplelab
LeanMonitor	Jesús	Candón	Director Ejecutivo
Lanzadera	Patricia	Cantalapiedra Cornejo	Directora de Proyectos
Prorama Minerva	Gracia	Catalina Piñero	Directora del Programa
Sprita	José Ángel	del Castillo	Director
Bic Granada	Mª Jesús	González Campos	Directora
Lean Startup Oviedo Emprende	Juan Luis	Jimeno	Mentor Lean Startup Oviedo Emprende
InvierteMe	Héctor M.	Morell	CEO
Cosmopolitia	Julio	Moreno Ventas	Socio Co-Fundador
Parque Científico y Tecnológico Cartuja	Luís	Pérez Díaz	Director de Innovación y Proyectos

ENTIDAD	NOMBRE	APELLIDOS	CARGO
workINcompany Sevilla	Alberto	Pérez Sola	CEO y Founder - Space Manager
CEEI Bahía de Cádiz	Miguel	Sanchez-Cossio	Director gerente
Crea Sevilla	Pilar	Torregrosa Garamendi	Responsable Técnica de la Incubadora de Sevilla Emprendedora
Sandetel-Consejería de Empleo, Empresa y Comercio	Juan Jesús	Velasco	Codirector centro de Crowdfunding El Cubo - Andalucía Open Future
Universidad de Sevilla	Juan Jesús	Torres	Doctor en el Departamento Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación
Universidad de Sevilla	Javier	Rodríguez	Profesor Titular en la Facultad de Educación

ENTIDAD	NOMBRE	APELLIDOS	CARGO
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	Antonio Miguel	Jiménez Naveros	Coordinador Técnico de Granada
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	Antonio	Arenado	Técnico del Área de Fomento de la Cultura Emprendedora
Airbus Defence and Space (Military Aircraft Division)	Rubén	Carvajal Vázquez	Responsable de Innovación Industrial
Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España	Soledad	Díaz Campos	Directora Gerente APTE
Abengoa	Antonio	Esteban Garmendia	Director Corporativo Abengoa Researc
Elzaburu	Javier	Fernández-Lasquetty	Socio
Isbitech	Umberto	León Domínguez	CEO, científico y responsable del departamento científico de ISBITECH
Universidad de Almería Fundación Mediterránea	Carmen	López Soriano	Responsable programa de Autoempleo y Creación de Empresas de la Universidad de Almería
IAT - Instituto Andaluz de Tecnología	Miguel Ángel	Luque Olmedo	Director General
CSIC	Juan	Martínez Armesto	Jefe de Servicio de Transferencia de Tecnología
CEOE	César	Maurín Castro	Jefe del Área de Asuntos Industriales e innovación
Agencia IDEA	José Antonio	Pascual	Jefe de Unidad de Innovación, Programas y Servicios Avanzados
Funde Cyt-Pctex	Francisco	Pizarro Escribano	Director de Desarrollo de Negocio

ENTIDAD	NOMBRE	APELLIDOS	CARGO
Universidad de Córdoba	Enrique	Quesada Moraga	Vicerrector de Innovación, Transferencia y Campus de Excelencia
Coempe	M ^a José	Rincón Bravo	Experta en Proyectos de Patentes y Marcas
MIT - Massachusetts Institute of Technology	Enrique	Shadah	Responsable relaciones Institucionales del MIT
Universidad de Sevilla	Magdalena	Suárez-Ortega	Coordinadora proyecto I+D+i, "Diseño de la Carrera y Gestión del Talento Emprendedor"
CDTI - Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial	Andrés	Ubierna Gorricho	Jefe del Departamento de Estudios y Comunicación
CDTI - Cooperación Tecnológica de Andalucía	Fabián	Varas Sánchez	Director Técnico

9 INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO SOCIAL, SECTOR SOCIAL DE LA ECONOMÍA

PARTICIPANTES

ENTIDAD	NOMBRE	APELLIDOS	CARGO
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	Juan José	Bonilla Martínez	Director Provincial de Almería
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	María del Carmen	Martínez Ruiz	Coordinadora Técnica de Almería
Asociación Española de Innovación Social	Angel	Arenas	Presidente
Fundación Persan	José	Castro Mora	Gerente
Asociación para el Fomento de la Economía del Bien Común	Fernando	Dugo Benítez	Responsable del Área de Empresa y Emprendimiento
EIDA	Juan Carlos	Espejo Gutiérrez	Presidente
Teamlabs	Juan	Freire Botana	Líder de Estrategia y Desarrollo de Negocio
Escuela de Economía Social	Francesco	Garcea	Coordinador de Formación y Proyectos de Innovación Social
Hábitat Cuatro, Soc. Coop. And.	Diego	Gómez Ojeda	Presidente
Grupo Pandora Consultora Social S.Coop.And	Luis Miguel	Jurado Mancilla	Socio - Director
Smart-be	Julek	Jurowicz	Socio fundador
Almanatura	Juan José	Manzano Sánchez	Comunicación & Desarrollo
CEPES Andalucía	José	Martínez de Pinillos de Morales	Asesor jurídico

ENTIDAD	NOMBRE	APELLIDOS	CARGO
Consortio Fernando de los Ríos - Guadalinfo	Luis	Navarro López	Coordinador Oficina de Proyectos y Estrategia Online
UEIA	Catalina	Parra Baño	Presidenta y cofundadora
Ayuntamiento de Sevilla	David	Pino Merlo	Director de Innovación y Economía Social del Ayuntamiento de Sevilla
Initland	Carlos	Piñeyroa	Director de Initland, el Sistema de Innovación y Emprendimiento de Init
Fundación Santa María la Real	Álvaro	Retortillo Osuna	Responsable del Área de Innovación Social
Fundación Innoves	José Carlos	Rodrigo Marias	Director
Grupo cooperativo Smart	Gabriel	Sánchez Bárcena	Responsable Área Jurídica

10 BARRERAS AL EMPRENDIMIENTO

PARTICIPANTES

ENTIDAD	NOMBRE	APELLIDOS	CARGO
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	Pablo	Celada	Director provincial de Cádiz
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	Miguel	Bullón	Coordinador Técnico de Cádiz
Investigador UPM	Alberto	Arenal Cabello	Investigador UPM
EOI Escuela de Negocios	José Luís	Barbero Navarro	Profesor de emprendimiento y gestión de organizaciones
Cámara de Comercio de Sevilla	Adelaida	Bravo Garzolini	Responsable de Empleo y Emprendimiento
Banco Mundial	Mierta	Capaul	Gerente de " Doing Business Subnacional
Soler & Cordón Asesores, S.L.	Alberto	Cordón Suárez	Socio fundador
Confederación de Empresarios de Andalucía	Alfonso	Díaz Abajo	Responsable Programas Emprendimiento
Ministerio de Justicia. Dirección	Jacobo J.	Fenech Ramos	Registrador de la Propiedad, Colaborador de la Dirección de los Registros y del Notariado
Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos	Carmen	García Sánchez	Responsable Dpto. Jurídico, Comunicación y Relaciones Institucionales
Coanco	José Miguel	Gil Coto	Gerente
Instituto de Cooperación Empresarial Internacional Magallanes	Josu	Gómez Barruti	Director
Sopinet Software SL	Fernando	Hidalgo Becerra	CEO

ENTIDAD	NOMBRE	APELLIDOS	CARGO
Universidad de Sevilla	Francisco	Liñán Alcalde	Profesor Dpto. Economía Aplicada I
Ayuntamiento de Sevilla. Gerencia de Urbanismo	José Miguel	Lobo Cantos	Jefe de Servicio de Licencias y Disciplina Urbanística
Agencia Estatal de Evaluación de Políticas Públicas y Calidad de los Servicios	Mónica	Macia González	Responsable de Área del Departamento de Evaluación
AYUDAT-PYME	Alfredo	Pérez	CEO
FEANSAL	Miguel Ángel	Reina López	Responsable del Área de Empresas y Emprendedores, y del Área de Estudios, Investigación, y Desarrollo Estratégico
Dirección General de Economía Social y Autónomos	José	Roales Galán	Director General de Economía Social y Autónomos
Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz	Julio	Segundo Gallardo	Coordinador Técnico

ENTIDAD	NOMBRE	APELLIDOS	CARGO
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	Adela	De Mora	Coordinadora Técnica de Huelva
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	Marilut	Morales	Coordinadora de Diseño y Estrategias de Cádiz
Sevilla Actualidad	Alejandro	Balbuena Oliva	Director
"De la Clase a la Cuenta" Universidad de Sevilla	Ana M ^a	Cortijo	Responsable de proyecto
Fábrica de Ideas - TVE	Raúl	De Andrés	Productor
Grupo Joly	Jesús	De Sobrino	Colaborador de contenidos
Cámara de Comercio de Sevilla	Olga	Fernández	Responsable de Comunicación
Realego Comunicación	Ramón	Francos Sánchez	Director
Emplea2 - Canal Sur	Rosario	Gutiérrez	Editora
We-r-net	Saturnino	Jiménez	Socio Director
Historias de Luz	Salomé	Machío	Responsable de Contenidos Audiovisuales
Socialtec	Tirso	Maldonado Bori	Emprendedor, docente y responsable del proyecto
Universidad de Sevilla	Ramón	Reig	Catedrático de comunicación

ENTIDAD	NOMBRE	APELLIDOS	CARGO
El Economista	Juanjo	Santacana	Responsable Contenidos Economía y Emprendimiento
verJim Animation Studio	Rafael	Vera Jiménez	Director
Capital Radio	José Antonio	Vizner	Director
Andalucía Económica	Patricia	Balbontín	Redactora



5 CONCLUSIONES

CAPÍTULO

A continuación enunciamos las ideas recogidas por cada panel:



El resultado del trabajo en cada uno de los paneles se traduce en una serie de conclusiones que quedan recogidas en este manual.



1 CULTURA Y COMPETENCIA EMPRENDEDORA EN EL SISTEMA EDUCATIVO

El fomento de la cultura emprendedora se hace necesario desde los inicios de la educación de los niños y a lo largo de toda su vida. De ahí la necesidad de compartir las buenas prácticas de fomento de la cultura emprendedora en todos los niveles del sistema educativo (infantil, primaria, secundaria, bachillerato, formación profesional y universidades), deteniéndonos en la importancia de la capacitación y educación del emprendimiento a través del trabajo por competencias. Se hace imprescindible resaltar la figura del protagonista de estos proyectos, el alumnado, pero también la del profesorado, que constituye uno de los elementos básicos para que el espíritu emprendedor, la innovación y la creatividad se conviertan en uno de los pilares de la educación de los estudiantes.

El fomento de la cultura y la competencia emprendedora en el sistema educativo se manifiesta como uno de los pilares básicos para incrementar la creación y la consolidación de empresas con el fin último de mejorar el desarrollo económico y social. Con ello motivamos y formamos a futuros emprendedores, impartiendo conocimientos específicos sobre materias empresariales y promoviendo, de un modo práctico, el desarrollo de habilidades para el emprendimiento, como la iniciativa, la creatividad, la responsabilidad, la toma de decisiones o el trabajo en equipo. Todas estas habilidades mencionadas serán de utilidad para los futuros adultos no sólo en el caso de que decidan poner en marcha un proyecto empresarial sino, y sobre todo, en el desarrollo de su vida social y laboral.

En este panel se debatió sobre las figuras protagonistas de la cultura emprendedora en

el sistema educativo, esto es, no sólo el **alumnado** como público destinatario final, sino el **profesorado** como elemento básico para que el espíritu emprendedor, la innovación y la creatividad se conviertan en uno de los pilares de la educación de los estudiantes.

Todo ello a través de herramientas necesarias para llevar a cabo tal fin, en concreto: **la formación al profesorado y las metodologías activas**: Aprendizaje por proyectos / APS / APBL / Cooperativismo escolar que permitan generar entornos reales de aprendizaje (contacto con emprendedores). Asimismo, una evaluación rigurosa y sistemática del impacto en el aprendizaje y de las iniciativas que se llevan a cabo, será el complemento necesario para estas medidas.

Se analizaron los errores que se están cometiendo en la implantación de la cultura emprendedora coincidiendo fundamentalmente en la falta de un **plan estratégico estructurado**, la formación escasa del profesorado para el desarrollo de habilidades emprendedoras y alejada de la realidad y la **falta de reconocimiento social del emprendimiento** (penalización del fracaso).

Fue interesante conocer buenas prácticas que se llevan a cabo en entidades de otras zonas de España e incluso de otros países, en los que se realiza un esfuerzo por realizar actuaciones de forma conjunta y consensuada con todos los agentes y entidades y organismos implicados, destacando como mala praxis la existencia de numerosas entidades con idénticos objetivos, actuaciones y sin un plan de actuación conjunto y coordinado.

Finalmente, las distintas entidades y organismos nacionales e internacionales elaboraron una relación de propuestas necesarias a llevar a cabo para la mejora del fomento de la cultura emprendedora en el sistema educativo. Entre ellas destacan la creación de un **plan estratégico consensuado**

de fomento de la cultura emprendedora de largo recorrido, potenciando la **creación de redes ente centros educativos** para **compartir buenas prácticas** y con la colaboración e implicación de los agentes intervinientes: dirección de los centros, familias y la inspección académica.

BUENAS PRÁCTICAS EN CULTURA Y COMPETENCIA EMPREDEDORA EN EL SISTEMA EDUCATIVO:

- 🌐 Elaboración de un plan estratégico.
- 🌐 Creación de redes en los centros educativos.
- 🌐 Colaboración e implicación de agentes intervinientes.
- 🌐 Formación al profesorado.
- 🌐 Desarrollo y uso de metodologías activas.
- 🌐 Fomento del reconocimiento social del emprendedor.

2 SPIN-OFF Y EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA, LA CONEXIÓN ENTRE UNIVERSIDAD Y EMPRESA

El término spin-off, referido a la creación de una empresa surgida al amparo de la investigación universitaria o en el seno de otra empresa matriz, muestra su máximo exponente en las Empresas de Base Tecnológica. Este panel fue un punto de reflexión en la búsqueda de nuevas y mejores fórmulas de interacción en el binomio Universidad-Empresa, analizando herramientas, modelos e instalaciones que refuerzan a la Universidad como centro neurálgico generador de ideas emprendedoras, de talento y de proyectos innovadores.

Tanto las Universidades como las grandes empresas muestran gran interés en la **creación de redes de conocimiento** con la intención de apoyar nuevos proyectos innovadores, ya que mediante el acompañamiento a este tipo de iniciativas se consigue que empresas pequeñas aporten soluciones a retos y problemas planteados, no sólo por las grandes multinacionales, sino también por la sociedad.

Por ello es importante la **formación temprana en emprendimiento** y el apoyo (a través de **becas, tuteladas, mentoring, orientación académica, etc.**) que proporcione una **efectiva transferencia de tecnología y conocimiento**. Se deben poner los medios que faciliten el acceso tanto a la **financiación** como a los recursos disponibles.

Realmente, los estudiantes (futuros emprendedores) apenas disponen de orientación al mercado y a la realidad económica del panorama emprendedor.

Si a esto unimos una escasa planificación y coordinación de los agentes y una actuación









creación de sinergias interdepartamentales, se produce una pérdida notable de oportunidades.

La **formación desde edades tempranas hasta la fase universitaria, el estímulo a la investigación y la transferencia tecnológica** también deben sumarse a las políticas que **incentiven la creación de spin-off**. Son necesarias **políticas públicas** que involucren a **empresas tractoras** en proyectos de emprendimiento académico.

Por último, cabe destacar la necesidad de potenciar **acciones de cooperación** que favorezcan el emprendimiento ya sea mediante la creación de unidades internas en los centros universitarios (como las Oficinas de Transferencia de Resultados, OTRIS) como estableciendo apoyos a las unidades externas. En este sentido, existen programas concretos (Andalucía Open Future, Fundación Repsol,...) que se deben mencionar como referentes.

Las **herramientas específicas de apoyo a spin-off y grupos de investigación** que faciliten espacios y equipamientos también se señalan como fundamentales para mejorar la creación de Empresas de Base Tecnológica.

BUENAS PRÁCTICAS EN SPIN-OFF Y EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA, LA CONEXIÓN ENTRE UNIVERSIDAD Y EMPRESA:

-  Creación de redes de conocimiento.
-  Financiación.
-  Fomento a la creación de spin-off.
-  Herramientas de apoyo a grupos de investigación.
-  Incorporación de empresas tractoras.
-  Fomento de sinergías interdepartamentales en la Universidad.
-  Formación temprana en emprendimiento (becas, tutelías, mentoring, orientación académica).
-  Estímulo a la investigación y la transferencia tecnológica y de conocimiento.

3 FINANCIACIÓN: BUSINESS ANGELS, ENTIDADES FINANCIERAS Y OTRAS FÓRMULAS DE FINANCIACIÓN

Hoy en día existen multitud de fórmulas de financiación en el mercado. No obstante, son muchas las cuestiones a tratar sobre esta temática, entre las que cabe citar cuáles son los sectores más atractivos para un inversor y por qué, los problemas que se pueden encontrar tanto inversores como emprendedores o qué ocurre cuando las empresas crecen y necesitan grandes inversiones.

Este panel buscó aclarar y poner en conocimiento de los participantes todas las formas de financiación posibles que hoy ofrece el mercado nacional e internacional. Se debatió sobre cuáles son las más accesibles y las más útiles así como aquellas instituciones o entidades orientadas a la financiación de empresas dentro de determinados sectores.

Se destacó que, en general, todas las organizaciones participantes intentan trabajar favoreciendo el acceso a la financiación, propiciando la conexión entre inversores, emprendedores e instituciones, con diversidad de mecanismos e instrumentos como Business Angels, Crowdfunding, préstamos participativos, capital semilla, etc., y con la asistencia a los emprendedores con servicios de interlocución, formación y asesoramiento.

Se conforma como herramienta clave **el papel de la Administración Pública**, en su faceta reguladora y normativa.

También son de destacar como importantes herramientas el papel de **las TICs para mejorar la búsqueda de financiación**, de








mentores y de **directivos**, la **formación** y el establecimiento de **espacios y foros** para favorecer la colaboración público -privada y **mejorar el régimen fiscal**.

Aparece como estrategia clave la **implantación adaptada a la realidad de cada momento, de instrumentos y metodologías convenientes en el ámbito financiero**. En paralelo y desde la perspectiva estrictamente pública deberían **reducirse las trabas administrativas y burocráticas**. Y, en último lugar, debe **avanzarse en el mix formación-información**.

Como conclusiones se planteó la necesidad de una **mayor colaboración público - privada** que dé lugar a nuevos **modelos de financiación alternativa**. Que exista una **apuesta decidida del sector público a los emprendedores**, mejorando las políticas de emprendimiento, simplificando los trámites burocráticos, apostando por **proyectos de riesgo** y provocando cambios en el modelo existente de subvenciones y ayudas públicas.

También son de interés la **definición de una hoja de ruta completa del proyecto**, la **cualificación especializada de todos los agentes que intervienen en el ecosistema emprendedor** y la **formación** orientada a competencias y habilidades emprendedoras.

BUENAS PRÁCTICAS EN FINANCIACIÓN: BUSINESS ANGELS, ENTIDADES FINANCIERAS Y OTRAS FÓRMULAS DE FINANCIACIÓN

-  Fomento del papel de la Administración Pública.
-  Reducción de las trabas administrativas y burocráticas.
-  Avance en el mix formación-información.
-  Mayor colaboración público – privada.
-  Apuesta por proyectos de riesgo.
-  Formación orientada a competencias y habilidades emprendedoras.
-  Cualificación especializada de todos los agentes que intervienen en el ecosistema emprendedor.

4 INTERNACIONALIZACIÓN DE LA PYME

La internacionalización es un elemento clave para fomentar el desarrollo y la competitividad de nuestro tejido empresarial. Andalucía Emprende, con la colaboración de la Agencia Andaluza de Promoción Exterior- Extenda, promueve una iniciativa destinada a dar a conocer a personas emprendedoras y pymes andaluzas las posibilidades de negocio que tienen sus proyectos en el mercado exterior, así como a ofrecer servicios personalizados a aquéllos con potencial real de internacionalización.

Frente a un panorama socioeconómico global tan convulso como el actual es necesario **analizar permanentemente las circunstancias en las que se encuentran los mercados internacionales**, de forma que cualquier acción de comercio exterior tenga garantía de éxito. El trabajo en este panel se abordó con la intención de **determinar qué factores intervienen en el buen fin de los proyectos empresariales de internacionalización**.

Se ha puesto de manifiesto que un **conocimiento riguroso de la realidad** de un mercado mediante la combinación de un **estudio de carácter empírico y las experiencias de proyectos** ya localizados en el mismo es determinante para empezar a adoptar las decisiones que vayan marcando el itinerario a seguir en un proceso de Internacionalización.

De esta forma se debe de **poner en valor el “know how” de proyectos** ya acometidos y trabajar sobre el conocimiento adquirido en la práctica del proceso de internacionalización por parte de empresas ya consolidadas en los mercados destino.

Por tanto es relevante la **intervención de los distintos agentes implicados** -organismos públicos y entidades privadas- **desde una visión coordinada y un planteamiento colaborativo**, de forma que se tiendan puentes en pro de la **optimización de recursos** sobre los que apoyar y consolidar proyectos, así como vincular los mismos a una plataforma común de conocimiento compartido en los distintos estadios de un proceso de internacionalización.

De esta forma, el **aspecto tecnológico** adquiere su importancia como **medio que permite acceder a una información y recursos** que en materia de comercio exterior suelen estar muy dispersos, centralizándolos, seleccionándolos y actualizándolos, **creando espacios virtuales en los que se desarrollen comunidades y se establezcan redes de conocimiento, favoreciendo la generación de sinergias y cooperación empresarial**.

Por otra parte, la **profesionalización del personal** implicado en un proyecto de internacionalización es una cuestión fundamental, pudiéndose **adquirir mayor grado de cualificación y capacitación** del personal no sólo a través de una mejor y más amplia formación en este campo, sino también mediante el **intercambio de experiencias empresariales y prácticas profesionales** a nivel internacional.

A todo lo anterior habría que sumar la necesidad de **articular instrumentos de acceso a financiación público-privada** que permitan acometer un Plan de Internacionalización **adaptados a cada una de las etapas del proceso**.

Por último, destacar la importancia de **fomentar una cultura empresarial que contemple la internacionalización como la evolución natural de todo proyecto**, incorporando esta visión desde el inicio del mismo, anticipándose y favoreciendo las circunstancias que permitan, llegado el momento, dar el paso hacia la apertura a nuevos mercados.

Esta sensibilización hacia la internacionalización puede venir de la mano de modelos de éxito de forma ejemplar que animen a emprendedores a contemplar las posibilidades de desarrollo empresarial en otros destinos.

BUENAS PRÁCTICAS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA PYME:

- Poner en valor el “know how” de proyectos ya acometidos.
- Propiciar la intervención de los distintos agentes implicados.
- Fomentar la optimización de recursos.
- Crear espacios virtuales.
- Favorecer la generación de sinergias y cooperación empresarial.
- Propiciar la profesionalización del personal.
- Articular instrumentos de acceso a financiación público-privada.
- Fomentar las empresas born global.
- Fomentar una cultura empresarial que contemple la internacionalización como la evolución natural de todo proyecto.
- Analizar permanentemente las circunstancias en las que se encuentran los mercados internacionales.
- Determinar qué factores intervienen en el buen fin de los proyectos empresariales de internacionalización.

5 APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS DESDE EL SECTOR PÚBLICO

Existen multitud de instituciones y organismos públicos que prestan servicios a los emprendedores que vayan a iniciar una nueva andadura empresarial, así como a aquellos empresarios que están en una fase de consolidación de su empresa. Destacan servicios como el asesoramiento, la formación, el alojamiento empresarial, los estudios, la sensibilización a la creación de empresas y la financiación, entre otros. Además, es importante conocer la implantación de estas instituciones en el territorio así, como la relación con otras entidades públicas y privadas, al objeto de mejorar la cooperación entre las mismas.

Desde el punto de vista de las instituciones y organismos públicos participantes, se expusieron los diferentes servicios que se ofrecen a los emprendedores que vayan a iniciar una nueva andadura empresarial así como su consolidación como empresas, permitiendo conocer la forma de trabajar de cada una de ellas como posible propuestas de mejoras para ser implantadas en su territorio.

De la extensa lista de servicios que cada entidad presta, cabe resaltar el **apoyo completo en toda la cadena de valor del negocio**, mediante: la investigación del emprendimiento, la promoción de la cultura emprendedora, la capacitación de emprendedores y de técnicos, el asesoramiento especializado, la dotación de infraestructuras adecuadas como viveros de empresas-incubadoras y la reducción de trabas administrativas.

Para ello, se debe apostar por una **intervención público-privada coordinada**, con acciones personalizadas de acompañamiento y asesoramiento, que coadyuven a conseguir mejores infraestructuras, financiación con

fondos específicos y una fiscalidad acorde, **augmentar la red de incubadoras junto a los espacios de coworking**, destacando el **fomento de la formación y educación en el emprendimiento**.






Como errores más comunes, se observa la **descoordinación entre los agentes implicados y falta de planificación estratégica pública**, que entre otros provoca un excesivo paternalismo, o apoyos en cantidad y no en calidad, penalizando en algunos el fracaso.

Reseñable, igualmente, es la **excesiva burocracia** que lleva a unos plazos de respuestas inadecuados a la dinámica emprendedora y los tiempos empresariales. Para corregir los citados errores las estrategias a tener en cuenta deben ir orientadas a implementar **una mayor coordinación y cooperación interinstitucional público-privada**.

A la vez, deben potenciarse la **sensibilización y la cultura emprendedora**, haciendo hincapié en el sistema educativo. Asimismo, deben **impulsarse las sinergias** a través de la creación de redes, la adaptación de los instrumentos disponibles a la realidad existente con perspectiva de género y facilitar el **acceso al crédito**, así como a otras formas alternativas de financiación.

La unión público-privada con **proyectos ya existentes que persigan sensibilizar y difundir la cultura emprendedora**, la realización de un seguimiento a medio plazo de los proyectos, crear espacios de innovación en centros educativos, disminuir trabas administrativas, generar espacios de coordinación empresarial (off line y on line), serían algunas de las mejoras a tener en cuenta.

BUENAS PRÁCTICAS PARA EL APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS DESDE EL SECTOR PÚBLICO:

-  Apoyo completo en toda la cadena de valor del negocio.
-  Aumento de la red de incubadoras junto a los espacios de coworking.
-  Fomento de la formación y educación en el emprendimiento.
-  Reducción de la excesiva burocracia.
-  Mayor coordinación y cooperación interinstitucional y público-privada.

6

APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS DESDE EL SECTOR PRIVADO

En el mercado existen multitud de instituciones privadas y empresas que contribuyen a la sociedad prestando servicios a los emprendedores que vayan a iniciar una nueva andadura empresarial, así como a aquellos empresarios que están en una fase de consolidación de su empresa. Su labor es necesaria e imprescindible en el mercado y complementa el apoyo del sector público a las pymes.

En este panel se destacó la existencia de **grandes corporaciones así como inversores particulares** y otras formas de financiación privada que han surgido recientemente, entidades en las que confluyen entre otros los **servicios de asesoramiento, formación, sensibilización a la creación de empresas y financiación**, así como cualquier otro servicio relevante.

El papel preponderante de estas instituciones cobra especial relevancia social allá donde no son capaces de llegar las prestaciones públicas, bien por falta de recursos económicos o logísticos. En numerosas ocasiones es también el sector privado quien permite el desarrollo de propuestas emprendedoras especializadas en sectores minoritarios, que también conllevan mayor riesgo.

El acceso a crédito y la falta de innovación son dos de los principales obstáculos o barreras con los que se encuentran los emprendedores a la hora de montar un negocio.

Hoy día son muchas las entidades privadas que tratan de ofrecer **acompañamiento y colaboración real al emprendedor** facilitándole, entre otros, el acceso a la **financiación y las nuevas tecnologías**, favoreciendo **la creación de un ecosistema social** que beneficie las conexiones entre agentes.

También de este modo se propicia la capitalización del conocimiento y la identificación del talento.

La **mejora de infraestructuras tanto físicas como tecnológicas y de la financiación** se perfilan como las principales acciones de este sector.

También se distingue el favorecimiento de plataformas colaborativas o proyectos, ya sean públicos, privados o de ambos, que generen ventajas competitivas.

Se puso de manifiesto la **falta de capacitación** que se une al rechazo a la crítica constructiva y al asesoramiento, encontrándose ausente en la mayoría de los casos un plan y/o estrategia de negocio real, no cortoplacista, y no basado exclusivamente en las ayudas públicas.

Urge la puesta en marcha del fomento de la cultura emprendedora integrando el concepto de la “no penalización” del fracaso desde edades tempranas, haciendo mención además a la necesidad que existe de desmitificar el fracaso como factor negativo y sí como factor de conocimiento, uniendo todo esto además a la idea sobre la necesidad de **prestigiar y profesionalizar la figura de la persona emprendedora**.

Por último, se hizo un especial hincapié, en que debe fomentarse el **espíritu colaborativo**, la creación de un ecosistema emprendedor, junto al intra-emprendimiento.

Fomentándose el entendimiento y la **colaboración pública-privada**, debe existir una agenda compartida que es preciso aprovechar de manera conjunta, no en términos de







enfrentamiento, sino con una actitud abierta que genere sinergias.

La aplicación de políticas fiscales favorables al emprendimiento junto a una mayor información que facilite una detección de necesidades reales como factor determinante de los planes de negocio y que favorezca la

innovación interna, son ideas que también se mencionan en las conclusiones alcanzadas.

Sin perder de vista siempre que el sector público y el privado son diferentes, es necesario explorar vías de colaboración que beneficien a ambas esferas.

BUENAS PRÁCTICAS PARA EL APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS **DESDE EL SECTOR PRIVADO:**

-  Acompañamiento y colaboración real al emprendedor.
-  Creación de un ecosistema emprendedor social.
-  Fomento del espíritu colaborativo.
-  Fomento del intra-emprendimiento.
-  Prestigio y profesionalización de la figura de la persona emprendedora.
-  Mejora de infraestructuras tanto físicas como tecnológicas, y de la financiación.

7 VIVEROS, HUBS, INCUBADORAS, ACELERADORAS DE EMPRESAS Y COOPERACIÓN EMPRESARIAL

Las buenas prácticas en la aceleración de empresas, propician el crecimiento de las mismas. Este panel pretende definir qué papel cumplen las incubadoras y aceleradoras de empresas y qué retorno tienen en la sociedad, con ejemplos de aquellas que han sido el nido de proyectos de éxito. Es necesario detectar las metodologías de coworking entre las aceleradoras de empresas y analizar los principios sobre los que giran las startups.

Resulta positivo destacar los casos más significativos y su papel actual, como Andalucía Open Future, Minerva o la Lanzadera de Mercadona, pero sin olvidar la relevancia de aquellos que actúan a menos escala y cómo pueden resultar indispensables en el ámbito local para aquellos proyectos que se han quedado fuera de grandes incubadoras.

Como siempre, la **universidad** vuelve a tener un papel relevante en esta esfera, primero como **canal difusor de las iniciativas** y segundo como **centro mismo de nacimiento de las empresas**.

Además, se analiza la importancia que estos instrumentos juegan en la generación de **sinergias y cooperación empresarial** entre empresas.

Las medidas que se llevan a cabo en este tipo de programas suelen consistir en un **asesoramiento integral y personalizado**, y en el **fomento de relaciones sinérgicas a través del networking** a todos los niveles.

También se llevan a cabo acciones más concretas como: **cursos, eventos y el apoyo a proyectos tecnológicos**. Hay que destacar el comienzo de aceleradoras con alto grado de

especialización, aún incipiente, pero que se considera importante de cara a un mayor grado de cercanía a la realidad de cada proyecto.

Este tipo de espacios de aceleración propicia una **actitud de innovación abierta** y de compartir no sólo conocimientos sino también vivencias y experiencias anteriores.

Los servicios en viveros y aceleradoras buscan la **creación de itinerarios personalizados, consultoría de calidad y mentorización de los proyectos desde su inicio hasta la consolidación del mismo**.

Además, se apoya en dar a las empresas la posibilidad de **crear redes de contactos** a través de networking de alto nivel tanto local, regional como nacional e incluso internacional. Todos los servicios se muestran a modo de llave en mano donde el emprendedor sólo tiene que hacer crecer su negocio.

Como parte de las carencias detectadas, habría que elevar el **conocimiento de idiomas** de los fundadores de Startups, el impulso a la **creación de clusters**, una financiación apropiada para cada fase de los proyectos con la consolidación y ampliación de las **redes de financiación** de proyectos, consolidación de una **metodología de mentoring** apropiada a nuestra realidad y con asesoramiento personalizado al estado de cada proyecto, la conexión efectiva de los espacios físicos y de las empresas que los componen con espacios de encuentro y coworking estructurados en diferentes enclaves estratégicos y mejora continua de la capacitación de los fundadores de empresas con programas específicos enfocados a sus necesidades.









Los participantes destacaron los principales errores en torno a carencias de algunos valores que consideran imprescindibles para alcanzar el liderazgo en emprendimiento innovador.

Así, acusan la **escasa continuidad de proyectos tras el paso por la incubadora** y, dentro de ella, perciben la **falta de experiencia y especialización del personal** y de aptitudes

por parte de los emprendedores, que no llevan a cabo una **planificación realista de su idea**.

Las mismas aceleradoras, por su parte, deberían participar de una mayor cohesión y comunicación entre ellas. Esto se traduce muchas veces en una falta de objetividad en la selección de empresas dentro de incubadoras y aceleradoras.

BUENAS PRÁCTICAS EN VIVEROS, HUBS, INCUBADORAS, ACELERADORAS DE EMPRESAS Y COOPERACIÓN EMPRESARIAL:

-  Generar sinergias y cooperación empresarial.
-  Dar un asesoramiento integral y personalizado.
-  Fomentar las relaciones sinérgicas a través del networking.
-  Propiciar una actitud de innovación abierta.
-  Crear redes de contactos.
-  Ampliar redes de financiación.
-  Promocionar a las universidades como canal difusor y centro de nacimiento de empresas.
-  Crear itinerarios personalizados, consultoría de calidad y mentorización de los proyectos desde su inicio hasta la consolidación del mismo.

I+D+I, PATENTES Y MARCAS

Qué es la innovación, cuál es la labor de los grupos de investigación en Universidades y centros de estudios, cómo puede repercutir estos logros en las empresas y en el conjunto de la sociedad y cómo facilitar la transición de la investigación académica al tejido productivo nacional, son los principales dilemas que surgen alrededor de esta temática.

Este panel estuvo configurado por expertos en innovación involucrados en las diferentes fases de la cadena de valor. Juntos analizaron, debatieron y propusieron medidas para la convergencia estratégica entre grupos de investigación en Universidades, Centros de estudios, Administraciones Públicas y Empresas. Todo ello con el objetivo de optimizar la **permeabilización** de la cadena de valor de la **innovación** para con la **sociedad** en su conjunto.

Se llegó a la conclusión generalizada de que una de las herramientas clave para lograr el objetivo anteriormente expuesto sería la creación de **clústeres especializados**, con spin offs y centros de investigación que generen sinergias entre sí, promoviéndose a su vez la generación de **protocolos o metodologías** para trasladar proyectos de I+D+i a las empresas.

Estos clústeres deben estar a su vez estrechamente vinculados con el sistema educativo para favorecer la generación de un **ecosistema innovador**.

Profundizando algo más en las conclusiones del panel, se convino que el resto de **herramientas** necesarias para el logro del objetivo inicialmente expuesto, podrían dividirse en los siguientes grupos:

Logísticas: que promuevan la conexión entre parques científicos y tecnológicos existentes entre sí y con otros agentes de conocimiento a nivel estatal. En este grupo cabría resaltar también la necesidad de apoyo de las Oficinas de Patentes, facilitando un proceso ágil y una reducción de costes administrativos en la tramitación de patentes, así como una estandarización de la documentación básica en el proceso de transferencia.

Económicas: debido a las actuales barreras de acceso a la financiación, se requieren nuevos planes políticos de fomento de la I+D+i, así como el desarrollo de modelos de apoyo financiero que conecten directamente la inversión con el investigador vinculando el flujo de incentivos o de financiación a resultados o competencias. Al mismo tiempo es preciso fomentar una mayor inversión pública mejorando el marco fiscal existente e implantando incentivos fiscales eficientes para proyectos empresariales con actividades de I+D+i.

Un tercer grupo serían las herramientas **Educativas:** para una sociedad más avanzada e innovadora se hace necesaria más formación básica en gestión de la innovación, así como la creación de más mecanismos que potencien el networking entre universidades, centros tecnológicos y empresas.

Así mismo, la cultura emprendedora en materia de innovación debe ser fomentada desde las fases más tempranas del sistema educativo.

La articulación de estos tres pilares debe recogerse en una estrategia común basada en el diálogo permanente entre el sector público

y el privado al objeto de crear nuevas herramientas de cooperación y optimizar las ya existentes para generar el ecosistema emprendedor inicialmente referido.

BUENAS PRÁCTICAS EN I+D+i, PATENTES Y MARCAS:

- Formación básica en gestión de la innovación.
- Permeabilización de la cadena de valor de la innovación.
- Creación de clústeres especializados.
- Generación de un ecosistema innovador.
- Reducción de costes administrativos en la tramitación de patentes.
- Conexión entre parques científicos y tecnológicos.
- Nuevos planes políticos de fomento de la I+D+i.
- Generación de protocolos o metodologías para trasladar proyectos de I+D+i a las empresas.
- Implantación de incentivos fiscales eficientes para proyectos empresariales con actividades de I+D+i.

9 INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO SOCIAL, SECTOR SOCIAL DE LA ECONOMÍA

La búsqueda de modelos de desarrollo social y medioambientalmente responsables de los últimos años, ha supuesto un fuerte impulso para las empresas sociales por compatibilizar su vocación social con su actividad económica. No se limitan exclusivamente a países desarrollados, cada vez son más los emprendimientos sociales llevados a cabo en contextos de pobreza económica, orientados a la obtención de algún beneficio social y a la promoción del desarrollo humano.

En este panel se debatió sobre la innovación económica y social; se compartieron metodologías avanzadas, buenas prácticas y nuevos proyectos; con una visión amplia, interrelacionada, la innovación-emprendimiento-economía social; se reflexionó sobre la necesidad e importancia de la intercooperación y redes de cooperación en las entidades sociales.

Se destacó el **valor de iniciativas empresariales con carácter social** que contribuyan a la **integración de sectores en riesgo**. Para ello, se hace necesaria, una vez más, la formación en el sector y el fomento del **emprendimiento desde un enfoque colectivo**, contando con proyectos anteriores a modo de referente.

Para alcanzar los objetivos, las organizaciones reclaman **más colaboración público-privada**, **mayor cobertura legal** y difundir buenas prácticas y fomentarlas en espacios educativos.

Las organizaciones y entidades participantes debatieron y compartieron ideas sobre la diversidad de herramientas disponibles actualmente en el mercado y en la sociedad, aunque en su mayor parte pasan por **una**

legislación adecuada, herramientas públicas de financiación y la **necesidad de instituciones públicas volcadas en el emprendimiento desde el enfoque de la innovación social**.

Se propone la **creación de redes productivas de cooperativas** a nivel autonómico a través de las que acceder al mercado con competencia real para el sector de la economía social.

Se analizan los **errores** que se cometen para poder lograr los objetivos previstos, algo fundamental para poder trazar proyectos e intentar llevarlos a buen puerto. Se destaca la confusión existente entre “ánimo de lucro” y empresa, ambos no son incompatibles.

En este sentido se pone de manifiesto que **muchos proyectos** carezcan de verdadera profesionalidad y que se **acojan a la moda de la economía social sin un plan sostenible detrás**. Se señala a las administraciones y a los agentes del sector por su **descoordinación y falta de cooperación** y solidaridad.

En conjunto, estos eran los principales obstáculos, pero en la base está la **escasa interlocución y falta de visión comunitaria**.

Hubo unanimidad de acuerdo en la necesidad de implantar una serie de estrategias que asentara las iniciativas de emprendimiento social.

Entre ellas, el **establecimiento de una normativa específica** como una de las políticas principales a abordar. Se entiende que se deberían ofrecer incentivos fiscales a aquellas empresas que contribuyan al bien común, además de reducir las obligaciones legales para fomentar la creación de proyectos emprendedores vinculados a la economía social. Es urgente **incorporar cláusulas sociales en la contratación pública** y simplificar los trámites burocráticos.

Reiterando nuevamente la formación como imprescindible, por lo que se plantean medi-

das que impulsen la **educación en valores de emprendimiento ético**.

Finalmente, se enunciaron una serie de medidas, como apostar por aquellas que tengan verdadero impacto social tomando como referencia entidades líderes e incluyendo la innovación tecnológica en los proyectos, **innovación social acompañada de innovación tecnológica**, creación de una guía de buenas prácticas con carácter oficial, así como la **intercooperación** entre proyectos del sector, mutualizando para lograr **economías de escala**.

BUENAS PRÁCTICAS EN INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO SOCIAL, EL 4º SECTOR:

- Puesta en valor de iniciativas empresariales con carácter social.
- Fomento del emprendimiento desde un enfoque colectivo.
- Colaboración público-privada.
- Mayor cobertura legal.
- Mayor coordinación, cooperación y solidaridad.
- Mayor interlocución y visión comunitaria.
- Establecimiento de una normativa específica.
- Incorporación de cláusulas sociales en la contratación pública.
- Educación en valores de emprendimiento ético.
- Innovación social acompañada de innovación tecnológica.
- Intercooperación entre proyectos del sector.
- Logro de economías de escala.

10 BARRERAS AL EMPRENDIMIENTO

Año tras año, los datos del análisis comparativo de la tasa de actividad emprendedora, sitúa a Andalucía por encima de la media española. Del informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor) se desprende que estamos en una tierra de emprendedores en donde nacen muchas y buenas ideas y se llevan a cabo proyectos de éxito. El fomento del espíritu emprendedor e innovador son elementos claves en las políticas públicas de emprendimiento, así como conocer la importancia que tienen para el desarrollo económico y social de las regiones, como pieza fundamental para el fomento de la innovación, soporte de la competitividad.

Aun así son todavía **muchas las barreras que dificultan el inicio y desarrollo de una actividad emprendedora**, el informe DOING BUSINESS sitúa a nuestro país en la posición 34 sobre 189 economías a nivel internacional y observamos que existen multitud de obstáculos que amenazan y a veces imposibilitan un avance más positivo y rápido en esta materia.

Se plantea que todo el ecosistema emprendedor deba agilizar y flexibilizar sus acciones a la hora de interactuar con todos aquellos que quieren emprender acercándose a sus necesidades reales, como el **reducir la burocracia de trámites y plazos a la hora de crear empresas**, desarrollando normativas, coordinando esfuerzos y facilitando recursos.

Siempre poniendo en **valor positivo la figura del emprendedor** desde el sistema educativo hacia todos los ámbitos de la sociedad.

Para conseguir los objetivos marcados se han de proporcionar a las personas emprendedoras instalaciones que cuenten con **personal técnico especializado en la tutorización de**

proyectos y que puedan **desarrollar su capacitación y espacios de innovación** donde poder incubar las ideas y el nacimiento de nuevos proyectos.

Se analizan los errores que se detectan para alcanzar los objetivos previstos y se detecta la **falta de coordinación entre las administraciones**, nuevos instrumentos financieros públicos y privados a medida para el establecimiento de nuevas empresas, falta de educación financiera e implicación de la sociedad para valorar la figura y los valores que representa intentar ser emprendedor.














Se deberían establecer unas **estrategias** orientadas a mejorar los objetivos planteados para que vayan desapareciendo cada vez más las barreras al emprendimiento y fundamentadas en la **simplificación de trámites** en la constitución de empresas, **mejora de la normativa** en materias fiscales y de la Seguridad Social en los primeros años de funcionamiento atendiendo a una armonización con el resto de países europeos e implementar de forma reglada en el **sistema educativo** de forma transversal y en las diferentes etapas el **fomento de la cultura emprendedora**. Potenciar la **cooperación ciencia-empresa** para incrementar el número de startups que salgan de las líneas de investigación de la universidad.

Las organizaciones presentes proponen una serie de **medidas** orientadas para que desaparezcan los obstáculos en el itinerario de un emprendedor para que pueda alcanzar sus objetivos con éxito: establecer sistemas de mejora de la educación y la **motivación para emprender**, proporcionar **apoyo técnico para la validación de las ideas de negocios** y la elaboración de planes de empresa para inten-

tar reducir los riesgos, **facilitar instrumentos financieros** públicos y privados a medida con disminución de garantías como el capital riesgo, crowdfunding, microcréditos, crear **redes para el apoyo al emprendimiento** entre instituciones potenciando foros de encuen-

tro, crear **ventanillas únicas empresariales**, incrementar la infraestructura para la creación de **espacios de coworking**, fomentar la **administración electrónica**, herramientas digitales y simplificar los trámites administrativos.

BUENAS PRÁCTICAS PARA SUPERAR BARRERAS AL EMPRENDIMIENTO:

-  Agilización y flexibilización del ecosistema emprendedor.
-  Reducción de la burocracia de trámites y plazos a la hora de crear empresas.
-  Refuerzo del valor positivo de la figura del emprendedor.
-  Especialización del personal técnico en la tutorización de proyectos.
-  Mayor coordinación entre las administraciones.
-  Simplificación de trámites en la constitución de empresas.
-  Potenciación de la cooperación ciencia-empresa.
-  Motivación para emprender.
-  Facilitación de instrumentos financieros.
-  Creación de ventanillas únicas empresariales.
-  Fomento de la administración electrónica.
-  Mejora de la normativa en materias fiscales y de la seguridad social en los primeros años de funcionamiento.
-  Implementación del fomento de la cultura emprendedora de forma reglada en el sistema educativo de forma transversal y en las diferentes etapas.

11

COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

La comunicación juega un papel importante en la repercusión que tiene el buen o mal uso de los medios, los canales y la calidad de la información el mundo del emprendimiento, siendo imprescindible adoptar estrategias en materia de divulgación que contribuyan al éxito o fracaso de las políticas adoptadas.

Uno de los temas que se abordaron en este panel fue la necesidad por parte de los organismos públicos de crear **programas y medidas legislativas** que sirvan en sí mismas como forma de promocionar y difundir el emprendimiento en la sociedad, es decir, establecer la responsabilidad que tienen los poderes públicos de crear una buena o mala imagen del emprendedor y empresario.

Todos los asistentes confirmaron que la imagen actual que la sociedad tiene de los empresarios no coincide con la realidad. Y que el papel de las administraciones es fundamental para contribuir a una percepción real.

Fueron ideas coincidentes a lo largo del debate del panel la necesidad de **no mitificar la figura del emprendedor**, siendo necesario hablar con **transparencia** tanto de **los casos de éxito** como de **fracaso**, para ello entienden que es muy importante que la información se obtenga de **canales fiables**, siendo imprescindible por tanto para ello que se le facilite el acceso a dicha información en igual medida a los **medios de comunicación especializados** y, a la vez, que estos sepan extraer el elemento noticioso de la actividad en sí misma, para difundirla por el medio adecuado y con creatividad.

Además, los periodistas asistentes insistieron en que no todos están capacitados para transmitir las informaciones sobre emprendi-

miento con veracidad y rigor, que **deben especializarse** para no desvirtuar la noticia. Se insistió en que al igual que hay programas con temáticas especializadas, debería haber programas e incluso canales que versen sobre el emprendimiento en su más amplia definición (emprendimiento individual, social, generacional, colectivo, etc.).

Desde el punto de vista de la contribución de los poderes públicos de las distintas administraciones, así como de las entidades relaciones con el emprendimiento, se coincide en la importancia de **fomentar la cultura emprendedoras desde los estadios más tempranos del sistema educativo**, de forma que el emprendimiento se vea normalizado en la sociedad, pero eso sí habiendo una **conexión real y directa entre la realidad, el mercado y la formación**, mediante la tutorización, formación y motivación de la mano de empresas.

Sin embargo, todo este **Plan estratégico en la educación** desde el colegio a la universidad se debe de difundir haciendo uso de todos los **canales: redes sociales, rotulación de calles (códigos QR), circuitos turísticos de la innovación y métodos tradicionales**, coincidiendo todos y en todo momento que **éstos últimos están perdiendo últimamente la importancia que se les debe dar**. Y garantizando que todos **los públicos tengan acceso a la información**, gracias a la **democratización que las nuevas tecnologías permiten**.

En otro orden de cosas, destacan como errores principales la **imagen distorsionada que se hace de la figura del emprendedor**, mitificándolo y no seleccionando el medio adecuado para su difusión, ya que se carece de medios especializados para su correcto trata-

miento dentro de los diferentes medios de comunicación.

Para solucionar todas estas trabas y para una correcta difusión de emprendimiento se apuesta por la realización de un **Pacto por el Emprendimiento entre los organismos públicos y los medios de comunicación**, facilitándose el acceso del emprendedor a los medios de comunicación y viceversa, para **obtener una información veraz y contrastada**.

De igual forma, se entiende de vital importancia la **formación en valores en la sociedad respecto al emprendimiento** y el **fomento de**

especialización de los periodistas en las mismas redacciones para una adecuada transmisión de la información de esta materia.

Para concluir es importante **regular normativamente la relación entre los medios de comunicación y el mundo empresarial** para mejorar la imagen del emprendimiento y trabajarlo con transparencia y, todo ello, mediante la especialización en el gremio para una correcta transmisión de la información, además de seguir trabajando en el **fomento de la cultura emprendedora** como pilar básico del futuro del mundo empresarial desde el sistema educativo.

BUENAS PRÁCTICAS EN COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO:

- Medios de comunicación especializados.
- Conexión real y directa entre la realidad, el mercado y la formación.
- Uso de canales nuevos y tradicionales.
- Formación en valores en la sociedad.
- No mitificar la figura del emprendedor, siendo necesario hablar con transparencia tanto de los casos de éxito como de fracaso.
- Establecimiento de la legislación de la relación entre los medios de comunicación y el mundo empresarial.
- Pacto por el Emprendimiento entre los organismos públicos y los medios de comunicación.



Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO

