

“Si tomas como ejemplo que un simple caramelo ha sido toda una oportunidad empresarial, podrás llegar muy lejos”.



# Memoria de actividades desarrolladas Año 2009



**CdE**

Universidad  
de Cádiz

Cátedra de  
Emprendedores



**UCA**

Universidad  
de Cádiz

Gestionada por



## Contenidos

1. Resumen Ejecutivo.....	3
2. Líneas estratégicas .....	4
3. Fichas de Actividades desarrolladas .....	5
5. Equipo de Trabajo.....	15
Anexo 1: Entidades colaboradoras en las actividades de la Cátedra de Emprendedores.....	18
Anexo 2: Seminarios de creatividad “Hacia la Universidad emprendedora” .....	22
Anexo 3: Talleres de Comunicación de Proyectos e Ideas .....	40
Anexo 4: Boletín electrónico “UCA Emprende” .....	46
Anexo 5: Proyecto “Emprendedoras y Emprendedores como tú” 2009.....	47
Anexo 6: Programa “Emprender + cerca” .....	58
Anexo 7: Ciclo de conferencias “Emprender desde la música y la cultura” .....	67
Anexo 8: Programa UNECREA.....	79
Anexo 9: Acto de apertura del curso emprendedor 2009/2010 .....	87
Anexo 10: Puesta en marcha del portal de empresas UCA.....	108
Anexo 11: Programa formativo III Edición “La UCA Emprende” .....	115
Anexo 12: Taller PDI-PAS “Dinamización y motivación de equipos de trabajo” .....	123
Anexo 13: Taller PDI-PAS “Recursos didácticos en la creación de proyectos empresariales” .....	129
Anexo 14: Curso “Mejoras de habilidades directivas: cómo vender mejor tu producto/servicio” .....	135
Anexo 15: Ciclo de conferencias “Emprender desde el deporte” .....	142
Anexo 16: Estudio de casos de empresas “ERA Gestión de actividades socioculturales” .....	149
Anexo 17: Estudio del potencial emprendedor de los egresados UCA. “Intención de emprender a 3 años vista” .....	152
Anexo 18: Servicio de asesoramiento y acompañamiento del itinerario del emprendedor.....	189
Anexo 19: IV Internacional Workshop of Research based on GEM.....	198
Anexo 20: Avance del estudio de la actividad emprendedora desde una perspectiva de género .....	215
Anexo 21: Jornada “Mujer y desafío Emprendedor en España” .....	232
Anexo 22: Informe Ejecutivo GEM Andalucía 2008 .....	238

## 1. Resumen Ejecutivo

La Cátedra de Emprendedores de la UCA, tras dos años de funcionamiento, refuerza su imagen, en el marco universitario andaluz, y los servicios ofrecidos para la promoción del espíritu emprendedor universitario.

Los retos del año 2009 han sido básicamente dos: la puesta en marcha y consolidación del servicio de atención al emprendedor/a de la Universidad de Cádiz y en segundo lugar el desarrollo de iniciativas en red con otras entidades y universidades.

A finales del año 2008 se puso en marcha el servicio de atención al emprendedor. Por el mismo, han pasado 72 personas y 39 proyectos a lo largo del año 2009. Este servicio se ha esforzado en ser un espacio de referencia para la comunidad universitaria emprendedora. En el mismo se han ofrecido los recursos materiales, técnicos y humanos para el desarrollo de iniciativas empresariales de la UCA.

Desde la Cátedra de Emprendedores se ha seguido insistiendo en la necesidad del trabajo colectivo para impulsar la cultura emprendedora. Desde sus inicios, la Cátedra de Emprendedores ha planteado su colaboración a los agentes sociales (stakeholders) protagonistas e interlocutores del tejido empresarial de la provincia de Cádiz (Andalucía Emprende, CEC, AMEP, FUECA, Cámara de Comercio, AJE, Diputación, Ayuntamientos...). En el 2010, esta colaboración se extiende a otros países con el desarrollo del primer proyecto internacional de la Cátedra junto a la Universidad Tecnológica de Panamá.

En cuanto a la promoción del espíritu emprendedor, principal objetivo de la Cátedra, destaca especialmente el dato de las más de 2.200 personas que han participado en las 48 actividades desarrolladas por la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz en el año 2009.

El desafío de fomentar el espíritu emprendedor en la Universidad de Cádiz pasa por innovar desde la Cátedra. En el 2009 se ha lanzado el programa “Emprender + Cerca” basado en la experiencia de la Universidad Politécnica de Valencia y que ha obtenido excelentes resultados en cuanto a la difusión de las actividades y acercamiento a la comunidad universitaria.

Entre el catálogo de actividades desarrolladas destaca la realización de 9 conferencias y 1 congreso internacional a lo largo del año 2009, 3 mesas de trabajo y 2 talleres para docentes e investigadores, 10 jornadas de fomento de cultura emprendedora en los centros universitarios de los cuatro campus de la Universidad, 36 titulaciones visitadas en horario de clase, 3 cursos de gestión empresarial, 17 talleres de habilidades directivas y 1 taller de ventas dirigidos a empresarios y empresarias en fase de inicio de su actividad empresarial.

El año 2010 plantea el inicio de una nueva etapa, la de la consolidación y el crecimiento de las empresas surgidas desde la Universidad de Cádiz y el nacimiento del “Club de Empresas UCA” como referente de la interacción Universidad- Empresa.

## 2. Líneas estratégicas

Las líneas estratégicas se definen en función del proceso emprendedor. Teniendo como alcance todo el proceso emprendedor se puede definir por un lado los estados por los que se sucede un proyecto y por otro lado las actividades conducentes a que el proceso se complete.

- Dinamización, motivación y divulgación del potencial emprendedor de la UCA como motor de captación de ideas y personas. Las acciones destinadas a esta fase del proyecto se desarrollarán en la línea estratégica **Promoción de la Cultura Emprendedora**.  
*Que haya más universitarios que [QUIERAN EMPRENDER](#)*
- Capacitación y formación en creación de empresas. El objetivo básico es la formación y asesoramiento de aquellas personas que quieren crear una empresa. Estos servicios se centrarán en la línea estratégica **Formación a emprendedores**.  
*Que haya más universitarios que [SEPAN EMPRENDER](#)*
- Apoyo a las iniciativas emprendedoras. Asesoramiento a los emprendedores para transformar las ideas en proyectos empresariales y éstos en empresas. Esta línea es la denominada **Apoyo al proyecto empresarial**.  
*Que haya más universitarios que [PUEDAN EMPRENDER](#)*

Estas tres acciones se complementan con las **acciones de investigación** que ayuden a las instituciones responsables en el área de creación de empresas a tomar las decisiones oportunas.

*Para tomar decisiones debemos [CONOCER MEJOR EL FENÓMENO EMPRENDEDOR](#)*

### 3. Fichas de Actividades desarrolladas

A continuación se relacionan las fichas de seguimiento de las actividades realizadas por la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz en el periodo 2008-09. Se adjuntan como anexos las Memorias de las actividades.

<b>1. Seminarios de creatividad “Hacia la Universidad Emprendedora: innovación, creatividad y creación de empresas desde la UCA”</b>	<b>Línea estratégica 1. Dinamización, motivación y divulgación del potencial emprendedor en la UCA</b>
<b>Descripción:</b> Realización de acciones de generación de ideas de negocio de cara a su posterior de estudio de viabilidad. Complemento del Programa UNECREA, destinado a los alumnos de las asignaturas de <i>Creación y Viabilidad de Empresas</i> de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.	
<b>Periodo de ejecución:</b>	Enero – Febrero de 2009
<b>Entidades y áreas relacionadas:</b> Cátedra Bancaja de Jóvenes Emprendedores de la Universidad de Cádiz Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.	

<b>2. Boletín electrónico “UCA Emprende”</b>	<b>Línea estratégica 1. Dinamización, motivación y divulgación del potencial emprendedor en la UCA.</b>
<b>Descripción:</b> Boletín electrónico de la Cátedra Bancaja de Jóvenes Emprendedores de la Universidad de Cádiz como instrumento de difusión de los eventos que se desarrollen. Incluye apartados de formación y de recursos que Bancaja ofrece a los jóvenes con inquietudes emprendedoras	
<b>Periodo de ejecución:</b>	Enero - Diciembre de 2009
<b>Entidades y áreas relacionadas:</b> Cátedra Bancaja de Jóvenes Emprendedores de la Universidad de Cádiz	

<b>3. Talleres de Comunicación de Proyectos e Ideas</b>	<b>Línea estratégica 2. Capacitación y formación.</b>
---	---

**Descripción:** dotar al alumno de la asignatura “Creación de empresas” de una serie de habilidades que permitan hacer llegar de forma eficaz el mensaje que desea transmitir a futuros clientes, proveedores, entidades financieras, socios, etc..., mediante el uso de las herramientas y técnicas más apropiadas a cada tipo de exposición.

**Periodo de ejecución:** Marzo- Mayo de 2009

**Entidades y áreas relacionadas:**

Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz  
Departamento de Organización de Empresas de la Universidad de Cádiz

4. Programa “Emprendedoras y Emprendedores como Tu”

Línea estratégica 1.  
Dinamización, motivación y divulgación del potencial emprendedor de la UCA

**Descripción:** Visualización de casos de éxito de empresas creadas por antiguos alumnos de la Universidad de Cádiz para el fomento del espíritu emprendedor entre la comunidad universitaria.

**Periodo de ejecución:** Mayo – Diciembre 2009

**Entidades y áreas relacionadas:**

Fundación Red Andalucía Emprende de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa  
Confederación de Empresarios de Cádiz  
Asociación de Jóvenes Empresarios de la provincia de Cádiz  
Oficina de Transferencia de los Resultados de la investigación de la universidad de Cádiz.

**El programa en cifras:**

- Número de empresas participantes: 12
- Número de emprendedores: 20
- Número de roller editados: 12
- Número de videos editados: 13

5. Programa “Emprender + Cerca”

Línea estratégica 1.  
Dinamización, motivación y divulgación del potencial emprendedor de la UCA

**Descripción:** Desarrollo de acciones para presentar los servicios que Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz presta a la comunidad universitaria y fomentar la cultura emprendedora en los centros universitarios.

Dirigido a todos los grupos de interés de centros de la Universidad de Cádiz: equipos decanales o dirección, docentes e investigadores y alumnos, especialmente aquellos que cursan el último curso.

**Periodo de ejecución:** Abril 2009 y Octubre-Diciembre 2009

**Entidades y áreas relacionadas:**

Cátedra Bancaja de Jóvenes Emprendedores de la Universidad de Cádiz  
Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz

Fundación Universidad Empresa de la provincia de Cádiz -FUECA  
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía.  
Vicerrectorado de Investigación, Desarrollo Tecnológico e innovación –OTRI  
Vicerrectorado del Campus de la Bahía de Algeciras (Escuela Politécnica Superior de Algeciras )

6. Ciclo de conferencias  
“Emprender desde la música y la cultura”

Línea estratégica 1.  
Dinamización, motivación y divulgación del potencial emprendedor de la UCA

**Descripción:** Jornadas de difusión del espíritu emprendedor mediante la aplicación de las experiencias en el ámbito cultural/creativo. Estas jornadas se orientan en particular a aquellos alumnos y alumnas de titulaciones de humanidades y ciencias sociales.

**Periodo de ejecución:**

Mayo 2009

**Entidades y áreas relacionadas:**

Cátedra Bancaja de Jóvenes Emprendedores de la universidad de Cádiz  
Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz  
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación  
Facultad de Filosofía y Letras  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.  
Fundación Universidad Empresa de la Provincia de Cádiz – FUECA  
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza  
La Voz de Cádiz

7. Programa UNECREA

Línea estratégica 1.  
Dinamización, motivación y divulgación del potencial emprendedor en la UCA.

**Descripción:** composición de equipos multidisciplinares entre alumnos y profesorado de distintos centros de la UCA para el desarrollo y posterior estudio de pre-viabilidad de nuevas ideas de negocio. El desarrollo del programa es la recopilación de ideas de negocio de los alumnos de la Escuela Superior de Ingeniería (proyectos fin de carrera) y de la Facultad de Filosofía y Letras. Tras un filtro, estas ideas serán analizadas por los alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales que cursen la asignatura de Creación de Empresas.

**Periodo de ejecución:**

Mayo – Julio 2009

**Entidades y áreas relacionadas:**

Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz  
Cátedra Bancaja de Jóvenes Emprendedores de la Universidad de Cádiz  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Escuela Superior de Ingeniería de Cádiz  
Facultad de Filosofía y Letras  
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza de la Consejería de Innovación, Ciencia y

Empresa de la Junta de Andalucía.

8. Acto de apertura del Curso Emprendedor 2009-2010

Línea estratégica 1.  
Dinamización, motivación y divulgación del potencial emprendedor

**Descripción:** Jornada de dinamización de la cultura emprendedora entre la comunidad universitaria en el que se da inicio a las actividades previstas por la Cátedra y se presentan las actividades patrocinadas por “Cátedra Bancaja de jóvenes emprendedores de la Universidad de Cádiz”.

**Periodo de ejecución:**

Octubre 2009

**Entidades y áreas relacionadas:**

Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz  
Cátedra Bancaja de Jóvenes Emprendedores de la Universidad de Cádiz  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía.

9. Puesta en marcha del portal de Empresas UCA

Línea estratégica 1.  
Dinamización y motivación y divulgación del potencial emprendedor de la UCA

**Descripción:** Puesta en marcha de un portal web de empresas nacidas de la UCA, como herramienta de enlace de todas ellas, incluye información e imágenes de cada una, así como la posibilidad de que los emprendedores puedan actualizarla cuando lo deseen.

**Inicio:**

Octubre 2009

**Entidades y áreas relacionadas:**

Cátedra de emprendedores de la Universidad de Cádiz  
Cátedra Bancaja de Jóvenes Emprendedores  
Universidad de Cádiz  
Fundación Universidad Empresa de la Provincia de Cádiz- FUECA  
Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación- OTRI

10. Programa Formativo III Edición “UCA Emprende”

Línea estratégica 2.  
Capacitación y Formación

**Descripción:** Programa dirigido especialmente a alumnos y la comunidad universitaria, para promover el espíritu emprendedor, la creatividad y hacer ver la importancia y la posibilidad de “aprender a emprender”, usando el conocimiento que se genera y administra desde la UCA.



<b>Inicio:</b>	Noviembre- Diciembre 2009
<b>Entidades y áreas relacionadas:</b> Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz Cátedra Bancaja de Jóvenes Emprendedores de la Universidad de Cádiz Fundación Universidad Empresa de la Provincia de Cádiz- FUECA Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza Facultad de CC. EE y Empresariales de Cádiz	

11. Taller PDI-PAS “Dinamización y motivación de equipos de trabajo”	Línea estratégica 1. Dinamización, motivación y divulgación del potencial emprendedor
<b>Descripción:</b> Jornada para desarrollar estrategias de dirección de equipos de trabajo mediante el conocimiento del comportamiento y dinámica de los grupos, a fin de asegurar el funcionamiento de los mismos. Se trata de impulsar y activar el desarrollo de habilidades y técnicas válidas para favorecer la dinamización de equipos y personas emprendedoras.	
<b>Periodo de ejecución:</b>	18 Noviembre y 16 Diciembre 2009 (2 ediciones)
<b>Entidades y áreas relacionadas:</b> Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	

12. Taller PDI-PAS “Recursos didácticos en la creación de proyectos empresariales”	Línea estratégica 1. Dinamización, motivación y divulgación del potencial emprendedor
<b>Descripción:</b> Jornada para desarrollar recursos mediante la aplicación de los métodos y procesos propios de la formación universitaria. Se pretende sensibilizar, revisar y entrenar en los recursos metodológicos para el desarrollo y difusión eficaz de la cultura emprendedora en el ámbito universitario	
<b>Periodo de ejecución:</b>	Noviembre 2009
<b>Entidades y áreas relacionadas:</b> Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	

13. Curso para Emprendedores/as “Mejoras de habilidades directivas: Cómo vender mejor tu producto/servicio”	Línea estratégica 2. Capacitación y formación
--	--

**Descripción:** Curso dirigido especialmente a emprendedores de cualquier sector, tengan o no vinculación con la Universidad para concienciar y entrenar en la relevancia personal en los procesos de venta. A todos aquellos que, sin tener nociones previas ni experiencia, desean aprender el arte de vender y para aquellos que ya viven del comercio, pero desean nuevas orientaciones e ideas productivas para mejorar sus ventas.

**Periodo de ejecución:**

Diciembre 2009

**Entidades y áreas relacionadas:**

Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

14. Ciclo de conferencia  
"Emprender desde el deporte"

Línea estratégica 1.  
Dinamización, motivación y divulgación del  
potencial emprendedor.

**Descripción:** Jornadas de difusión del espíritu emprendedor mediante la aplicación de las experiencias de deportistas o antiguos deportistas a la creación de empresas mediante la organización de equipos de trabajo, el liderazgo, el esfuerzo y el compromiso personal...

**Periodo de ejecución:**

Diciembre 2009

**Entidades y áreas relacionadas:**

Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz  
Cátedra Bancaja de Jóvenes Emprendedores de la Universidad de Cádiz  
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de Jerez  
Delegación de Comercio, Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía.

15. Estudio de casos de empresas  
"ERA Gestión de actividades socioculturales"

Línea estratégica 4.  
Investigación y estudio del fenómeno  
emprendedor.

**Descripción:** Estudio de empresas de base cultural nacidas de la Universidad de Cádiz, para utilizarlos en docencia, como técnica de aprendizaje que entrene a los alumnos en la elaboración de soluciones válidas para los posibles problemas de carácter complejo en la realidad futura.

**Inicio:**

Septiembre 2009 –(en proceso)

**Entidades y áreas relacionadas:**

Fundación provincial de Cultura  
Facultad de CC. EE. y Empresariales

16. Estudio del potencial emprendedor de los egresados UCA: Intención de emprender a 3 años vista.

Línea estratégica 4.  
Investigación y estudio del fenómeno emprendedor.

**Descripción:** Estudio comparativo de empresas creadas por los egresados de la Universidad de Cádiz, desde una perspectiva de género en el contexto internacional y en particular, su comparación con el conjunto de España, y las demás comunidades autónomas, además de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.

**Inicio:**

Octubre- Diciembre 2009

**Entidades y áreas relacionadas:**

Cátedra De Emprendedores de la Universidad de Cádiz  
Fundación Universidad Empresa de la Provincia de Cádiz- FUECA  
Unidad de Evaluación y Calidad de la Universidad de Cádiz

17. Servicio de asesoramiento y acompañamiento del Itinerario del Emprendedor

Línea estratégica 3.  
Apoyo de las iniciativas emprendedoras

**Descripción:** Creación de un servicio de atención para aquellos alumnos y profesores que tengan inquietudes emprendedoras.

En este servicio se atiende al emprendedor en una visita inicial de orientación sobre la idea de negocio. En una segunda visita se corrigen aquellas dudas puntuales sobre la oportunidad de negocio.

Por último se acompaña al emprendedor a los centros de la Fundación Red Andalucía Emprende de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa.

**Periodo de ejecución:**

Actividad en servicio permanente desde junio de 2008

**Entidades y áreas relacionadas:**

Trasversal a toda la Universidad de Cádiz

**El programa en cifras:**

Emprendedores asesorados por técnicos: 13  
Emprendedores acompañados a la FRAE (Consejería Innovación): 5  
Emprendedores en proceso de creación de empresas: 3

18. "IV Internacional Workshop of Research based on GEM"

Línea estratégica 4.  
Investigación y estudio del fenómeno emprendedor.

**Descripción:** Presentación de los resultados de investigación obtenidos por un equipo de más de 200 investigadores de todo el mundo pertenecientes al "Consortium GEM", sobre la actividad emprendedora.

<b>Inicio:</b>	Junio 2009
<b>Entidades y áreas relacionadas:</b> Universidad de Cádiz Instituto de Empresa GEM España Fundación Universidad Empresa de la Provincia de Cádiz - FUECA Fundación BANESTO Sociedad y Tecnología Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa Ministerio de Industria, Turismo y Comercio Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	

<b>19. Avance del estudio de la actividad emprendedora desde una perspectiva de género</b>	<b>Línea estratégica 4. Investigación y estudio del fenómeno emprendedor.</b>
<b>Descripción:</b> Estudio sobre el fenómeno emprendedor femenino, para conocer su alcance en España en comparación de la actividad emprendedora masculina.	
<b>Inicio:</b>	Septiembre - Diciembre 2009
<b>Entidades y áreas relacionadas:</b> Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz Universidad de Cádiz Instituto de Empresa Ministerio de Igualdad	

<b>20. Jornada "Mujer y desafío emprendedor en España"</b>	<b>Línea estratégica 4. Investigación y estudio del fenómeno emprendedor.</b>
<b>Descripción:</b> Jornada de debate y puesta en común de conclusiones sobre la actividad emprendedora de las mujeres en España, en los últimos años y en comparación con otros países.	
<b>Inicio:</b>	Diciembre 2009
<b>Entidades y áreas relacionadas:</b> Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz Universidad de Cádiz Instituto de Empresa Ministerio de Igualdad	

Actividades externas en las que ha colaborado la Cátedra de Emprendedores

Actividad	Entidad	Descripción
Coordinación actividades profesores creación de empresas junto a CADE Cádiz Cádiz, enero de 2009	Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	Reunión para el desarrollo de propuestas en el seno de la asignatura
Convocatoria de Premios UNIPROYECTA Cádiz, febrero de 2009	Universia - RUNAE	Convocatoria y selección del proyecto empresarial representante de la Universidad de Cádiz. SurAlgae – Ganador Nacional
Salidas profesionales Ingeniería Cádiz, marzo de 2009	Escuela Superior de Ingeniería	Ponencia “¿Por qué crear una empresa?”
AtrEBT Cádiz, mayo de 2009	OTRI de la Universidad de Cádiz	Miembro del jurado del premio a las mejores ideas.
Día del Emprendedor Andaluz Cádiz, 11 mayo de 2009	Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza	Ponencia “Emprender desde la Universidad” Instalación del stand “Emprende en la UCA”
Estudio de egresados de la Universidad de Cádiz Cádiz, junio de 2009	Unidad de Evaluación y Calidad	Diseño de cuestionario para alumnos que hayan creado una empresa
Curso AtrEBT Cádiz, julio de 2009	OTRI de la Universidad de Cádiz	Colaborador en la coordinación y ejecución del curso.
Jornadas universitarias de orientación profesional Cádiz y Jerez, julio de 2009	Dirección General de Empleo de la Universidad de Cádiz	Seminario sobre las posibilidades del autoempleo como salida profesional.
Programa Emprender en Femenino UNIVERSEM Puerto Real, julio de 2009	Dirección General de Empleo de la Universidad de Cádiz	Curso de creación de empresas de 20 horas.
Cursos de Verano de El Escorial Madrid, julio de 2009	Universidad Complutense de Madrid	Curso “Gestión de empresas culturales”
Plan estratégico del PTA Jerez, septiembre de 2009	PTA Jerez	Grupo de desarrollo estratégico
AtrEBT Cádiz, octubre de 2009	OTRI de la Universidad de Cádiz	Miembro del jurado del premio a los mejores proyectos.
Coordinación técnica IFEF – UCA Cádiz, octubre de 2009	IFEF Ayuntamiento de Cádiz	Coordinador UCA de las actividades relacionadas con el IFEF del Ayuntamiento de Cádiz

Premio Joven Empresario Cádiz Cádiz, octubre de 2009	Asociación Jóvenes Empresarios (AJE) Cádiz	Miembro del jurado del premio al joven emprendedor.
Puesta en marcha de la Cátedra de Emprendedores de la UCA Córdoba, octubre de 2009	Universidad de Córdoba	Intercambio de buenas prácticas y orientación estratégica de la Cátedra de Emprendedores de la UCO
Premios Cádiz Joven, Cádiz noviembre de 2009	Instituto Andaluz de la Juventud	Miembro del jurado del premio a la mejor empresa joven

### Otras actividades internas

#### Actividad

Propuesta para la puesta en marcha del proyecto SAICI Bahía de Cádiz en el marco del Plan de Competitividad de la Bahía de Cádiz.

Propuesta de desarrollo del programa “Club de Empresas UCA”.

Propuesta para la incorporación de habilidades emprendedoras en los nuevos grados..F

Campaña de difusión de la Cátedra de emprendedores a través de correo electrónico, web, cartelería y reportajes en prensa.

Adaptación del procedimiento de servicios de la Cátedra de Emprendedores a la norma ISO9001-2000. Auditoría prevista para febrero de 2010.

Colaboración en la difusión del “Informe GEM Andalucía” (Anexo 22).

#### 4. Equipo de Trabajo



**José Ruiz Navarro - Catedrático de Organización de Empresas - Universidad de Cádiz**

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales. Ingeniero Técnico Naval. Experiencia directiva en el sector industrial y de servicios. Fue Presidente de la consultora europea Gestión 1, S.A.. En la actualidad, Director en Andalucía del proyecto internacional Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Director del grupo de investigación “Dirección estratégica y creación de empresas”



**Julio Segundo Gallardo - Técnico**

Licenciado en Dirección y Administración de Empresas y Máster en Desarrollo Local por la Universidad de Cádiz. Experiencia profesional como técnico contable (Confortel, S.A. y FLISA, S.A.). Técnico del área de proyectos de FUECA desde 2002 y técnico de asesoramiento a la creación de empresas en varios proyectos. En la Cátedra de Emprendedores desde noviembre de 2007.



**María José Pérez Narváez - Técnica**

Diplomada en Ciencias Empresariales y Máster en Administración de Empresas por la Universidad de Cádiz. Experiencia profesional como técnico de administración (Fáster Ibérica ETT). En la Cátedra de Emprendedores desde mayo de 2009.



**Raúl Medina Tamayo - Técnico**

Licenciado en Derecho. Responsable del departamento jurídico y atención a asociaciones empresariales en asociación de consumidores (FACUA). Experiencia previa en Consultoría jurídica y sistemas de gestión de la Seguridad de la Información (Datagestión, S.L.). En la Cátedra de Emprendedores desde febrero de 2009.

CALENDARIO DE ACTIVIDADES											
enero -09	Febrero-09	marzo-09	abril-09	mayo-09	junio-09	julio-09	agosto-09	sept.-09	octub.-09	nov.-09	dic.-09
A1			A5	A4							
A2											
B1	B2	B3		A6	A18	B7		B11	A5		
C4	C3			A7				C2	A8	A11	
				B4	B6	B8			A9	A12	A13
				B5	C6	B9			B12	B16	A14
		A3				B10		A15			
A17											
									A16		
									B13	A10	
								A19			
									B14	C1	A20
									B15		
											C5

A1: Seminario de creatividad: “Hacia la Universidad Emprendedora: innovación, creatividad y creación de empresas desde la UCA”  
 A2: Boletín Electrónico “UCA Emprende”  
 A3: Talleres de Comunicación de proyectos e ideas  
 A4: Programa “Emprendedoras y Emprendedores Como tú”  
 A5: Programa “Emprender + Cerca”  
 A6: Ciclo de Conferencias “Emprender desde la música y la cultura”  
 A7: Programa UNECREA  
 A8: Acto de apertura del Curso emprendedor 2009-2010  
 A9: Puesta en marcha del Portal de Empresas UCA

A10: Programa Formativo “UCA Emprende” 2009/2010- III Edición.  
 A11: Talleres dirigidos a PDI-PAS: “Dinamización y motivación de equipos de trabajo”  
 A12: Talleres dirigidos a PDI-PAS: Recursos didácticos en la creación de proyectos empresariales”  
 A13: Curso dirigido a emprendedores: “Mejora de habilidades directivas: cómo vender mejor tu producto/servicio”  
 A14: Ciclo De conferencias “Emprender desde el deporte”  
 A15: Estudio de casos de empresas. “ERA Gestión de actividades socioculturales”



A16: Estudio del “potencial emprendedor de los egresados: Intención de emprender a 3 años vista”.

A17: Servicio de asesoramiento y acompañamiento del itinerario del emprendedor.

A18: “IV Internacional Workshop of Research based on GEM”

A19: Estudio de la actividad emprendedora desde una perspectiva de género

A20: Jornada “Mujer y Desafío Empresarial”

B1: Coordinación actividades profesores creación de empresas junto a CADE Cádiz

B2: Convocatoria de Premios UNIPROYECTA

B3: Salidas profesionales Ingeniería

B4: AtrEBT: premio a las mejores ideas.

B5: Día del Emprendedor Andaluz

B6: Estudio de egresados de la Universidad de Cádiz

B7: Curso AtrEBT: ejecución del curso

B8: Jornadas universitarias de orientación profesional

B9: Programa Emprender en Femenino UNIVERSEM

B10: Cursos de Verano de El Escorial

B11: Plan estratégico del PTA Jerez,

B12: AtrEBT: premio a los mejores proyectos

B13: Coordinación técnica IFEF – UCA

B14: Premio Joven Empresario Cádiz

B15: Puesta en marcha de la Cátedra de Emprendedores de la UCA, Córdoba

B16: Premios *Cádiz Joven*

C1: Propuesta para la puesta en marcha del proyecto SAICI Bahía de Cádiz en el marco del Plan de Competitividad de la Bahía de Cádiz

C2: Propuesta de desarrollo del programa “Club de Empresas UCA”

C3: Propuesta para la incorporación de habilidades emprendedoras en los nuevos grados

C4: Campaña de difusión de la Cátedra de emprendedores a través de correo electrónico, web, cartelería y reportajes en prensa

C5: Adaptación del procedimiento de servicios de la Cátedra de Emprendedores a la norma ISO9001-2000. Auditoria prevista para febrero de 2010

C6: Colaboración en la difusión del “Informe GEM Andalucía”

---

---

# Anexo 1: Entidades colaboradoras en las actividades de la Cátedra de Emprendedores



Diciembre 2009

---

---

Entidades colaboradoras de la Cátedra de Emprendedores año 2009

Entidades Públicas	
1	Ministerio de Igualdad
2	Ministerio de Ciencia e Innovación
3	Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa
4	Consejería de Turismo, Comercio y Deportes
5	Consejería de Cultura
6	Diputación provincial de Cádiz

Asociaciones de empresarios y entidades intermedias	
7	Confederación de Empresarios de Cádiz
8	Asociación de Jóvenes Empresarios de la provincia de Cádiz
9	Asociación de Empresarias y Profesionales de la provincia de Cádiz
10	Confederación de Empresarios de Andalucía
11	Cámara Oficial de Comercio de Cádiz
12	CEEI Bahía de Cádiz
13	CEEI Navarra

Medios de comunicación	
14	Agencia EFE
15	Revista Emprendedores
16	Revista Andalucía Económica
17	Revista Capital
18	Revista Mi Cartera de Inversión
19	Revista El Economista
20	Periódico Expansión
21	Periódico Cinco días
22	Periódico La Voz de Jerez
23	Grupo Joly
24	Onda Cádiz

Áreas de la Universidad de Cádiz	
25	OTRI
26	Gabinete del Rector
27	Fundación Campus Tecnológico
28	Consejo Social
29	Dirección General de Empleo
30	AISEEC
31	Asociación ALACE

32	Vicerrectorado de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación
33	Vicerrectorado de alumnos
34	Vicerrectorado de Adjunto al Rector
35	Vicerrectorado Campus Bahía de Algeciras
36	Vicerrectorado de Relaciones Internacionales y Cooperación
37	Vicerrectorado de Tecnologías de la Información e Innovación Docente
38	Vicerrectorado de Planificación y Calidad

Empresas	
39	Bancaja
40	Quinta Ingeniería
41	Ozonia Consultores
42	Mundocom
43	Konectia
44	De ida y vuelta
45	Chorot Producciones
46	Isoluciones Auditores Informáticos
47	Animarte Cádiz
48	Era, gestión de actividades socioculturales
49	IGFotón Ingenieros
50	Cetárea del Sur
51	Única Máquinas
52	Aula 3
53	Aulanueve
54	Titania
55	Capacero
56	Capital Asesores
57	Suralgae
58	Grupo Ailam
59	Artepick
60	Pronaex
61	Neos Brand
62	Logic Control
63	Mundoficción
64	Prime Time Sports
65	Tricom Sistemas

Universidades y otros centros de formación	
66	Universidad Politécnica de Cataluña
67	Universidad de Lleida
68	Universidad Autónoma de Madrid
69	Universidad de Huelva
70	Universidad Pablo de Olavide

71	Universidad de Extremadura
72	Universidad de Cantabria
73	Universidad de Zaragoza
74	Universidad de León
75	Universidad de Deusto
76	Instituto de Empresa de Madrid Business School
77	Universidad de Oviedo
78	Universidad Miguel Hernández
79	Universidad Autónoma de Madrid
80	Universidad de Córdoba
81	Universidad Tecnológica de Panamá (Panamá)
82	Universidad de Desarrollo de Santiago (Chile)
83	Babson Collage (EEUU)
84	George Manson University (EEUU)
85	Indiana University (EEUU)

---

---

# Anexo 2: Seminarios de creatividad “Hacia la Universidad emprendedora”



Enero- Febrero 2009

---

---

Mesas de trabajo:

“HACIA LA UNIVERSIDAD EMPRENDEDORA”

**Organizada por:**

Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz

Cátedra Bancaja de Jóvenes Emprendedores de la Universidad de Cádiz – Fundación Bancaja

FUECA

**Con la colaboración de:**

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

## Mesas de trabajo

### “HACIA LA UNIVERSIDAD EMPRENDEDORA: INNOVACIÓN, CREATIVIDAD Y CREACIÓN DE EMPRESAS DESDE LA UCA”

18 de febrero de 2009

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Duque de Nájera, 8

11002 – Cádiz

### “LA TRANSFERENCIA DE I+D Y VALORIZACIÓN DEL CONOCIMIENTO DESDE LA UNIVERSIDAD: LA CREACIÓN DE EBT’S”

20 de marzo de 2009

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Duque de Nájera, 8

11002 - Cádiz

## Equipo de trabajo

**Director de la actividad:** José Ruiz Navarro

**Asistencia técnica:**

Julio Segundo Gallardo

Juan Manuel Alcedo Fernández

Raúl Medina Tamayo



### Justificación y objetivos

El compromiso de la Universidad de Cádiz con la situación económica actual se manifiesta a través de la Cátedra de Emprendedores, con el objetivo de poner en valor los conocimientos adquiridos en la Institución, con el fin último de la creación de más y mejores empresas en la provincia de Cádiz que contribuyan al reflotamiento de la economía de la zona.

En este sentido, la Cátedra de Emprendedores viene trabajando en el fomento de la cultura emprendedora entre la comunidad universitaria de la UCA, es decir, alumnos, personal docente e investigador y personal de administración y servicios. Para ello tiene marcada una serie de líneas estratégicas que persiguen que el personal de la Universidad de Cádiz, **quiera, sepa y pueda emprender**, para finalmente **estudiar** de qué manera se comporta el fenómeno emprendedor para cubrir las deficiencias que fueran detectadas.

En base a estos antecedentes y ante el desarrollo a favor de corriente para que la Universidad de Cádiz sea una universidad emprendedora, creativa, diferente y dinámica, se propone la celebración de una serie de mesas de trabajo con el objetivo fundamental de *producir un flujo de ideas para desarrollar la tercera misión de las universidades: la universidad emprendedora*, la que pone en valor las misiones principales de formación e investigación. Para hacer más práctico el desarrollo de las sesiones, se plantean otros asuntos para la reflexión de los presentes: la oportunidad y la innovación como oportunidades para la generación de empresas competitivas, cómo innovar y ser más creativos en los grupos de investigación, el conocimiento universitario y la generación de riqueza para el territorio, la manera de hacer emerger la creatividad del alumno y la aplicación de nuevas tecnologías como creación de valor.

La celebración de estas sesiones ha permitido la reflexión de sus participantes, procedentes de diversos departamentos de la Universidad de Cádiz y otras entidades externas implicadas en el proceso de creación de empresas, lo que ha enriquecido el debate y expandido las conclusiones tomadas a la finalización de cada una de las sesiones, así como ha permitido sentar las bases para el desarrollo de nuevas acciones con el personal docente e investigador de la UCA.

### Público objetivo y difusión

El público objetivo al que se dirigió la mesa redonda responde principalmente al personal docente e investigador de la Universidad de Cádiz con inquietudes en la relación existente entre creatividad, innovación y creación de empresas, en la búsqueda de nuevas motivaciones para potenciar la participación e implicación del alumnado. Además de este perfil, para dar riqueza al debate, se invitó a:

- Fundación Red Andalucía Emprende.
- Confederación de Empresarios de la provincia de Cádiz.
- Asociación de Jóvenes Empresarios de la provincia de Cádiz.
- Plan Bahía Competitiva
- OTRI de la Universidad de Cádiz.

Actividades de difusión. Los medios utilizados en la difusión han sido los siguientes:

1. Cartelería.
2. Presencia en la web de la Cátedra de Creación de empresas: se habilitó como cuestión destacada. (<http://www.uca.es/catedra/creacion-empresas>).
3. Comunicación directa (Mailing electrónico): Utilización de la red Tavira (envío de la información del evento a la totalidad del profesorado de la Universidad de Cádiz) y envío de correos electrónicos personalizados a las instituciones.

### Ponentes

#### PERE ESCORSA

Doctor Ingeniero Industrial por la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC).  
Catedrático de la Universidad Politécnica de Cataluña. Gerente de la empresa  
consultora IALE Tecnología.

#### ESTEBAN FERNÁNDEZ SANCHEZ

Catedrático de Organización de Empresas de la Universidad de Oviedo

Mesa de trabajo

**"HACIA LA UNIVERSIDAD EMPRENDEDORA: INNOVACIÓN, CREATIVIDAD Y CREACIÓN DE  
EMPRESAS DESDE LA UCA"**

18 de febrero de 2009

Ponente: Pere Escorsa

Programa de la mesa de trabajo

11.30 – 12.00 h.	Recepción y café
12.00 – 12.15 h.	Presentación del ponente y de los objetivos de la mesa de trabajo
12.15 – 12.45 h.	Exposición Pere Escorsa
12.45 – 13.30 h.	Mesa de debate
13.30 – 13.45 h.	Conclusiones



Asistentes

JOAQUÍN MORENO MARCHAL	PROF. DPTO. INGENIERÍA DE SISTEMAS Y AUTOMÁTICA, TÉC. ELECTRÓNICA Y ELECTRÓNICA	<a href="mailto:joaquin.moreno@uca.es">joaquin.moreno@uca.es</a>
ALEJANDRA BROME ROBLES	OTRI	<a href="mailto:alejandra.brome@uca.es">alejandra.brome@uca.es</a>
JOSÉ MANUEL SÁNCHEZ VÁZQUEZ	PROF. AYUD. DOCTOR DPTO. ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	<a href="mailto:josem.sanchez@uca.es">josem.sanchez@uca.es</a>
JOSÉ LUIS GILABERT VILLARD	PROF. ASOC. DPTO. ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	<a href="mailto:joseluis.gilabert@uca.es">joseluis.gilabert@uca.es</a>
M <sup>a</sup> JOSÉ FONCUBIERTA RODRIGUEZ	E. U. "FRANCISCO TOMÁS Y VALIENTE"	<a href="mailto:mariajose.foncubierta@ca.uca.es">mariajose.foncubierta@ca.uca.es</a>
CAROLINA APARICIO GÓMEZ	E. U. "FRANCISCO TOMÁS Y VALIENTE"	<a href="mailto:carolina.aparicio@ca.uca.es">carolina.aparicio@ca.uca.es</a>
JOSÉ ANTONIO FERNÁNDEZ PUGA	PROF. ASOC. DPTO. ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	<a href="mailto:joseantonio.fernandez@uca.es">joseantonio.fernandez@uca.es</a>
ANGEL QUIRÓS OLOZÁBAL	PROF. DPTO. INGENIERÍA DE SISTEMAS Y AUTOMÁTICA, TÉC. ELECTRÓNICA Y ELECTRÓNICA	<a href="mailto:angel.quiros@uca.es">angel.quiros@uca.es</a>
FÉLIX GUERRERO ALBA	BECA DE INVESTIGACIÓN	<a href="mailto:felix.guerreroalba@alum.uca.es">felix.guerreroalba@alum.uca.es</a>
BEATRIZ PÉREZ GONZÁLEZ	PROF. DPTO. ECONOMÍA GENERAL	<a href="mailto:beatriz.perez@uca.es">beatriz.perez@uca.es</a>
DANIEL VÁZQUEZ	PROF. ASOC. DPTO. ORGANIZACIÓN	<a href="mailto:dvazquez@a-emprende.net">dvazquez@a-emprende.net</a>

ARROYO	DE EMPRESAS	
RAFAEL GARCÍA ROJA	CATEDRÁTICO DE UNIVERSIDAD. DPTO. CIENCIAS MATERIALES E ING. METALÚRGICA Y QUÍMICA INORGÁNICA	<a href="mailto:rafael.garcia@uca.es">rafael.garcia@uca.es</a>
M <sup>a</sup> ANGELES CIFREDO CHACÓN	PROF. COLAB. INGENIERÍA DE SISTEMAS Y AUTOMÁTICA, TÉC. ELECTRÓNICA Y ELECTRÓNICA	<a href="mailto:mangeles.cifredo@uca.es">mangeles.cifredo@uca.es</a>
BLAS HERVÍAS	PROF. DPTO. MATERNO-INFANTIL Y RADIOLOGÍA	<a href="mailto:blas.hervias@uca.es">blas.hervias@uca.es</a>

### Desarrollo de la Mesa de Trabajo

Conforme al contenido propuesto por la Cátedra de Emprendedores, el profesor Pere Escorsa comenzó a desgranar el comportamiento del emprendedor, sus virtudes y defectos, actitudes y aptitudes necesarias. Desde un análisis muy genérico, comenzó la relación con el emprendedor universitario, interpellando con los presentes sobre las bondades que supone el reto de la creación de empresas, y que va más allá de ganar dinero para suponer una satisfacción personal con la aplicación de los conocimientos adquiridos, fundamentalmente.

Entrando de lleno en la creación de empresas desde la universidad, Pere Escorsa se centró en las empresas de base tecnológica, señalando la necesidad de un profesorado con iniciativa emprendedora, con deseos de sacar al exterior los conocimientos universitarios, y entusiasta, capaces de llenar los laboratorios de proyectos con el fin de crear unas organizaciones capaces de autofinanciarse como paso previo a la creación de empresas. Para ello insistió en la importancia de fomentar el laboratorio como semilla para la creación de empresas a posteriori, por la experiencia que dan los nuevos conocimientos, y como banco de pruebas para futuros emprendedores, que desde la universidad puedan detectar las necesidades que requiere el mercado.

Finalmente, el ponente expuso su experiencia personal con IALE Tecnología, que es una *Spin off* de la Universidad Politécnica Cataluña que se dedica a la gestión de la innovación, la inteligencia competitiva y la formación especializada en materias relacionadas con la innovación y la vigilancia estratégica.

Tras un debate rico e intenso gracias a la participación de los asistentes y a los distintos puntos de vista que les proporcionan sus distintos orígenes, se extrajeron una serie de conclusiones, alguna de las cuales se estructuran como ideas que pudieran mejorar la capacidad del profesorado para optimizar los resultados de los alumnos en asuntos de creación de empresas, la iniciativa y compromiso del profesorado, con el objetivo último de hacer entre todos de la Universidad de Cádiz una universidad emprendedora.



## Conclusiones del debate

Se extraen conclusiones del debate relativas a muy diversos ámbitos, por lo que se realiza la siguiente clasificación:

### A NIVEL INSTITUCIONAL DE LA UNIVERSIDAD DE CÁDIZ

- La necesidad de instituir la asignatura de *Creación de Empresas* como asignatura transversal a todas las titulaciones en los nuevos grados de estudio. Si bien hasta hoy es una asignatura a disposición de todos los alumnos, su inclusión obligatoria en todos los planes de estudio favorecería que el conocimiento universitario pudiera salir al mercado en forma de nuevas empresas, procedentes de campos como la ingeniería, las humanidades o la ciencia.
- La necesidad de un esfuerzo de coordinación entre los distintos Centros de la UCA y su personal docente para la formación de equipos multidisciplinares capaces de generar valor añadido con sus conocimientos, con la integración y compromiso de alumnos de distintas Titulaciones.

(La Cátedra de Emprendedores aporta la experiencia del Proyecto piloto UNECREA: ver <http://www.uca.es/catedra/creacion-empresas/proyectounecrea>)

### PARA LA FORMACIÓN REGLADA DE CREACIÓN DE EMPRESAS

- Necesidad de innovación por parte del personal docente, lo cual no se circunscribe al uso de las nuevas tecnologías, sino con una nueva metodología y nuevos espacios, con el fin último de lograr una mayor motivación e implicación por parte del alumno.
- Ante la situación generalizada de pasividad por parte del alumnado, provocar su atención e interés de manera proactiva con la inclusión en la docencia de casos de empresa, el traslado de las experiencias de emprendedores y la visita a empresas, para que profesorado y alumnos puedan conocer de primera mano el funcionamiento del mercado.

(La Cátedra de Emprendedores aporta la experiencia del programa “EMPRENDEDORAS Y EMPRENDEDORES COMO TU”: ver videos de emprendedores en <http://www.uca.es/catedra/creacion-empresas/empcomotu>)

- Desarrollo de nuevas habilidades en los alumnos, orientadas a la comunicación y presentación de proyectos y a la organización de equipos de trabajo. Aun no siendo

exclusivamente académico, si que podría valorarse por parte del docente debido a la proximidad del alumno a su salida al mercado laboral.

#### OTRAS PROPUESTAS DE INTERÉS

Se enumeran una serie de propuestas aportadas por los asistentes como soluciones a la situación planteada al objeto de la falta de iniciativa, compromiso y motivación del alumno, lo que redundaría en que las ideas de negocio que se presentan tengan, por lo general, un nivel inferior a su potencial conforme a los conocimientos que posee. Estas propuestas están enfocadas al alumno conforme a las necesidades detectadas, para lo cual es conveniente:

- Organización de talleres orientados a vencer al miedo al ridículo, que faciliten a los alumnos la exposición y adecuada comunicación de sus proyectos.
- Desarrollo de un curso básico sobre creación de empresas que sea muy práctico en el que el profesorado solamente tutorice los proyectos, dejando toda iniciativa al alumno. Se plantea un formato de 12 sesiones con una duración de 2 horas cada una de ellas, similar al que se propone en el artículo “*Personal Creativity for Entrepreneurship: Teaching and Learning Strategies*”, de Morrison y Jhonston.
- Organización de jornadas y seminarios por parte de los propios alumnos de las asignaturas de *Creación de Empresas*, para de esta manera descubrir sus inquietudes emprendedoras y propiciar el compromiso en la organización de estos eventos.





Mesa de trabajo

**"LA TRANSFERENCIA DE I+D Y VALORIZACIÓN DEL CONOCIMIENTO DESDE LA UNIVERSIDAD: LA CREACIÓN DE EBT'S"**

20 de marzo de 2009

Ponente: Esteban Fernández Sánchez

Programa de la mesa de trabajo

11.30	Recepción y café
12.00	Presentación del ponente y de los objetivos de la mesa de trabajo
12.15	Exposición de Esteban Fernández Sánchez
12.15	Debate y propuestas
13.30	Conclusiones



Asistentes

FÉLIX A. RUIZ RODRÍGUEZ	FACULTAD DE MEDICINA Y HUPM	<a href="mailto:felix.ruiz@uca.es">felix.ruiz@uca.es</a>
FERNANDO MERELLO	OTRI	<a href="mailto:fernando.merello@uca.es">fernando.merello@uca.es</a>
RAFAEL J. GALLÉ CEJUDO	DECANATO FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS	<a href="mailto:rafael.galle@uca.es">rafael.galle@uca.es</a>
JOSE LUIS DURÁN VALENZUELA	DEPARTAMENTO DE MARKETING Y COMUNICACIÓN	<a href="mailto:joseluis.duran@uca.es">joseluis.duran@uca.es</a>
M <sup>a</sup> JOSÉ FONCUBIERTA RODRIGUEZ	E. U. "FRANCISCO TOMÁS Y VALIENTE" DPTO. ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	<a href="mailto:mariajose.foncubierta@ca.uca.es">mariajose.foncubierta@ca.uca.es</a>
TERESA MEDIAVILLA GRADOLPH	E. U. "FRANCISCO TOMÁS Y VALIENTE" DPTO. ESTADÍSTICA E INV. OPERATIVA	<a href="mailto:teresa.mediavilla@ca.uca.es">teresa.mediavilla@ca.uca.es</a>
JOSÉ ANTONIO FERNÁNDEZ PUGA	PROF. ASOC. DPTO. ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	<a href="mailto:joseantonio.fernandez@uca.es">joseantonio.fernandez@uca.es</a>
CÉSAR SERRANO DOMÍNGUEZ	DEPARTAMENTO DE MARKETING Y COMUNICACIÓN	<a href="mailto:cesar.serrano@uca.es">cesar.serrano@uca.es</a>
PATRICIA GÓMEZ	CEC – DPTO. CREACIÓN DE EMPRESAS	<a href="mailto:pgomez@ceccadiz.org">pgomez@ceccadiz.org</a>
JULIO TERRÓN PERNÍA	DPTO. INGENIERÍA DE SISTEMAS Y AUTOMÁTICA	<a href="mailto:julio.terron@uca.es">julio.terron@uca.es</a>
DANIEL VÁZQUEZ	PROF. ASOC. DPTO. ORGANIZACIÓN	<a href="mailto:dvazquez@a-emprende.net">dvazquez@a-emprende.net</a>

ARROYO	DE EMPRESAS // FRAE	
ÁLVARO TENORIO SÁNCHEZ	DPTO. INGENIERÍA QUÍMICA	<a href="mailto:a.tenorio@pisa-e.com">a.tenorio@pisa-e.com</a>
ANTONIO R. RAMOS RODRÍGUEZ	DPTO. ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	<a href="mailto:rafael.ramos@uca.es">rafael.ramos@uca.es</a>
JUAN PABLO CONTRERAS SAMPER	DPTO. INGENIERÍA MECÁNICA Y DISEÑO INDUSTRIAL	<a href="mailto:jpablo.contreras@uca.es">jpablo.contreras@uca.es</a>
JOSE ENRIQUE GARÓFANO LÓPEZ	DPTO. INGENIERÍA MECÁNICA Y DISEÑO INDUSTRIAL	<a href="mailto:jenrique.garofano@uca.es">jenrique.garofano@uca.es</a>
FRANCISCO M. MORALES SÁNCHEZ	DPTO. CIENCIAS DE LOS MATERIALES E INGENIERÍA METALÚRGICA Y QUÍMICA INORGÁNICA	<a href="mailto:fmiguel.morales@uca.es">fmiguel.morales@uca.es</a>
MANUEL TORNELL BARBOSA	DPTO. INGENIERÍA MECÁNICA Y DISEÑO INDUSTRIAL	<a href="mailto:manuel.tornell@uca.es">manuel.tornell@uca.es</a>
JULIO SEGUNDO GALLARDO	CÁTEDRA DE EMPRENDEDORES	<a href="mailto:proyectos@fueca.es">proyectos@fueca.es</a>
RAÚL MEDINA TAMAYO	CÁTEDRA DE EMPRENDEDORES	<a href="mailto:raul.medina@uca.es">raul.medina@uca.es</a>
JUAN MANUEL ALCEDO FERNÁNDEZ	CÁTEDRA DE EMPRENDEDORES	<a href="mailto:catedra.emprendedores@uca.es">catedra.emprendedores@uca.es</a>



### Desarrollo de la Mesa de Trabajo

Tras la recepción y café a los asistentes, que sirvió para la presentación de los mismos, el director de la Cátedra de Emprendedores, José Ruiz Navarro, daba la bienvenida a los presentes a la vez que facilitaba información sobre los servicios que se ofrecen desde la Cátedra. Tras estos breves apuntes, procedió a la presentación del ponente y moderador de la mesa de trabajo, Esteban Fernández Sánchez, Catedrático de Organización de Empresas de la universidad de Oviedo.



El profesor Fernández comenzó su intervención sobre el éxito de las pequeñas empresas innovadoras (*start-up*) encuadrándola en su experiencia investigadora y fruto de otras investigaciones realizadas sobre innovación. Relataba las características que, a su juicio, cumplen las empresas de éxito, para lo cual se apoyó en el capítulo “*La pequeña empresa innovadora (start-up)*” de su libro **Estrategia de innovación** (Editorial Thomson, Madrid, 2005).

Desde su visión, considera que son nueve las características que conducen al éxito en la pequeña empresa, como son:

- Empresa incubadora
- Formación de los fundadores
- Antecedentes familiares
- Fuentes de financiación
- Red de apoyo
- Edad media
- Equipo de fundadores
- Localización de la nueva empresa
- Tipo de producto que se comercializa.

Durante la ponencia fue desgranando cada uno de los aspectos señalados anteriormente (que no se resumen debido a la entrega del material) en el marco de la creación de EBT's y su importancia (por la generación de riqueza, el rápido crecimiento y la puesta en valor del conocimiento).

Asimismo, el ponente hizo referencia a los riesgos que ha de asumir el emprendedor en el proceso de creación de EBT's, dejando ideas muy interesantes para la reflexión en sus comentarios sobre cada una de las características mencionadas, tales como:

- Que el éxito de las tecnologías no está en la aplicación para la que se creó sino en las posteriores aplicaciones que se descubre.

- La cercanía necesaria entre los grupos de investigación y las incubadoras de empresas.
- Las pequeñas empresas son mejores incubadoras, ya que al ser menos especializadas favorecen la creatividad de sus miembros.



#### Debate

Tras la intervención del ponente Esteban Fernández tuvo lugar un turno abierto de preguntas por parte de los asistentes, que facilitaron la reflexión acerca de distintos aspectos relacionados con la jornada.

- La idea de que el *empresario* no nace sino que *se hace* asumía la importancia de la formación en el proceso de creación de empresas, para la cual, además de la formación técnica sería interesante su complementariedad con otra serie de conocimientos relacionados con la gestión y la dirección.
- La importancia de las redes sociales también fue planteada en el debate, ya que los encuentros informales afloran la creatividad de sus componentes; este hecho, unido a la aparición de investigadores de distintas ramas de conocimiento puede generar proyectos con un gran valor para la sociedad.
- Los recursos disponibles por parte de las universidades conforme a las necesidades de la sociedad son limitados para el desarrollo de sus tres misiones: formación, investigación y transferencia de conocimiento.
- El ponente propuso un modelo de parque tecnológico que aun no existe en España participado activamente por las empresas y que tuviera al frente un investigador universitario. Sus líneas de investigación vendrían marcadas por las necesidades de las empresas, favoreciendo la especialización y diferenciación de dicho parque. Además propone un estudio de la competencia internacional mediante la compra de sus productos y su posterior descomposición, lo que supondría la necesidad de coordinación de personal

investigador universitario y de las empresas. La generación de intereses comunes, el descubrimiento de nuevas aplicaciones y la creación de nuevas necesidades para la sociedad por parte de los implicados supondría la generación de EBT's. La citada propuesta enlaza con la idea de que la creación y mejora de las EBT's necesitan de la participación de las universidades.

---

---

# Anexo 3: Talleres de Comunicación de Proyectos e Ideas





Talleres de Comunicación de Proyectos e Ideas

**Organizado por:**

Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz

Departamento de Organización de Empresas de la Universidad de Cádiz

Equipo de trabajo

**Director de la actividad:** José Ruiz Navarro

**Coordinación:**

Julio Segundo Gallardo.

Juan Manuel Alcedo Fernández

Raúl Medina Tamayo

### Justificación y objetivos

El Taller de “Cómo presentar tu Proyecto o Idea en público” es una acción dirigida a los alumnos de último año del curso académico 2008-2009 de las titulaciones:

- Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas
- Diplomatura en Ciencias Empresariales.
- Doble titulación Turismo-Empresariales
- Doble titulación Derecho-Empresariales

Se inscribe en la línea estratégica segunda de “formación y capacitación técnica y empresarial del emprendedor” y está dirigido a los alumnos de dichas titulaciones aunque se han admitido en estos talleres a 2 alumnos de otras titulaciones que solicitaron su asistencia al taller.

El objetivo por tanto ha sido dotar al alumno de la asignatura “Creación de empresas” de una serie de habilidades que permitan hacer llegar de forma eficaz el mensaje que desea transmitir a futuros clientes, proveedores, entidades financieras, socios, etc..., mediante el uso de las herramientas y técnicas más apropiadas a cada tipo de exposición.

Durante el desarrollo de estos talleres se han mostrado los aspectos a tener en cuenta para la preparación de la presentación, interna o externa, de forma que se logre coherencia entre el objetivo que se persigue, el auditorio al que se dirige y la estructura final de la misma.

Por tanto, los objetivos han sido los siguientes:

- Potenciar, crear, desarrollar y enseñar capacidades y competencias emprendedoras al alumnado.
- Dotar de herramientas y técnicas para la comunicación de proyectos e ideas.
- Mostrar aspectos a tener en cuenta en la preparación de la comunicación o presentación de un proyecto.

### Principales cifras

- Alumnos Participantes: PENDIENTE
- Grupos: 17
- Ponentes: 1
- Duración de la sesión: 2 horas

## Programa

**Ponente:** Evaristo Velasco Carrillo

1. **La comunicación y los elementos implicados en la comunicación con el grupo**
  - Axiomas a tener presentes
  - Los recursos verbales
  - Los recursos no verbales
2. **La presentación del proyecto o idea**
  - La forma y el fondo
  - Las fases de la presentación
  - El uso de los recursos audiovisuales



## Metodología y Desarrollo

Es importante tener en cuenta y destacar que no se ha pretendido la implantación de amplios y profundos conocimientos teóricos, sino más bien, la toma de conciencia y cambio de actitud de cuestiones básicas en la actuación en la presentación de proyectos.

Como consecuencia las pautas metodológicas que se han adoptado son:

- Asimilación y aplicación de los conceptos a partir de situaciones vividas en el aula.

- Ejercicios y tareas individuales y grupales para el intercambio de experiencias y colaboración entre los asistentes.

Por tanto, cada taller se ha desarrollado de acuerdo a los siguientes puntos:

- |                                   |            |
|-----------------------------------|------------|
| 1. Exposición magistral.          | 30 minutos |
| 2. Ejercicio individual – grupal. | 15 minutos |
| 3. Exposición magistral.          | 20 minutos |
| 4. Ejercicio individual – grupal. | 15 minutos |
| 5. Conclusiones.                  | 10 minutos |



Calendario

MARZO	16	17	18	19	20
	23	24	25	26	27
		3ºA P1 (15,00 h.)	5ºA P1 (15,00 h.)		4º G1 (11,00 h.)
		3ºB P3 (17,00 h.)	5ºB P3 (17,00 h.)		
		3ºC P5 (19,00 h.)			
ABRIL	30	31	1	2	3
		3ºA P2 (15,00 h.)		3º G2 (11,00 h.)	4º G2 (11,00 h.)
		3ºB P4 (17,00 h.)			
		3ºC P6 (19,00 h.)			
	6	7	8	9	10
	13	14	15	16	17
	5ºA P2 (16,00 h.)				
	5ºB P4 (18,00 h.)				
	20	21	22	23	24
		3º G3 (18,00 h.)		6º (11,00 h.)	
MAYO	27	28	29	30	1
		3º G4 (18,00 h.)		3º G1 (11,00 h.)	
	4	5	6	7	8
	11	12	13	14	15
	18	19	20	21	22
	ENTREGA				

LADE CÁDIZ	DIP. EMPRESARIALES JEREZ	DOBLE TIT. DERECHO JEREZ
DIP. EMPRESARIALES CÁDIZ	DOBLE TIT. TURISMO JEREZ	

---

---

# Anexo 4: Boletín electrónico “UCA Emprende”

(se adjunta en el dossier de prensa)



Enero- Diciembre 2009

---

---

---

---

# Anexo 5: Proyecto “Emprendedoras y Emprendedores como tú” 2009



Mayo - Diciembre 2009

## Programa “Emprendedoras y Emprendedores como tú”

El programa Emprendedoras y Emprendedores como tú” nace el pasado año con el objetivo fundamental de *fomentar del espíritu emprendedor entre los estudiantes, profesores y en general, de toda la comunidad universitaria.*

Además del fomento de la cultura emprendedora, con este programa se persiguen los siguientes **objetivos:**

- Concienciar a la comunidad universitaria de que la creación de empresas constituye una salida laboral eficiente en base a los conocimientos adquiridos en la universidad.
- Crear una red de contactos entre empresas nacidas desde la Universidad de Cádiz.
- Establecer proyectos innovadores fruto de la relación universidad-empresa, capaces de generar riqueza para la provincia de Cádiz.
- Mejorar la imagen del empresario.
- Realizar un estudio de casos de éxito en las spin-off universitarias.

### Entidades colaboradoras en el proyecto

- Fundación Bancaja
- Confederación de Empresarios de la provincia de Cádiz
- Fundación Red Andalucía Emprende
- Asociación de Jóvenes Empresarios

Otras áreas de la Universidad de Cádiz que han prestado su colaboración:

- Fundación Universidad Empresa de la provincia de Cádiz
- Oficina de Transferencia de Resultados de la Investigación
- Consejo Social

## Metodología y fases de trabajo

Para el cumplimiento de su objetivo principal, este proyecto basa su metodología en una *campaña promocional* centrada en el efecto demostración. Se trata fundamentalmente de ofrecer a la comunidad universitaria ejemplos tangibles sobre personas que apostaron por su idea y la pusieron en marcha hasta haberla consolidado.

La campaña promocional se dirige a través de dos medios principales:

- Campaña itinerante en los centros de la Universidad de Cádiz y Fundación Red Andalucía Emprende.
- Campaña audiovisual online a través de vídeos de pequeña duración en la web institucional de la Universidad de Cádiz.



La materia prima del proyecto es pues, el "joven empresario universitario". Por ello el perfil buscado por parte de la dirección del programa ha sido el siguiente:

Características indispensables del emprendedor/a:

- Pertenecientes a diferentes centros universitarios de la UCA
- Pertenecientes a diferentes comarcas de la provincia de Cádiz

Características deseables del emprendedor/a y de la empresa:

- Empresario/a joven
- Empresas reconocidas
- Empresas innovadoras

## FASES DEL PROYECTO

### 1. Selección de los empresarios

Se realizó una primera reunión en la cual se transmitió a las entidades colaboradoras los objetivos del programa para que presentaran candidatos y candidatas.

Tras un periodo de reflexión, las entidades colaboradoras presentaron sus candidaturas hasta alcanzar las 25 empresas de la provincia de Cádiz.

Los técnicos del proyecto realizaron una selección final de las doce empresas participantes atendiendo al perfil deseable de la empresa y del emprendedor/a.

### 2. Diseño de la campaña promocional

Una vez cerrada la participación de las empresas seleccionadas en el programa, se pasó al diseño de la *Campaña promocional* a través de los siguientes medios:

- **Campaña itinerante en los centros universitarios.**

Realización de un panel de 2m.x 1m. para cada una de las empresas participantes, el cual recoge la imagen de las emprendedoras y los emprendedores.

Estos paneles incluyen la siguiente información:

- estudios cursados por el empresario / empresaria
- actividad de la empresa

Cada uno de los doce paneles elaborados será expuesto en cada centro universitario por un periodo aproximado de 15 a 20 días durante el curso académico 2009-10 con el objetivo de que a lo largo del curso todos los paneles se hayan expuesto en todos y cada uno de los centros universitarios seleccionados al efecto.

Una muestra de los paneles de las empresas que han participado este año en el programa es la siguiente:

Anexo 5: Programa "Emprendedoras y emprendedores como tú"

CÁTEDRA DE EMPRENDEDORES DE LA UNIVERSIDAD DE CÁDIZ



*"Dar más años a nuestra vida dar más vida a nuestros años"*

**EMPRENDEADORAS Y EMPRENDEDORES COMO TÚ** Edición 2009

**Óscar Sánchez Sousa**  
 Director Gerente- PRODUCTOS NATURALES EXTRAIDOS, S.L.  
 Ingeniero Químico - FACULTAD DE CIENCIAS

Extracción de productos naturales como ingredientes funcionales para la industria alimentaria, cosmética y farmacéutica, basada en innovación y respeto hacia el medio ambiente. Consultoría, formación y diseño en agroalimentación.

[www.pronaex.es](http://www.pronaex.es)

Cde Universidad de Cádiz, UCA Universidad de Cádiz, bancaja el compromiso social

[www.uca.es/catedra/creacion-empresas](http://www.uca.es/catedra/creacion-empresas)

CÁTEDRA DE EMPRENDEDORES DE LA UNIVERSIDAD DE CÁDIZ



*"Integralidad e interdisciplinariedad en las actuaciones"*

**EMPRENDEADORAS Y EMPRENDEDORES COMO TÚ** Edición 2009

**Yessica Rodríguez Espinosa**  
 Administradora - AULAG AIP S.L.  
 Licenciada en Historia, Arqueóloga  
 Master Oficial en Patrimonio Histórico Arqueológico - UNIVERSIDAD DE CÁDIZ

Todo tipo de actuaciones sobre el Patrimonio Histórico, desde arqueología a puesta en valor pasando por investigación y restauración de forma integral, coordinada e interdisciplinar.

[www.aulagres.es](http://www.aulagres.es)

Cde Universidad de Cádiz, UCA Universidad de Cádiz, bancaja el compromiso social

[www.uca.es/catedra/creacion-empresas](http://www.uca.es/catedra/creacion-empresas)

CÁTEDRA DE EMPRENDEDORES DE LA UNIVERSIDAD DE CÁDIZ



*"El Diseño es una forma de expresión, de comunicación, un valor cultural y social, que aporta un valor añadido a las marcas"*

**EMPRENDEADORAS Y EMPRENDEDORES COMO TÚ** Edición 2009

**Fidel Castro Sánchez**  
 Coordinador Área creativa - NEOS BRAND  
 Máster Artes Visuales y Postgrado en Diseño Gráfico

**Javier Castro Sánchez**  
 Coordinador Área estratégica - NEOS BRAND  
 Licenciado en Publicidad y RR.PP.

Formado por jóvenes diseñadores gráficos, creativos y publicitarios, amantes de la comunicación. Nos gusta crear y actualizar las marcas de un mundo en continuo movimiento, realizando acciones de comunicación que ayuden a protegerlas y cuidarlas.

[www.neosbrand.com](http://www.neosbrand.com)

Cde Universidad de Cádiz, UCA Universidad de Cádiz, bancaja el compromiso social

[www.uca.es/catedra/creacion-empresas](http://www.uca.es/catedra/creacion-empresas)

- Campaña audiovisual en la web institucional de la Universidad de Cádiz.

Realización de un reportaje en vídeo de aproximadamente 3 minutos para cada una de las empresas que se expondría en la web de la Universidad de Cádiz y en la de otras entidades colaboradoras.

El reportaje contiene imágenes de cada una de las empresas que forman parte del programa así como las respuestas de las emprendedoras y los emprendedores a un cuestionario preparado desde la Cátedra en referencia a la actividad de la empresa que regentan, sus antecedentes en términos emprendedores, las dificultades iniciales, presente y futuro de la empresa, para finalizar con un mensaje hacia todos aquellos que desean transformar en proyecto empresarial su idea de negocio.

Este material audiovisual se utilizará en la asignatura de creación de empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cádiz.

Las empresas que han participado en la segunda edición del programa "EMPRENDEDORAS Y EMPRENDEDORES COMO TÚ" han sido:

**ARTEPICK TM PUBLISHING & ARTS COMPANY**

Pedro Pablo Pica Montesinos

Es licenciado en Derecho por la Facultad de Derecho del Campus Jerez.

ARTEPICK es una Industria Creativo Cultural dedicada a la Edición en papel y digital de Libros, Revistas y Discos, al Diseño Gráfico y Web 2.0, a la Publicidad, a las Artes y Artesanía y a la Gestión Cultural.





### AULA NUEVE

Rafael Velarde Gil

Manuel J. Morera Rioja

José Manuel Jurado Pérez

Estudiaron en la Escuela Superior de Ingeniería y en la Escuela de Arte de Cádiz, respectivamente

AULA NUEVE es una empresa ubicada en Cádiz y dedicada al diseño gráfico y editorial, programación web, desarrollo de aplicaciones a medida y equipamiento informático.

### CAPACERO

Gloria Garrastázul Antúnez

Es licenciada en Medicina y Cirugía por la Facultad de Medicina de la Universidad de Cádiz.

Capacero es una empresa que trabaja Ilustración, diseño gráfico y páginas web.

Está especializada en Ilustración médico-científica, infantil-juvenil e ilustración gráfica publicitaria; además de trabajar la creación de marca, logotipos, papelerías (tarjetas, sobres...), flyers, folletos, catálogos, carteles, vallas, lonas, packaging, diseño para CD, DVD...



## Anexo 5: Programa "Emprendedoras y emprendedores como tú"



### CAPITAL ASESORES

Diego García Tellez  
Manuel Ramírez Ríos

Estudiaron en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cádiz y en la Escuela Social de Granada, respectivamente.

CAPITAL ASESORES es una empresa dedicada al asesoramiento integral de empresas en materia tributaria, contable laboral y mercantil.

### NEOS BRAND

Fidel Castro Sánchez  
Javier Castro Sánchez

Javier estudió en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cádiz

NEOS BRAND es una empresa formado por jóvenes diseñadores gráficos, creativos y publicitarios, amantes de la comunicación. Les gusta crear y actualizar las marcas de un mundo en continuo movimiento, realizando acciones de comunicación que, ayuden a protegerlas y cuidarlas.





**PRONAEX**

Óscar Sousa Sánchez

Estudió en la Facultad de Ciencias de la Universidad de Cádiz.

PRONAEX es una empresa dedicada a la extracción de productos naturales como ingredientes funcionales para la industria alimentaria, cosmética y farmacéutica, basada en innovación y respeto hacia el medio ambiente. Consultoría, formación y diseño en agroalimentación.

**INNOVA VEGETALIA DEL MAR ( SABOR ORIGINAL DEL SUR) S.L.L**

Consuelo Guerra Fernández  
Mónica Medina Sánchez  
Raquel Velázquez Guerrero

Estudiaron en la Facultad de Ciencias del Mar y Ambientales de la Universidad de Cádiz.

INNOVA VEGETALIA DEL MAR (SABOR ORIGINAL DEL SUR) es una empresa dedicada a la recolección, cultivo y transformación de macroalgas como alimento para consumo humano.



**TITANIA, ENSAYOS Y PROYECTOS INDUSTRIALES**

Miguel A. Rodríguez Chacón

Estudió en la Facultad de Ciencias de la Universidad de Cádiz.

TITANIA es una empresa dedicada al control de calidad de materiales aeroespaciales. Paralelamente, desarrollan proyectos de I+D+i con una marcada aplicación industrial. Por último, pone al servicio de la industria cursos de formación y consultoría en materia de calidad y en ensayos normalizados de laboratorio.

**TRICOM SISTEMAS S.L.**

Antonio Torregrosa Martínez

José Antonio Ruiz Medina

Estudiaron en la Escuela Politécnica Superior de Algeciras y en la E.U.I.T. de Telecomunicaciones de Alcalá de Henares.

TRICOM SISTEMAS es una empresa que ofrece servicios de asesoría TIC para empresas, proyectos profesionales, mantenimiento de redes de fibra óptica, I+D+i en equipamiento electrónico y TICs y desarrollo de plataformas hardware y software.





**AULA3 A/P S.L.**

Yéssica Rodríguez Espinosa

Estudió en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Cádiz.

AULA3 es una empresa dedicada a todo tipo de actuaciones sobre el Patrimonio Histórico, desde arqueología a puesta en valor pasando por investigación y restauración de forma integral, coordinada e interdisciplinar

**LOGIC CONSULTING SUR, S.L.**

Marcos Montes de Oca González

Estudió en la Facultad de Derecho de la UCA

Logic Consulting se dirige a las empresas y despachos profesionales, ofreciéndoles proyectos que aglutinan un software de altas prestaciones con unos servicios de integración focalizados en la optimización de los procesos de negocio del cliente.







### GRUPO AILAM

Rebeca Arriaga Requena

Silvia Sánchez Ángel

Estudiaron en la Facultad de Ciencias del Mar y Ambientales de la  
Universidad de Cádiz.

GRUPO AILAM ofrece servicios integrales personalizados de consultoría  
en: gestión ambiental, eficiencia energética, sistemas de gestión,  
gestión de la innovación y formación. Siempre con la máxima de la  
mejor atención al cliente.

---

---

# Anexo 6: Programa "Emprender + cerca"



**Abril 2009**  
**Octubre - Febrero 2009**

---

---

## Programa “EMPRENDER + CERCA”

### Organizada por:

Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz  
Cátedra Bancaja de Jóvenes Emprendedores de la Universidad de Cádiz – Fundación Bancaja

### Con la colaboración de:

Fundación Universidad Empresa de la Provincia de Cádiz - FUECA  
Vicerrectorado de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación – OTRI  
Escuela Universitaria de Enfermería y Fisioterapia  
Facultad de Ciencias del Trabajo  
Facultad de Ciencias  
Facultad de Filosofía y Letras  
Facultad de Medicina  
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación  
Facultad de Derecho  
Escuela Superior de Ingeniería de Cádiz  
Facultad de Ciencias de la Educación  
Facultad de Ciencias Náuticas  
Escuela Universitaria de Ingeniería Naval  
Facultad de Ciencias del Mar y Ambientales  
Escuela Politécnica Superior de Algeciras

## Justificación y Objetivos

La Cátedra de Emprendedores como unidad de servicios de la Universidad de Cádiz de fomento y apoyo a la cultura emprendedora pretende impulsar e identificar iniciativas innovadoras que pongan al servicio de la sociedad la valorización del conocimiento universitario. El fomento de la cultura emprendedora debe realizarse, con carácter prioritario, en los mismos centros universitarios, dirigiendo acciones tanto al personal docente e investigador como a los alumnos, especialmente los de último curso. El objetivo final de todo ello es contribuir a la creación de más y mejores empresas innovadoras basadas en el conocimiento universitario.

El programa “Emprender + Cerca” se viene desarrollando con carácter anual por la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz. El objetivo de las acciones desarrolladas en este programa es doble: por un lado, presentar los servicios que la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz presta a la comunidad universitaria; y por otro lado, fomentar la cultura emprendedora en los centros universitarios. En esta ocasión, el programa se ha dirigido especialmente a los alumnos de último curso que están en una situación próxima de decidir acerca de su futuro profesional.

El programa se justifica por la necesidad de presentar nuestra unidad de creación de empresas en el propio centro universitario donde el alumno recibe sus clases o el docente desarrolla su trabajo. Este concepto de cercanía es el que está presente en todas las acciones que se desarrollan en este programa, con el objetivo de facilitar la identificación de inquietudes emprendedoras por un lado, el contacto con los alumnos o docentes interesados por otro, y las opiniones de los equipos decanales o de dirección de los distintos centros. Es por ello que el programa “Emprender + Cerca” se estructura en el desarrollo de diez Jornadas “Emprender + Cerca” cubriendo así todos los centros y los campus de la Universidad de Cádiz.

Por último, indicar que “Emprender + Cerca” se inscribe en la línea estratégica de “dinamización, motivación y divulgación del potencial emprendedor de la UCA” para la generación de ideas de negocio y la identificación de personas con inquietudes emprendedoras.

Los objetivos específicos planteados en las visitas a los centros universitarios son los siguientes:

- Fomentar la cultura emprendedora y sensibilizar a los alumnos, profesores, decanos y/o directores de los centros sobre la importancia de la creación de empresas.
- Presentar los servicios y recursos que la Cátedra de Emprendedores pone a disposición de la comunidad universitaria para el desarrollo y puesta en marcha de ideas de negocio.

- Detectar necesidades, inquietudes y sugerencias en el ámbito de la creación de empresas de los distintos colectivos que forman parte de la comunidad universitaria en cada uno de los centros universitarios, esto es dirección, docencia y alumnos.
- Dar a conocer otros programas y acciones que se desarrollan en la Cátedra de Emprendedores dentro de cada una de las líneas estratégicas marcadas en la misma.
- Difundir los distintos programas e iniciativas vigentes relacionados con el fomento y el apoyo de la cultura emprendedora.



### Principales Cifras

- Se han realizado un total de 10 Jornadas EMPRENDEDORES + CERCA en los cuatro Campus de la Provincia.
- Se han visitado directamente las clases de los alumnos de último curso de 36 titulaciones diferentes, presentando entre un total de 915 alumnos los servicios y recursos que se ponen a su disposición en materia de creación de empresas
- Se han atendido a un total de 54 alumnos y docentes con necesidades de información en materia de creación de empresas.

### Programa y Desarrollo de las Jornadas

En esta ocasión cada Jornada del Programa EMPRENDER + CERCA ha desarrollado las siguientes acciones:

**A / Visita en clase a los Alumnos de último curso de sus respectivas titulaciones.**

**Objetivo Principal:** Motivar y detectar iniciativas emprendedores, y presentar los servicios de la Cátedra.

Dado que este tipo de Alumnos están próximos a decidir acerca de su futuro profesional, y frente a las opciones más tradicionales como el trabajo por cuenta ajena en sector público o privado, mediante esta acción se ha propuesto a los alumnos:

1. Motivar su iniciativa emprendedora como alternativa profesional, desarrollando posibles ideas de negocio.
2. Presentar los servicios y recursos que la Cátedra de Emprendedores pone a su disposición.

La duración de estas visitas ha sido breve, aproximadamente cinco o diez minutos, interrumpiendo de forma mínima la docencia, siempre de conformidad con el profesor responsable de la asignatura que se estuviera desarrollando.

La elección de las clases de cada centro ha sido aconsejada por la dirección del propio centro. Se han señalado preferentemente aquellas asignaturas de último curso con mayor número de alumnos matriculados.

Las visitas se resumen en el siguiente cuadrante:

CENTRO/Grupo	ALUMNOS
<b>Escuela Universitaria de Enfermería - 5 Octubre</b>	<b>98</b>
Diplomatura Enfermería	60
Diplomatura Fisioterapia	38
<b>Facultad de Ciencias del Trabajo - 8 Octubre</b>	<b>82</b>
Diplomatura Relaciones Laborales Grupo Mañana	40
Diplomatura Relaciones Laborales Grupo Tarde	12
Licenciatura Ciencias del Trabajo	30
<b>Facultad de Ciencias - 14 Octubre</b>	<b>74</b>
Licenciatura Matemáticas	9
Ingeniería Química	45
Licenciatura Química	20
<b>Facultad de Filosofía y Letras - 13 y 15 Octubre</b>	<b>60</b>
Filología Árabe	1
Filología Hispánica	15
Filología Francesa	15
Filología Clásica	4
Filología Inglesa	25
<b>Campus de Jerez - 5 Noviembre</b>	<b>165</b>
Licenciatura Derecho	72

Diplomatura Turismo Mañana	45
Diplomatura Turismo Tarde	11
Diplomatura Gestión y Administración Pública	14
Licenciatura Publicidad y Relaciones Públicas	23
<b>Facultad de Medicina - 17 Noviembre</b>	<b>60</b>
Licenciatura en Medicina	60
<b>Escuela Superior de Ingeniería - 11 Noviembre</b>	<b>74</b>
Ingeniería Técnica Electricidad y Doble Titulación	28
Ingeniería Técnica Electrónica	31
Ingeniería Técnica Superior Org. Industrial	15
<b>Facultad Ciencias de la Educación - 17 Noviembre</b>	<b>157</b>
Maestro en Educación Musical	30
Maestro en Educación Primaria	33
Maestro en Audición y Lenguaje	44
Maestro en Educación Infantil	50
<b>CASEM - 19 Noviembre</b>	<b>47</b>
E.U. Ingeniería Técnica Naval - Estructuras Marinas	22
Diplomatura Ciencias Náuticas	25
<b>Escuela Politécnica Superior de Algeciras - 24 Noviembre</b>	<b>98</b>
Ingeniería Técnica Superior Industrial	20
Ingeniería Técnica Electrónica Industrial	4
Ingeniería Técnica Química Industrial	16
Ingeniería Técnica Electricidad	6
Ingeniería Técnica Mecánica	2
Ingeniería Técnica Obras Públicas	50
<b>TOTAL</b>	<b>915</b>

### B / Punto de Información.

**Objetivo Principal:** Detectar iniciativas emprendedores, y presentar los servicios de la Cátedra.

Se ha colocado un **punto de información** durante la jornada **“Emprendedores + Cerca”** en todos los centros UCA. Este punto de información ha permitido:

1. Promover el espíritu emprendedor y visualizar la importancia y posibilidad de la creación de empresas usando el conocimiento que se genera y administra desde la UCA.
2. Informar acerca de los programas, proyectos y concursos actualmente abiertos que pudieran ser de su interés tanto de la Cátedra de Emprendedores como de otras unidades universitarias y no universitarias.
3. Recoger datos de aquellos alumnos que mostraron su interés en presentar, impulsar y desarrollar una idea de negocio, detectando iniciativas emprendedoras.

CENTRO/Grupo	ALUMNOS
Escuela Universitaria de Enfermería - 5 Octubre	2
Facultad de Ciencias del Trabajo - 8 Octubre	7
Facultad de Ciencias - 14 Octubre	5
Facultad de Filosofía y Letras - 13 y 15 Octubre	2
Campus de Jerez - 5 Noviembre	8
Facultad de Medicina - 17 Noviembre	7
Escuela Superior de Ingeniería - 11 Noviembre	2
Facultad Ciencias de la Educación - 17 Noviembre	10
CASEM - 19 Noviembre	7
Escuela Politécnica Superior de Algeciras - 24 Noviembre	4
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>





## Difusión

Los medios utilizados en la difusión han sido los siguientes:

1. Presencia en la web de la Cátedra de Creación de Empresas. (<http://www.uca.es/catedra/creacion-empresas>).
2. Comunicación directa (Mailing electrónico): Utilización de la red Tavira (envío de la información del evento a la totalidad del profesorado y alumnos de cada centro universitario), y el envío de correos personales a miembros de los equipos decanales o de dirección, y responsables de los departamentos.
3. Publicación de noticias en el Boletín Electrónico de Actividades Emprendedoras de la Universidad de Cádiz.

## Material

Se han distribuido entre los alumnos y docentes interesados un dossier explicativo en el que se muestran las estrategias y recursos que dispone la Cátedra de Emprendedores.

## Calendario

Se realizaron un total de 10 Jornadas visitando todos los Campus de la Universidad entre los días 5 de Octubre y 24 de Noviembre.

RESUMEN CALENDARIO		
<b>CAMPUS DE CADIZ</b>		
Escuela Universitaria de Enfermería y Fisioterapia	Centro 3CA	5 de Octubre
Facultad de Ciencias del Trabajo	Centro 5CA	8 de Octubre
Facultad de Filosofía y Letras	Centro 6CA	15 de Octubre
Facultad de Medicina	Centro 7CA	17 de Noviembre
Escuela Superior de Ingeniería		11 de Noviembre
<b>CAMPUS DE JEREZ DE LA FRONTERA</b>		
Facultad de Derecho	Centro 1JE	5 Noviembre
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Centro 1JE	5 Noviembre
<b>CAMPUS PUERTO REAL</b>		
Escuela Universitaria de Ingeniería Naval	Centro 1PR	19 Noviembre
Facultad de Ciencias Náuticas	Centro 1PR	19 Noviembre
Facultad de Ciencias del Mar y Ambientales	Centro 1PR	19 Noviembre
Facultad de Ciencias	Centro 2PR	14 de Octubre
Facultad de Ciencias de la Educación	Centro 3PR	17 Noviembre
<b>CAMPUS ALGECIRAS</b>		
Escuela Politécnica Superior Algeciras	Centro 1AL	24 Noviembre

---

---

# Anexo 7: Ciclo de conferencias “Emprender desde la música y la cultura”



Abril - mayo 2009

---

---

**Programa de Fomento de la cultura emprendedora**

**“EMPRENDER DESDE LA CULTURA”**

**Organizada por:**

Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz  
Cátedra Bancaja de Jóvenes Emprendedores de la Universidad de Cádiz – Fundación Bancaja

**Con la colaboración de:**

FUECA  
Vicerrectorado de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación – OTRI  
Fundación Red Andalucía Emprende  
La Voz de Cádiz  
Fundación Provincial de Cultura de Cádiz

**Ciclo de Conferencia “EMPRENDER DESDE LA CULTURA”**

**Martes 12 de Mayo – 18.00 Horas**

**MESA REDONDA “CREANDO VALOR DESDE LA CULTURA Y CREATIVIDAD”**

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Duque de Nájera, 8

11002 - Cádiz

**Martes 19 de Mayo – 12.00 Horas**

**CONFERENCIA: LA PULGA EMPRENDEDORA**

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

Avda. de la Universidad s/n

11405 Jerez de la Frontera

CADIZ

**Equipo de Trabajo**

**Director de la actividad:** José Ruiz Navarro

**Asistencia técnica:**

Julio Segundo Gallardo

Juan Manuel Alcedo Fernández

Raúl Medina Tamayo

## Justificación y objetivos

La Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz, en su compromiso ante la sociedad del fomento de la cultura emprendedora entre la comunidad universitaria, para la puesta en valor del conocimiento en forma de más y mejores empresas para la provincia de Cádiz, desarrolló durante el mes de mayo de 2009 un ciclo de conferencia denominadas “**EMPRENDER DESDE LA CULTURA**”.

Esta acción se enmarca en la primera de las líneas estratégicas que se sigue desde esta unidad, que es la dinamización, motivación y divulgación del potencial emprendedor de la Universidad de Cádiz. Se pretende que el alumno, investigador y resto de personal de la UCA encuentren en el apartado cultural la motivación necesaria para la puesta en marcha de su proyecto empresarial. El pasado año 2008 se realizó un programa similar en el ámbito deportivo, con excelentes resultados para los que participaron del mismo.

En un territorio eminentemente creativo como el que nos encontramos, y ante una situación económica que exige de la puesta en marcha de nuevas actividades de negocio, desde la Universidad de Cádiz se entiende que la cultura ha de ser una de las principales bazas que permitan el reflotamiento económico de la zona.

Tras esta línea estratégica en la que se pretende que se **quiera emprender**, se continúa con la formación y capacitación de forma que el interesado **sepa emprender**, para finalmente realizar lo que se denomina acompañamiento a empresas nacientes, que facilita que el emprendedor **pueda emprender**.

Este programa encaja a la perfección con el objetivo de la Universidad de Cádiz con la Cátedra de Emprendedores:

**EBC<sup>3</sup>**

Empresas **B**asadas en el **C**onocimiento, la **C**ultura y la **C**reatividad de los universitarios:

Con esta actividad, la Cátedra trata de integrar el proceso de creación de empresas como un todo en la sociedad, de forma que el emprendedor pueda inspirarse en los valores del mundo de la cultura para llevar a cabo el desarrollo de sus proyectos. Ese es el fin último de la presente acción: trasladar los valores de la cultura al mundo de la empresa.

Para ello se han desarrollado una mesa redonda y una conferencia durante el mes de mayo de 2009 en dos de los cuatro campus con los que cuenta la Universidad de Cádiz (Cádiz y Jerez de la Frontera). De esta forma, se ha fomentado la cultura emprendedora entre gran parte de la comunidad universitaria de la UCA de una manera innovadora.

Las inscripciones se realizaron mediante la cumplimentación de un formulario a través de la página web de la Cátedra Bancaja de la Universidad de Cádiz (<http://catedrabancaja.uca.es/>) y con carácter previo al desarrollo del evento hasta completar aforo.



Mesa redonda Salón de Grados Facultad de Ciencias Empresariales

Los objetivos propuestos fueron por tanto los siguientes:

**Fomentar la cultura emprendedora** entre el público objetivo

- Ofrecer **experiencias emprendedoras** nacidas de un ámbito cultural.
- Dotar **nuevas ideas para la búsqueda de oportunidades** de negocio a través de la valorización de la creatividad y la cultura.
- **Aplicar términos específicos** ligados al campo cultural y la empresa: organización, esfuerzo, constancia, arte, creatividad,...
- **Generar relaciones entre potenciales emprendedores**, empresarios y agentes sociales relacionados con la creación de empresas.

### Público objetivo

El ciclo de conferencias “**Emprender desde la Cultura**” se ha dirigido a un público objetivo diverso, mayoritariamente procedente de la comunidad universitaria. Pero también se ha contado con significativa participación y asistencia de otros sectores que han permitido enriquecer aún más la generación de relaciones y de experiencias emprendedoras:

- Alumnos y titulados de la Universidad de Cádiz.
- Profesores e investigadores
- Agentes sociales, fundaciones y empresas de la provincia de Cádiz.
- Medios de comunicación
- Sector del arte y la cultura
- Instituciones culturales y gestores culturales



Mesa redonda Salón de Grados Facultad de Ciencias Empresariales

## Difusión

Los medios utilizados en la difusión han sido los siguientes:

1. Cartelería y dípticos repartidos por todos los centros de la UCA y remitidos a organismos oficiales relacionados con el ámbito emprendedor.
2. Presencia en la web de la Cátedra de Creación de Empresas: se habilitó como cuestión destacada.  
(<http://www.uca.es/catedra/creacion-empresas>).
3. Comunicación directa (Mailing electrónico): Utilización de la red Tavira (envío de la información del evento a la totalidad del profesorado y alumnos de la Universidad de Cádiz). Envío de invitaciones a instituciones, asociaciones y otras entidades del ámbito empresarial y de creación de empresas.
4. Publicación de un número extraordinario del Boletín Electrónico de la Cátedra Bancaja de Jóvenes Emprendedores de la Universidad de Cádiz.





### Retransmisión online del evento

Todo el Ciclo de Conferencias ha podido ser seguido a través de la página web de la Cátedra de Emprendedores (<http://www.uca.es/catedra/creacion-empresas>). Esta retransmisión se hizo de forma efectiva, sin incidencias ni dificultades técnicas señalables y permitió que cualquier usuario o interesado accediera de forma sencilla y cómoda al audio y video del Ciclo de Conferencias.

La utilización de este sistema on line en el Ciclo de Conferencias aportó no solo la experiencia de poder familiarizarse con este tipo de tecnologías multimedia, sino además la posibilidad de ampliar nuestro público y asistencia a toda la red.

### Calendario de Conferencias y Ponentes

**18.00 horas. 12 de mayo - Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.  
Campus de Cádiz**



**Mesa redonda “Creando valor desde la cultura y la creatividad”**

*Manuel Pimentel Siles, ex ministro y fundador del Grupo Editorial Almuzara*

*Javier Rubial de Flores, compositor, guitarrista y cantante.*

*José Luis García Cossio, guionista y autor de carnaval*

*José Ruiz Navarro, Director de la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz*

*Moderadora: Lalia González Santiago, Directora de La Voz de Cádiz*

**12.00 horas. 19 de mayo - Facultad de Ciencias Sociales y la Comunicación. Campus de Jerez**

**Acto de cierre del curso de la Cátedra de Emprendedores**

**Conferencia “La pulga emprendedora”**

*Koldo Aiestarán, fundador de Kukuxumusu*

*Pedro Balboa, Director de Comunicaciones de Kukuxumusu*

*Francisco Antonio Macías Domínguez. Vicerrector de investigación, desarrollo tecnológico e innovación de la UCA.*

*José Ruiz Navarro, Director Cátedra de Emprendedores de la UCA.*



Actual director general de Kukuxumusu. Esta empresa nació en las fiestas de Sanfermin de 1989 porque tres amigos –Mikel Urmeneta, Koldo Aiestaran y Gonzalo Domínguez- se propusieron dar un giro radical a los souvenirs que por entonces se vendían en Pamplona. Una singular camiseta sobre el encierro fue la primera aportación al proyecto y el detonante de lo que después vendría. Trasladaron la idea a otras ciudades, a otros temas y a otras gentes y no tardaron en darse cuenta de que habían dado en el clavo. Nacieron para sufragar su propia diversión sanferminera, pero terminaron creando una fábrica del dibujo que hoy da empleo a 104 personas y que distribuye sus camisetas en mil puntos de venta autorizados repartidos por Europa.



Conferencia del Martes Emprendedor "La pulga emprendedora"

### Entrega de premios "Ideas atrÉBT!" - Edición 2009

Angelines Ortiz Del Río, Delegada Provincial de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía.

Fernando J. Valverde Cuevas, Secretario General de la Delegación Provincial de Cultura.

Pablo Celada Pérez, Director Provincial de la Fundación Red Andalucía Emprende.

Francisco Antonio Macías Domínguez, Vicerrector de investigación, desarrollo tecnológico e innovación de la UCA.

José Manuel Montes de Oca, Director General de Desarrollo Tecnológico e Innovación de la UCA.

atrÉBT!, es la convocatoria de ideas y proyectos de empresas de base tecnológica o cultural/creativa que lanza el Vicerrectorado de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación la Universidad de Cádiz. En este acto se entregaron los premios a las mejores ideas de alumnos y profesores de la UCA premiados en la edición 2009. En la entrega de premios estuvieron presente diversas instituciones y organismos oficiales que mostraron su apoyo a todas esas futuras iniciativas emprendedoras.

### **IDEAS DE EMPRESA DE BASE TECNOLÓGICA:**

1er Premio (1.500€):

<b>Heliotrónica Sistemas</b>	Recoge:	Entrega
Trofeo y diploma	Celia Mañueco Gómez-Inguanzo	Angelines Ortiz del Río
Diploma	Rafael Jiménez Castañeda	Francisco Antonio Macías Domínguez
Diploma	Enrique Aznar Bernal	Pablo Celada Pérez
Diploma	Javier Leal Juárez	Fernando J. Valverde Cuevas

5 Accésits (750€):

<b>Laboratorios Skinwine</b>	Recoge:	Entrega

Trofeo y diploma	Carmelo García Barroso	Francisco Antonio Macías Domínguez
Diploma	José Manuel Carbajo Espejo	Pablo Celada Pérez
Diploma	Cristóbal Corchado García	Fernando J. Valverde Cuevas

<b>SurControl</b>	Recoge:	Entrega
Trofeo y diploma	Jesús Rodríguez Vargas	Fernando J. Valverde Cuevas
Diploma	Gaspar Penagos García (en nombre de Juan José Asencio Rodríguez)	Angelines Ortiz del Río

<b>IP Intrusión</b>	Recoge:	Entrega
Trofeo y diploma	David Montero Abujas	Francisco Antonio Macías Domínguez

<b>Superprocessing</b>	Recoge:	Entrega
Trofeo y diploma	Casimiro Mantell Serrano	Pablo Celada Pérez

<b>PolyPPlus</b>	Recoge:	Entrega
Trofeo y diploma	Félix A. Ruiz	Angelines Ortiz del Río

**IDEAS DE EMPRESA DE BASE CULTURAL/CREATIVA:**

1er Premio (1.500€):

<b>Artepick TM</b>	Recoge:	Entrega
Trofeo y diploma	Pedro Pablo Pica Montesinos	Fernando J. Valverde Cuevas

4 Accésits (750€):

<b>DOCE+</b>	Recoge:	Entrega
Trofeo y diploma	Beatriz Sánchez Hita	Francisco Antonio Macías Domínguez
Diploma	Sofía Martínez	Pablo Celada Pérez

<b>Visual Valor</b>	Recoge:	Entrega
Trofeo y diploma	Agustín Carmona Lorente	Pablo Celada Pérez
Diploma	Joaquín Moreno Marchal	Angelines Ortiz del Río
Diploma	Juan M <sup>a</sup> González Leal	Francisco Antonio Macías Domínguez

<b>Ius Pharmacopolis</b>	Recoge:	Entrega
Trofeo y diploma	Jose Ignacio Colón Torrent	Fernando J. Valverde Cuevas

<b>Aplicaciones web para uso social</b>	Recoge:	Entrega
Trofeo y diploma	Blanca García Fusté	Angelines Ortiz del Río

El ciclo en cifras

<u>Evento</u>	<u>Personas acreditadas</u>	<u>Asistentes</u>
<b>Mesa Redonda. Creando Valor desde la Cultura y la Creatividad</b>	52	75
<b>Conferencia: La Pulga Emprendedora</b>	109	190



Conferencia La Pulga Emprendedora. Pedro Balboa (Director de Comunicación)  
Y Koldo Aiestarán (Fundador)

## Conclusiones

- La cultura puede ser un **revulsivo para crear disonancias en la sociedad y nuestra economía**, a través de la simbiosis de la tecnología, el talento y la tolerancia.
- En **Andalucía** y nuestra región existe un **especial talento artístico** y se debe fomentar la utilización de ese recurso mediante la creación de empresas.
- Para el desarrollo local existe **muy poco consumo cultural**, por lo que habría que desarrollar acciones para fomentar este consumo que a su vez fomente más talento artístico valorizado en la creación de empresas.
- Se propone una **regularización del mundo del Carnaval**, que permita crear una estructura industrial a la fiesta local e internacional, y así, las empresas aprovechen su recurso humorístico e inviertan en su puesta en valor.
- **Los emprendedores culturales deben ser a la vez “creadores y empresarios”**, con ambición y pasión por su entorno cultural, y con el sentido empresarial para valorizar y desarrollar ideas de negocio nacidas de esa misma ambición.
- En la creación de empresas de ámbito cultural en nuestra región **se debe romper más una barrera mental que económica**.

---

---

# Anexo 8: Programa UNECREA



Mayo-Julio de 2009

---

---

### Proyecto Piloto UNECREA



El “proyecto piloto UNECREA” nace con el objetivo de establecer equipos multidisciplinares entre alumnos y profesores de distintas titulaciones de la Universidad de Cádiz para estudiar la viabilidad de los proyectos e ideas surgidos desde la Escuela Superior de Ingeniería y la Facultad de Filosofía y Letras.

Por ello, se proponía en el marco de este proyecto que los alumnos la asignatura *Creación de empresas* utilizaran sus conocimientos sobre análisis de viabilidad económica para pre-evaluar ideas y proyectos de los alumnos de las carreras técnicas y de humanidades.

Sin embargo, en el presente curso académico, los alumnos de esa asignatura se han decantado por analizar ideas propias surgidas en el desarrollo de la misma. Es por ello por lo que se ha optado por realizar el análisis de pre-viabilidad, al menos a las ideas más interesantes, desde la propia unidad organizadora del proyecto.

### Equipo del Proyecto Piloto UNECREA

Director: José Ruiz Navarro

Gestión Técnica: Julio Segundo Gallardo  
Juan Manuel Alcedo Fernández  
María José Pérez Narváez

Coordinadora Escuela Ingeniería: Mirian Cifredo

Coordinador Facultad de Filosofía y Letras: Rafael Gallé



## Desarrollo del proyecto

Cuando se opta por realizar el análisis de pre-viabilidad desde la propia unidad organizadora del proyecto, éste se encuentra pendiente de iniciar la fase 4:

1. Preinscripción de alumnos de la Escuela de Ingeniería y Facultad de Filosofía y Letras en la web de la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz:

<http://www.uca.es/catedra/creacion-empresas>

2. Cumplimiento por parte de los alumnos de dichos centros de la “Guía idea de negocio” (breve documento de dos páginas que describe a grandes rasgos la idea del proyecto).

3. Selección definitiva de ideas seleccionadas realizadas por los coordinadores de la Escuela Superior de Ingeniería, la Facultad de Filosofía y Letras, la Fundación Red Andalucía Emprende y la Cátedra de Emprendedores.

4. Reunión del autor de la idea y la persona de la Cátedra de Emprendedores encargada de desarrollar el análisis de pre-viabilidad, (alumna del Máster), para tratar los siguientes puntos:

- Presentación de las partes
- Exposición de la idea de negocio por el autor de la misma
- Preguntas de en relación a la idea por parte de la alumna en prácticas
- Compromisos adquiridos por las partes

5. Realización del estudio de cada idea de negocio, a través de búsqueda de información sobre el sector en el que quiere operar cada una de ellas y datos proporcionados por los autores de las mismas.

6. Entrega por parte de la Cátedra de Emprendedores al autor del estudio previo de viabilidad económica de su idea de negocio.

**Para la entrega del informe se ha realizado un acto en la Cátedra de emprendedores al que han asistido los miembros del equipo del proyecto, los autores de la idea de negocio y los coordinadores de la asignatura de creación de empresas.**



### Desarrollo del proyecto

Una vez abiertos los plazos de inscripción del proyecto, se recibieron 10 ideas de negocio. Estas ideas de negocio han provenido de la Escuela Superior de Ingeniería, Escuela Politécnica Superior de Algeciras, Facultad de Filosofía y Letras y Facultad de Ciencias del Mar.

Estas ideas fueron puestas a disposición de los alumnos de la asignatura “Creación de Empresas” de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Cádiz, sin embargo, una vez finalizado el plazo de selección de ideas, ninguna de las mismas fueron adscritas a un grupo de alumnos de dicha Facultad.

Por ello, la Cátedra de Emprendedores, decide realizar una selección de las ideas y analizar las ideas más interesantes teniendo en cuenta criterios de viabilidad y originalidad. El resultado de dicha selección es el siguiente:

#### **1. CONSULTORA DE EFICIENCIA ENERGÉTICA EN PROCESOS DE FABRICACIÓN**

**Autor: Daniel López Busati – Escuela Superior de Ingeniería-**

Se pretende ofrecer asesoramiento en cuestión de eficiencia energética en procesos de mecanizado de los distintos materiales con los que trabajan las pequeñas y medianas empresas del entorno, en concreto del sector aeronáutico; dedicadas a la elaboración de piezas por medio de cualquier proceso de fabricación que implique o no el arranque de material.

El servicio está destinado a mejorar aquellos procesos que consuman más cantidad de energía de la que se requiere.

A esta idea no se le ha realizado el análisis económico - financiero pues parece que aún el autor de la idea no tiene claro qué es lo que quiere ofrecer, ni tiene gran conocimiento del sector energético en el que pretende adentrarse.

Por ello se le ha aconsejado, en primer lugar, profundizar y conocer aún más el sector energético manteniendo una estrecha relación con algún grupo de investigación en la materia, para así tomar conciencia de los últimos avances en procesos de ahorro energético y no solo explotar los recursos de los que se dispone, sino explorar nuevas oportunidades con las que poder diferenciar el servicio del que ofrece la competencia.

Otras de las recomendaciones han sido:

- Profundizar en el mercado de eficiencia energética.
- Formación en eficiencia energética.
- Establecer lazos de unión con un equipo de investigación de la Universidad.
- Introducir en el equipo a una persona con experiencia laboral del área comercial del sector u obtención de este conocimiento a través de un colaborador externo, para conseguir un preciso conocimiento del mercado.
- Diferenciar el servicio del que ofrece la competencia.
- Formación en gestión de subvenciones.
- Suministrar en un principio a clientes cercanos.
- Realizar esfuerzos de marketing.
- Explotar los recursos que se tienen y explorar nuevas oportunidades, hay que estar innovando continuamente, no basta con ofrecer algo que los clientes demandan sino que hay que adelantarse a sus necesidades.

## **2. EMPRESA DE DESARROLLO INFORMÁTICO**

**Autor: Francisco Jesús Blanco – Escuela Superior de Ingeniería-**

Esta idea tiene como actividad principal la venta y asesoramiento de equipos informáticos, ofreciendo un producto que hoy en día sólo puede adquirirse a través de internet: componentes Gadget. Además de ofrecer un servicio de diseño de páginas web tanto para empresas como particulares; reparación de equipos informáticos a domicilio, favoreciendo así la comodidad del cliente y clases de informática orientadas a distintos niveles, centrándose principalmente en personas de la tercera edad.

De forma más detallada, el objeto social del proyecto se basa en la realización de las siguientes actividades:

- Venta directa de componentes Gadget, ordenadores completos, periféricos y demás accesorios informáticos.
- Venta online de productos Gadget y hardware a través de páginas web y foros recomendados.
- Diseño de páginas web, tanto para empresas como usuarios.
- Asesoramiento informático.
- Reparaciones de ordenadores a domicilio abarcando el formateo, backup, instalaciones y reparaciones de componentes informáticos, impresoras...
- Clases de informática en distintos niveles, principalmente orientadas a personas de la tercera edad, según necesidad del usuario y elección de grupo o particular.

Esta idea ha sido analizada al completo, con datos suministrados por el autor de la idea e información buscada a cerca del crecimiento del mercado informático, software y hardware.

El resultado del mismo ha sido desfavorable, pues a pesar de ser un proyecto coherente por cuanto parte del conocimiento del mercado y de los productos y servicios que ofrece; desde el punto de vista económico y financiero el proyecto no es viable, puesto que sus cuentas de resultados para los tres primeros años reflejan las grandes pérdidas obtenidas por la empresa a las que no es capaz de hacer frente con los ingresos obtenidos; además de no contar con la adecuada estructura financiera y organizativa (personal excesivo).

Algunas de las recomendaciones que se le han propuesto han sido:

- Reducir el número de trabajadores, al menos en los inicios de la actividad, hasta que ésta no requiera de más personal.
- Negociar las condiciones del préstamo solicitado para conseguir un incremento en su capital.
- Realizar esfuerzos de venta para incrementar los ingresos obtenidos, ya sea a través de actividades de marketing, innovación en los productos y servicios ofrecidos, adelanto a las necesidades de los clientes...
- Negociar los tiempos de cobros y pagos, con proveedores y acreedores, para conseguir cobrar en el menor plazo y pagar lo más tarde posible.
- Obtener la máxima información posible a cerca de todas las subvenciones a las que se pueda tener acceso, para tener una mayor fuente de recursos con la que hacer frente a los pagos.
- Centrar los esfuerzos para la maximización de las ventas en aquellos productos / servicios más rentables (el desarrollo de software tiene un valor añadido mayor que la compra-venta de hardware).

### **3.PRODUCCIÓN INDUSTRIAL DE TIERRAS DE DIATOMEAS**

**Autora: María Piedad Moreno – Facultad de Ciencias del Mar y Ambientales**

La idea presentada por esta alumna tiene como finalidad la producción de Tierras de diatomeas para satisfacer una demanda que hoy en día solo se satisface a través de la extracción en yacimientos naturales, tanto en cuencas oceánicas como lacustres, tratándose de un recurso que aunque renovable requiere de unos períodos de tiempo largos para que no se agote. Además, una vez estuviera concretada la producción y abiertos los canales de comercialización se comenzaría con el desarrollo de abonos y plaguicidas propios dotándolos de un carácter ecológico.

Al parecer, más que un análisis de mercado la autora de esta idea buscaba que se le ayudara con un estudio de investigación que permitiera conocer la efectividad de las diatomitas producidas de forma artificial a nivel industrial.

Aún así, se le ha realizado el estudio de mercado del que se ha deducido y aconsejado lo siguiente:

- Establecer lazos de unión con un equipo de investigación de la Universidad para conocer la efectividad de la producción “artificial” a nivel industrial.
- Introducir en el equipo a una persona con experiencia laboral del área comercial del sector u obtención de este conocimiento a través de un colaborador externo, para conseguir un preciso conocimiento del mercado.
- Diferenciar el servicio del que ofrece la competencia.
- Suministrar en un principio a clientes cercanos.
- Realizar esfuerzos de marketing.
- Explotar los recursos que se tienen y explorar nuevas oportunidades, hay que estar innovando continuamente, no basta con ofrecer algo que los clientes demandan sino que hay que adelantarse a sus necesidades.

#### **4.PRODUCCIÓN DE LÁMINAS DE ACERO INOXIDABLE COLOREADAS**

**Autor: Sandro Daniel Carmona –Escuela Politécnica Superior de Ingeniería, Algeciras-**

El autor de la idea pretendía ofrecer valor añadido a las láminas de acero inoxidable, dándole color a las láminas compradas directamente a un fabricante del mismo. Dichas láminas coloreadas serían ofrecidas en distintos tamaños y grosores, según las necesidades del cliente y siguiendo las tonalidades presentadas por el fabricante a través de un catálogo de muestras.

Estas láminas de acero inoxidable coloreadas se dirigirían a grandes empresas de fabricación de electrodomésticos, las cuales las manipularían y procesarían dependiendo de sus necesidades. De esta manera se pretende que la variedad de productos ofrecidos por esta empresa cliente sea mayor y los consumidores finales puedan disponer de una gran variedad de productos a elegir.

Para analizar esta idea hubo una primera reunión con el autor de la misma en Algeciras, en la cual expuso su idea de negocio de forma clara y respondió a una serie de cuestiones planteadas por los miembros de la Cátedra de Emprendedores. Quedando éstos a la espera de que el autor proporcionara por e-mail información necesaria referente al proceso de producción, recursos necesarios para desarrollar la idea y algunas concreciones sobre la misma.

La falta de información acerca del proceso de producción ha impedido realizar el análisis económico-financiero del mismo.

Además, hay otra idea más que no se ha podido analizar debido a la imposibilidad del alumno para reunirse con los técnicos de la Cátedra de Emprendedores.:

### **1. GESTIÓN Y PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO HISTÓRICO-ARQUEOLÓGICO**

**Autor: Hugo Palomares – Facultad de Filosofía y Letras-**

Su principal objetivo es gestionar los recursos patrimoniales y naturales de una localidad, desde el punto de vista turístico. Utilizando como punto de partida la gestión de un complejo hotelero, como un camping, hotel, parador...

Para ello la empresa se dedicaría a llegar a acuerdos con los ayuntamientos, instituciones públicas y privadas, para gestionar el patrimonio histórico arqueológico y natural.

Otro punto importante sería la labor científica que desarrollaría, puesto que, se llevarían a cabo investigaciones científicas difundiendo las conclusiones tanto a nivel científico como divulgativo.

El motivo por el cual no se ha podido realizar el análisis de esta idea ha sido la falta de tiempo del autor para suministrarnos información suficiente que nos permitiera conocer un poco más la idea en cuestión.

---

---

# Anexo 9: Acto de apertura del curso emprendedor 2009/2010



Mayo-Julio de 2009

---

---

Presentación de las actividades del curso 2009-2010 de la Cátedra de Emprendedores

**Organizada por:**

Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz

Cátedra Bancaja de Jóvenes Emprendedores de la Universidad de Cádiz – Fundación Bancaja

Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza

FUECA

**Con la colaboración de:**

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Departamento de Organización de Empresas de la Universidad de Cádiz

OTRI de la Universidad de Cádiz

Dirección General de Empleo de la Universidad de Cádiz

Confederación de Empresarios de Cádiz

Asociación de Jóvenes Empresarios de la provincia de Cádiz

Asociación de Empresarias y Profesionales de la provincia de Cádiz

Revista Emprendedores

Andalucía Económica

El Economista

Expansión

Cinco días



### Justificación y objetivos

La Universidad de Cádiz, en su compromiso con la sociedad para la creación de empresas basadas en el conocimiento universitario, presenta sus credenciales en materia de crecimiento de la economía a través del fomento del espíritu emprendedor que traiga consigo la generación de más y mejores empresas innovadoras y capaces de crear valor para el tejido económico y empresarial de la provincia de Cádiz.

El acto de presentación de las actividades de la Cátedra de Emprendedores para el curso 2009/10 supone el punto de partida para el nuevo curso, en el que la Cátedra pretende llegar con sus acciones a toda la comunidad universitaria en la búsqueda del fomento de la cultura emprendedora.

Nuevas actividades a desarrollar en el marco de una estrategia diseñada por la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz que persigue el cambio de la conciencia del universitario en lo que a la puesta en valor de sus ideas ante la sociedad se refiere, dentro del que es el tercer objetivo de la universidad: la Universidad Emprendedora, como es la UCA.

En este acto se dan a conocer una batería de acciones y actividades a desarrollar para el fomento de la cultura emprendedora de la comunidad universitaria en coordinación con los agentes sociales implicados en la creación de empresas de la provincia de Cádiz.

### Público objetivo y difusión

El público objetivo al que se dirigió el acto de presentación de las actividades de la Cátedra de Emprendedores para el curso 2009/10 es toda la comunidad universitaria de la UCA, con especial incidencia en los docentes y alumnos del Campus de Cádiz y Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales correspondientes a las siguientes titulaciones:

- Diplomatura en Ciencias Empresariales.
- Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas.
- Grado en Contabilidad y Finanzas Directivas.
- Grado en Administración y Dirección de Empresas.

Actividades de difusión. Los medios utilizados en la difusión han sido los siguientes:

4. Cartelería: se editó cartelería y dípticos.
5. Presencia en la web de la Cátedra de Creación de empresas: se habilitó como cuestión destacada. (<http://www.uca.es/catedra/creacion-empresas>).
6. Entidades del Sector: se envió información a entidades como Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza, Cámaras de Comercio de Cádiz, Confederación de Empresarios de la Provincia de Cádiz, la Asociación de Jóvenes Empresarios de la provincia de Cádiz y la asociación de Empresarias y Profesionales de la provincia de Cádiz.
7. Comunicación directa (Mailing electrónico): Se han realizado dos acciones fundamentales:
  - Utilización de la red Tavira (envío de la información del seminario a la totalidad del profesorado y alumnos de la Universidad de Cádiz).
  - Se realizó una base de datos con los contactos de las personas y cargos académicos relacionados con la creación de empresas en la Universidad de Cádiz. Específicamente, se invitó a la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa, a la Agencia IDEA, a la Fundación Pública Andaluza, Andalucía Emprende, al director del Plan Bahía Competitiva, etc...

### Jornada

## “ACTO DE PRESENTACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEL CURSO 2009-10 DE LA CÁTEDRA DE EMPRENDEDORES”

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Campus de Cádiz – Avenida Dúque de Nájera, 8  
11002 – Cádiz

### Equipo de trabajo

**Director de la actividad:** José Ruiz Navarro

**Asistencia técnica:** Julio Segundo Gallardo.  
Raúl Medina Tamayo  
M<sup>a</sup> José Pérez Narváez

El 20 de octubre de 2009 se celebró en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cádiz el “**ACTO DE PRESENTACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEL CURSO 2009-10 DE LA CÁTEDRA DE EMPRENDEDORES**”, como actividad de promoción de la cultura Emprendedora organizada por la Cátedra de Creación de Empresas y Fomento de la Cultura Emprendedora de la UCA junto a Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza.

El objetivo de la acción se centraba en la promoción y dinamización del espíritu emprendedor, en la búsqueda de poner en valor el conocimiento universitario en materia de creación de empresas. La actividad se enmarca dentro de un plan de comunicación de la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz, que con esta acción da a conocer a la comunidad universitaria los servicios que ofrece en materia de creación de empresas. El día de la jornada, los **120** alumnos participantes tuvieron la posibilidad de conocer los servicios que ofrece la administración autonómica al emprendedor a través de la Fundación Pública Andaluza, Andalucía Emprende y la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz, así como de animaciones, preparadas para la ocasión, por parte de la Empresa De Ida y Vuelta, durante la primera parte de la jornada.

La segunda mitad se desarrolló en el Aula Magna de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, en el que se presentó ante los asistentes el programa de trabajo a desarrollar por la Cátedra de Emprendedores durante el curso 2009-10, en palabras de su director, José Ruiz Navarro. A continuación, creadores de la empresa sevillana Mundoficción Producciones, S.L., desarrollaron la ponencia “Emprender en Youtube: Mundoficción” a través de la cuál transmitieron de forma

dinámica y cercana su experiencia emprendedora a lo largo de su carrera profesional y animaron a los allí presentes a emprender.

Finalmente tuvo lugar la presentación de la segunda Edición del programa “EMPREENDEDORAS Y EMPREENDEDORES COMO TÚ”, de visualización de casos de éxito de antiguos alumnos de la Universidad de Cádiz, presentes en la sala.

La totalidad de los alumnos asistentes provenían de la Facultad de Ciencias Económicas Y Empresariales de Cádiz.

### La Jornada en cifras

**Número de participantes: 92**

**Número de actividades realizadas: 5**

**Número de empresarios: 16 (Programa “EMPREENDEDORAS Y EMPREENDEDORES COMO TU”)**

### Representación lúdica

- Número de actores: 5
- Número de representaciones: 10

### Programa

10.00h	<p><b>Actividades lúdicas relacionadas con la creación de empresas</b></p> <p><b>Actividades varias</b></p> <p>Organizadas por “DE IDA Y VUELTA” (EBC de la Universidad de Cádiz)</p> <p><b>Espacio abierto (Recepción e información) con:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Kiosco de prensa</li> <li>-Stands informativos de entidades colaboradoras: Cátedra de Emprendedores, CADE,</li> <li>-Tablón de anuncios, con próximas actividades a realizar por la Cátedra de Emprendedores</li> </ul>
12.00 h.	<p><b>Bienvenida y presentación de las actividades de la Cátedra de Emprendedores para el curso académico 2009/2010</b></p> <p>Interviene D. José Ruiz Navarro, Director.</p>
12.15 h.	<p><b>Ponencia “Emprender en youtube: Mundoficción”</b></p> <p>Mundoficción Producciones S.L.</p>
13.30 h.	<p><b>Presentación de la campaña universitaria “Emprendedores y emprendedoras”</b></p>

	<b>como tú”</b> Rector de la Universidad de Cádiz, D. Diego Sales Márquez
<b>14.00 h.</b>	<b>La UCA, una universidad emprendedora.</b> Intervienen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rector de la Universidad de Cádiz</li> <li>• Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza</li> <li>• Confederación de Empresarios de Cádiz / CEA,</li> <li>• Bancaja</li> <li>• Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales</li> </ul>
<b>14.15 h.</b>	<b>Copa</b>

### Recepción



Situado en el hall de entrada de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, en él se recibía e informaba a los asistentes del transcurso de la jornada.

En este punto se recibían las inscripciones que se realizaban al momento y que no habían sido efectuadas con anterioridad a través de la página web de la Cátedra de Emprendedores de la UCA (<http://www.uca.es/catedra/creacion-empresas>).

### Espacio abierto

En el hall de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, además de encontrarse el punto de información, se colocó el stand informativo de Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza y un kiosko de prensa, para fomentar la lectura de prensa económica entre los alumnos, con ejemplares de Andalucía Económica, Expansión, Cinco Días y El Economista. Por otra parte, actores de la empresa De Ida y Vuelta realizaron una serie de representaciones por los espacios del centro y de la Facultad de Ciencias del Trabajo, para así atraer al público objetivo de la jornada y acercarlo a la creación de empresas.



Asesoramiento informativo FRAE

El stand informativo de la jornada sobre los requisitos necesarios para la creación de empresas corrió a cargo de la Fundación Pública Andaluza, Andalucía Emprende, que ofreció a los asistentes los servicios de carácter gratuito que se encuentran a disposición de los emprendedores en las instalaciones de los Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE).

Ubicado en el hall de entrada de la facultad, en el stand se atendía a todas las personas que requirieron la información necesaria de la Fundación.

Asimismo, se entregó material publicitario de la Fundación Pública Andaluza, Andalucía Emprende.



### Kiosco de prensa

Se ofrecía a los alumnos la posibilidad de acercamiento al fenómeno emprendedor mediante el acceso gratuito a prensa especializada en economía y empresas, que se distribuía de manera gratuita a los asistentes gracias a la colaboración de las publicaciones.

Los periódicos y revistas que participaron en el Kiosco de prensa fueron:

- a. El Economista
- b. Expansión
- c. Cinco Días
- d. Emprendedores
- e. Andalucía Económica



### Animación lúdica relacionada con la creación de una empresa

La representación partió del patio de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y recorrió los espacios comunes del centro, así como los de la Facultad de Ciencias del Trabajo, con los objetivos de fomentar la cultura emprendedora entre los asistentes y de acercar el fenómeno emprendedor a los alumnos.



Dicha tarea se encomendó a la empresa De Ida y Vuelta que es una empresa dedicada a la Animación Turística y Cultural, fundada en 2003 que muestra la ciudad de Cádiz al que la visita desde un punto de vista humorístico, para de esta manera introducirlo en las costumbres folklóricas y gastronómicas de la misma.

Sus emprendedores son antiguos alumnos de la Universidad de Cádiz, siendo De Ida y Vuelta una de las doce empresas que han participado en la primera edición del programa “EMPRENDEDORAS Y EMPRENDEDORES COMO TÚ”.

La animación consistía en un espectáculo de teatro de calle centrado en un relato de “inventos” que, con un toque humorístico, habían supuesto una revelación en el mundo y habían permitido, a sus creadores, ganar gran cantidad de dinero.

En la representación participaron cinco actores, caracterizados de fenicios que hacían interactuar al público para probar uno de sus grandes inventos. Como agradecimiento a la participación, los actores realizaban un “trueque” entregando USBs y chupa-chups, de la Cátedra de Emprendedores, a los allí presentes.

Los actores se desplazaron por las instalaciones de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y de Ciencias del Trabajo interactuando con el público ya que era necesario que alguno de los asistentes probara la eficacia de un crecepelos inventado por ellos.



### Acto institucional

Celebrado en el Aula Magna de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales tras las actividades lúdicas.

#### Presentación de las actividades de la Cátedra de Emprendedores para el curso 2009/10

Tomaba la palabra el Director de la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz, José Ruiz Navarro, para dar la bienvenida a los asistentes y aperturar el Acto institucional de la Jornada. De su parte también tuvo lugar la presentación de las actividades de la Cátedra de Emprendedores para el curso 2009/10.

Tras presentar a los asistentes los objetivos y servicios que desde la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz se presta a la comunidad universitaria, el director de la Cátedra presentó las actividades a desarrollar conforme a cada una de las 4 líneas estratégicas que se siguen:

- 1.- Dinamización, motivación y divulgación del potencial emprendedor de la UCA
- 2.- Capacitación y formación en creación de empresas
- 3.- Apoyo y seguimiento de las iniciativas emprendedoras
- 4.- Evaluación e investigación del fenómeno emprendedor



Dentro de cada una de las líneas estratégicas referidas se presentaron las actividades a desarrollar por la Cátedra de Emprendedores para el curso 2008/09:

#### **f. Dinamización, motivación y divulgación del potencial emprendedor de la UCA**



- i. Jornadas de fomento a la cultura emprendedora: Jornadas de dinamización de la cultura emprendedora entre la comunidad universitaria en cada uno de los campus de la Universidad de Cádiz.
- ii. Emprendedoras y emprendedores como tu.- Visualización de los casos de éxito de empresas creadas por universitarios de la UCA.
- iii. Ciclo de seminarios “Emprender desde el deporte”.- Difusión de la cultura emprendedora mediante las experiencias de personalidades del mundo del deporte (trabajo el equipo, el valor del compromiso...).
- iv. Ciclo de seminarios “Emprender desde la música y la cultura”.- Difusión de la cultura emprendedora mediante las experiencias de personalidades del mundo de la música y la cultura (trabajo el equipo, el valor del compromiso...).
- v. Jornadas “Emprender + Cerca”. Desarrollo de acciones para presentar los servicios que la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz presta a la comunidad universitaria y fomentar la cultura emprendedora en los centros universitarios.
- vi. Seminarios de Creatividad. Realización de acciones de generación de ideas de negocio de cara a su posterior estudio de viabilidad.
- vii. Boletín electrónico “UCA Emprende”.- Difusión de las actividades previstas, noticias y documentos de interés relacionados con la creación de empresas.
- viii. Talleres de presentación de ideas y proyectos en público. Jornadas para dotar al alumno de la asignatura “Creación de Empresas” de habilidades que permitan hacer llegar a futuros clientes, proveedores, entidades financieras, socios, etc.... de forma eficaz el mensaje que se desea transmitir, mediante el uso de las herramientas y técnicas más apropiadas a cada tipo de exposición.
- ix. I Premio empresarial de reconocimiento empresarial de la Universidad de Cádiz. Reconocimiento de la trayectoria de un empresario/a de la Provincia de Cádiz.

**g. Capacitación y formación en creación de empresas**

- i. Curso de “Empresas innovadoras”. Formas y desarrollar capacidades emprendedoras y de gestión de la innovación de aquellos universitarios con intenciones de crear o desarrollar empresas.
- ii. Curso “La UCA Emprende”.- Talleres dedicados a desarrollar las capacidades y competencias básicas sobre creación de empresas. Orientados a la práctica, para los que se atreven a dar sus primeros pasos en el mundo de la empresa.
- iii. Curso de formación on-line. Curso on-line de gestión empresarial.

**h. Apoyo y seguimiento de las iniciativas emprendedoras**

- i. Programa UNECREA. Composición de equipos multidisciplinares entre alumnos y profesorado de distintos centros de la UCA para el desarrollo y posterior estudio de pre-viabilidad de nuevas ideas de negocio.
- ii. Servicio de atención y orientación al emprendedor. Disponibilidad del personal de la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz para la resolución de dudas de los emprendedores durante los primeros pasos y durante el proceso de maduración de la idea de negocio.
- iii. Servicio de acompañamiento empresarial.- Acuerdos la Fundación Pública Andaluza, Andalucía Emprende para el apoyo y seguimiento de los proyectos de creación de empresas surgidos en la UCA que pasen la fase de viabilidad interna.
- iv. Portal de Egresas UCA. Directorio de empresas de antiguos alumnos de la UCA y/o que para su creación hayan recibido asesoramiento de la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz, de manera que se creen lazos de unión entre ambas entidades.

**i. Evaluación e investigación del fenómeno emprendedor**

- i. Informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor) Andalucía 2009.- Evaluación e investigación del fenómeno emprendedor.
- ii. Observatorio de competitividad empresarial (CEC).- Espacio para la valoración de las políticas emprendedoras de los organismos con actividades y competencias en este ámbito en la provincia de Cádiz.
- iii. Casos empresariales de éxito EBC. Redacción de casos de empresas de éxito EBC nacidas de la Universidad, para estudiar la trayectoria seguida por éstas desde sus inicios hasta el momento actual, con el objetivo de utilizarlo en la docencia, presentando a los alumnos diversas situaciones problemáticas de la vida real a los alumnos en la generación de soluciones.
- iv. Observatorio de mujeres empresarias (Ministerio de Igualdad).- Elaboración de un diagnóstico de la situación de la actividad emprendedora de las mujeres en España en los últimos años y en comparación con otros países, para su posterior difusión.



Ponencia: “Emprender en Youtube: Mundoficción”.

Tras la presentación por parte Director de la Cátedra de Emprendedores, subían al estrado Alfonso y Alberto, socios de la empresa Mundoficción Producciones S.L., para realizar ante los asistentes la ponencia denominada “Emprender en Youtube: Mundoficción”.

Mundoficción Producciones es una empresa formada por alumnos de la Comunicación Audiovisual de la Universidad de Sevilla dedicada a la producción y desarrollo de proyectos cinematográficos con una trayectoria de ocho años y en el que sus producciones han obtenido el respaldo de instituciones, crítica y público, siendo seleccionadas y premiadas en numerosos festivales nacionales e internacionales.

Desde 2003 hasta la fecha han realizado hasta siete producciones de Cortometrajes, premiadas algunas de ellas por RTVA y por distintos Festivales Andaluces y Españoles de Cine. Una de sus obras, RELOJES DE ARENA, fue proyectada en 2003 en la Mostra Internacional de Venecia. También han realizado distintos trabajos para televisión y un largometraje documental sobre Bosnia para la ONG “Caravana Por la Paz”. Adicionalmente suman numerosas producciones en espectáculos, teatros y rodajes realizadas desde 1996, participando incluso alguno de sus socios como actores.

A nivel artístico intenta consolidarse como una plataforma donde artistas y nuevos creadores andaluces puedan desarrollar productos en los que prime la calidad argumental y visual y se pongan en común sus distintos talentos y habilidades sin limitaciones creativas.

La empresa ha conseguido gran popularidad a través de los cortometrajes que han publicado en su canal de Youtube, entre ellos la Trilogía Sevillana, que han obtenido más de un millón de visualizaciones. Estos cortometrajes, realizados todos ellos siempre en tono de humor y con un original planteamiento, en el que dos jóvenes en escena y similar guión interpretan desde diferentes puntos de vista sociales una nueva realidad.

Los ponentes disertaron durante 50 minutos ante los asistentes de una manera sencilla y divertida, revelando historias de manera anecdótica, de su experiencia profesional desde sus inicios hasta el momento actual, dándole un toque de humor a las dificultades con las que se encontraron en el camino, hasta llegar a alcanzar el éxito con el que cuentan hoy día.



Finalizaron su exitosa intervención, motivando a los alumnos a emprender y haciéndoles comprender que para alcanzar el éxito hay que superar numerosas dificultades, pero que con trabajo y esfuerzo todo es posible.

A continuación ocuparon la mesa presidencial:

- Diego Sales Márquez.- Rector de la Universidad de Cádiz.
- Pablo Celada Pérez.- Director Provincial de la Fundación Pública Andaluza, Andalucía Emprende.
- Juan Manuel Pérez Prado.- Director Territorial de Bancaja en Cádiz.
- Fernando Martín Alcázar.- Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Cádiz.
- José Ruiz Navarro.- Director Cátedra de Emprendedores de la UCA.



de Cádiz  
Universidad de Cádiz

Presentación del programa “EMPRENDEDORAS Y EMPRENDEDORES COMO TU”

Tomaba la palabra el Rector de la Universidad de Cádiz, Diego Sales, para dar la bienvenida al acto a los asistentes y presentar ante el auditorio el programa “EMPRENDEDORAS Y EMPRENDEDORES COMO TU” Edición 2009, el cual tiene los siguientes objetivos principales:

- Visualizar los éxitos de las emprendedoras y emprendedores de la UCA
- Impulsar espíritu emprendedor en la comunidad universitaria de la Universidad de Cádiz



Otros objetivos que se persiguen con este programa son:



- Constituir una salida laboral eficiente en base a los conocimientos adquiridos en la universidad,
- Crear una red de contactos entre empresas nacidas desde la Universidad de Cádiz,
- Establecer proyectos innovadores fruto de la relación universidad-empresa, capaces de generar riqueza para la provincia de Cádiz,
- Mejorar la imagen del empresario, y
- Realizar un estudio de casos de éxito en las spin-off universitarias.

Para el cumplimiento de su objetivo principal, este proyecto basa su metodología en una *campaña promocional* centrada en el efecto demostración. Se trata fundamentalmente de ofrecer a la comunidad universitaria ejemplos tangibles sobre personas que apostaron por su idea y la pusieron en marcha hasta haberla consolidado.

La campaña promocional se dirige a través de dos medios principales:

- Campaña itinerante en los centros de la Universidad de Cádiz y Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza.
- Campaña audiovisual online a través de vídeos de pequeña duración en la web institucional de la Universidad de Cádiz.

La materia prima del proyecto es pues, el “joven empresario universitario”. Por ello el perfil buscado por parte de la dirección del programa ha sido el siguiente:

\* Características indispensables del emprendedor/a:

- Pertenecientes a diferentes centros universitarios de la UCA
- Pertenecientes a diferentes comarcas de la provincia de Cádiz

\* Características deseables del emprendedor/a y de la empresa:

- Empresario/a joven
- Empresas reconocidas e innovadoras

Han colaborado en el desarrollo de este programa las siguientes entidades y áreas de la Universidad de Cádiz:

- Fundación Bancaja
- Confederación de Empresarios de la provincia de Cádiz
- Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
- Asociación de Jóvenes Empresarios
- Fundación Universidad Empresa de la provincia de Cádiz

- Oficina de Transferencia de Resultados de la Investigación de la UCA
- Consejo Social de la UCA

### La Universidad de Cádiz: una Universidad Emprendedora

Para cerrar el acto intervinieron, por este orden, el Responsable de Bancaja de la provincia de Cádiz, Juan Manuel Pérez Prado, el Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Fernando Martín Alcázar, el Director provincial de Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza, Pablo Celada Pérez y el Rector De la Universidad de Cádiz, Diego Sales Márquez.



### Agradecimientos

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Departamento de Organización de Empresas de la Universidad de Cádiz  
OTRI de la Universidad de Cádiz  
Dirección General de Empleo de la Universidad de Cádiz  
Confederación de Empresarios de Cádiz  
Asociación de Jóvenes Empresarios de la provincia de Cádiz  
Asociación de Empresarias y Profesionales de la provincia de Cádiz  
Revista Emprendedores  
Andalucía Económica

El Economista

Expansión

Cinco días

---

---

# Anexo 10: Puesta en marcha del portal de empresas UCA



Octubre de 2009

---

---

**Portal EMPRESAS UCA**

**Organizada por:**

Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz

Cátedra Bancaja de Jóvenes Emprendedores de la Universidad de Cádiz – Fundación Bancaja

**Con la colaboración de:**

Fundación Universidad Empresa de la Provincia de Cádiz - FUECA

Fundación Red Andalucía Emprende.

Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación - OTRI

## Justificación y Objetivos

La Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz, como unidad de creación de empresas de la propia Universidad, tiene entre sus objetivos fundamentales fomentar la cultura emprendedora en el ámbito universitario y apoyar cualquier tipo de iniciativa innovadora de carácter empresarial que tenga su origen en la comunidad universitaria. El objetivo final es la creación y consolidación de más y mejores empresas que generen riqueza y empleo en nuestro entorno, y que valoricen el conocimiento universitario.

Entre las líneas estratégicas establecidas para la consecución de los objetivos anteriormente expuestos destaca en este sentido el desarrollo de una serie de acciones encaminadas al acompañamiento de las iniciativas empresariales, que conlleva el asesoramiento inicial y el apoyo para la consolidación de estas empresas así creadas.

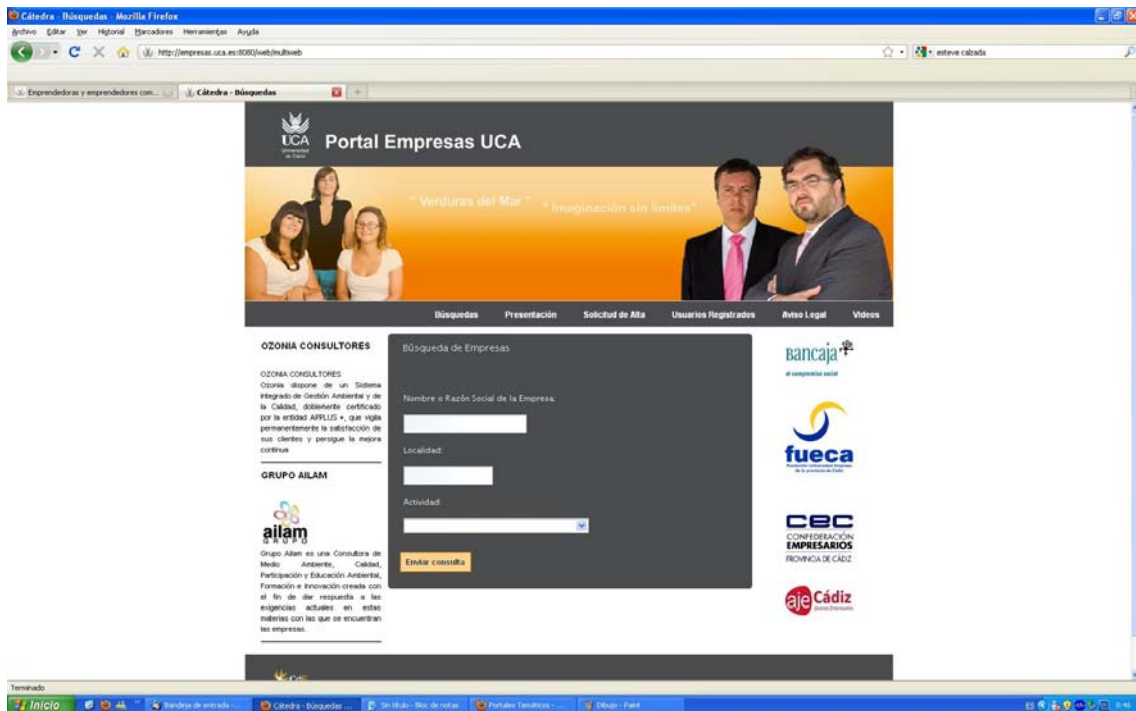
De esta forma, el Portal EMPRESAS UCA pretende ser una herramienta útil para todas estas empresas nacidas en el seno de la Universidad de Cádiz, que las apoye en la consolidación de su proyecto y que tengan en este Portal un lugar de encuentros y una puerta de acceso hacia su Universidad. En definitiva, un espacio virtual a través del cual se puedan iniciar proyectos en colaboración entre empresas o entre éstas y su Universidad.

Además el Portal EMPRESAS UCA tiene como objetivo fomentar la cultura emprendedora de nuestros estudiantes y titulados, visualizando los casos de éxito de nuestro entorno más cercano y dando ejemplo de emprendedores que efectivamente han logrado poner en marcha su propio proyecto empresarial.

Por último, este Portal se configura como un servicio a toda la sociedad, a través de un directorio de búsqueda de empresas creadas por universitarios. Este directorio tiene como objetivo facilitar la localización e identificación de estas empresas para sus posibles y potenciales clientes y proveedores.

Los objetivos específicos por tanto que se buscan en el desarrollo de este proyecto son:

- Apoyar las iniciativas emprendedoras de ámbito universitario posibilitándoles un lugar de promoción de sus proyectos.
- Establecer un espacio virtual de encuentro entre empresas o entre éstas y su Universidad.
- Fomentar la cultura emprendedora visualizando casos de éxito de nuestro entorno más cercano.
- Crear un directorio de búsqueda de empresas creadas por universitarios que permitan facilitar su localización e identificación.



## Tecnología Utilizada

Para el desarrollo del Portal EMPRESAS UCA se ha utilizado el gestor de contenidos web Liferay. Liferay es un portal de gestión de contenidos de código abierto escrito en Java bajo licencia MIT. Esta licencia permite reutilizar el Software así licenciado tanto para ser software libre como para ser software no libre, permitiendo no liberar los cambios realizados al programa original.



La gestión de usuarios del Portal incluye uno o varios usuarios administradores que pueden generar contenidos y dar de alta otros usuarios, y otros usuarios limitados. Estos usuarios limitados son los utilizados por las empresas para completar o modificar sus fichas personales. Tanto el usuario administrador como el usuario limitado disponen de un panel de control propio que es proporcionado por el propio gestor de contenidos Liferay.

El portal ha sido ubicado en la dirección <http://empresas.uca.es>

## Contenidos

El portal de empresas dispone de los siguientes contenidos:

### A/ Página Inicio:

En la página inicio se incluye una sección para la búsqueda dentro del directorio de empresas, en función de tres campos: Nombre o Razón Social, Localidad y Actividad. El listado de actividades que se muestra está limitado únicamente al de actividades que sean desarrolladas por empresas dadas de alta en el directorio.

Además del directorio, la página Inicio incluye los logotipos y descripción de dos empresas. Estas dos empresas son seleccionadas al azar por el gestor de contenidos entre todas las empresas dadas de alta. De tal forma que en cada visita a la página inicio tengamos dos empresas distintas.

### B/ Búsquedas.

Idem a la página Inicio.

### C/ Solicitud de Alta.



Esta sección permite a los emprendedores solicitar el alta de su empresa en el directorio de empresas del Portal EMPRESAS UCA mediante un simple formulario. Los datos de este formulario son remitidos a un técnico de la Cátedra de Emprendedores por correo electrónico y éste se pone en contacto con la empresa solicitante para completar sus datos, y explicar la filosofía y el funcionamiento del Portal.

D/ Presentación.

Esta sección muestra un mensaje del Director de la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz presentando los servicios del Portal EMPRESAS UCA a los usuarios y visitantes de la web.

E/ Usuarios Registrados.

Mediante esta sección los usuarios registrados acceden a sus paneles correspondientes para poder crear o modificar contenidos en su propia ficha de empresa.

F/ Aviso Legal.

El Aviso Legal incluye las condiciones de uso del Portal EMPRESAS UCA, la política de protección de datos, la propiedad intelectual o industrial del sitio y la exoneración de responsabilidades.

G/ Videos.

En esta sección se encuentran libremente disponibles todos los videos del programa “Emprendedoras y Emprendedores Como Tú”.



## Empresas de Alta

A fecha 31 de Diciembre de 2009 las empresas dadas de alta en el Portal son las que figuran en el siguiente cuadrante.

CENTRO/Grupo
ANIMARTE
ARTEPICK
AULA 3
AULA NUEVE
CAPACERO
CAPITAL ASESORES
CETAREA DEL SUR
CHOROT PRODUCCIONES
DE IDA Y VUELTA
ERA CADIZ
GRUPO AILAM
IG FOTON
I SOLUCIONES
KONECTIA
LOGIC CONTROL
MUNDOCOM
NEOS BRAND
OZONIA CONSULTORES
PRONAEX
QUINTA INGENIERIA
SUR ALGAE
SUR CONTROL
TITANIA
TRICOM
UNICA MAQUINAS
<b>TOTAL 25 EMPRESAS DADAS DE ALTA.</b>

---

---

# Anexo 11: Programa formativo III Edición "La UCA Emprende"



Noviembre- Diciembre 2009

---

---

Programa formativo UCA Emprende

**Organizado por:**

Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz

FUECA - Fundación Universidad Empresa de la Provincia de Cádiz

Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza – Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa

Equipo de trabajo

**Director de la actividad:** José Ruiz Navarro

**Coordinación:** Julio Segundo Gallardo  
María José Pérez Narváez

### Justificación y objetivos

La UCA EMPRENDE es un programa de la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz dirigido a los alumnos y a la comunidad universitaria que ha sido desarrollado a lo largo del curso académico 2009-2010.

Pretende promover el espíritu emprendedor, la creatividad y hacer ver la importancia y posibilidad de “aprender a emprender” usando el conocimiento que se genera y administra desde la UCA.

Se inscribe en la línea estratégica segunda de “capacitación y formación” en creación de empresas y está dirigido prioritariamente a los alumnos.

En su tercera edición, la programación ha sido encauzada según la opinión de los alumnos de las dos ediciones anteriores, contemplando temáticas y dinámicas propuestas por ellos. Los objetivos docentes han sido los siguientes:

- Dotar a los alumnos conocimientos básicos en creación de empresas, de un modo práctico y divertido.
- Sensibilizar a los participantes sobre la importancia de la creación de empresas.
- Adaptarse a las necesidades de los alumnos, detectando las necesidades de capacitación y sensibilización en los participantes del programa.
- Desarrollar las habilidades necesarias para desarrollar el proceso de creación de empresas.
- Identificar alumnos / ideas que requieran de un seguimiento por parte de los programas de creación de empresas por parte de los alumnos del programa.
- Dar a conocer los programas de apoyo al emprendedor que existen en el entorno universitario.
- Ofrecer a los alumnos experiencias emprendedoras de antiguos alumnos de la UCA.

### Principales cifras

- Alumnos inscritos: 33
- Proyectos presentados: 19
- Ponentes: 13
- Visitas realizadas: 1
- Horas formación: 30
- Créditos libre elección: 1,5

## Programa

### BLOQUE 1: LA IDEA Y LA OPORTUNIDAD (6 horas)

**Taller 1: "Cómo buscar y analizar oportunidades de negocio"** (3 horas) por Antonio Rafael Ramos, profesor del departamento de Organización de Empresas de la Universidad de Cádiz. 10/11/2009 - 17,00 horas. Facultad de Ciencias Empresariales de la UCA (aula 4.6).

**Taller 2: "Cómo ser innovador y creativo"** (3 horas), por Ángel Pérez, profesor del departamento de Organización de Empresas de la Universidad de Cádiz. 12/11/2009 - 17,00 horas. Facultad de Ciencias Empresariales de la UCA (aula 4.6).

### BLOQUE 2: EL PROYECTO EMPRESARIAL (18 horas)

**Taller 3: "El Plan de Empresa" – Visita al Centro de Apoyo al Desarrollo Empresarial de Cádiz** (3 horas), por Inmaculada Medina y Nieves García, técnicos de Andalucía Emprende Fundación Pública Andaluza. 17/11/2008 - 17,00 horas. Centro de Apoyo al Desarrollo Empresarial de Cádiz.

**Taller 4: "Dirección estratégica del proyecto empresarial: análisis interno y externo"** (3 horas) por Ángel Pérez, profesor del departamento de Organización de Empresas de la Universidad de Cádiz. 19/11/2009 - 17,00 horas. Facultad de Ciencias Empresariales de la UCA (aula 4.6).

**Taller 5: "La selección de la forma jurídica de la empresa"** (3 horas), por M<sup>a</sup> Luz Morales y Diego González, técnicos de Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza. 24/11/2009 - 17,00 horas. Facultad de Ciencias Empresariales de la UCA (aula 4.6).

**Taller 6: "Organización de los RRHH y gestión de tu equipo de trabajo"** (3 horas), por José Aurelio Medina, profesor del departamento de Organización de Empresas de la Universidad de Cádiz. 26/11/2009 - 17,00 horas. Facultad de Ciencias Empresariales de la UCA (aula 4.6).

**Taller 7: "Estrategias en la dirección comercial de la empresa"** (3 horas), por José Luis Durán, profesor del departamento de Marketing y Comunicación de la Universidad de Cádiz. 01/12/2009 - 17,00 horas. Facultad de Ciencias Empresariales de la UCA (aula 4.6).

**Taller 8: "El Plan Económico-financiero. Cómo financiar tu proyecto: ayudas, subvenciones y otras fuentes de financiación"** (3 horas) por Fernando Yrayzoz, profesor del departamento de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad de Cádiz y Juan Manuel Alcedo, técnico de la Agencia IDEA. 03/12/2009 - 17,00 horas. Facultad de Ciencias empresariales de la UCA.

**BLOQUE 3: EL FENÓMENO EMPRENDEDOR (6 horas)**

**Seminario “Encuentro de Jóvenes Emprendedores UCA”** (1 hora), por Ana del Corral – gerente de la empresa “De Ida y Vuelta”, Óscar Sánchez – gerente de la empresa “Pronaex”- y Jesús Rodríguez – gerente de la empresa Surcontrol-. 10/12/2009- 17,00 horas. Sala de Conferencias de la Facultad de CC. EE. y Empresariales de Cádiz.

**Ejercicio On-line: análisis de viabilidad** (5 horas).



**Programa UCA Emprende**

Del 10/11/2009 al 10/12/2009

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Glorieta de Carlos Cano, s/n

11002 - Cádiz

Profesorado

<b>PROFESORADO</b>				
<b>Directores/as del curso</b>				
Apellidos y nombre	NIF	Titulación	Centro de trabajo	Prof. UCA (SI/NO)
Ruiz Navarro, José	31.173.688-V	Catedrático de Universidad	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	Si
<b>Coordinadores/as del curso (en su caso)</b>				
Apellidos y nombre	NIF	Titulación	Centro de trabajo	Prof. UCA (SI/NO)
Segundo Gallardo, Julio	75.751.257-K	Licenciado en Dirección y Administración de Empresas	Cátedra de Emprendedores	No
<b>Profesores del curso</b>				
Apellidos y nombre	Centro de trabajo	Seminario	Fecha	
Antonio Ramos	UCA	Ideas y oportunidades, ¿cómo buscarlas?	10/11/2009	
Antonio Ramos	UCA	¿Cómo analizar una idea de negocio?	10/11/2009	
Ángel Pérez	UCA	¿Cómo ser innovador y creativo? (teoría)	12/11/2009	
Ángel Pérez	UCA	¿Cómo ser innovador y creativo? (práctica)	12/11/2009	
Inmaculada Medina	FRAE	El Plan de Empresa (teoría)	17/11/2009	
Nieves García	FRAE	Visita a las instalaciones del CADE de Cádiz	17/11/2009	
Ángel Pérez	UCA	Dirección estratégica del proyecto empresarial: análisis interno y externo	19/11/2009	
Ángel Pérez	UCA	Dirección estratégica del proyecto empresarial: análisis interno y externo	19/11/2009	
M <sup>a</sup> Luz Morales Benítez	FRAE	La selección de la forma jurídica de la empresa	24/11/2009	
Diego González Barroso	FRAE	Cómo comunicar tu idea o proyecto empresarial	24/11/2009	



José Aurelio Medina	UCA	Emprender y Organización de los RRHH	26/11/2009
José Aurelio Medina	UCA	La gestión de tu equipo de trabajo	26/11/2009
José Luis Durán	UCA	Estrategias en la direcc. comercial	01/12/2009
José Luis Durán	UCA	Estrategias en la direcc. comercial	01/12/2009
Fernando Yraizoz	UCA	El plan económico-financiero	03/12/2009
Juan Manuel Alcedo	Agencia IDEA	Cómo financiar tu proyecto: ayudas, subvenciones y otras fuentes de financiación	03/12/2009
Ana del Corral Óscar Sánchez Jesús Rodríguez	Cátedra de Emprendedores	Seminario encuentro jóvenes emprendedores	10/12/2009
Julio Segundo Gallardo María José Pérez Narváez Raúl Medina Tamayo	Cátedra de Emprendedores	Desarrollo online del Análisis del proyecto	10/12/2009 al 21/12/2009

Evaluación alumnos

Valoración media en una escala (1-5)

<b>1.- Contenidos del Curso</b>	
1. Nivel de los contenidos	4.3
2. Estructura de los contenidos es coherente	4.0
3. El ritmo del curso permite seguimiento de los contenidos	4.1
4. Equilibrio entre contenidos teóricos y prácticos	4.2
5. La metodología aplicada ha sido adecuada	4.3
6. Los recursos y materiales utilizados han sido los adecuados	4.3
7. La evaluación realizada se corresponde con lo aprendido	4.4
8. El material entregado se adapta a las necesidades del curso	4.1
9. El curso se ha desarrollado conforme a lo previsto en el programa	4.4
10. La fase práctica permite relacionar y aplicar los contenidos del curso	4.2
11. El contenido del curso se adapta a las necesidades del mercado	4.4
<b>2.- Opinión global</b>	
12. El curso ha cubierto mis expectativas iniciales	4.3
13. En general estoy satisfecho con la labor docente del profesor/es	4.6
14. Grado de satisfacción general	4.3
<b>3.- Profesorado del curso</b>	
15. Da a conocer el programa del taller y el sistema de evaluación, en su caso	4.6
16. La estructura y presentación de seminario es adecuado	4.6
17. Puntualidad a la entrada y salida	4.7
18. La comunicación es fluida y espontánea	4.7

---

---

# Anexo 12: Taller PDI-PAS “Dinamización y motivación de equipos de trabajo”



Noviembre - Diciembre 2009

---

---

Talleres “Dinamización y Motivación de Equipos de Trabajo”

**Organizado por:**

Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz

FUECA - Fundación Universidad Empresa de la Provincia de Cádiz

Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza – Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa

Equipo de trabajo

**Director de la actividad:** José Ruiz Navarro

**Coordinación:**

Julio Segundo Gallardo

María José Pérez Narváez

Raúl Medina Tamayo

### Justificación y objetivos

La Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz, en el compromiso social asumido con su entorno y con el desarrollo regional, tiene entre sus objetivos el fomento de la creación de empresas basadas en el conocimiento e impulsa las iniciativas innovadoras que pongan al servicio de la sociedad y de la provincia de Cádiz la capacidad del conocimiento universitario de generar valor. En esta misma línea, la gestión de los equipos de trabajo se entiende como una técnica que puede maximizar la creatividad y el talento del capital humano, por ejemplo en las aulas o en los grupos de investigación. De la misma forma, estos equipos de trabajo se perciben como un semillero importante en el que pueden surgir ideas negocios susceptibles de constituirse en proyectos empresariales.

Por ello, la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz ha organizado el taller "Dinamización y Motivación de Equipos de Trabajo" con el que pretende desarrollar estrategias de dirección de equipos de trabajo mediante el conocimiento del comportamiento y dinámica de los grupos, a fin de asegurar el funcionamiento de los mismos. Con esta actividad se ha tratado de impulsar y activar el desarrollo de habilidades y técnicas válidas para favorecer la dinamización de equipos y personas emprendedores. El Taller ha sido dirigido al personal docente e investigador y el de administración y servicios de la Universidad de Cádiz.

Esta acción se encuadra en la línea estratégica de motivación y dinamización del potencial emprendedor que la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz viene desarrollando con el objetivo de fomentar la cultura emprendedora y la creación de empresas innovadoras basadas en el conocimiento universitario.

Los objetivos docentes del Taller han sido los siguientes:

- Desarrollar las principales teorías y modelos de motivación.
- Adquirir los conocimientos más relevantes y actuales relativos a los procesos y fenómenos implicados en el trabajo en grupo.
- Conocer las claves para la dinamización eficiente de equipos de trabajo.
- Entender el proceso motivacional de forma global.

Asistentes

En un principio estaba previsto desarrollar un solo taller y finalmente debido al alto número de solicitudes de inscripción se desarrollaron dos talleres para dar cobertura a todos los interesados, sin por otro lado, perjudicar la calidad por el alto número de asistentes.

<u>Taller “Dinamización y Motivación de Equipos de Trabajo</u>	<u>Inscritos</u>	<u>Asistentes</u>
Taller Fecha 18-11-2009	25	16
Taller Fecha 16-12-2009	15	6
<b>TOTAL</b>	40	22

Lugar y Fecha

Lugar: Facultad de Ciencias del Trabajo en el Campus de Cádiz – Despacho de Seminarios

Fecha: 18 de Noviembre y 16 de Diciembre con horario de 10.00 horas a 14.00 horas



## Contenido Taller

1. La estrategia del El emprendedor: ¿por qué emprender?
2. Activar capacidades para la consecución de metas
3. Desarrollar proyectos
  - Niveles sociales
  - Funcionales
  - Personales
4. La animación del equipo
5. Nuestro plan de mejora personal

Profesorado

PROFESORADO

**Evaristo Velasco Carrillo de Albornoz.**

**Diplomado en Ciencias de la Educación. Durante más de 10 años ha desarrollado su carrera profesional en el área de marketing en empresas de primer nivel en el área de la distribución comercial y parques temáticos. Posteriormente crea su propia consultora especializada en formación directiva desde la que ha coordinado programas de formación para empresas y entidades públicas.**

Evaluación de los asistentes

Valoración media en una escala (1-5)

	18/11/2009	16/12/2009
<b>Contenidos de la ponencia</b>	<b>3,73</b>	<b>4,41</b>
1. Nivel de contenidos	3,75	4,60
2. Equilibrio entre contenidos teóricos y prácticos	3,69	4,17
3. La metodología aplicada ha sido la adecuada	4,06	4,17
4. Los recursos utilizados han sido los adecuados	3,88	4,33
5. El material entregado se adapta a las necesidades del seminario	3,69	4,33
6. El curso se ha desarrollado conforme a lo previsto en el programa	3,75	4,67
7. La fase práctica permite relacionar y aplicar los contenidos del seminario	3,56	4,50
8. El contenido del curso se adapta a las necesidades del alumno	3,50	4,50
<b>Contexto del aula</b>	<b>4,21</b>	<b>4,33</b>
9. Las condiciones físicas del aula son adecuadas	4,13	4,50
10. La cantidad de asistentes es adecuada	4,27	3,83
11. EL equipamiento del aula en relación a las necesidades docentes es adecuado	4,25	4,67
<b>Opinión global</b>	<b>3,56</b>	<b>4,42</b>
12. El seminario ha cubierto mis expectativas iniciales	3,375	4,33
13. Grado de satisfacción general	3,75	4,50
<b>Profesorado del curso</b>	<b>4,36</b>	<b>4,64</b>
14. Da a conocer el programa del taller y el sistema de evaluación, en su caso	4,07	4,40
15. La estructura y presentación del seminario es adecuado	4,13	4,50
16. Puntualidad en la entrada y salida	4,67	4,83
17. La comunicación es fluida y espontánea	4,56	4,83



---

---

# Anexo 13: Taller PDI-PAS “Recursos didácticos en la creación de proyectos empresariales”



Noviembre 2009

---

---

**Taller “Recursos Didácticos en la Creación de proyectos empresariales”**

**Organizado por:**

Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz

FUECA - Fundación Universidad Empresa de la Provincia de Cádiz

Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza – Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa

**Equipo de trabajo**

**Director de la actividad:** José Ruiz Navarro

**Coordinación:**

Julio Segundo Gallardo

María José Pérez Narváez

Raúl Medina Tamayo

### Justificación y objetivos

La relevancia de la docencia en creación y desarrollo de empresas (entrepreneurship) se ha convertido en uno de los aspectos más novedosos de la reforma de los grados. Su incorporación en forma de asignaturas de 6 créditos en los grados relacionados con la empresa y la necesidad de adquirir competencias emprendedoras (4 créditos) en el resto de los títulos han culminado el proceso del creciente protagonismo económico y social que ha adquirido la formación en la materia y su incorporación a la formación universitaria.

Una de las causas de este fenómeno ha sido la convicción de que la cultura emprendedora, que conduce a la creación y desarrollo de empresas innovadoras, es una de las fuerzas dominantes en la sociedad contemporánea que debe estar presente en la educación superior y constituye el fundamento de la tercera misión de la universidad. Este argumento, en el caso de Europa, toma especial fuerza tras la cumbre de Lisboa del año 2000 de la que surge el objetivo de la valorización del conocimiento universitario.

De esta forma, la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz ha organizado el taller "Recursos Didácticos en la Creación de Proyectos Empresariales" con el objetivo fundamental de desarrollar recursos mediante la aplicación de los métodos y procesos propios de la formación universitaria. Se pretende sensibilizar, revisar y entrenar en los recursos metodológicos para el desarrollo y difusión eficaz de la cultura emprendedora en el ámbito universitario. El Taller ha sido dirigido al personal docente e investigador y el de administración y servicios de la Universidad de Cádiz.

Esta acción se encuadra en la línea estratégica de motivación y dinamización del potencial emprendedor que la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz viene desarrollando con el objetivo de fomentar la cultura emprendedora y la creación de empresas innovadoras basadas en el conocimiento universitario.

Los objetivos docentes del Taller han sido los siguientes:

- Conocer las herramientas y metodología necesarias para fomentar la actitud emprendedora entre los alumnos.
- Potenciar el desarrollo de habilidades necesarias para gestionar las capacidades personales de los alumnos y convertirlos en futuros emprendedores.
- Identificar oportunidades que el entorno ofrece para impulsar a los alumnos a emprender.

Asistentes

<u>Taller “Recursos Didácticos en la Creación de Proyectos Empresariales”</u>	<u>Inscritos</u>	<u>Asistentes</u>
	19	6

Lugar y Fecha

Lugar: Facultad de Ciencias en el Campus de Puerto Real – Sala de Grados

Fecha: 25 y 27 de Noviembre con horario de 10.00 horas a 14.00 horas



Contenido Taller

1. Análisis y Diagnostico de Situación
2. Transmitir la cultura emprendedora
3. Recursos para la intervención
4. La animación, supervisión y apoyo hacia los equipos.
5. Los frutos del equipo y su evaluación
6. Plan de mejora personal

Profesorado

PROFESORADO

Evaristo Velasco Carrillo de Albornoz.

Diplomado en Ciencias de la Educación. Durante más de 10 años ha desarrollado su carrera profesional en el área de marketing en empresas de primer nivel en el área de la distribución comercial y parques temáticos. Posteriormente crea su propia consultora especializada en formación directiva desde la que ha coordinado programas de formación para empresas y entidades públicas.

Manuel García Palomo

Licenciado en Psicología. Directivo de empresas del sector de seguros. Desde hace más de 10 años consultor especializado en la formación directiva. Profesor colaborador de la ESIC y EOI. Ha desarrollado planes de formación para numerosas empresas y colabora habitualmente con los programas de formación directiva de la Confederación de Empresarios de Andalucía.

Evalua ción de los asistentes

Valoración media en una escala (1-5)

<b>Contenidos de la ponencia</b>	<b>4,05</b>
1. Nivel de contenidos	4,17
2. Equilibrio entre contenidos teóricos y prácticos	4,33
3. La metodología aplicada ha sido la adecuada	4,50
4. Los recursos utilizados han sido los adecuados	3,60
5. El material entregado se adapta a las necesidades del seminario	3,40
6. El curso se ha desarrollado conforme a lo previsto en el programa	4,20
7. La fase práctica permite relacionar y aplicar los contenidos del seminario	4,00
8. El contenido del curso se adapta a las necesidades del alumno	4,17
<b>Contexto del aula</b>	<b>3,78</b>
9. Las condiciones físicas del aula son adecuadas	3,83
10. La cantidad de asistentes es adecuada	3,33
11. EL equipamiento del aula en relación a las necesidades docentes es adecuado	4,17
<b>Opinión global</b>	<b>4,25</b>
12.El seminario ha cubierto mis expectativas iniciales	4,00
13. Grado de satisfacción general	4,50
<b>Profesorado del curso</b>	<b>4,29</b>
14.Da a conocer el programa del taller y el sistema de evaluación, en su caso	3,83
15. La estructura y presentación del seminario es adecuado	4,17
16.Puntualidad en la entrada y salida	4,17
17. La comunicación es fluida y espontánea	5,00

---

---

# Anexo 14: Curso “Mejoras de habilidades directivas: cómo vender mejor tu producto/servicio”



Diciembre 2009

---

---

Curso “Mejora de habilidades comerciales: Cómo vender mejor tu producto y/o servicio”

**Organizado por:**

Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz

FUECA - Fundación Universidad Empresa de la Provincia de Cádiz

Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza – Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa

Equipo de trabajo

**Director de la actividad:** José Ruiz Navarro

**Coordinación:**

Julio Segundo Gallardo

María José Pérez Narváez

Raúl Medina Tamayo



### Justificación y objetivos

La Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz es la unidad de servicio y apoyo al fomento de la cultura emprendedora. De esta forma, se pretende impulsar las iniciativas innovadoras que pongan al servicio de la sociedad y la provincia de Cádiz la capacidad del conocimiento universitario de generar valor. Así se ofrece un servicio de asesoramiento y orientación a los emprendedores que no sólo tiene por objetivo transformar las ideas en proyectos empresariales, sino también ayudar a la consolidación de las empresas. Paralelamente, se pretende capacitar a los emprendedores en las habilidades y competencias necesarias para poder afrontar con seguridad el reto de emprender.

Así, uno de los desafíos más importantes en la puesta en marcha de cualquier proyecto empresarial lo constituye la búsqueda/captación de clientes, los procesos de ventas y el resto de cuestiones relacionadas con el desarrollo comercial del proyecto, fundamentalmente en la fase más incipiente del mismo. Esta situación a veces genera una serie de problemas al emprendedor que incluso pueden llegar a poner en peligro la consolidación del proyecto empresarial.

Para ayudar a solventar estos problemas la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz ha organizado el curso "Cómo Vender el producto/servicio" con el que se pretende concienciar y entrenar en la relevancia personal en los procesos de venta. El curso ha sido dirigido a emprendedores de cualquier sector, tengan o no vinculación con la Universidad, que bien están en proceso de constitución o en fase de consolidación de sus empresas, y que deseaban recibir nuevas orientaciones e ideas productivas para mejorar sus ventas.

Esta acción se encuadra en la línea estratégica de capacitación y formación en creación de empresas que la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz viene desarrollando con el objetivo de formar a aquellas personas que quieren crear una empresa.

Los objetivos docentes del curso han sido los siguientes:

- Desarrollar habilidades y mejorar destrezas de negociación y venta en la actuación ante clientes reales y potenciales.
- Entrenar en técnicas de comunicación interpersonal y de empresa
- Cambiar actitudes en la relación con clientes.

Asistentes

Curso “Cómo vender mejor tu producto y/o servicio”	Asistentes
	18

Lugar y Fecha

Lugar: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales en el Campus de Cádiz – Aula 4.6

Fecha: 9, 10, 15 y 17 de Diciembre con horario de 16.30 horas a 20.30 horas



## Contenido Curso

### 1 Situaciones de mercado y marketing

- Situaciones de mercado en la actualidad
- Las Políticas eficaces del Mix de Marketing
- Política de Post-Venta e instrumentos de seguimiento

### 2 Transmitir los valores de producto

- La comunicación interpersonal como herramienta fundamental
- Marketing relacional
- Participación de los profesionales de servicio en el Mix de la comunicación empresarial.
- La comunicación a través del producto
- Fuerza de ventas
- Contribución a la imagen
- Calidad en el servicio

### 3 Negociar y Vender

- Crear oportunidades
- Tipos de Negociación
- Modelos de Negociación
- Fases de actuación en procesos de negociación y venta
- Acercamiento
- Ofrecer
- Argumentar
- Demostrar
- Resolución de dudas u objeciones
- Cierre
- La post venta
- Plan de mejora personal en los procesos de venta

Profesorado

PROFESORADO

**Evaristo Velasco Carrillo de Albornoz.**

Diplomado en Ciencias de la Educación. Durante más de 10 años ha desarrollado su carrera profesional en el área de marketing en empresas de primer nivel en el área de la distribución comercial y parques temáticos. Posteriormente crea su propia consultora especializada en formación directiva desde la que ha coordinado programas de formación para empresas y entidades públicas.

**Manuel García Palomo**

Licenciado en Psicología. Directivo de empresas del sector de seguros. Desde hace más de 10 años consultor especializado en la formación directiva. Profesor colaborador de la ESIC y EOI. Ha desarrollado planes de formación para numerosas empresas y colabora habitualmente con los programas de formación directiva de la Confederación de Empresarios de Andalucía.

Evaluación de los asistentes

Valoración media en una escala (1-5)

<b>Contenidos de la ponencia</b>	<b>4,3</b>
1. Nivel de contenidos	4,2
2. Equilibrio entre contenidos teóricos y prácticos	4
3. La metodología aplicada ha sido la adecuada	4,2
4. Los recursos utilizados han sido los adecuados	4,4
5. El material entregado se adapta a las necesidades del seminario	4,25
6. El curso se ha desarrollado conforme a lo previsto en el programa	4,25
7. La fase práctica permite relacionar y aplicar los contenidos del seminario	4,6
8. El contenido del curso se adapta a las necesidades del alumno	4,6
<b>Contexto del aula</b>	<b>4,8</b>
9. Las condiciones físicas del aula son adecuadas	4,8
10. La cantidad de asistentes es adecuada	4,8
11. EL equipamiento del aula en relación a las necesidades docentes es adecuado	4,8
<b>Opinión global</b>	<b>4,2</b>
12. El seminario ha cubierto mis expectativas iniciales	4,2
13. Grado de satisfacción general	4,2
<b>Profesorado del curso -Evaristo Velasco-</b>	<b>3,9</b>
14. Da a conocer el programa del taller y el sistema de evaluación, en su caso	3,5
15. La estructura y presentación del seminario es adecuado	3,5
16. Puntualidad en la entrada y salida	4
17. La comunicación es fluida y espontánea	4,8
<b>Profesorado del curso -Manuel García-</b>	<b>4,2</b>
14. Da a conocer el programa del taller y el sistema de evaluación, en su caso	3,5
15. La estructura y presentación del seminario es adecuado	4
16. Puntualidad en la entrada y salida	4,4
17. La comunicación es fluida y espontánea	5

---

---

# Anexo 15: Ciclo de conferencias “Emprender desde el deporte”



Diciembre 2009

---

---

Programa de Fomento de la cultura emprendedora

“EMPRENDER DESDE EL DEPORTE”

**Organizada por:**

Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz

Cátedra Bancaja de Jóvenes Emprendedores de la Universidad de Cádiz – Fundación Bancaja

**Con la colaboración de:**

Fundación Universidad Empresa de la Provincia de Cádiz - FUECA

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad de Cádiz

Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza

**Conferencia “EMPRENDER DESDE EL DEPORTE”**

**Jueves 10 de Diciembre – 12.30 Horas**

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

Avda. de la Universidad s/n

11405 Jerez de la Frontera

CADIZ

**Equipo de Trabajo**

**Director de la actividad:** José Ruiz Navarro

**Asistencia técnica:** Julio Segundo Gallardo  
María José Pérez Narváez  
Raúl Medina Tamayo



### Justificación y objetivos

La Cátedra Emprendedores de la Universidad de Cádiz y la Cátedra BANCAJA de Jóvenes Emprendedores de la Universidad de Cádiz, en el cumplimiento de su compromiso de apoyo al fomento de la cultura emprendedora entre la comunidad universitaria ha organizado la conferencia “EMPRENDER DESDE EL DEPORTE”, actividad planificada en el marco de colaboración suscrito entre la Universidad de Cádiz y la entidad financiera para el año 2009, y que tiene vocación de repetirse con carácter anual en el calendario de actividades de ambas Cátedras.

La actividad es similar al ciclo de conferencias desarrollado el curso 2008/2009. En esa ocasión, se pretendía trasladar los valores del deporte al mundo de la empresa a través de deportistas profesionales, de tal forma que el emprendedor pueda inspirarse en estos valores para desarrollar su propio proyecto empresarial. Este año, manteniendo el mismo espíritu que en el anterior ciclo de conferencias, se quiso mostrar un proyecto empresarial basado en el deporte de alto nivel, como caso real de éxito de la gestión empresarial en el mundo deportivo.

El ponente seleccionado, por tanto, fue Esteve Calzada, actual consejero delegado de Prime Time Sport y ex director de Marketing del FC Barcelona, que dirige su propia empresa de marketing deportivo caracterizada por trabajar desde un punto de vista integral esta área y cubre la demanda de los distintos agentes del mercado.

Esta acción se enmarca en la primera de las líneas estratégicas que se sigue desde ambas Cátedras, es decir, la dinamización, motivación y divulgación del potencial emprendedor de la Universidad de Cádiz. Se pretende que el alumno, docente y resto de personal de la UCA encuentren en el apartado deportivo la motivación necesaria para la puesta en marcha de su proyecto empresarial.

Tras esta línea estratégica en la que se pretende que se quiera emprender, se continúa con la formación y capacitación de forma que el interesado sepa emprender, para finalmente realizar lo que se denomina acompañamiento a empresas nacientes, que facilita que el emprendedor pueda emprender.

Este programa encaja a la perfección con el objetivo de la Universidad de Cádiz con la Cátedra de Emprendedores:

**EBC<sup>3</sup>**

**E**mpresas **B**asadas en el **C**onocimiento, la **C**ultura y la **C**reatividad de los universitarios

Los **objetivos** propuestos fueron por tanto los siguientes:

- Fomentar la cultura emprendedora entre el público objetivo
- Ofrecer experiencias emprendedoras nacidas de un ámbito deportivo.
- Dotar nuevas ideas para la búsqueda de oportunidades de negocio a través del deporte.
- Aplicar términos específicos ligados al campo deportivo y la empresa: organización, esfuerzo, constancia, competitividad, equipo...
- Generar relaciones entre potenciales emprendedores, empresarios y agentes sociales relacionados con la creación de empresas.



**Público Objetivo**

La conferencia **“Emprender Desde el Deporte”** se ha dirigido a un público objetivo diverso, mayoritariamente procedente de la comunidad universitaria. Pero también se ha contado con significativa participación y asistencia de otros sectores que han permitido enriquecer aún más la generación de relaciones y de experiencias emprendedoras:

- Alumnos y titulados de la Universidad de Cádiz.
- Profesores e investigadores

- Agentes sociales, fundaciones y empresas de la provincia de Cádiz.
- Medios de comunicación
- Clubes, Asociaciones y Federaciones deportivas.

### Difusión e Imagen del Evento

Los medios utilizados en la difusión han sido los siguientes:

1. Cartelería realizada por la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación en todo el Campus de Jerez de la Frontera.
2. Presencia en la web de la Cátedra de Creación de Empresas: se habilitó como cuestión destacada.  
(<http://www.uca.es/catedra/creacion-empresas>).
3. Comunicación directa (Mailing electrónico): Utilización de la red Tavira (envío de la información del evento a la totalidad del profesorado y alumnos de la Universidad de Cádiz). Envío de invitaciones a instituciones, asociaciones y otras entidades del ámbito empresarial y de creación de empresas.
4. Boletín Electrónico de la Cátedra Bancaja de Jóvenes Emprendedores de la Universidad de Cádiz.



**Emprender desde el deporte**

**Esteve Calzada**

10/12/2009, 12:30 h.  
Campus de Jerez. Salón de Actos

Esteve Calzada fue Director General de Marketing del FC Barcelona entre 2002-2007, donde impulsó el proceso comercial dentro de la profesionalización en la gestión del club. Actualmente dirige su propio proyecto bajo la marca Prime Time Sport, una empresa de marketing deportivo que trabaja desde un punto de vista integral y cubre la demanda de los diferentes agentes del mercado. Igualmente es MBA por ESADE y profesor titular de Sports Management en el MBA Internacional de ESADE.

+ Info e inscripción previa:  
956015379  
catedra.emprendedores@uca.es

Ciclos de Conferencias de la Cátedra de Emprendedores

UCA compromiso social Bancaja fueca Andalucía Emprende Fundación Pública Andaluza CdE Universidad de Cádiz Cátedra de Emprendedores

Conferencia y Ponente

<b>FECHA:</b>	Jueves, 10 de diciembre de 2009
<b>LUGAR:</b>	Salón de Actos - Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (Jerez de la Frontera)
<b>HORA:</b>	12,30 h.
<b>ASISTENCIA:</b>	79 personas

**REFERENCIAS DEL PONENTE.-**



Esteve Calzada fue director de Marketing del FC Barcelona entre 2002 y 2007 donde impulsó el proceso comercial dentro de la profesionalización de la gestión del club. Actualmente dirige su propio proyecto bajo la marca Prime Time Sport, una empresa de marketing deportivo que trabaja desde un punto de vista integral y cubre la demanda de los distintos agentes del mercado. Igualmente es MBA por ESADE y profesor titular de Sports

Management en el MBA Internacional de ESADE.

Datos de Asistentes

Las inscripciones se realizaron mediante la cumplimentación de un formulario a través de la página web de la Cátedra Bancaja de la Universidad de Cádiz (<http://catedrabancaja.uca.es/>) y con carácter previo al desarrollo del evento hasta completar aforo.

<b>Evento</b>	<b>Personas acreditadas</b>	<b>Asistentes</b>
<b>Conferencia Emprender Desde El Deporte – Esteve Calzada</b>	42	79

---

---

# Anexo 16: Estudio de casos de empresas “ERA Gestión de actividades socioculturales”



Septiembre - en proceso- 2009

---

---

### Finalidad de la realización y publicación de los casos

El objetivo principal que se persigue en el convenio Diputación – Cátedra de Emprendedores de la UCA es comunicar los éxitos de empresas culturales y creativas que hayan nacido de la Universidad de Cádiz y generen valor y empleo en la provincia.

La idea es crear referentes que sirvan para motivar a los universitarios a generar nuevas iniciativas que movilicen el patrimonio cultural de la provincia e impulsen la cultura emprendedora relacionada con el arte y la cultura.

Una aplicación complementaria es utilizarlos en la docencia, como técnica de aprendizaje que entrene a futuros empresarios y empresarias del sector cultural.

### Metodología y contenidos

Los estudios de casos son narraciones que permiten el análisis cualitativo de fenómenos sociales. Pueden utilizarse como metodología investigadora para estudiar en profundidad un fenómeno social ligado a su entorno. Además, los estudios de casos suelen dar lugar a un extenso material documental que puede utilizarse para la docencia y comunicación social.

Los estudios de casos de empresas proporcionan información cualitativa para reflexionar, analizar y discutir las soluciones encontradas a problemas de creación y desarrollo empresarial.

El análisis de casos puede ofrecer al futuro empresario o empresaria una vía de reflexión para generar nuevas ideas e iniciativas. Le lleva a reflexionar y contrastar sus conclusiones con las de otros, a aceptarlas y expresar las propias sugerencias. De esta manera se le permite desarrollar la habilidad creativa, la capacidad de la innovación y es un recurso para conectar la teoría a la práctica empresarial.

### Características técnicas del estudio

El método del caso está basado en la triangulación de la información. Esta técnica consiste en la utilización de fuentes cruzadas de información.

Su base científica está contrastada en los numerosos estudios publicados con esta técnica. Los primeros estudios de casos aplicados a la empresa se llevaron a cabo en la Harvard Business School, a principios del siglo XX. El Prof. Copoland utilizó 3 casos por día durante 2 años (1.200 casos). En la década de los 60 con las “Técnica del incidente crítico” lista factores relevantes (MIT) se comienza a utilizar con más frecuencia. Tiene una amplia tradición en la literatura estratégica, pudiéndose citar

los trabajos de Andrew, 1958, Chandler, 1962; Mintzberg, 1973; Baden-Fuller y Stopford, 1994; Hamel y Prahalad, 1995; Thusman y O'Reilly, 1997.

Un resumen de las diferencias metodológicas y contenidos de los estudios de casos pueden verse en el trabajo de Thiartar et al (2001) que se resume en la tabla siguiente.

---

---

# Anexo 17: Estudio del potencial emprendedor de los egresados UCA. “Intención de emprender a 3 años vista”



Octubre- Diciembre 2009

---

---



## Estudio de creación de empresas de los egresados UCA

Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz

FUECA - Fundación Universidad Empresa de la Provincia de Cádiz

Unidad de Evaluación y Calidad de la Universidad de Cádiz

## Equipo de trabajo

**Director de la actividad:** José Ruiz Navarro

**Coordinación:** Antonio Rafael Ramos Rodríguez

## Justificación y objetivos

El capital emprendedor de una sociedad es fruto de numerosas variables que inciden en un proceso de cambio estructural lento pero no por ello menos urgente de abordar en la agenda política de un territorio. El proyecto GEM responde a la demanda de identificar y analizar las variables que inciden en dicho proceso. El GEM ha contribuido a algo ya asumido por los agentes sociales de un país o territorio: que sin empresarios y empresas competitivas e innovadoras no hay bienestar social. El proyecto GEM, que cuenta ya con diez años de trayectoria internacional y seis años en Andalucía, visualiza cómo las personas que crean empresas en un territorio se convierten en un recurso estratégico y conforman su base económica y social, llegando a ser parte de su trama institucional. El Informe anual del equipo GEM Andalucía aporta conocimientos al reto de construir capital emprendedor.

Para que este reto pueda realizarse de manera eficiente, es necesario disponer de un sistema de información y análisis que permita evaluar la adecuación de las políticas y acciones emprendidas. En este sentido, el proyecto GEM<sup>1</sup> ofrece una información amplia y precisa sobre los procesos de creación de empresas, con una metodología homologada a escala internacional, que permite la comparación entre diferentes territorios y países.

El proyecto GEM llega en 2008 a su décima edición en el ámbito internacional ofreciendo anualmente un análisis preciso y riguroso que revisa la creación de empresas en cada país o región participante en el consorcio. Una de las principales ventajas del proyecto GEM es la posibilidad de comparación interterritorial, a través de la medición de la actividad emprendedora total en cada territorio analizado. Esta medición y la posibilidad de comparación permiten observar el impacto de las políticas públicas en cada territorio, además de otras variables, sobre la creación de empresas a lo largo del tiempo.

En el GEM 2008 han participado un total de 43 países de todos los continentes, y en el caso de España se ha cubierto la práctica totalidad de las comunidades autónomas, con 18 equipos territoriales que suman un total de 121 investigadores.

La aplicación de una metodología común para todos los países y regiones permite la comparación de los resultados de cada territorio. El diseño de la investigación favorece la obtención de una serie de indicadores homogéneos para cada país o región participante, que garantizan la validez y el sentido de la comparación interterritorial.

La información recabada se trata y elabora como base para la realización de los distintos apartados que integran el informe, y que recogen aspectos como la motivación para la creación de empresas, el

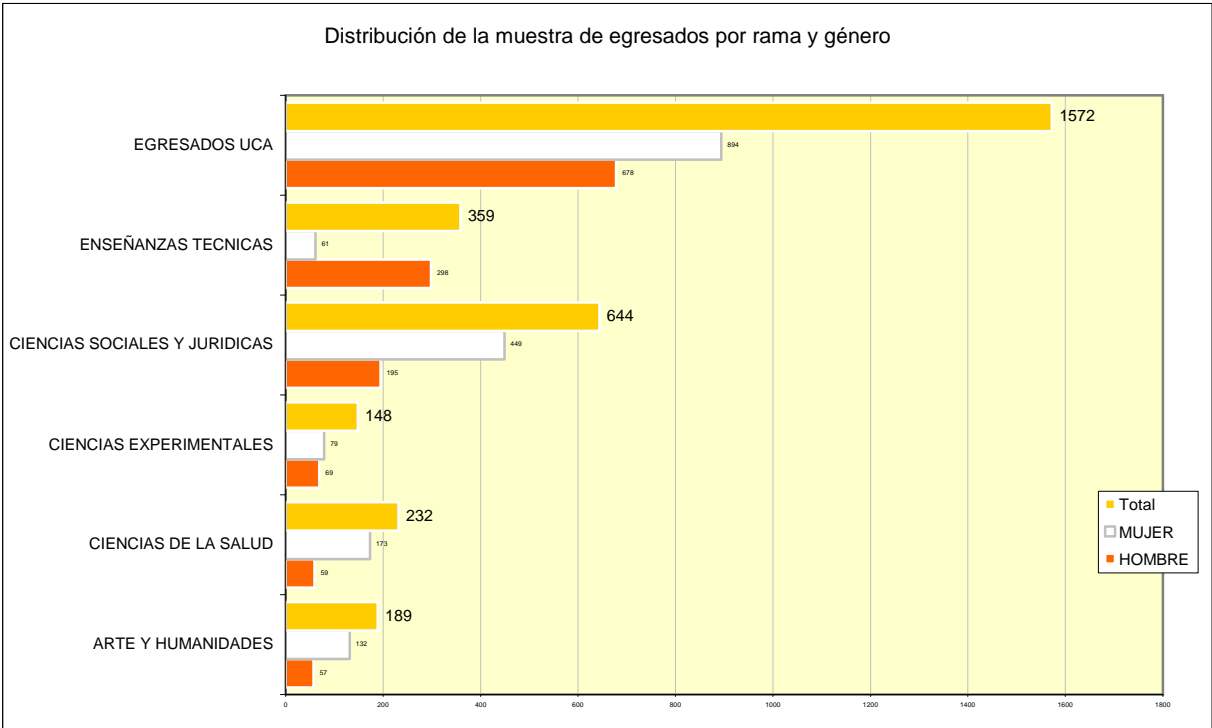
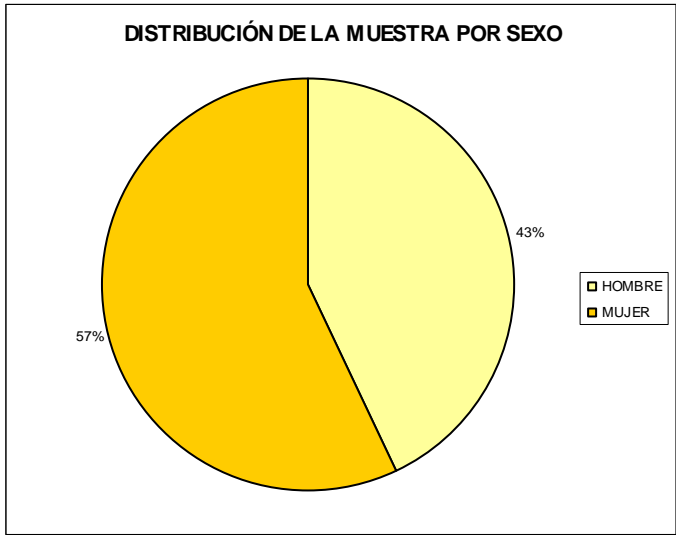
<sup>1</sup> Para mayor información sobre el proyecto GEM a escala internacional, se puede consultar la página Web: <http://www.gemconsortium.org>, así como la dirección <http://www.ie.edu/gem>, sobre el proyecto GEM en España. La información sobre el proyecto GEM en Andalucía está en la dirección: <http://www.gem-andalucia.org>.

perfil del emprendedor (con especial atención a la perspectiva de género), las formas de financiación de las iniciativas emprendedoras, la percepción de oportunidades de negocio y la capacidad de los individuos para iniciar un negocio.

La metodología empleada permite situar la actividad emprendedora desde una perspectiva de género en el contexto internacional y, en particular, su comparación con el conjunto de España, y con las demás comunidades autónomas, además de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. Desde el inicio de los informes de ámbito regional en España, en 2003, con la participación de Andalucía, Cataluña y Extremadura, se han ido sumando equipos de investigadores en las comunidades de Canarias, Castilla y León, Comunidad de Madrid, Comunidad Valenciana y el País Vasco (desde 2004), Galicia y Navarra que se integraron en el proyecto a partir de la edición de 2005, Asturias, Castilla-La Mancha y Murcia en 2006, Ceuta y Melilla en 2007 y, por último, Aragón y Cantabria en la presente edición. Los datos regionales de Baleares y La Rioja son aportados por el equipo GEM que realiza el informe para España.

Ahora, este estudio comparativo se amplía a las empresas creadas por los egresados de la Universidad de Cádiz (UCA).

Tamaño y características muestrales



Errores de muestreo

Curso 04/05														
RAMAS	CENTROS	TITULACIONES	ENCUESTAS POR TITULACIÓN				ENCUESTAS POR CENTROS				ENCUESTAS POR RAMAS			
			Tamaño Poblacional	Tamaño Muestral	Encuestados	ERROR 95%	Tamaño Poblacional	Tamaño Muestral	Encuestados	ERROR 95%	Tamaño Poblacional	Tamaño Muestral	Encuestados	ERROR 95%
CIENCIAS DE LA SALUD	FACULTAD DE MEDICINA	LICENCIADO EN MEDICINA	143	63	63	9.3%	143	63	63	9.3%	402	227	227	4,20%
	E. U. DE ENFERMERÍA Y FISIOTERAPIA (CÁDIZ)	DIPLOMADO EN ENFERMERÍA (Cádiz)	109	56	56	9.2%	198	123	123	5.5%				
		DIPLOMADO EN ENFERMERÍA (Jerez)	51	37	37	8.5%								
		DIPLOMADO EN FISIOTERAPIA	38	30	30	8.3%								
	E.U. DE ENFERMERÍA DE ALGECIRAS	DIPLOMADO EN ENFERMERÍA (Algeciras)	61	41	41	8.8%	61	41	41	8.7%				
CIENCIAS EXPERIMENTALES	FACULTAD DE CIENCIAS	INGENIERO QUÍMICO	44	33	33	8.6%	134	104	104	4.6%	244	180	180	
		LICENCIADO EN ENOLOGÍA	10	10	10	0.0%								
		LICENCIADO EN MATEMÁTICAS	26	23	23	7.1%								
		LICENCIADO EN QUÍMICA	54	38	38	8.7%								
	FACULTAD DE CIENCIAS DEL MAR Y AMBIENTALES	LICENCIADO EN CIENCIAS AMBIENTALES	42	32	32	8.6%	110	76	76	6.3%				
		LICENCIADO EN CIENCIAS DEL MAR	68	44	44	8.8%								

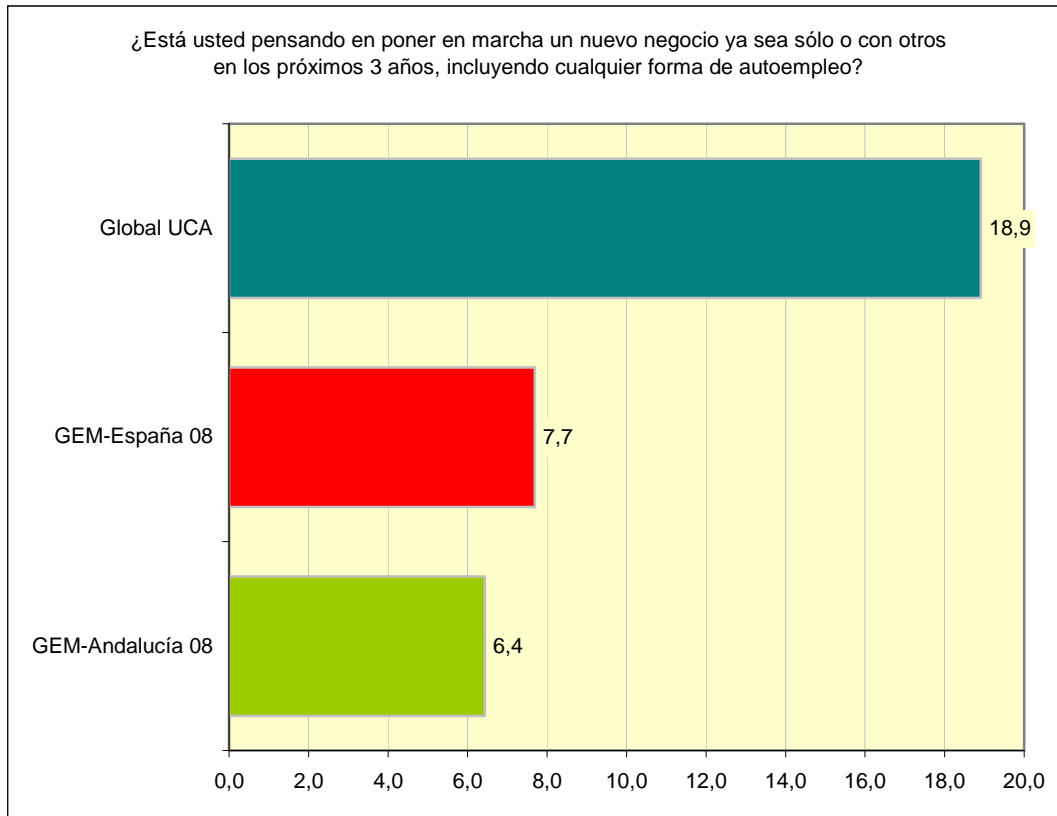
CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS	FACULTAD DE DERECHO	LICENCIADO EN DERECHO	96	53	53	9.1%	96	53	53	9.1%	640	342	343	3,53%
	FACULTAD DE CIENCIAS DEL TRABAJO	DIPLOMADO EN RELACIONES LABORALES	96	53	53	9.1%	146	89	90	6.4%				
		LICENCIADO EN CIENCIAS DEL TRABAJO	50	36	37	8.3%								
	FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN	DIPLOMADO EN CIENCIAS EMPRESARIALES	89	51	51	9.0%	115	74	74	6.8%				
		DIPLOMADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	26	23	23	7.1%								
	FACULTAD CC. ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES	DIPLOMADO EN CIENCIAS EMPRESARIALES	135	62	62	9.2%	283	126	126	6.5%				
		LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS	148	64	64	9.3%								
ARTE Y HUMANIDADES	FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS	LICENCIADO EN FILOLOGÍA ARABE	7	7	4	34.6%	264	196	188	3.8%				
		LICENCIADO EN FILOLOGÍA CLÁSICA	6	6	3	43.8%								
		LICENCIADO EN FILOLOGÍA FRANCESA	14	14	14	0.0%								
		LICENCIADO EN HUMANIDADES	51	37	37	8.5%								
		LICENCIADO EN FILOLOGÍA HISPÁNICA	60	41	39	9.4%								
		LICENCIADO EN FILOLOGÍA INGLESA	71	45	45	8.9%								
		LICENCIADO EN HISTORIA	39	31	31	8.1%								
		LICENCIADO EN LINGÜÍSTICA	16	15	15	6.5%								
	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA	LICENCIADO EN PSICOPEDAGOGÍA	78	48	48	8.8%	413	294	294	3.1%	677	490	482	2,35%

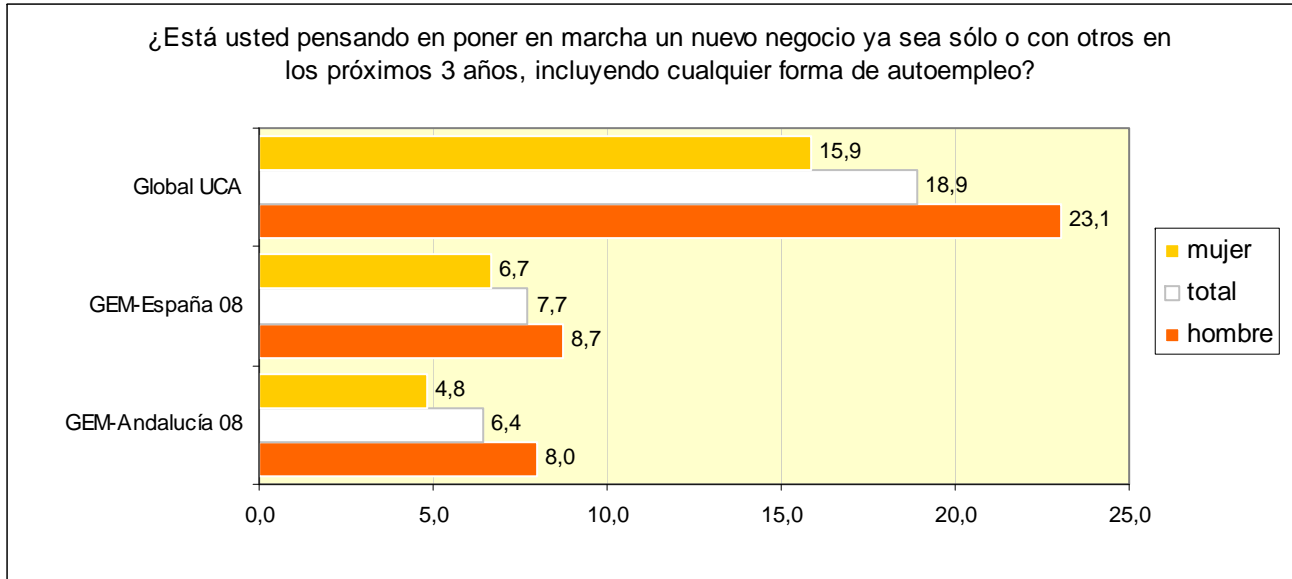
ENSEÑANZAS TÉCNICAS	EDUCACIÓN	MAESTRO - AUDICIÓN Y LENGUAJE	41	32	32	8.2%	145	111	103	5.2%	428	362	324	2,63%
		MAESTRO - EDUCACIÓN ESPECIAL	56	39	39	8.7%								
		MAESTRO - EDUCACIÓN FÍSICA	62	42	42	8.7%								
		MAESTRO - EDUCACIÓN INFANTIL	53	38	38	8.5%								
		MAESTRO - EDUCACIÓN MUSICAL	34	28	28	7.9%								
		MAESTRO - EDUCACIÓN PRIMARIA	47	35	35	8.5%								
		MAESTRO - LENGUA EXTRANJERA	42	32	32	8.6%								
ENSEÑANZAS TÉCNICAS	E. POLITÉCNICA SUPERIOR (ALGECIRAS)	INGENIERÍA TÉCNICA DE OBRAS PÚBLICAS, ESPEC. EN TRANSP. Y SERVICIOS URBANOS	0	0	0	-	51	45	37	8.5%	428	362	324	2,63%
		INGENIERÍA TÉCNICA DE OBRAS PÚBLICAS, ESPECIALIDAD EN HIDROLOGÍA	0	0	0	-								
		INGENIERO INDUSTRIAL	5	5	4	24.5%								
		INGENIERO TÉCNICO DE OBRAS PÚBLICAS (CONSTRUCCIONES CIVILES)	76	47	47	8.9%								
		INGENIERO TÉCNICO INDUSTRIAL, ELECTRICIDAD	7	7	6	16.3%								
		INGENIERO TÉCNICO INDUSTRIAL, ELECTRÓNICA INDUSTRIAL	13	13	8	22.4%								
		INGENIERO TÉCNICO INDUSTRIAL, MECÁNICA	12	12	11	8.9%								
		INGENIERO TÉCNICO INDUSTRIAL, QUÍMICA INDUSTRIAL	32	27	27	7.6%								
	E.U. DE	INGENIERO TÉCNICO NAVAL	2	2	1	98.0%								

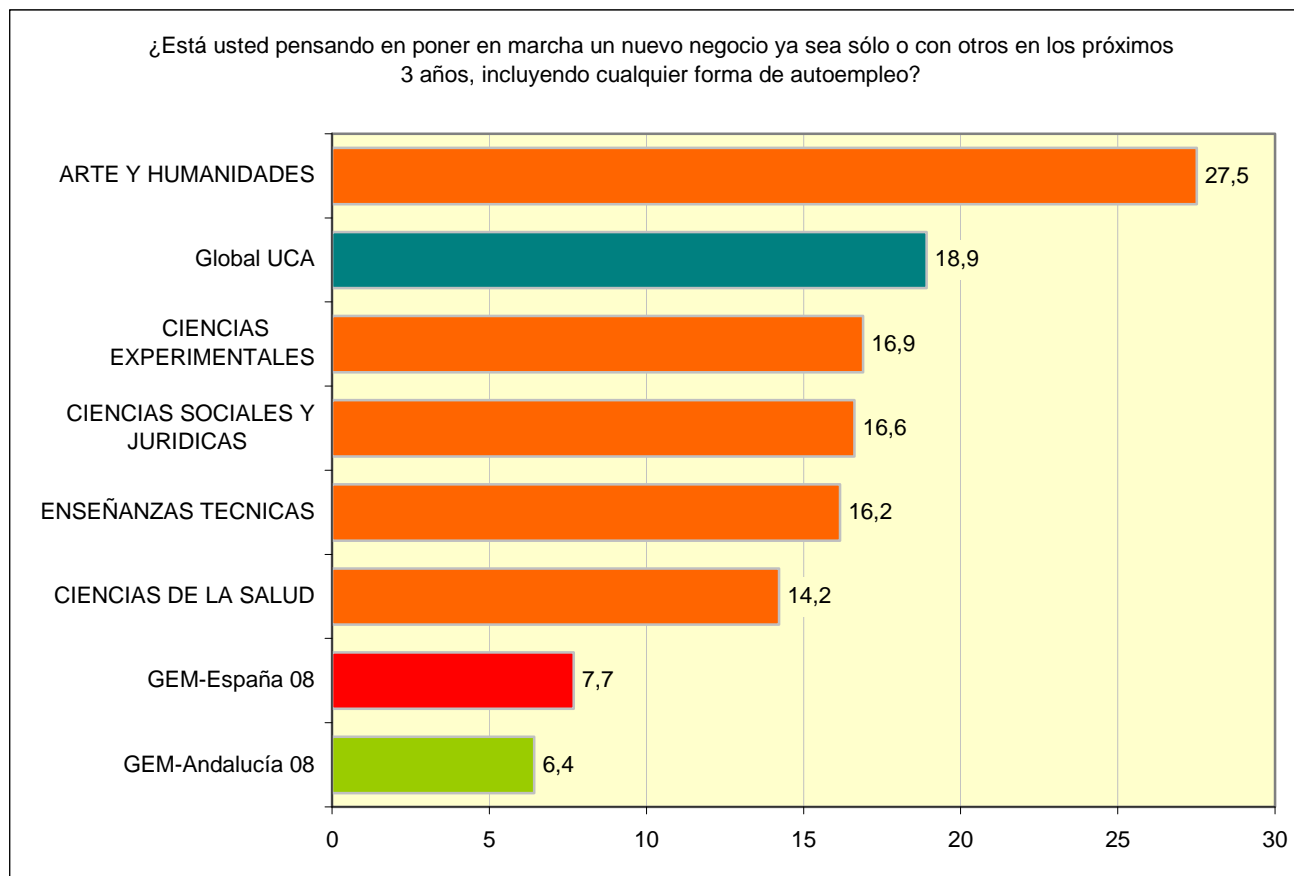
	INGENIERÍA TÉCNICA NAVAL	INGENIERO TÉCNICO NAVAL. ESTRUCTURAS MARINAS	22	20	18	10.1%	78	76	61	5.9%								
		INGENIERO TÉCNICO NAVAL. PROPULSIÓN Y SERVICIOS DEL BUQUE	27	23	18	13.6%												
	FACULTAD DE CIENCIAS NAÚTICAS	DIPLOMADO EN MÁQUINAS NAVALES	14	14	7	27.2%												
		DIPLOMADO EN NAVEGACIÓN MARÍTIMA	13	13	13	0.0%												
		LICENCIADO EN RADIOELECTRÓNICA NAVAL	10	10	10	0.0%												
		LICENCIADO EN MÁQUINAS NAVALES	16	15	14	9.6%												
		LICENCIADO EN NÁUTICA Y TRANSPORTE MARÍTIMO	17	16	12	15.8%												
		DIPLOMADO EN RADIOELECTRÓNICA NAVAL	8	8	5	0.0%												
		ESCUELA SUPERIOR DE INGENIERÍA	INGENIERO EN ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL	23	21	17									12.4%	154	130	123
	INGENIERO TÉCNICO EN INFORMÁTICA DE GESTIÓN		36	29	30	7.4%												
	INGENIERO TÉCNICO INDUSTRIAL		3	3	3	0.0%												
	INGENIERO TÉCNICO INDUSTRIAL, ELECTRICIDAD		29	25	21	11.4%												
	INGENIERO TÉCNICO INDUSTRIAL, ELECTRÓNICA INDUSTRIAL		30	25	25	8.1%												
	INGENIERO TÉCNICO INDUSTRIAL, MECÁNICA		33	27	27	8.2%												
	<b>GLOBAL UCA</b>			<b>2391</b>	<b>1601</b>	<b>1556</b>									<b>1.5%</b>	<b>2391</b>	<b>1601</b>	<b>1556</b>

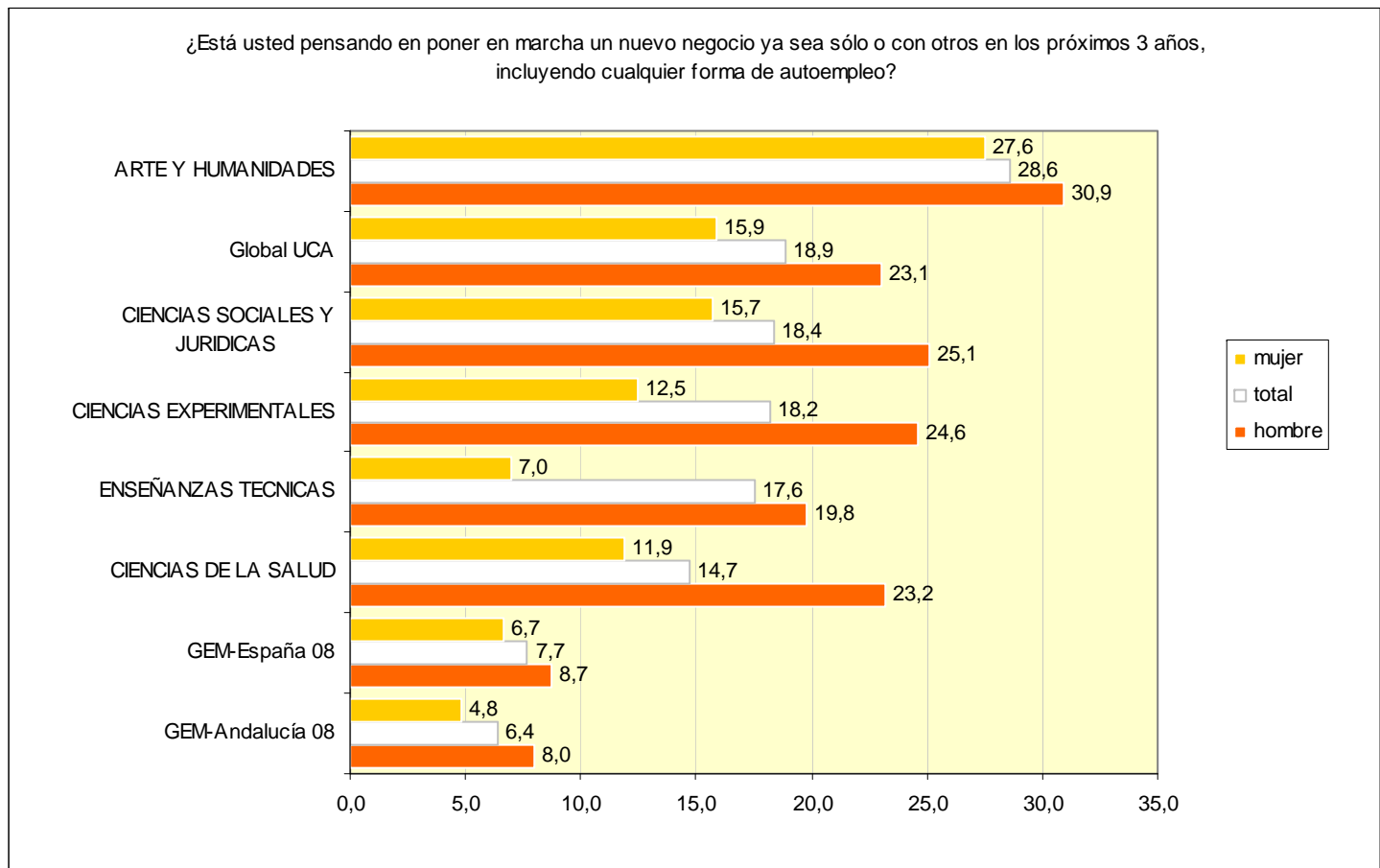


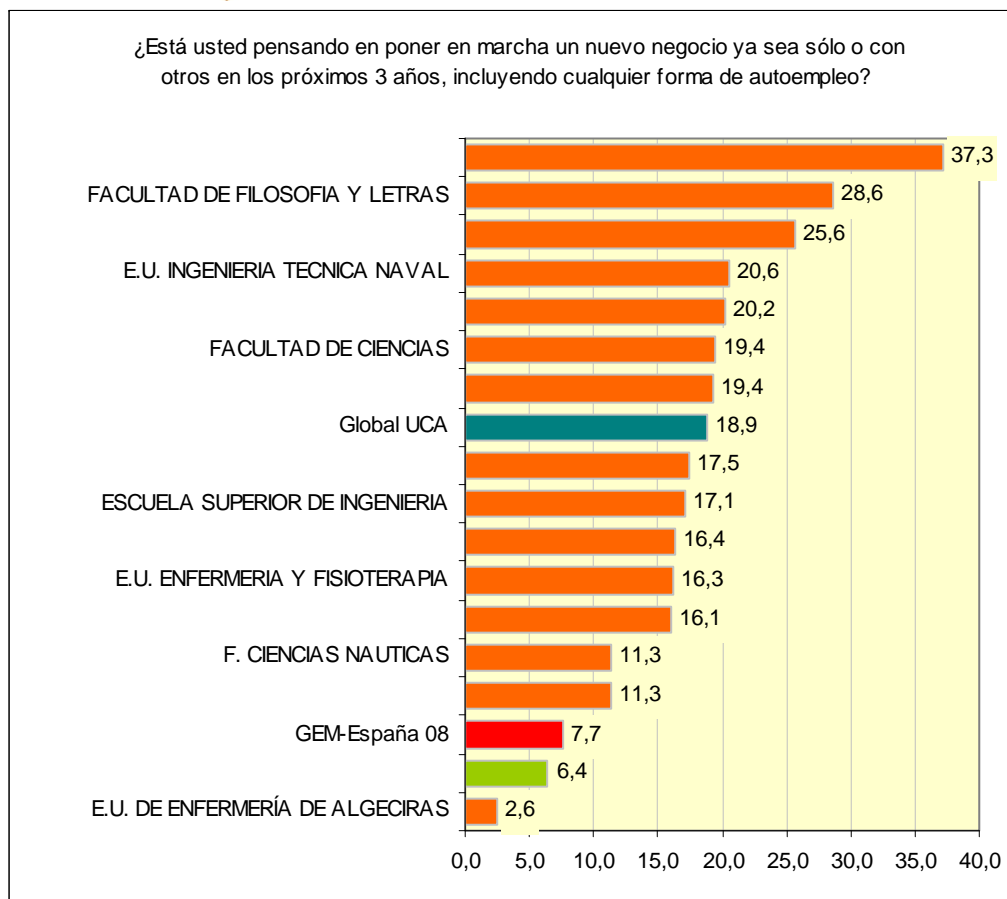
Análisis del potencial emprendedor de los egresados de la UCA: intención de emprender a 3 años



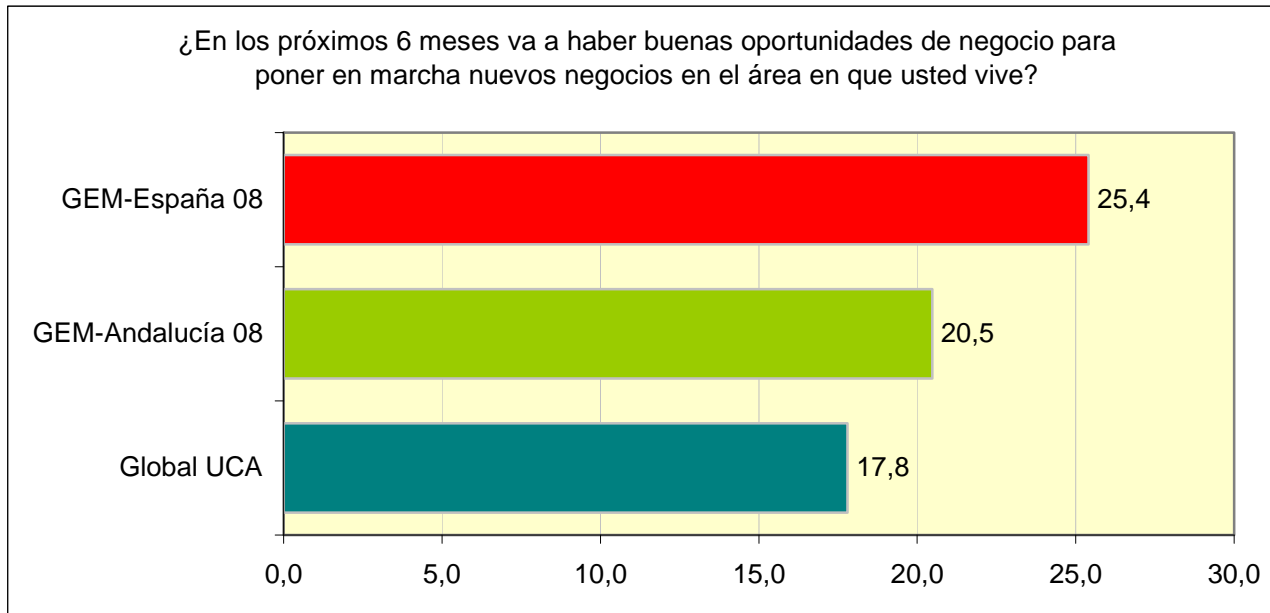


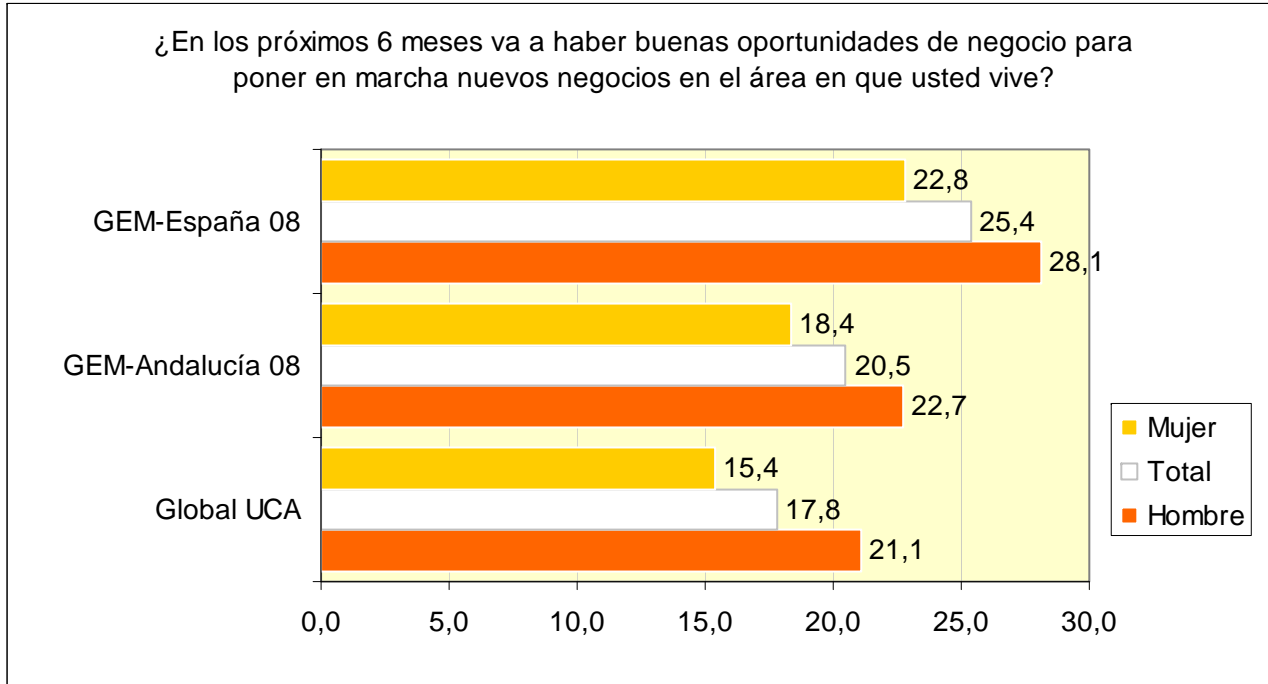


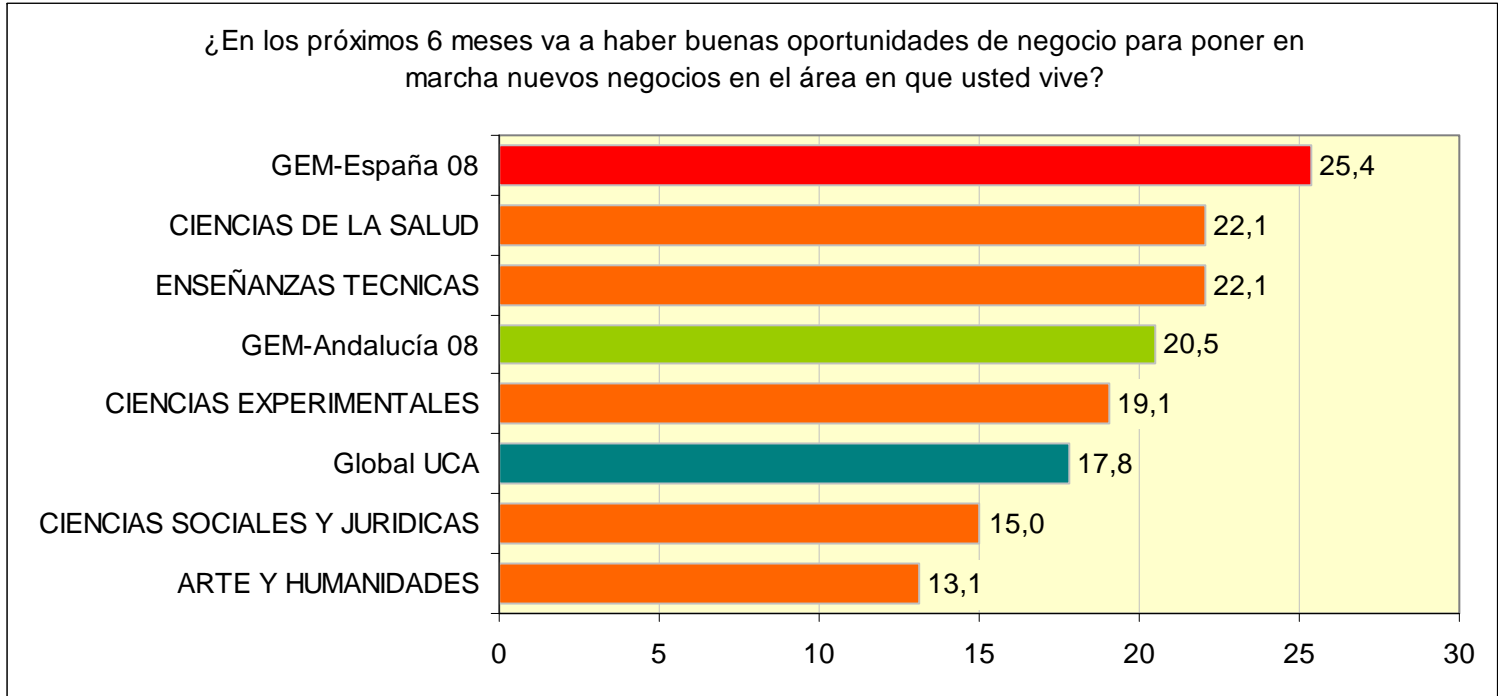




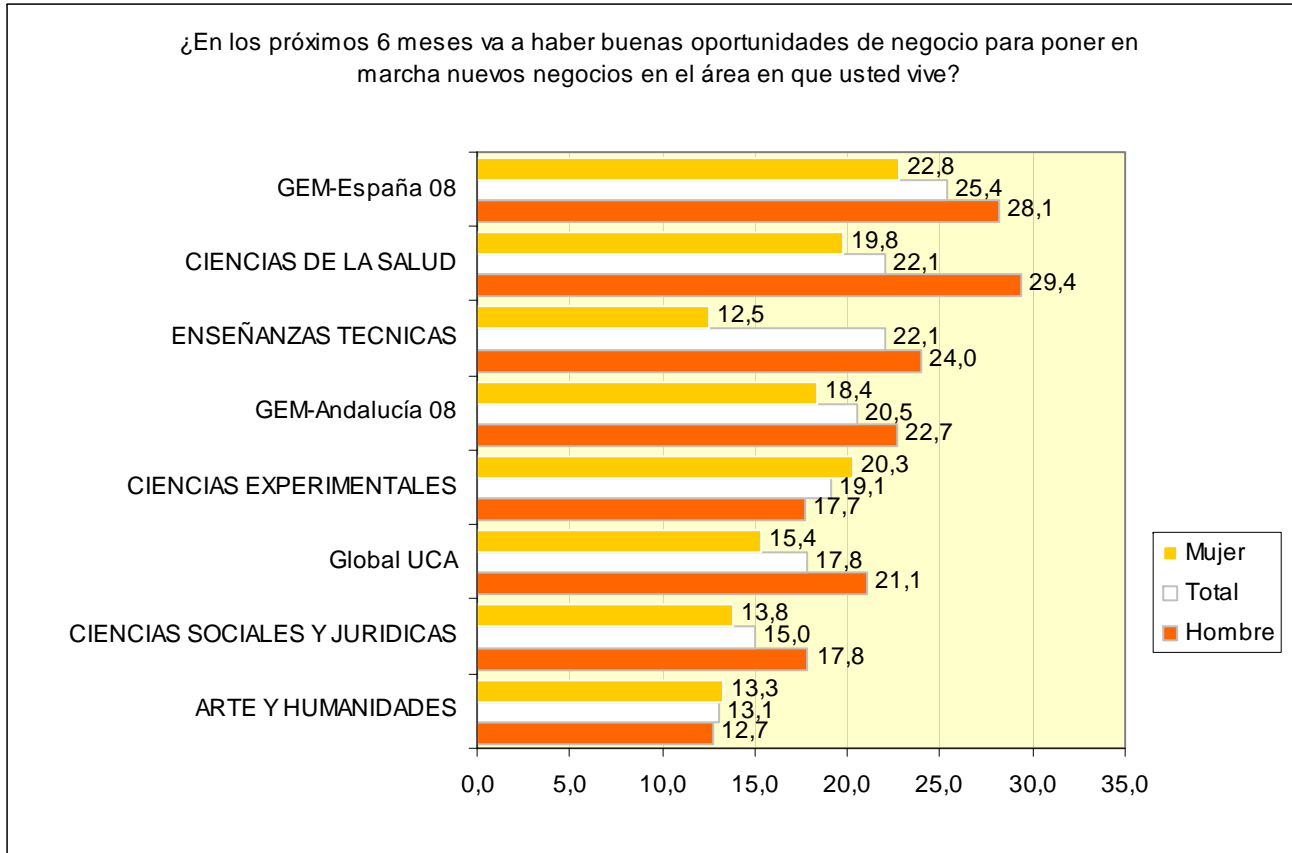
Condiciones del entorno: análisis de percepción de buenas oportunidades de negocio de los egresados UCA



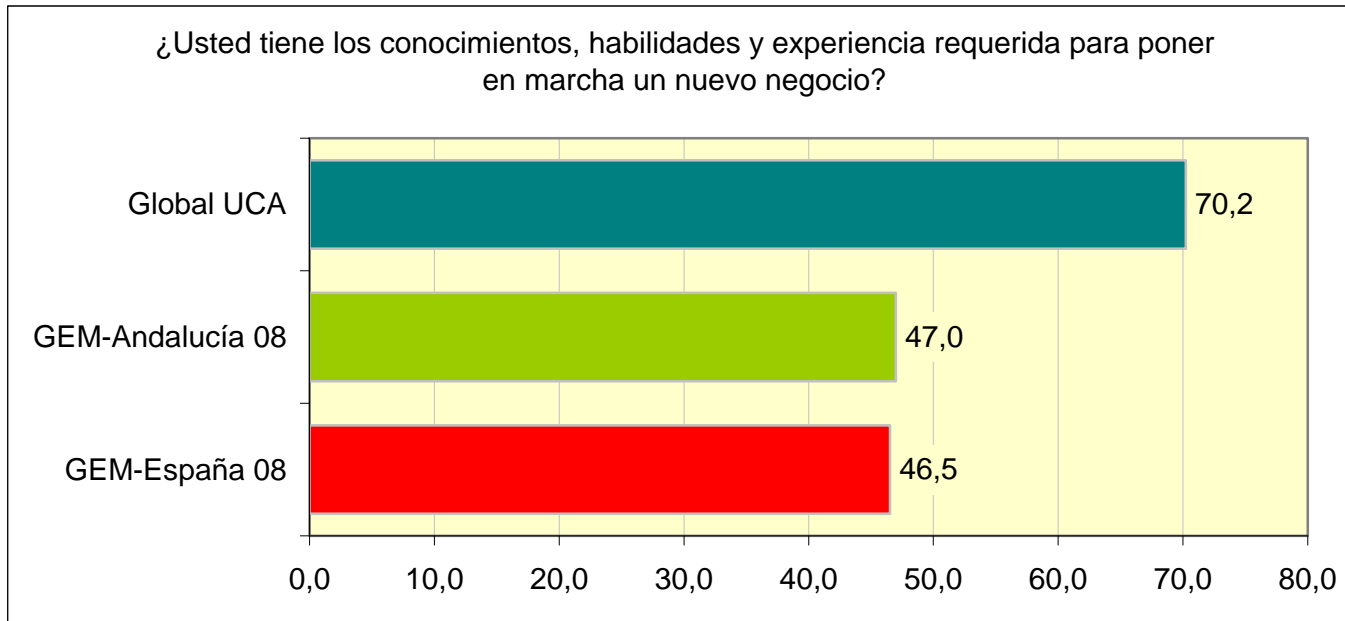


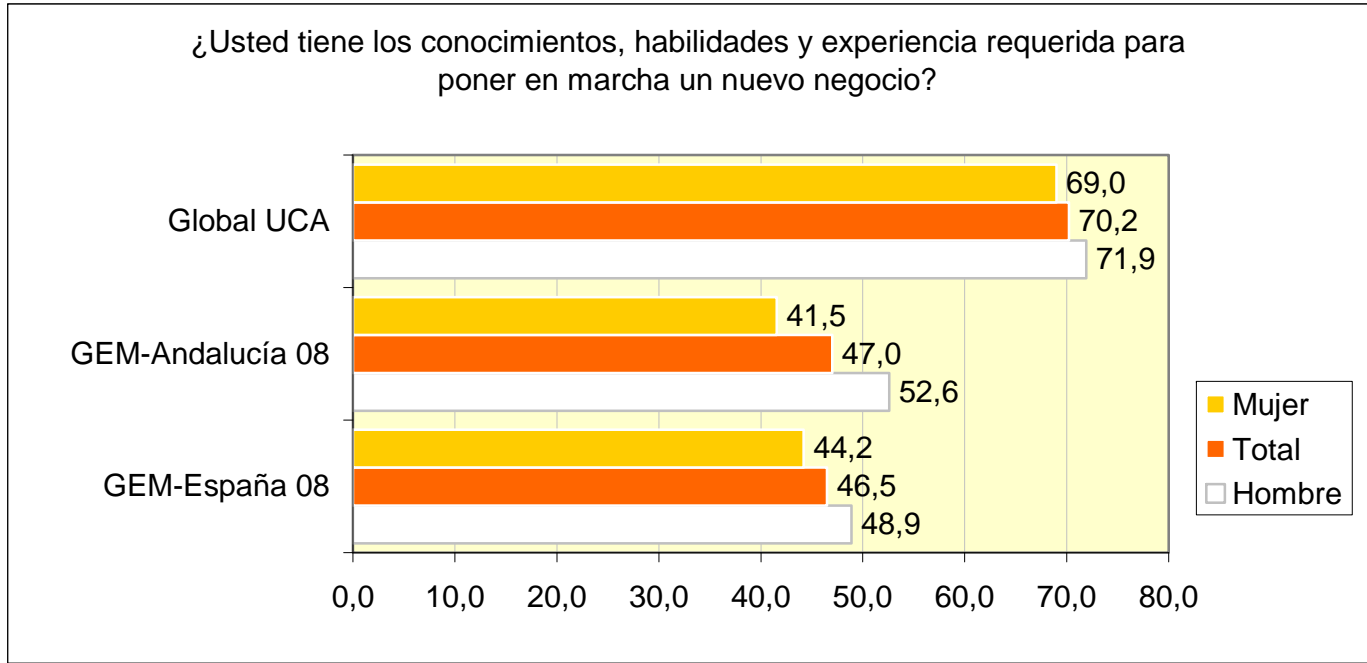


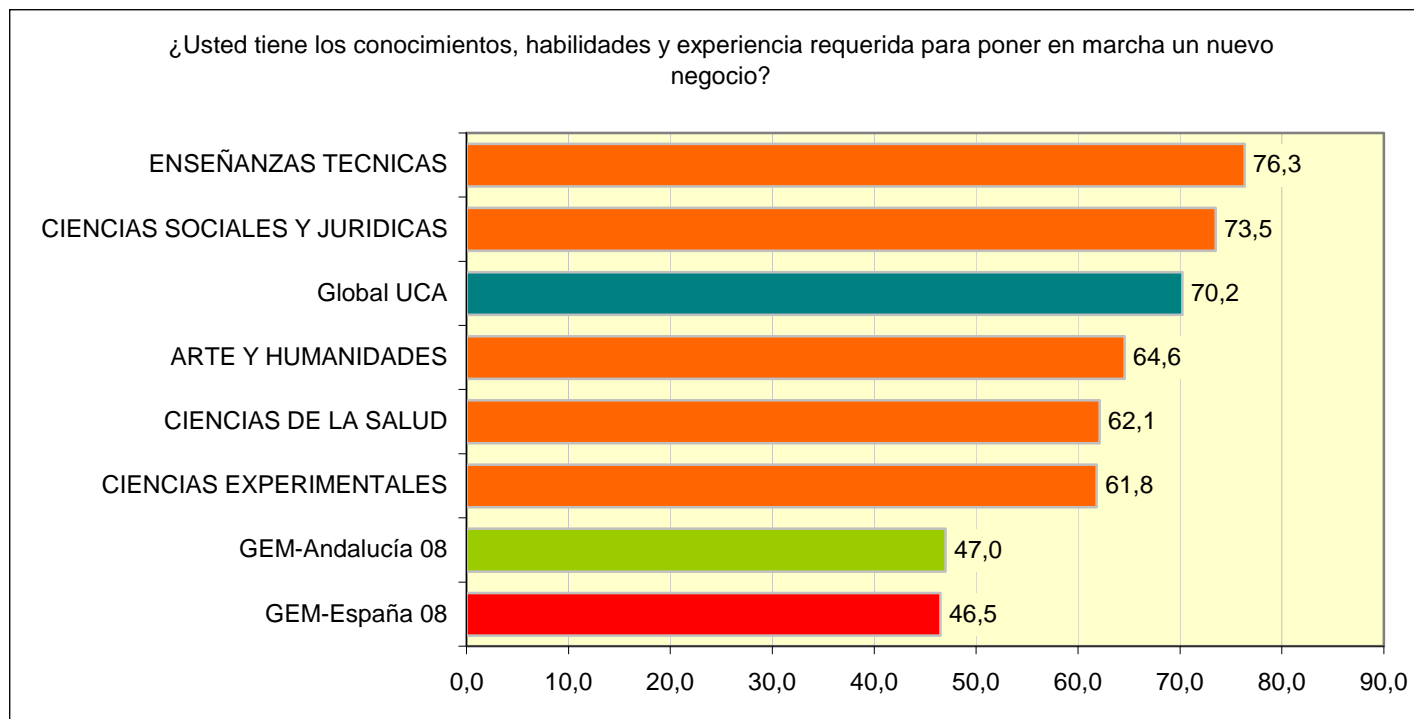


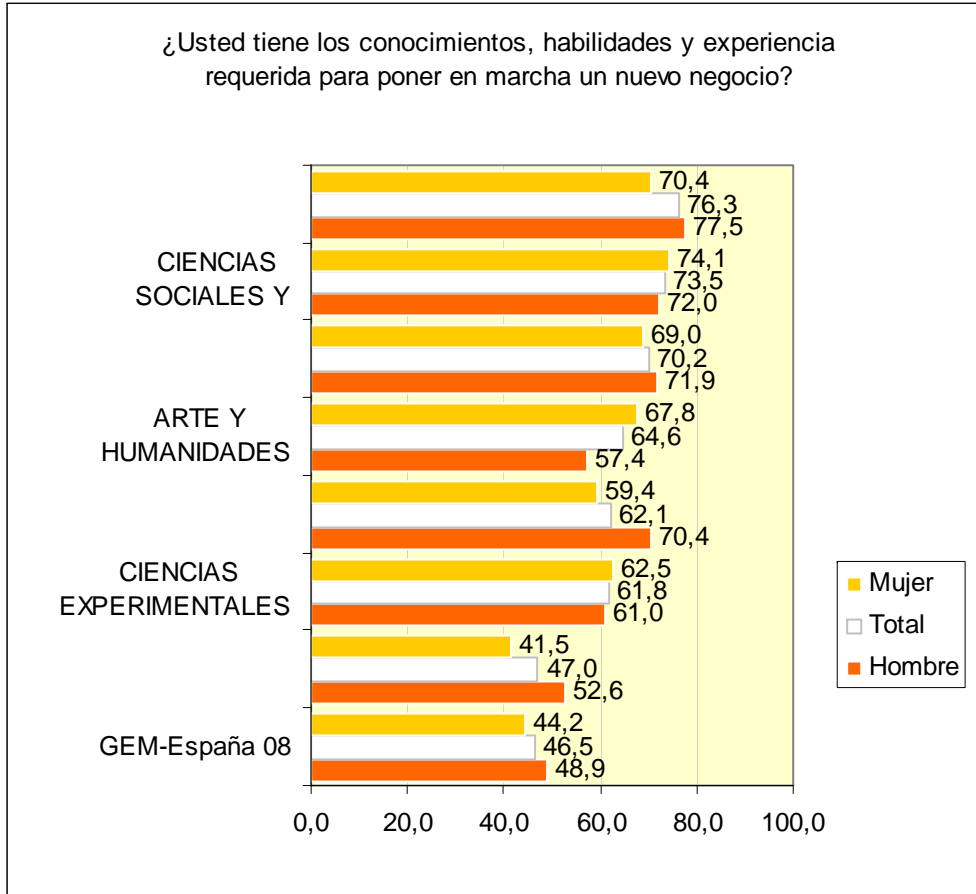


Análisis de percepción de tener conocimientos y habilidades necesarias para montar una empresa de los egresados UCA



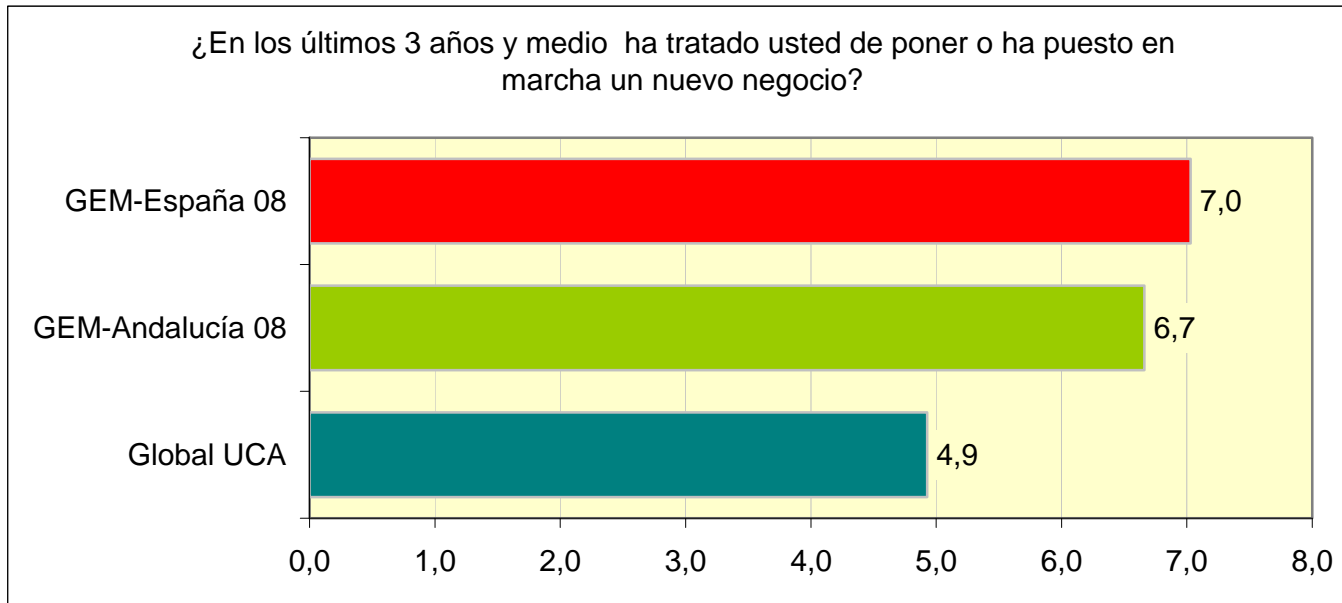


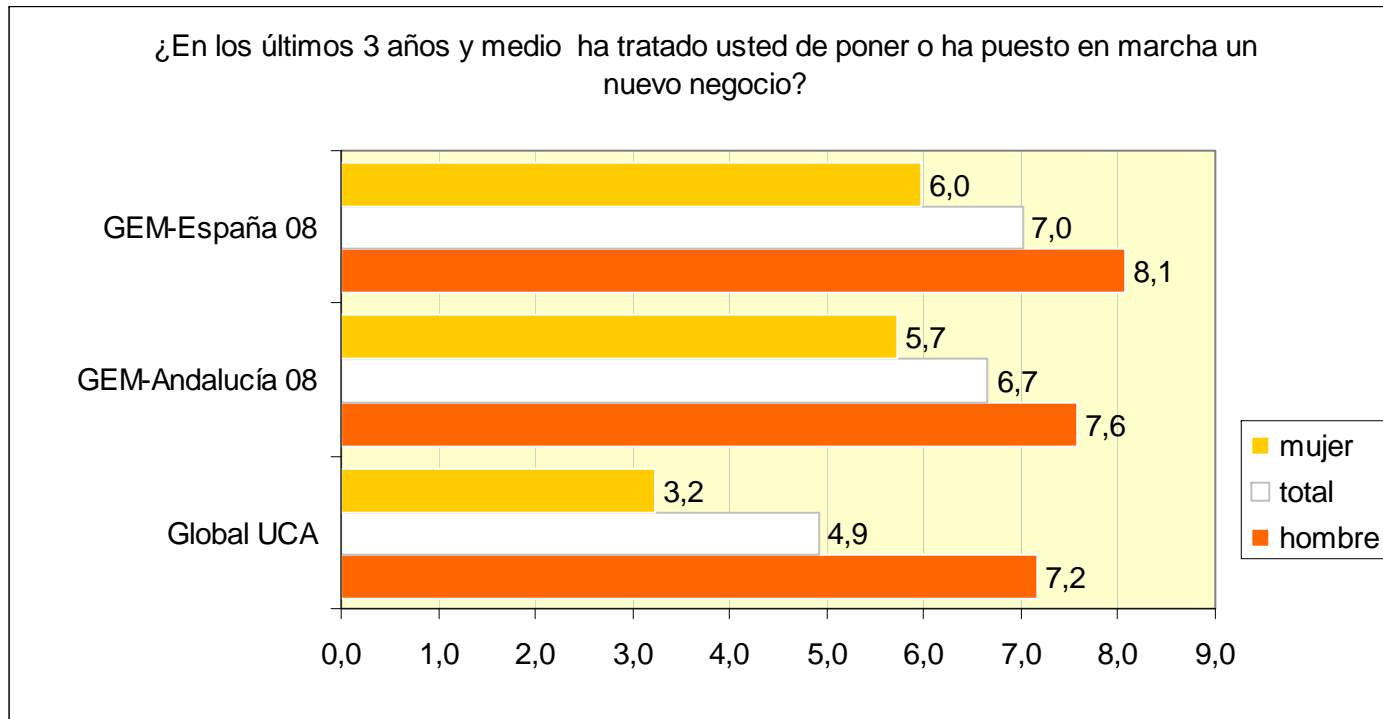




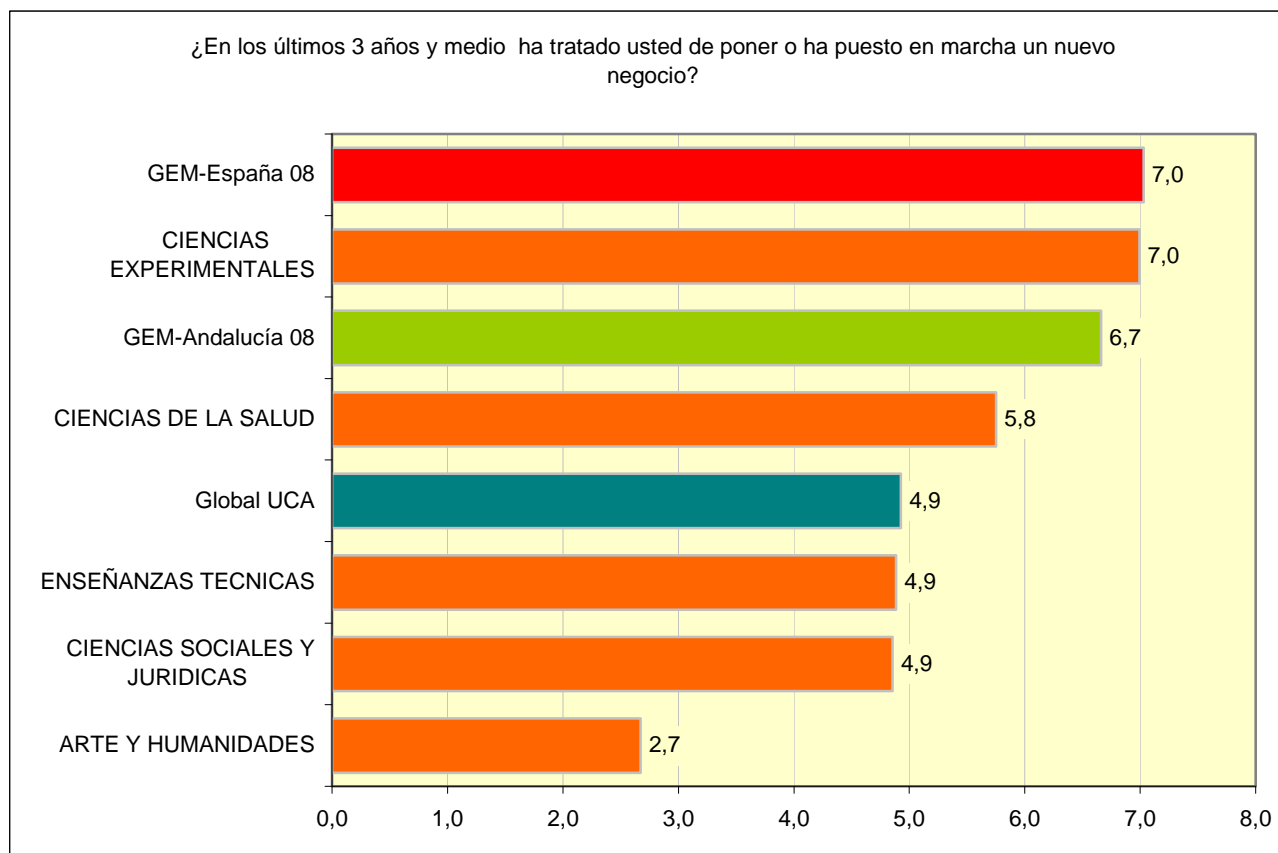


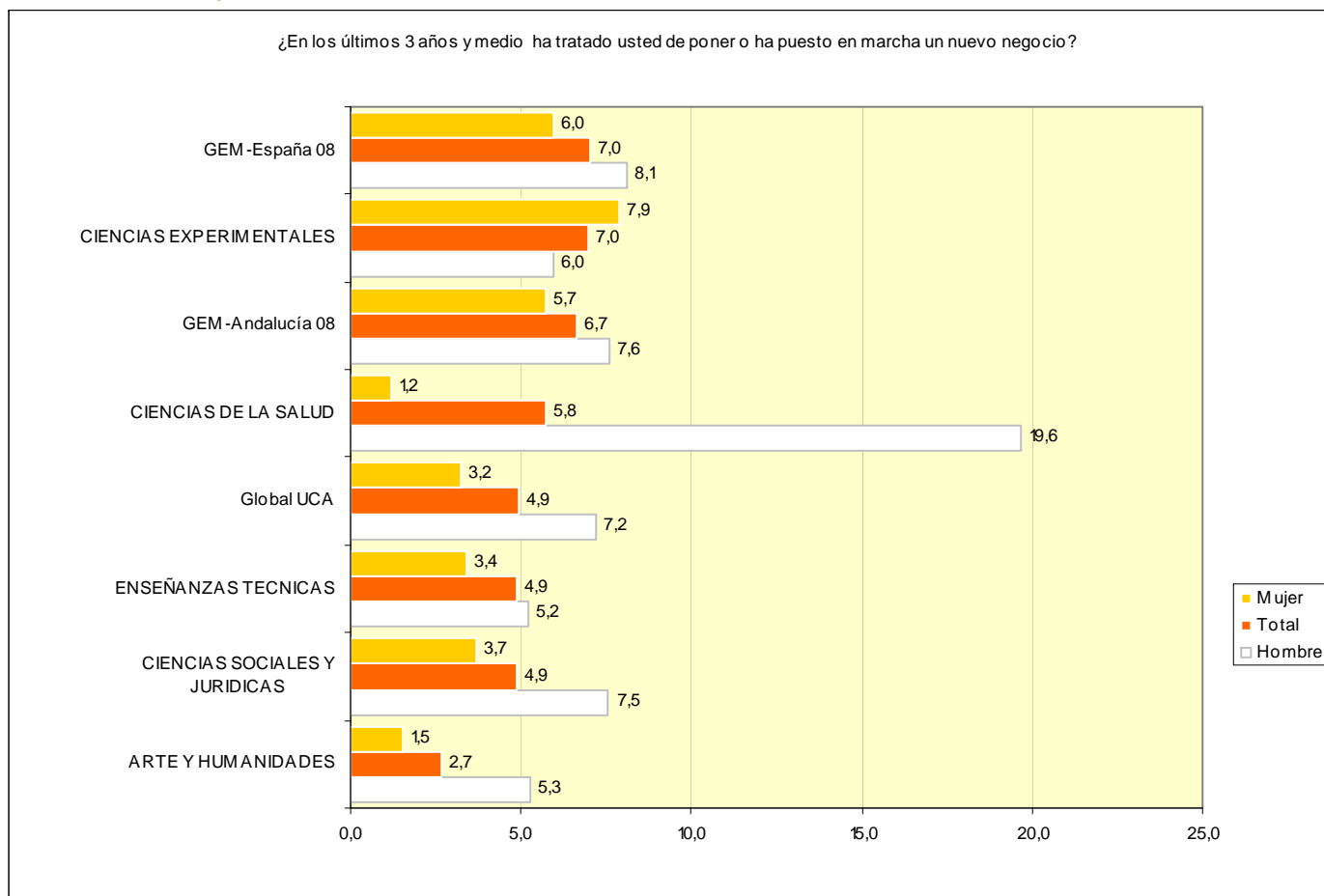
Análisis de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) de los egresados UCA

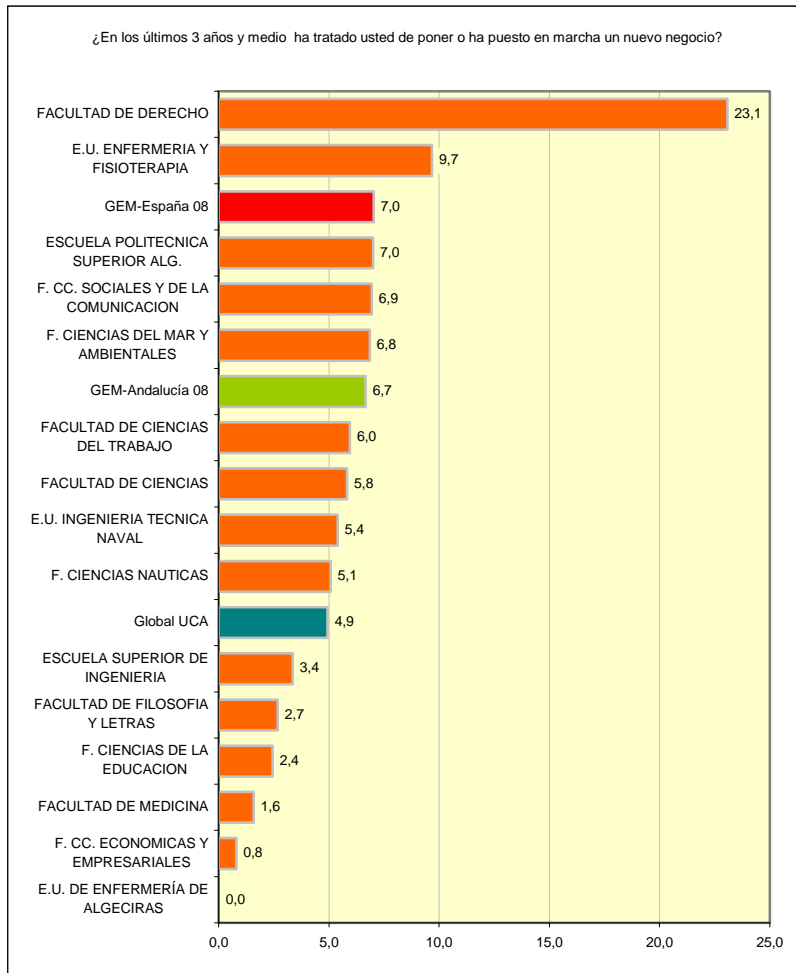




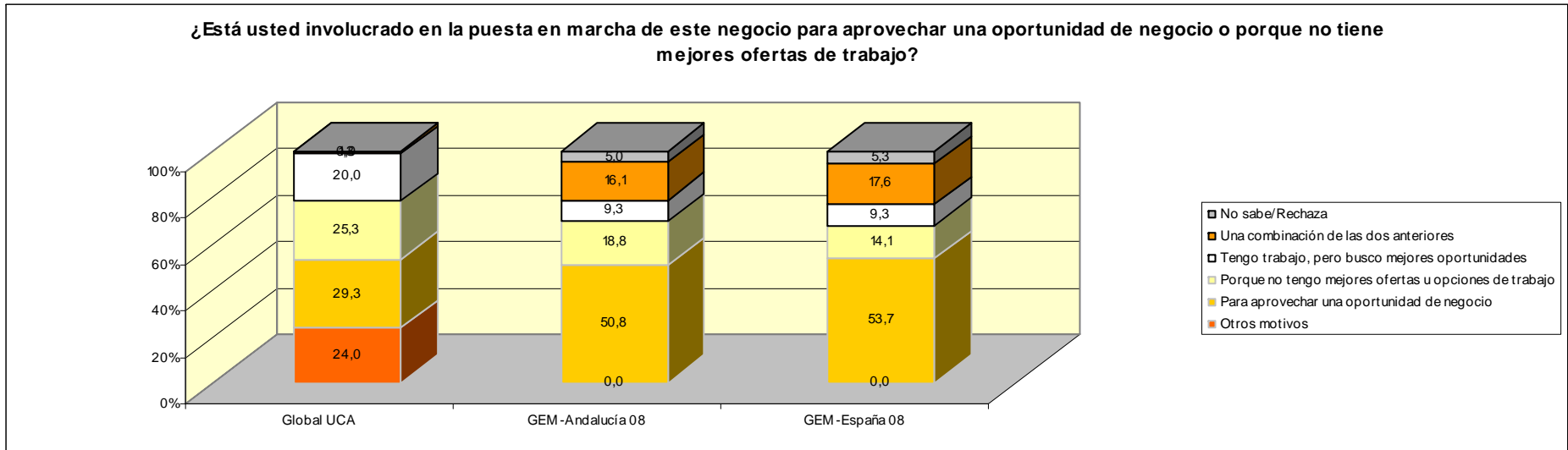




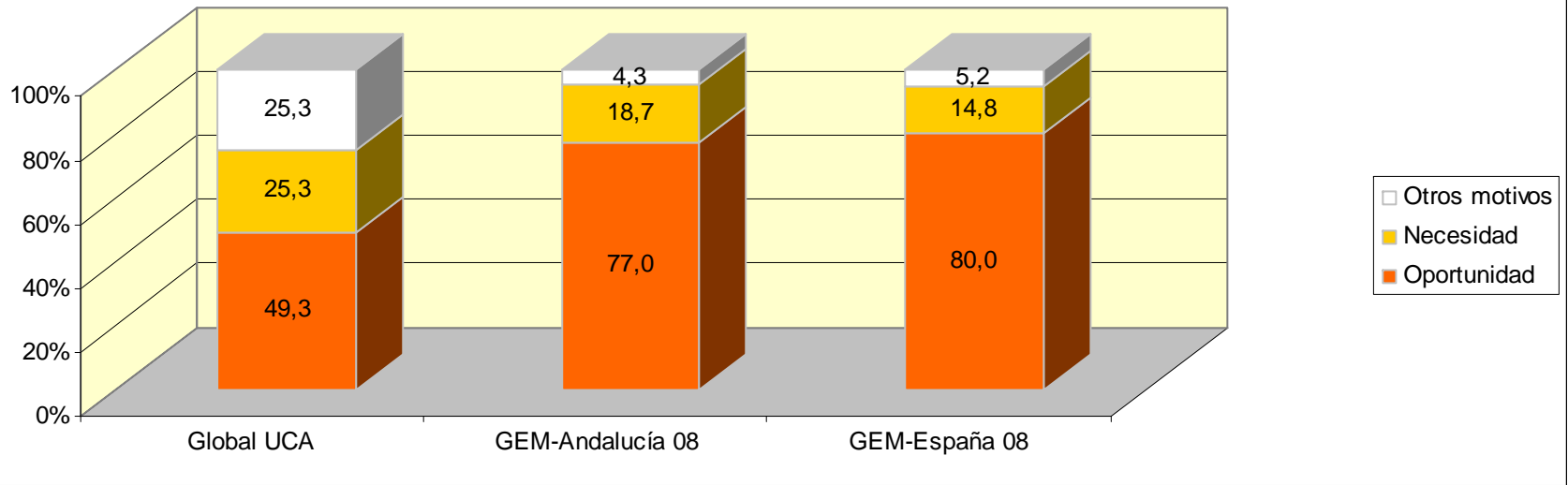


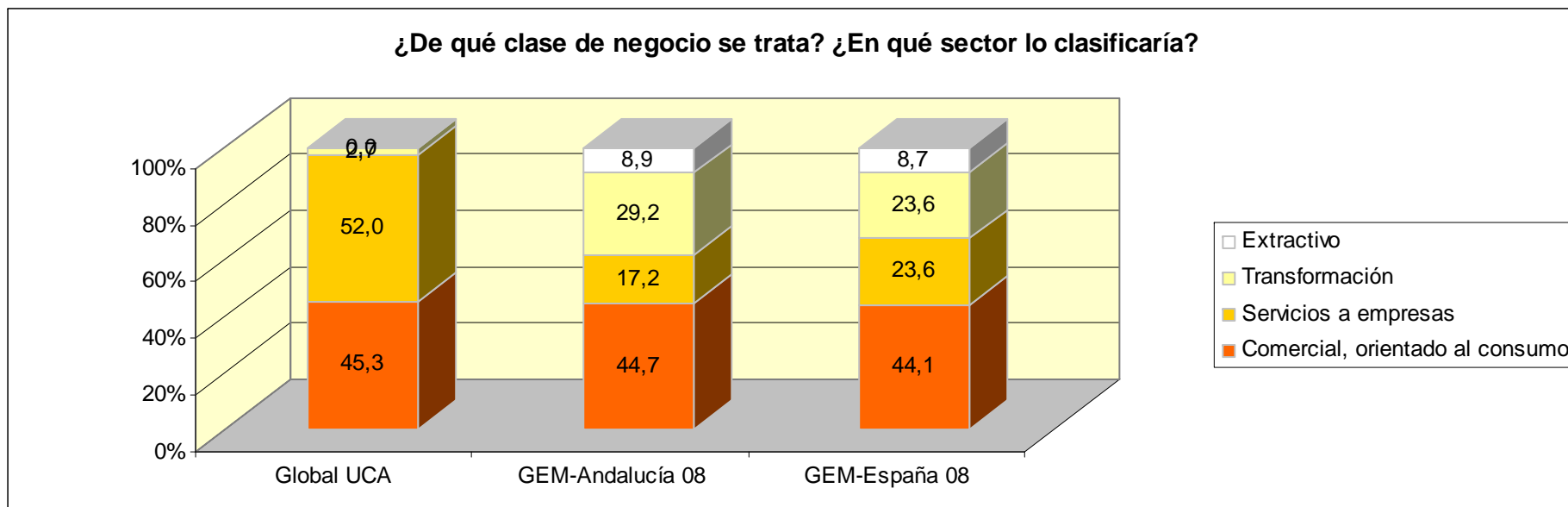


Caracterización de las 75 nuevas empresas de los egresados UCA de la promoción 2004/2005

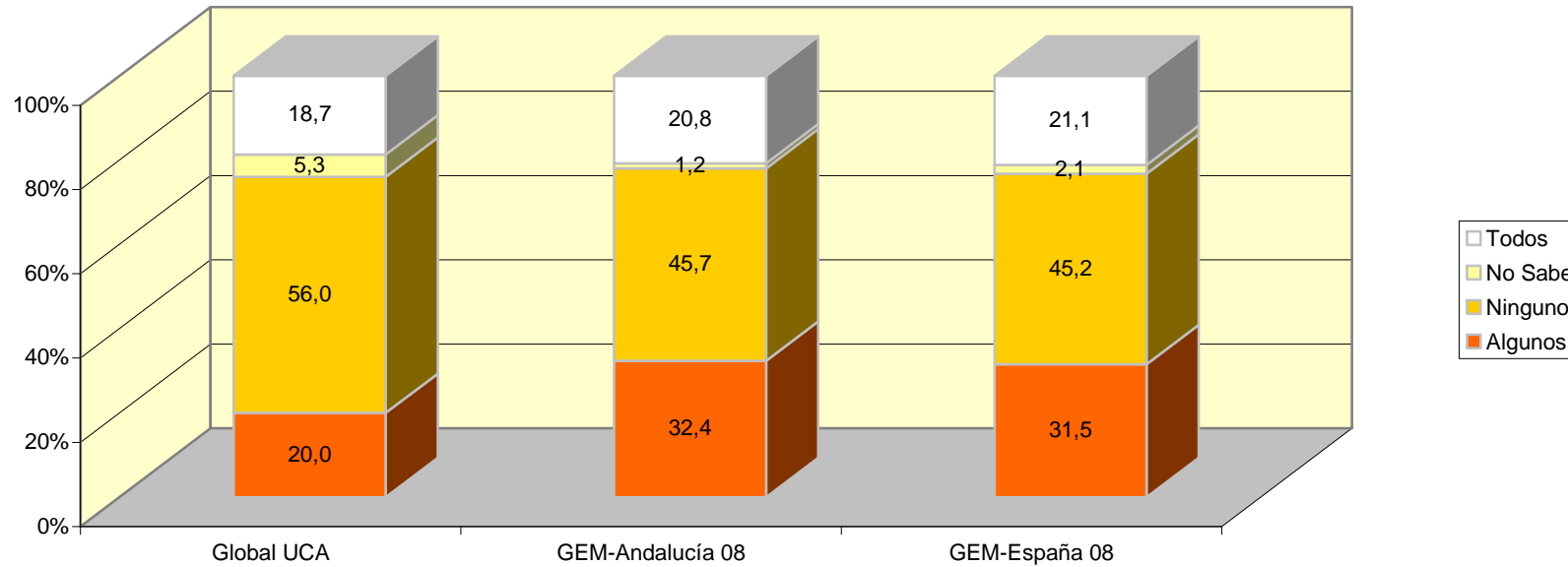


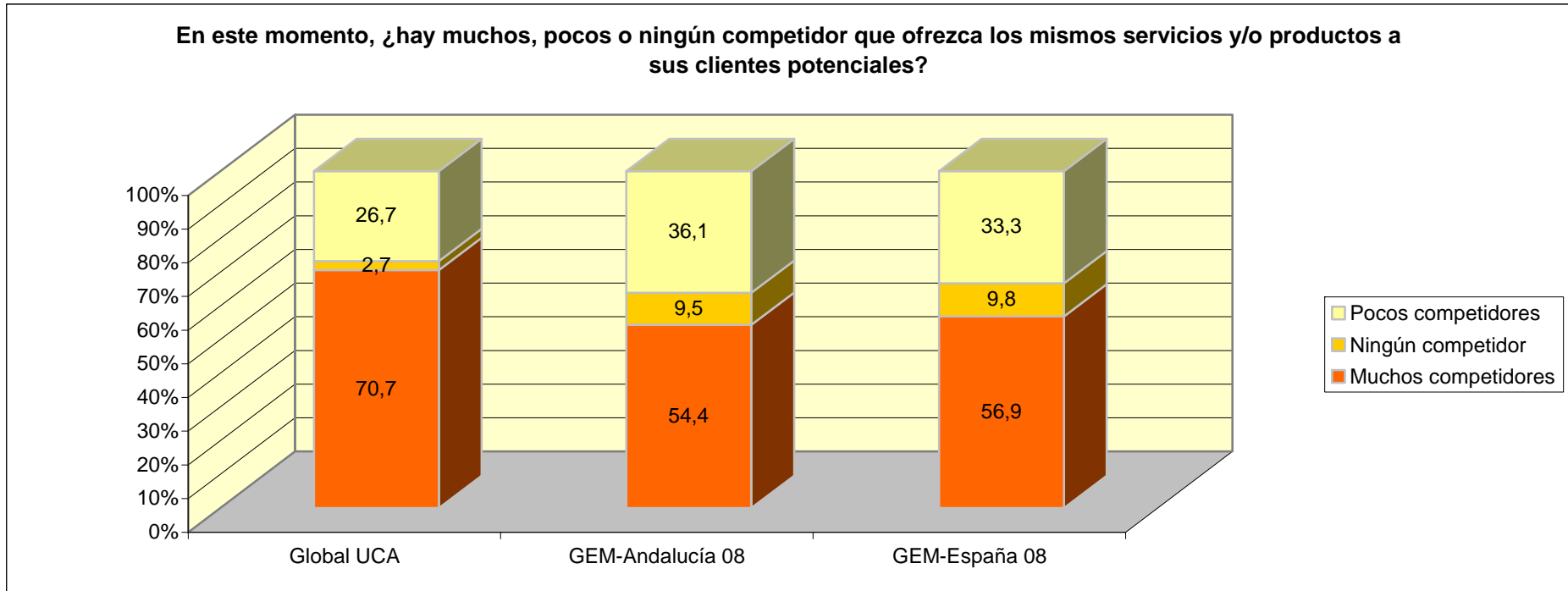
¿Está usted involucrado en la puesta en marcha de este negocio para aprovechar una oportunidad de negocio o porque no tiene mejores ofertas de trabajo?





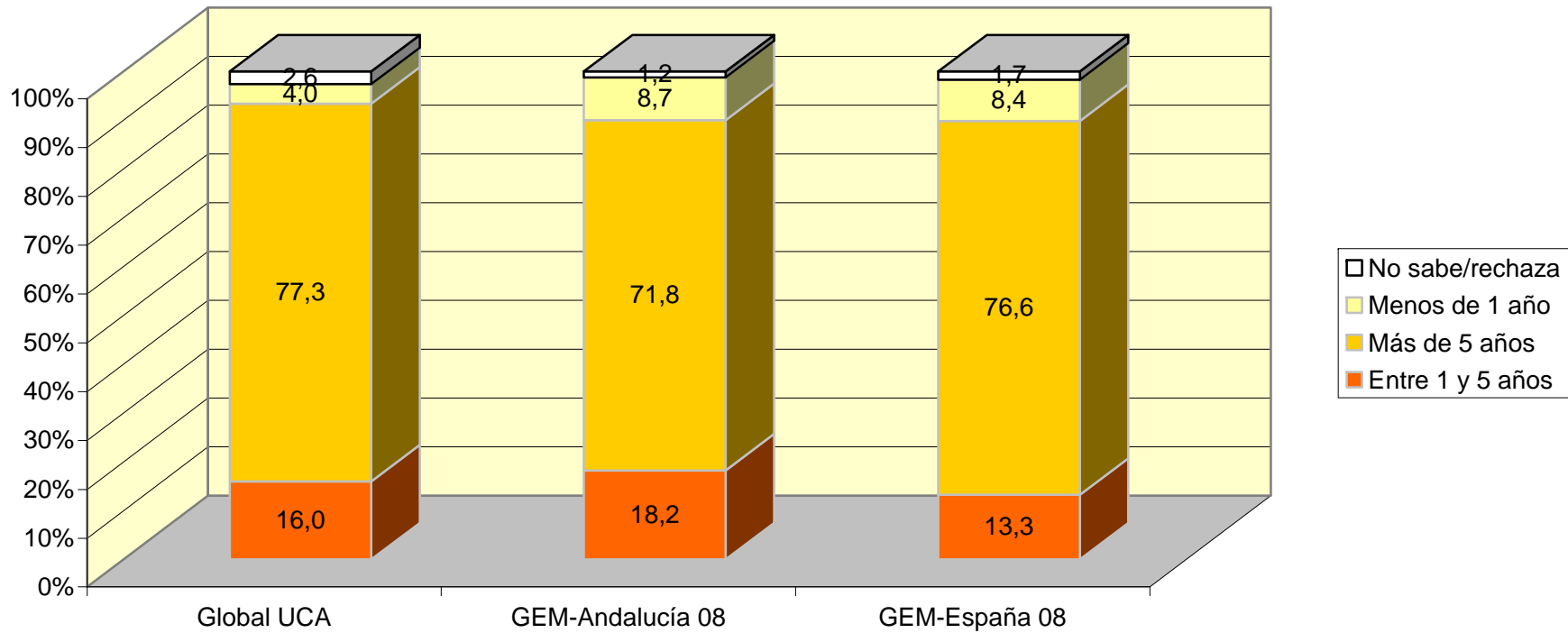
¿Cuántos de sus clientes potenciales consideran o considerarán a su producto o servicio novedoso y poco o nada conocido?

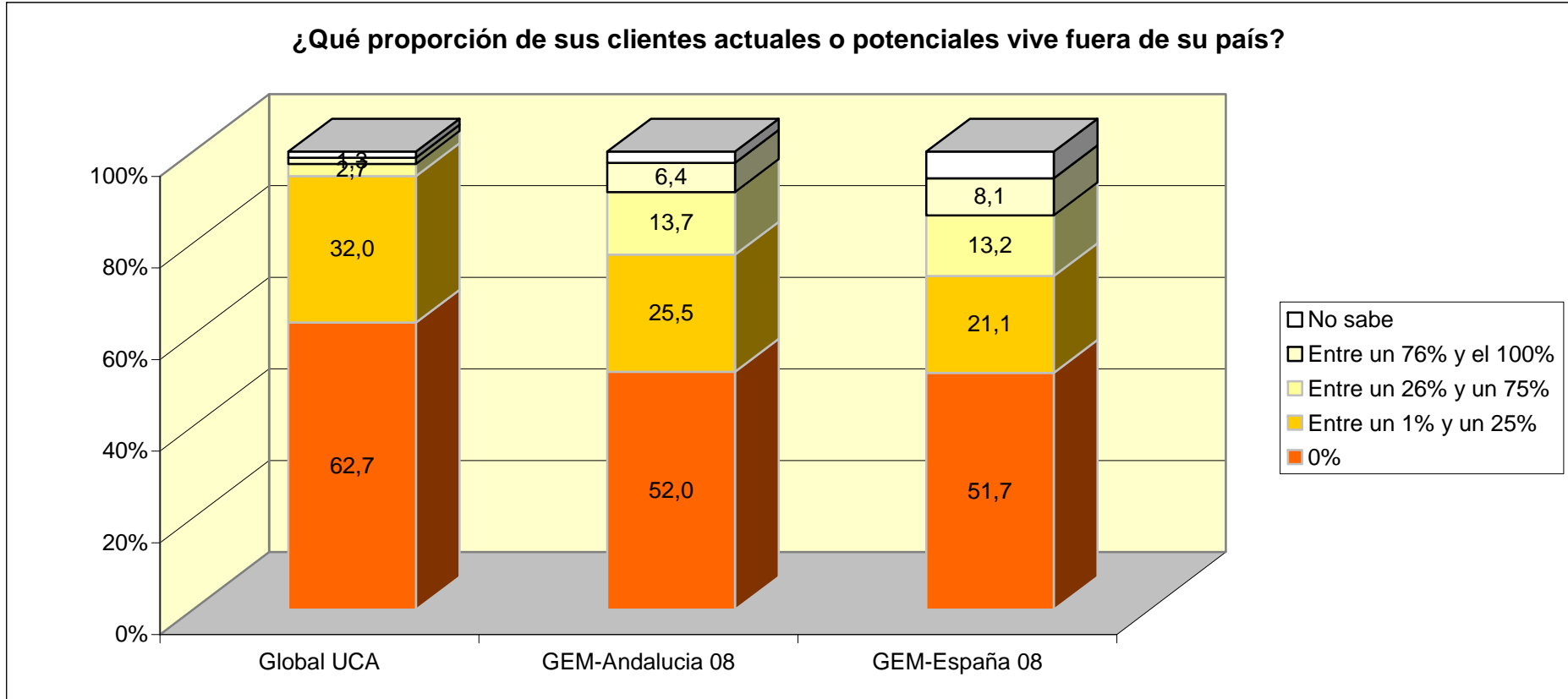


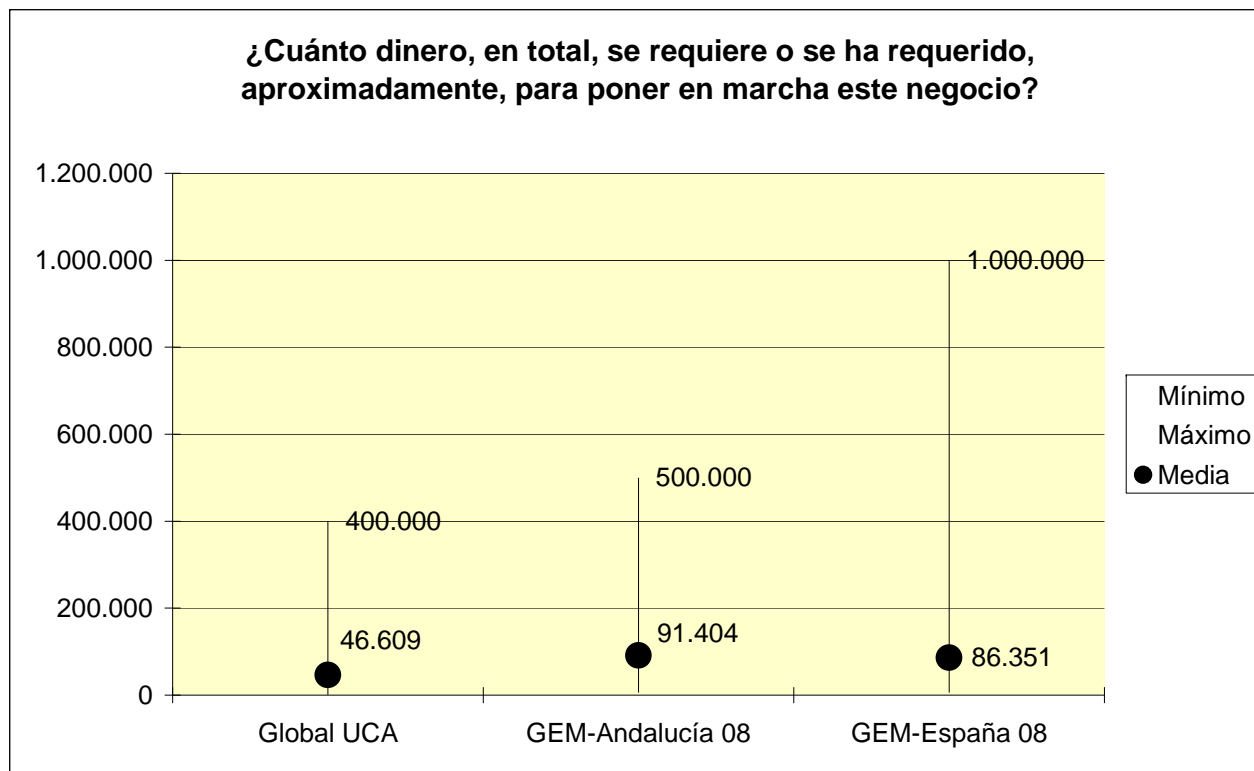


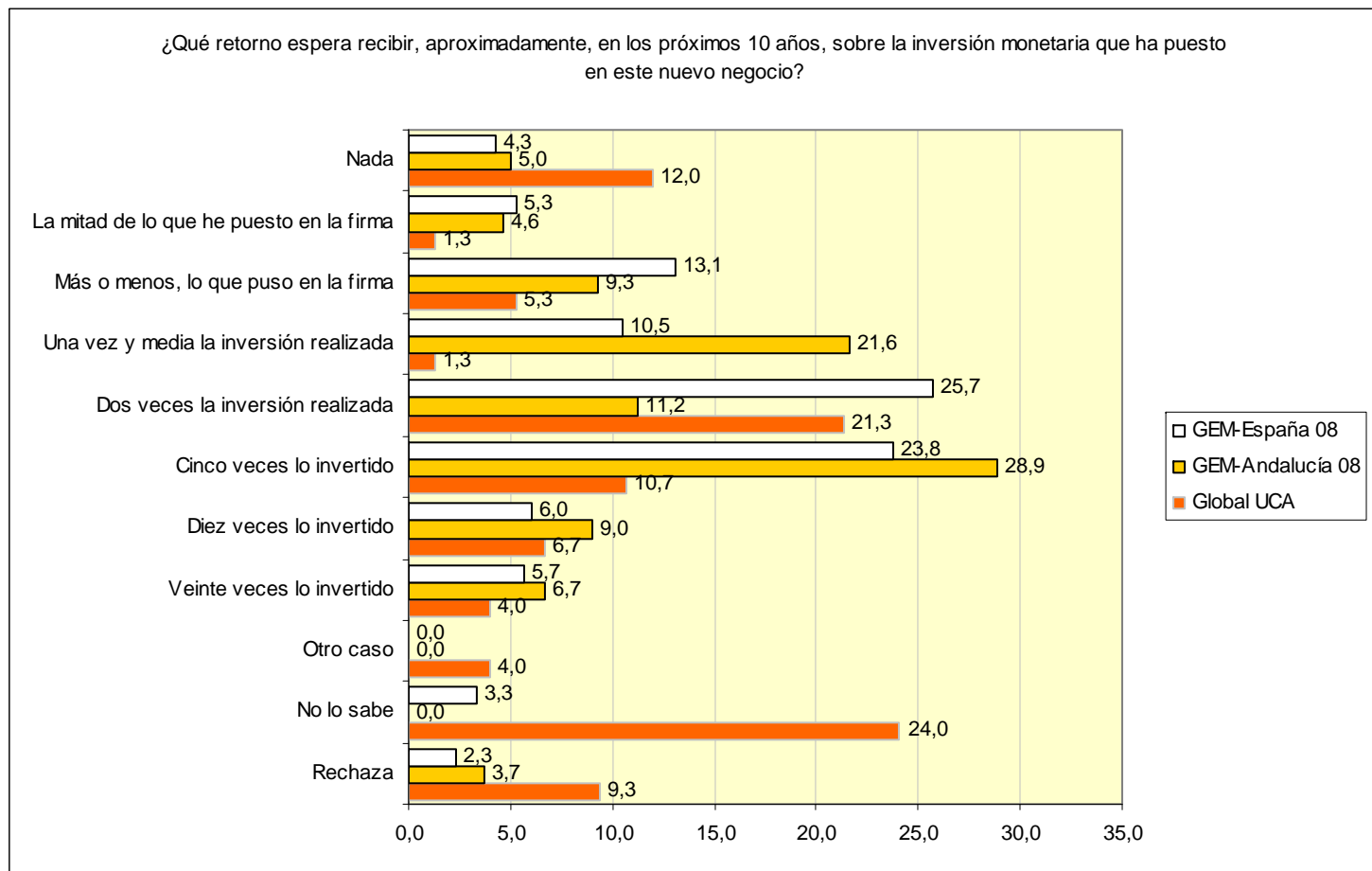


¿Desde cuando diría usted que era posible acceder a las tecnologías necesarias para producir o realizar el producto o servicio que ofrece el negocio?









---

---

# Anexo 18: Servicio de asesoramiento y acompañamiento del itinerario del emprendedor



Diciembre 2009

---

---

### Detalle de los Servicios de atención al emprendedor

A continuación se detalla el procedimiento de atención a los emprendedores y emprendedoras universitarias:

#### FASE 1: Identificación de ideas y emprendedores

<b>OBJETIVO</b>	<b>Identificar ideas y emprendedores universitarios para asegurar su atención personalizada</b>
<p><b>Se trata de incorporar al usuario del servicio en el mismo. El emprendedor podrá incorporarse en el proceso de dos formas diferentes:</b></p> <p><b>* Indirecta:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Captación a través de las actividades de promoción y difusión de la cultura emprendedora.</b></li> <li><b>* Directa</b></li> <li>- <b>Solicitud de información vía correo electrónico o teléfono.</b></li> <li>- <b>Visita directa del emprendedor/a</b></li> </ul>	
Registro: Incorporación del emprendedor/a a la base de datos de atención al emprendedor	

#### FASE 2: Maduración de la idea de negocio

<b>OBJETIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Madurar la idea de negocio del emprendedor/a ofreciéndole de esta manera un valor añadido con respecto al resto de entidades que ofrecen asesoramiento al proyecto empresarial.</b></li> <li>- <b>Acercar al emprendedor al proceso básico de creación de empresas.</b></li> </ul>
<p>Las actividades desarrolladas en esta fase son las siguientes:</p> <p>2.1 Documentar la idea del emprendedor como primer paso para su maduración. La mayoría de las ideas de negocio que llegan solo están en la cabeza del emprendedor/a. Por ello, se les envía a los mismos por correo electrónico la “Guía para la idea de negocio” de forma que el emprendedor/a pueda plasmar en ese documento aquellos aspectos fundamentales que hacen referencia a la idea como pueden ser sus características innovadoras, el público objetivo al que va destinado el producto o servicio, recursos necesarios, etc...</p> <p>2.2 Análisis de la idea. Análisis del estado de maduración de la idea. Para ello, un técnico de la Cátedra de Emprendedores revisará lo indicado en el documento y citará al emprendedor para mantener una reunión directa con él para discutir los aspectos fundamentales de la oportunidad de negocio y poder replantear dicha idea. Se podrán realizar más reuniones en caso necesario antes de pasar a la siguiente actividad.</p> <p>2.3 Sesión formativa de introducción a la idea de negocio. Se realizará una acción formativa de</p>	

dos horas de duración con el emprendedor/a de forma individual o acompañado de otros emprendedores/as en el que se les dotará de los conocimientos básicos sobre el proceso de creación de una empresa. Esta sesión formativa es de carácter voluntario por lo que dependerá del interés o no del emprendedor en participar en la misma.

2.4 Entrega al emprendedor del informe de percepción de la idea de negocio realizado por la Cátedra de Emprendedores.

Registro: 2.1 Documento “Guía para Idea de negocio”(A-1)” cumplimentado  
 2.2 Reunión con el emprendedor (inclusión en la base de datos de seguimiento del emprendedor).  
 2.3 Asistencia a la sesión formativa (inclusión en la base de datos de seguimiento del emprendedor).  
 2.4 Entrega del informe de percepción (inclusión en la base de datos de seguimiento del emprendedor).

Documentos de apoyo:

- a) Criterios para decidir la madurez de una idea empresarial
- b) Presentación de la sesión formativa en materia de creación de empresas
- c) Ficha de formato del Informe de percepción de la idea de negocio

### FASE 3: Acompañamiento empresarial

#### OBJETIVO

**Acompañar al emprendedor/a a las entidades que desarrollarán el plan de empresa con el mismo.**

3.1 En esta fase, se acompaña literalmente al emprendedor a las entidades de apoyo al desarrollo empresarial con las que hay convenios de la Universidad de Cádiz (principalmente Andalucía Emprende Fundación Pública Andaluza).

3.2 El emprendedor desarrollará durante las siguientes semanas el plan de empresa con el apoyo de los técnicos de la entidad externa colaboradora con la UCA. En ese sentido, los técnicos de la Cátedra se limitan exclusivamente a realizar el seguimiento sobre el emprendedor/a a través de llamadas telefónicas o correos electrónicos.

Registro: 3.1 Reunión con el emprendedor y el técnico de la entidad externa (inclusión en la base de datos de seguimiento del emprendedor).  
 3.2 Seguimiento del emprendedor (inclusión en la base de datos de seguimiento del emprendedor).

**FASE 4: Trámites de constitución**

<b>OBJETIVO</b>	<b>Facilitar la constitución de las empresas universitarias con un servicio de atención a los trámites de constitución.</b>
Se ofrece al emprendedor/a asesoramiento integral en los trámites de jurídicos – legales de constitución de la actividad empresarial.	
Registro: Asesoramiento en los trámites de constitución de la empresa (inclusión en la base de datos de seguimiento del emprendedor).	
Documento de apoyo: Trámites básicos en la creación de empresas	

**FASE 5: Incorporación en la red de Empresas UCA**

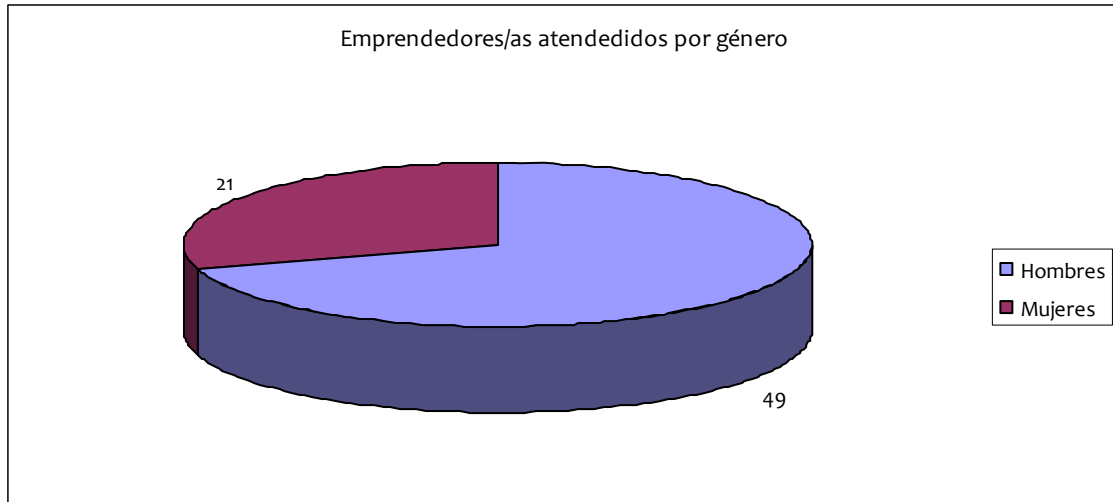
<b>OBJETIVO</b>	<b>Mantener un vínculo con las empresas creadas desde la UCA.</b>
Incorporación de las empresas a la red de Empresas de la UCA con el objetivo de facilitar su colaboración en el desarrollo de programas de fomento de la cultura emprendedora.	
Registro: Incorporación de la empresa al Portal de Empresas UCA	
Documento de apoyo: Próximamente Club de Empresas UCA	



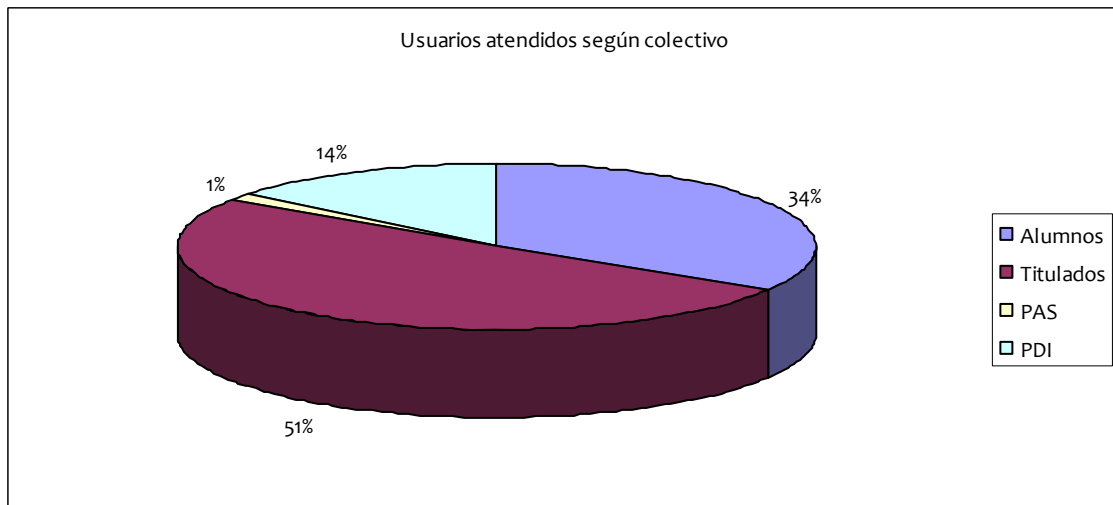
Ideas y proyectos atendidos

Ideas / Proyectos atendidos	
1	Optimización de la eficiencia de aerogeneradores
2	Cásate sin estrés - Organización de eventos
3	Desarrollo de alimentos funcionales a partir de frutas y verduras
4	Reciclaje de residuos agrícolas
5	Consultoría empresarial y financiera
6	Surcontrol: Automatización y control de sistemas
7	Blancaviar
8	Comacua: Consultoría de calidad ambiental y marina
9	Consultoría de eficiencia energética e industrial
10	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
11	Instalación y mantenimiento de equipos de energía solar
12	Estudio 15: Consultoría acústica
13	Proyecto para la distribución de material TIC para entornos urbanos
14	Poliplus Biotech
15	Comercialización a través de Internet de alimentos gourmet de la provincia de Cádiz
16	Empresa de gestión de actividades culturales
17	Galería de arte virtual
18	Escuela infantil
19	IUS Pharmacopolis
20	Cría y comercialización de alevines como alimento para picifactorías
21	Ludoteca y otros servicios de ocio para adolescentes
22	Museo de la cuerda de la provincia de Cádiz
23	Oficina técnica de proyectos industriales
24	Pedirycomer.com
25	Periódico digital
26	Desarrollo de rutas turísticas animadas para cruceristas
27	Traducom: Servicios integrales de traducción
28	Comercialización de spas y balnearios a través de paquetes
29	Cultivo y comercialización de microalgas
30	Comercialización a través de internet de semillas y plantas exóticas
31	Bodega destinada al turismo activo
32	Turismo náutico a través de la realización de charters
33	Lavandería Industrial
34	Mantenimiento Industrial y eficiencia energética
35	Escuela y centro de formación en áreas de expresión
36	Gestión de tecnología Wimax en comarca de Sanlúcar
37	Gestión de TICS en el transporte público urbano

Se ha atendido a un total de 40 proyectos e ideas de creación de empresas correspondientes a 73 potenciales emprendedores/as.



La mayoría de los usuarios del servicio de atención al emprendedor de la Universidad de Cádiz son titulados/as (más del 50% de los mismos), seguido por los alumnos/as y profesores/as.



Como se ha descrito anteriormente, los emprendedores discurren por un proceso de creación de empresas con 5 fases de tutorización y seguimiento. Todos los emprendedores/as se incorporan al proceso en la fase 1. Estas fases actúan como filtro de la siguiente, es decir, en cada una de las fases se van filtrando las ideas y proyectos de la siguiente manera:

FASE 1: Identificación de ideas y emprendedores. Evaluación de la intención firme de crear una actividad empresarial.

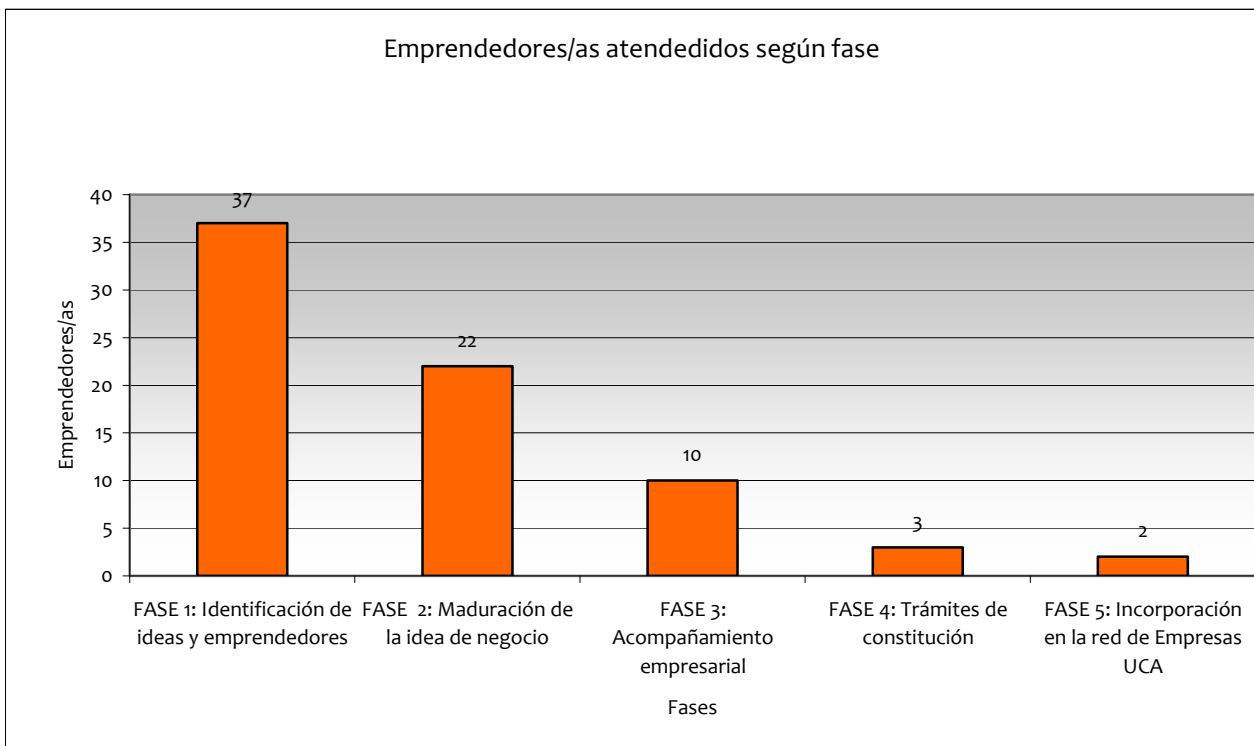
FASE 2: Maduración de la idea de negocio. Evaluación inicial de la idea de negocio.

FASE 3: Acompañamiento empresarial. Evaluación del plan de empresa.

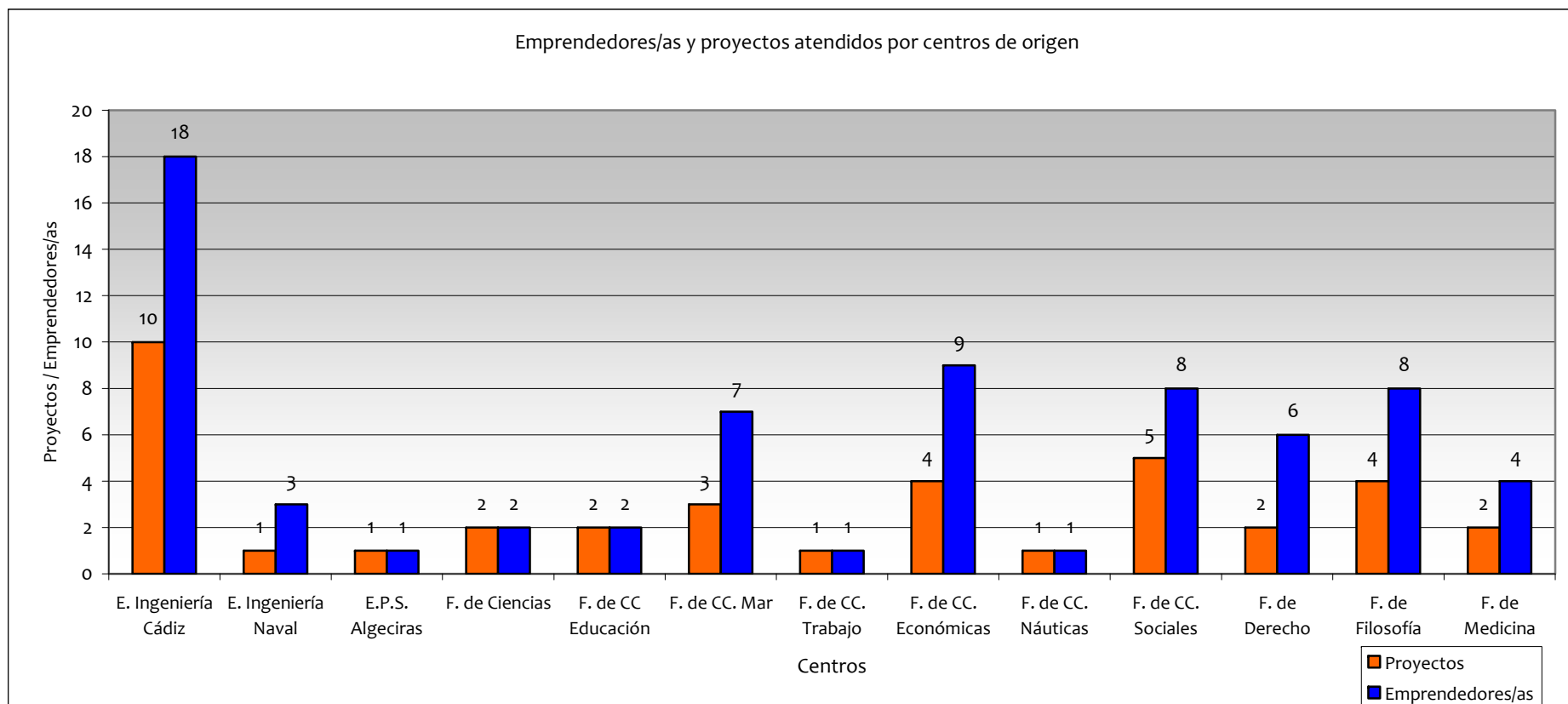
FASE 4: Trámites de constitución. Puesta en marcha de la empresa

FASE 5: Incorporación en la red de Empresas UCA.

De esta forma, los proyectos y personas que han pasado por las diferentes fases del proceso de atención al emprendedor/a son los siguientes:

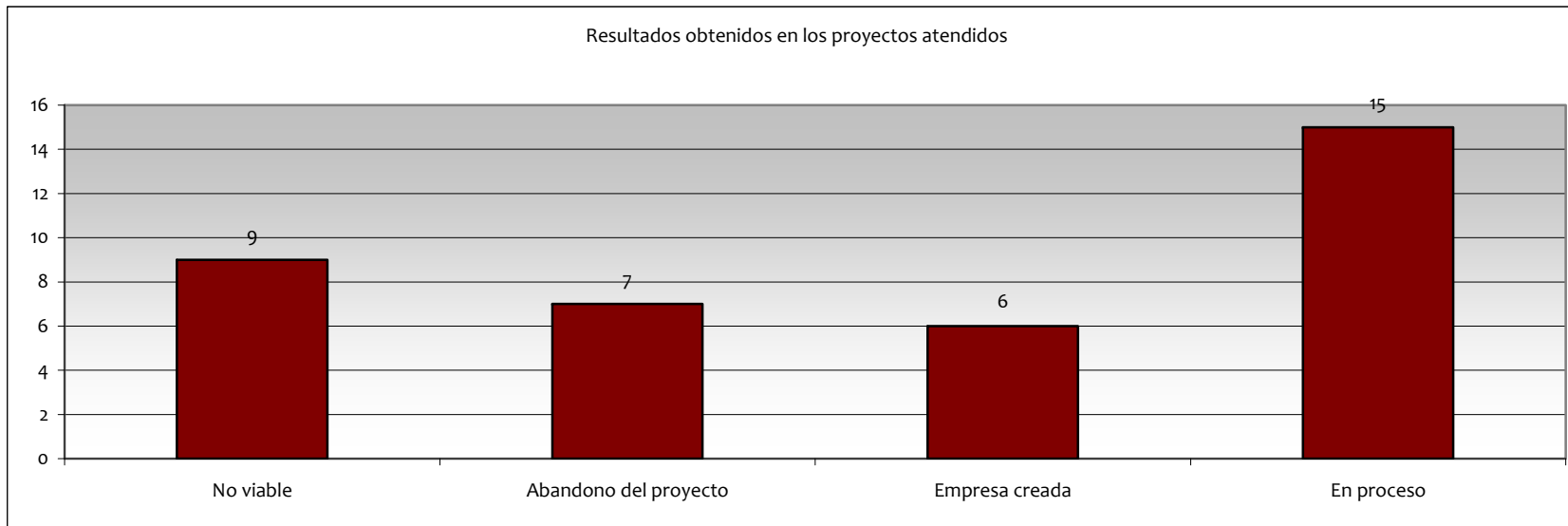


De la misma forma, a continuación se exponen los centros de origen de los proyectos y los emprendedores/as:



Por último, se ha analizado el resultado final del proyecto en el proceso de creación de empresas atendiendo a una de las siguientes situaciones:

- 1) **No viable:** Idea / proyecto no viable según el análisis de maduración (en el caso de la idea de negocio) o el análisis de viabilidad (en el caso del plan de empresa).
- 2) **Abandono del proyecto:** Idea / proyecto no llega a analizarse por parte de los emprendedores/as que lo abandonan por razones personales, laborales o motivacionales.
- 3) **Empresas creadas:** Ideas / proyectos que se transforman en empresas
- 4) **En proceso:** Ideas / proyectos que aún siguen en el proceso de creación de empresas.



---

---

# Anexo 19: IV Internacional Workshop of Research based on GEM



Junio 2009

---

---

## Workshop GEM 2009

### **Organizado por:**

Universidad de Cádiz  
Instituto de Empresa  
GEM España

### **Con la colaboración de:**

Fundación BANESTO Sociedad y Tecnología  
Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa  
Ministerio de Industria, Turismo y Comercio  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
FUECA

### **Fechas y lugar:**

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Universidad de Cádiz, 22y 23 de Junio 2009

## Justificación y Objetivos

El equipo de la Universidad de Cádiz, responsable del Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Andalucía ha organizado el IV Workshop Internacional de Investigación basado en datos GEM. Esta convocatoria adquiere una relevancia especial al coincidir con el X aniversario del proyecto GEM.

El proyecto GEM se ha consolidado como uno de los principales programas internacionales que analizan e informan sobre la actividad emprendedora. Con la edición de 2008 alcanza su sexto año consecutivo en Andalucía y refuerza su posición como herramienta imprescindible para conocer y comparar las características y variables que inciden en el proceso de creación de empresas y en la dinámica empresarial. Los informes generados en el seno del Proyecto GEM se han convertido en un referente que cada vez utilizan más personas e instituciones para profesionalizar y aumentar la eficiencia de las políticas y programas relacionados con el desarrollo económico regional y el desarrollo del espíritu de empresa.

La complejidad del fenómeno emprendedor y el esfuerzo por destacar las claves más relevantes del mismo, son los motivos que impulsaron la organización de esta reunión científica. En este sentido, el objetivo fundamental ha sido compartir los resultados de investigación basados en la explotación de las fuentes primarias de datos que utiliza el consorcio para la elaboración de sus informes periódicos. De igual forma, tiene especial interés profundizar en el conocimiento de las diferentes etapas del proceso emprendedor, desde el reconocimiento de oportunidades hasta la consolidación de la nueva empresa, y de sus diferencias regionales y nacionales.

Una de las condiciones del bienestar futuro de nuestra región descansa en tener más y mejores empresarias y empresarios. Este proceso de generar capital humano emprendedor es vital para la supervivencia y desarrollo de una sociedad avanzada y moderna cuyo activo más importante es el conocimiento y la capacidad creadora de las personas. Conocer mejor el fenómeno emprendedor permite su pilotaje por los agentes sociales, mejorando su gobierno, y contribuye a reducir la incertidumbre a lo desconocido de las personas que lleva implícita la acción emprendedora.

Los resultados de investigación que se han compartido y puesto en valor con la organización de esta reunión, las comparaciones con otros territorios y los nuevos temas de reflexión, son el resultado del trabajo desarrollado por un equipo de más de 200 investigadores de todo el mundo pertenecientes al "Consortium GEM".

La labor del equipo internacional es posible gracias al patrocinio que recibe de numerosas e importantes empresas e instituciones de todo el mundo. En Andalucía, la labor del equipo de la



Universidad de Cádiz es posible gracias al valioso patrocinio de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía -que participa en el proyecto desde sus inicios- y de otros patrocinadores.



Acto Apertura IV Workshop Internacional de Investigación Basada en el GEM, 22 Junio 2009

## Principales Cifras

- Se han inscrito un total de **75 asistentes** procedentes de **12 países**:
  - Alemania.
  - Brasil
  - Dinamarca.
  - España.
  - Estados Unidos.
  - Holanda.
  - Irán.
  - Malasia.
  - México.
  - Noruega.
  - Reino Unido.
  - Suiza.
- Han estado representados **15 equipos** regionales de España:
  - Andalucía.
  - Aragón.
  - Asturias.
  - Cantabria.
  - Castilla La Mancha.
  - Castilla León.
  - Ceuta.
  - Comunidad Valenciana.
  - Extremadura
  - Galicia.
  - Madrid.
  - Melilla
  - Murcia
  - Navarra.
  - País Vasco.
- Antes del 20 de Febrero de 2009 se presentaron 31 trabajos realizados por un total de 91 Autores al Comité Organizador, de los cuales se aceptaron **22 trabajos realizados por un total de 55 Autores**; finalmente se han presentado y debatidos públicamente en el Workshop 21 Trabajos debido a la imposibilidad de las autoras del trabajo de Irán de acudir debida a la situación política en su país.
- Los 21 trabajos aceptados tienen su origen en los siguientes países:

- España: 12 trabajos.
  - Holanda: 3 trabajos.
  - Suiza: 2 trabajos.
  - Holanda/Alemania: 1 trabajo.
  - Dinamarca: 1 trabajo.
  - Irán: 1 trabajo.
  - Malasia: 1 trabajo.
  - Noruega: 1 trabajo.
- Los trabajos presentados por los equipos regionales de España tienen su origen en las siguientes comunidades:
    - Equipo Nacional: 3
    - Andalucía: 2
    - Madrid: 2
    - Castilla La Mancha: 2
    - Extremadura: 1
    - Cataluña: 1
    - País Vasco: 1



Sesión Paralela Presentación Trabajos IV Workshop Internacional GEM – Cádiz 22 de Junio 2009

## Programa

### LUNES 22 JUNIO

09:00 **Registro e Inscripciones**

09:30 **Apertura**

Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa, Angelines Ortiz del Río

Instituto de Empresa, Ignacio de la Vega García-Pastor

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Fernando Martín Alcázar

Equipo GEM Andalucía, José Ruiz Navarro

10:00 **Conferencia: Understanding Economic Development and Growth: Tracking Entrepreneurial Contributions.**

Paul Reynolds (Profesor de Estudios Emprendedores en Babson College - Wellesley y Profesor Investigador de Emprendedurismo en la Escuela de Negocios de Londres)

11:00 **Desayuno**

11:30 **Mesas Redondas:**

**STAIRWAY TO HEAVEN OR HIGHWAY TO HELL? THE USE OF GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR DATA IN ACADEMIC RESEARCH**

Heiko Bergmann, Susan Mueller, Thomas Schrettle

**SPANISH REGIONAL ECONOMIES AND THEIR ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES: A NEW APPROACH MERGING OFFICIAL STATISTICAL DATA WITH GEM DATA**

Ignacio de la Vega, Alicia Coduras, Belén González, Alejandro Costa

**CONDITIONS FOR ENTREPRENEURSHIP: THE CASE OF FINLAND, SWEDEN AND NORWAY COMPARED**

Bjørn Willy Amo

**ENTREPRENEURIAL EXIT AND ENTREPRENEURIAL ENGAGEMENT**

Jolanda Hessels, Isabel Grilo, Roy Thurik, Peter Van der Zwan

13:00 **Conferencia: Entrepreneurship, Innovation & Economic Growth**

David Audrestch (Director del Instituto de Desarrollo Estratégico en Indiana University)

**14:00 Almuerzo / Aperitivo.**

**15:00 Sesiones Paralelas: Mesas Redondas:**

HOW DOES ENTREPRENEURIAL ACTIVITY AFFECT THE SUPPLY OF BUSINESS ANGELS?	Andrew Burke, Chantal Hartog, André Van Stel, Kashifa Suddle
CULTURAL AND ECONOMIC DETERMINANTS OF ENTREPRENEURIAL PROPENSITY: GEM DATA CONTRASTED AS EVIDENCE OF NATIONAL DIFFERENCES	Dr Siri Roland Xavier
WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP IN IRAN	Leyla Sarfaraz, Nezameddin Faghih
TO GROW OR NOT TO GROW? FACTORS DETERMINING THE GROWTH AMBITION. OF DUTCH EARLY-STAGE ENTREPRENEURS	Ingrid Verheul, Linda Van Mil
RESEARCHING THE ENTREPRENEUR: THE INFLUENCE OF OWNER-MANAGER'S MOTIVATIONS ON CORPORATE GROWTH STRATEGIES	Heiko Bergmann, Thomas Schrettle

**15:00 Sesiones Paralelas: Mesas Redondas:**

ESTADO ACTUAL DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE EL GEM: LOGROS Y RETOS	Claudia Álvarez; David Urbano
PROYECTO GEM Y CALIDAD EMPRESARIAL. CONSIDERACIONES A PARTIR DE LOS INFORMES REGIONALES DEL GEM EN ESPAÑA	Joaquín Guzmán, Isidoro Romero, José Fernández
EMPRESARIO Y ENTORNO: CREACIÓN DE EMPRESAS EN LOS PAÍSES PARTICIPANTES EN EL GEM	Agustín Álvarez Herranz; Pilar Valencia de Lara
EL POTENCIAL EMPRENDEDOR EN ESPAÑA: FACTORES SOCIOECONÓMICOS, PERCEPTUALES Y RELACIONALES	Matilde Ruiz Arroyo; María del Mar Fuentes Fuentes; Lázaro Rodríguez Ariza; Sara Rodríguez Gómez
FACTORES CONTEXTUALES QUE FAVORECEN LA INICIATIVA EMPRENDEDORA EN ESPAÑA	Antonio Aragón Sánchez; Alicia Rubio Bañón; Paula Sastre Vivaracho

**16:30 Mesas Redondas**

FACTORES DE INFLUENCIA EN EL CIERRE DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL: EL CASO DE ESPAÑA	Ricardo Hernández Mogollón, Juan Carlos Díaz Casero, M <sup>a</sup> Victoria Postigo Jiménez, M <sup>a</sup> Cruz Sánchez Escobedo
CULTURA Y ESPÍRITU EMPRENDEDOR EN LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS ESPAÑOLAS	M <sup>a</sup> José Pinillos Costa
LA CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA. EN LA COMUNIDAD DE MADRID: FUENTE DE DESARROLLO ECONÓMICO SOSTENIBLE	Eduardo Bueno Campos, Julio C. Acosta Prado, Carlos Merino Moreno, Cecilia Murcia Rivera
FOREIGN CUSTOMER-ORIENTED BUSINESSES AND	José Luis González-Pernía, Aloña

FEMALE ENTREPRENEURS

Martiarena-Arrizabalaga, Iñaki Peña-  
Legazkue

18:00 **Fin del Primer Día**

**MARTES, 23 Junio 2009**

10:00 **Conferencia: The regional entrepreneurship index for Spain**

Zoltan J. Acs (Escuela de Ciencias Políticas George Mason University)

11:00 **Desayuno**

11:30 **Mesa Redonda**

ENTREPRENEURSHIP, URBANIZATION ECONOMIES AND PRODUCTIVITY  
OF REGIONS.A MULTILEVEL APPROACH APPLIED TO EUROPEAN  
REGIONS (If you are interested in this paper you have to contact directly  
with the author)

Niels Bosma

DISCRIMINATIVE MODEL OVER REPEATED MEASURES APPLIED TO  
CONTROL THE EVOLUTION OF THE ENTREPRENEURIAL  
ENVIRONMENTAL FACTORS IN THE SPANISH REGIONS (2006-2008)

Alicia Coduras, David  
Urbano, José Ruiz

STRUGGLING WITH RATIONAL ENTREPRENEURSHIP POLICY - THE CASES  
OF DENMARK AND AUSTRALIA

Torben Bager, Kim  
Klyver

COGNITIVE ASPECTS OF POTENTIAL ENTREPRENEURS: AN ANALYSIS  
USING GEM-DATA

José Fernández,  
Francisco Liñán,  
Francisco J. Santos

13:00 **Presentación del Informe GEM Andalucía 2008 - Clausura**

José Ruiz Navarro - GEM Andalucía

Fundación Red Andalucía Emprende, Francisco Alvaro Julio

Universidad de Cádiz, Diego Sales Márquez

Instituto de Empresa, Ignacio De La Vega

14:00 **Aperitivo y Fin del Segundo Día**

## Desarrollo Workshop

Se han realizado tres sesiones plenarias con la participación de investigadores internacionales de reconocido prestigio (Paul Reynolds, Zoltan Acts y David Audrestch). Para las mismas se contó con un servicio de traducción del inglés al español, con cabina para traductores y puestos para los asistentes.

En cuanto a las sesiones de trabajo, por primera vez la participación ha estado abierta a toda la comunidad científica interesada en el fenómeno del entrepreneurship, no siendo requisito necesario ser miembro de un Equipo GEM. Los trabajos han sido enviados en español o inglés y la exposición de los mismos se ha realizado indistintamente en español e inglés, siendo preceptivo en el primer caso utilizar transparencias en inglés.

Se están haciendo gestiones para que los trabajos de mayor calidad académica puedan ser publicados en un número especial de una revista de prestigio internacional, a ser posible incluida en el SSCI.

El proceso de publicidad y recogida de documentación de los trabajos siguió el siguiente calendario:

30-4-2009	Límite entrega trabajos completos
15-5-2009	Comunicación trabajos aceptados
10-6-2009	Cierre de inscripciones



## Ponentes

Zoltan J. Acs



### Curriculum

Zoltan J. Acs is University Professor at the School of Public Policy and Director of the Center for Entrepreneurship and Public Policy. He is also a Research Scholar at the Max Planck Institute for Economics in Jena, Germany, and Scholar-in-Residence at the Kauffman Foundation. He is coeditor and founder of Small Business Economics, the leading entrepreneurship and small business publication in the world.

Previously, he held the position of Doris and Robert McCurdy Distinguished Professor of Entrepreneurship and Innovation, in the Robert G. Merrick School of Business, University of Baltimore. He has also served as: Research Fellow at the U. S. Bureau of the Census, Chief Economic Advisor at the U.S. Small Business Administration (SBA), Associate Director of Center for International Business Education and Research (CIBER)



at the University of Maryland, Research Fellow at the Science Center Berlin, and Research Associate at the Institute on Western Europe at Columbia University. Dr. Acs has held faculty positions at Middlebury College and The University of Illinois-Springfield.

While at the SBA, Dr. Acs provided direction for research conducted in the Office of Advocacy on analysis of economic trends, provided analyses on proposed legislation affecting SBA programs and was responsible for producing the economic analysis in the office annual report, The State of Small Business. He also prepared special reports for the White House, the Administrator, congressional committees, congressional hearings and the public, and furnished economic advice and counsel for important governmental action decisions as they affect small business. He has provided many years guiding the development of policy and information on small business across numerous organizations.

Dr. Acs is a leading advocate of the importance of entrepreneurship for economic development. He received the 2001 International Award for Entrepreneurship and Small Business Research, on behalf of The Swedish National Board for Industrial and Technical Development. He has published more than 100 articles and 20 books, including articles in the American Economic Review, Review of Economics and Statistics, Kyklos, Journal of Urban Economics, Economica, Research Policy and Science Policy.

**David B. Audretsch**



### **Curriculum**

David B. Audretsch is a Distinguished Professor and the Ameritech Chair of Economic Development and Director of the Institute for Development Strategies at Indiana University. He is also the Director of the Max Planck Institute of Economics in Jena, Germany. Furthermore, he serves as an Honorary Professor at the Friedrich Schiller University of Jena, Research Professor at Durham University, a Scholar-in-Residence at the Ewing Marion Kauffman Foundation, an External Director of Research at the Kiel Institute for the World Economy, and is a Research Fellow of the Centre for Economic Policy Research (London).

Audretsch's research has focused on the links between entrepreneurship, government policy, innovation, economic development and global competitiveness. Professor Audretsch is ranked as the 21st most cited scholar in economics and business (1996-2006) and has been recognised as being among the 60 most important economists of all time. He has received support for his research from a broad spectrum of foundations and government agencies, including the Ewing Marion Kauffman Foundation, the Advanced Technology Program (ATP) of the National Institute of Standards and Technology (NIST), the National

Academy of Science, U.S. Department of Education, and the National Science Foundation. His research has been published in over one hundred scholarly articles in leading academic journals. His books include *Entrepreneurship and Economic Growth* (Oxford University Press, 2006) and *The Entrepreneurial Society* (Oxford University Press, 2007). He is co-founder and co-editor of *Small Business Economics: An Entrepreneurship Journal*. He was awarded the 2001 International Award for Entrepreneurship and Small Business Research by the Swedish Foundation for Small Business Research. In 2008, he was awarded an Honorary Doctorate Degree by the University of Augsburg.

He has consulted with the World Bank, the National Academy of Sciences, the U.S. State Department, the United States Federal Trade Commission, the General Accounting Office and the International Trade Commission, the United Nations, the Commission of the European Union, the European Parliament, the OECD, as well as numerous private corporations, state governments, and a number of European Governments. He is a member of the Advisory Board to a number of international research and policy institutes, including the Zentrum fuer Europaeisch Wirtschaftsforschung (ZEW, Centre for Economic Research), Mannheim, the Deutsches Institut fuer Wirtschaftsforschung (German Institute for Economic Analysis), the Basque Institute for Competitiveness, the Deutsche Telekom Foundation, and the Swedish Foundation for Research on Entrepreneurship and Small Business.

**Paul D. Reynolds**



#### **Curriculum**

Paul D. Reynolds was a Professor of Entrepreneurial Studies at Babson College (Wellesley, Massachusetts) and a Research Professor of Entrepreneurship at the London Business School (UK) from 1999 to 2004. He served as the director of the annual Babson-Kauffman Entrepreneurship Research Conference (1996-2000) and held the Coleman Foundation Chair in Entrepreneurial Studies at Marquette University (Milwaukee, Wisconsin; 1990-1995).

Dr. Reynolds was part of the team that created the Entrepreneurial Research Consortium (ERC) and has served as the Coordinating Principal Investigator throughout the project's history, 1995-2003. He also served as the Coordinating Principal Investigator of the Global Entrepreneurship Monitor [GEM] program since its inception in 1998 until 2004. Reynolds has been the principal researcher on more than 24 funded research projects.

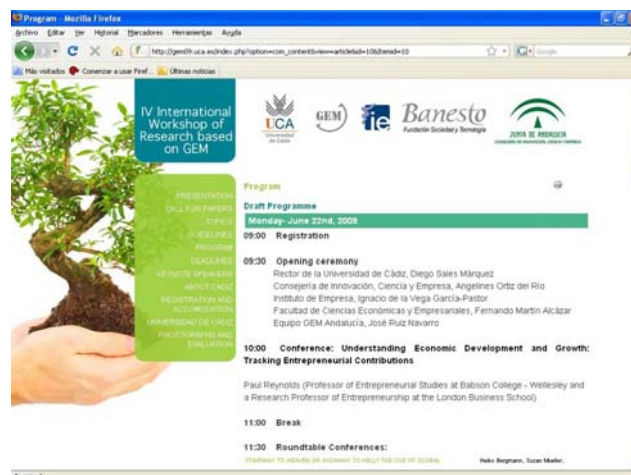
His educational background includes degrees in engineering (BS, University of Kansas), business (MBA,

Stanford University), psychology (MA, Stanford University), and sociology (Ph.D., Stanford University). Paul Reynolds has been on the faculty or staff of the University of California, Riverside; University of Minnesota; Wharton School, University of Pennsylvania; Nanyang Technical University, Singapore; INSEAD (Fontainebleau, France); and the University of Michigan Institute for Social Research. He is the author or co-author of: five conference proceedings; four books; four data sets in the University of Michigan ICPSR public archives; over 30 project reports and research monographs; over 60 peer review journal articles, chapters, or refereed conference proceeding reports; and several hundred professional conference presentations. He was the recipient of the 2004 International Award for Entrepreneurship and Small Business Research provided by the Swedish Foundation for Small Business Research and the Swedish Business Development Agency (the "Swedish Prize").

### Desarrollo de la Web para el Workshop

Se ha realizado el desarrollo de una página web, accesible mediante la dirección <http://gemog.uca.es/>, cuyo objetivo era servir como elemento de difusión y de información del Workshop. A través de esta página web, los interesados pudieron recibir completa información sobre:

- Convocatoria y plazos para la presentación de trabajos.
- Programa del Workshop.
- Currículum Ponentes.
- Lugar del Evento.
- Registro e inscripción.
- Alojamientos.



Con carácter posterior se publicaron en la misma página web todos los trabajos presentados para su descarga o consulta en PDF y una relación de fotografías del evento junto con una encuesta de satisfacción de calidad.

Igualmente estuvo operativa una cuenta de correo electrónica ([gemworkshop2009@uca.es](mailto:gemworkshop2009@uca.es)) para atender cualquier cuestión organizativa o académica del Workshop Internacional.

## Difusión

La difusión entre el público universitario y académico, incluidos los miembros de los equipos nacionales, se ha realizado utilizando los medios de comunicación del proyecto internacional GEM. Este proyecto posee una red internacional de contactos que ha sido utilizada.

La difusión para los representantes de organismos e instituciones públicas, agentes de desarrollo empresarial y empresas de reciente creación se ha realizado mediante diversos medios:

4. Presencia y difusión en la web de la Cátedra de Creación de Empresas de la Universidad de Cádiz: se habilitó como cuestión destacada. (<http://www.uca.es/catedra/creacion-empresas>) con enlace directo a la web del evento (<http://gem09.uca.es/>).
5. Comunicación directa mediante mailing electrónico: utilización de la red Tavira, envío de la información del evento a la totalidad del profesorado de cada centro universitario, y el envío de correos personales a la agenda de contactos de la Cátedra de Emprendedores.
6. Publicación de noticias en el Boletín Electrónico de la Cátedra BANCAJA de Jóvenes Emprendedores de la Universidad de Cádiz.
7. Refuerzo telefónico para garantizar mayor número de asistentes y fomentar la participación de aquellos dudosos: este refuerzo telefónico se hizo entre los miembros de los equipos regionales y entre las personas de contacto de diversas instituciones de la zona interesadas en el entrepreneurship como Confederación de Empresarios, Cámaras de Comercio de la provincia de Cádiz, Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa, Agencia IDEA, Fundación Red Andalucía Emprende, Instituto de Fomento, Empleo y Formación del Ayuntamiento de Cádiz, y la propia comunidad universitaria.
8. Envío de notas de prensa y convocatoria de medios para los actos de apertura y clausura del Workshop GEM.

## Ubicación

El Workshop se ha realizado en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cádiz utilizando para ello las siguientes salas:

- Salón de Grados, con capacidad para 112 personas.
- Salón de Conferencia, con capacidad para 100 personas.

El desarrollo principal del Workshop se realizó en el Salón de Grados, incluyendo las 3 sesiones plenarias para el desarrollo de las Conferencias y, casi en su totalidad, las Mesas Redondas para la presentación de los Trabajos. De forma auxiliar, por tanto, se utilizó la Sala de Conferencia.

Ambas salas fueron habilitadas con los siguientes materiales:

- Equipos de Sonidos para la adecuada sonorización de las mismas.
- Equipos informáticos, Proyector y Pantalla.
- Cabina de Traducción para la traducción simultánea (sólo para el Salón de Grados).

Igualmente la sala estuvo atendida en todo momento por un técnico de sonido y una azafata de sala.

## Materiales del Congresista

En la mesa de inscripción se entregó a los asistentes el siguiente material:

- Credencial.
- Carpeta del Congresista que incluía el Programa, Mapa de Localización de la Cena de Gala, Dossier Cátedra Emprendedores y Material e Información Turística proporcionada por la Diputación Provincial de Cádiz.
- Bolígrafo serigrafiado de la UCA.
- CD con copia de todos los trabajos presentados en el Workshop.

## Cena de Gala

Todos los asistentes al Workshop fueron invitados a la Cena de Gala que se desarrolló en el Baluarte de Los Mártires de Cádiz en la noche del Lunes 22 de Junio. El objetivo de esta cena era ofrecer a los asistentes al Workshop un contexto en el que se desarrollaran y potenciaron entre ellos las comunicaciones informales, y cohesionar las distintas redes de equipos regionales y nacionales GEM.

## Equipo de trabajo

Equipo Andalucía  
Universidad de Cádiz  
Departamento Organización de Empresas

Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz  
FUECA – Universidad de Cádiz

### Dirección

José Ruiz Navarro

Catedrático de Organización de Empresas - Universidad de Cádiz

[jose.ruiznavarro@uca.es](mailto:jose.ruiznavarro@uca.es)

---

---

# Anexo 20: Avance del estudio de la actividad emprendedora desde una perspectiva de género



Diciembre 2009

---

---

## 01. Introducción

La importancia económica y social de las mujeres en la actividad emprendedora ha despertado un creciente interés a nivel nacional e internacional por fomentar la igualdad de género en este ámbito.

Dicho fenómeno contribuye a reforzar las políticas de igualdad desde una perspectiva práctica y posibilita nuevas líneas de acción del Ministerio de Igualdad.

Estudios, como el GEM, indican que sigue existiendo un importante déficit en España no sólo en cuanto a la proporción de empresas creadas por mujeres sino también en cuanto al grado de éxito de las mismas.

Los condicionantes de género generan la necesidad de lograr una mayor comprensión de las especificidades de su funcionamiento e idear políticas públicas adaptadas a este colectivo.

Si bien, actualmente, en todos los países GEM la proporción de emprendedores es superior a la de emprendedoras, salvo raras y escasas excepciones, bajo las cifras subyacen múltiples factores que explican esta diferencia y que van más allá de los analizados por el observatorio GEM.

Frente a las turbulencias económicas y los procesos de destrucción que se originan con el cambio tecnológico, la globalización y la crisis financiera, David Audretsch propone la idea de la construcción creativa a través del capital emprendedor<sup>2</sup>.

El capital emprendedor de una sociedad es fruto de numerosas variables que inciden en un proceso de cambio estructural lento pero no por ello menos urgente de abordar en la agenda política de un territorio. El proyecto GEM responde a la demanda de identificar y analizar las variables que inciden en dicho proceso. El GEM ha contribuido a algo ya asumido por los agentes sociales de un país o territorio: que sin empresarios y empresas competitivas e innovadoras no hay bienestar social. El proyecto GEM, que cuenta ya con diez años de trayectoria internacional y seis años en Andalucía, visualiza cómo las personas que crean empresas en un territorio se convierten en un recurso estratégico y conforman su base económica y social, llegando a ser parte de su trama institucional. El Informe anual del equipo GEM Andalucía aporta conocimientos al reto de construir capital emprendedor.

Para que este reto pueda realizarse de manera eficiente, es necesario disponer de un sistema de información y análisis que permita evaluar la adecuación de las políticas y acciones emprendidas. En este sentido, el proyecto GEM<sup>3</sup> ofrece una información amplia y precisa sobre los procesos de creación de empresas, con una metodología homologada a escala internacional, que permite la comparación entre diferentes territorios y países.

<sup>2</sup> Audretsch, D.B.; Keilbach, M.C. y Lehmann, E.E. (2006). Entrepreneurship and Economic Growth. Oxford University Press.

<sup>3</sup> Para mayor información sobre el proyecto GEM a escala internacional, se puede consultar la página Web:

<http://www.gemconsortium.org>, así como la dirección <http://www.ie.edu/gem>, sobre el proyecto GEM en España. La información sobre el proyecto GEM en Andalucía está en la dirección: <http://www.gem-andalucia.org>.



El proyecto GEM llega en 2008 a su décima edición en el ámbito internacional ofreciendo anualmente un análisis preciso y riguroso que revisa la creación de empresas en cada país o región participante en el consorcio. Una de las principales ventajas del proyecto GEM es la posibilidad de comparación interterritorial, a través de la medición de la actividad emprendedora total en cada territorio analizado. Esta medición y la posibilidad de comparación permiten observar el impacto de las políticas públicas en cada territorio, además de otras variables, sobre la creación de empresas a lo largo del tiempo.

En el GEM 2008 han participado un total de 43 países de todos los continentes, y en el caso de España se ha cubierto la práctica totalidad de las comunidades autónomas, con 18 equipos territoriales que suman un total de 121 investigadores.

La aplicación de una metodología común para todos los países y regiones permite la comparación de los resultados de cada territorio. El diseño de la investigación favorece la obtención de una serie de indicadores homogéneos para cada país o región participante, que garantizan la validez y el sentido de la comparación interterritorial.

La información recabada se trata y elabora como base para la realización de los distintos apartados que integran el informe, y que recogen aspectos como la motivación para la creación de empresas, el perfil del emprendedor (con especial atención a la perspectiva de género), las formas de financiación de las iniciativas emprendedoras, la percepción de oportunidades de negocio y la capacidad de los individuos para iniciar un negocio.

La metodología empleada permite situar la actividad emprendedora desde una perspectiva de género en el contexto internacional y, en particular, su comparación con el conjunto de España, y con las demás comunidades autónomas, además de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. Desde el inicio de los informes de ámbito regional en España, en 2003, con la participación de Andalucía, Cataluña y Extremadura, se han ido sumando equipos de investigadores en las comunidades de Canarias, Castilla y León, Comunidad de Madrid, Comunidad Valenciana y el País Vasco (desde 2004), Galicia y Navarra que se integraron en el proyecto a partir de la edición de 2005, Asturias, Castilla-La Mancha y Murcia en 2006, Ceuta y Melilla en 2007 y, por último, Aragón y Cantabria en la presente edición. Los datos regionales de Baleares y La Rioja son aportados por el equipo GEM que realiza el informe para España.

## 02. Objetivos del informe

Dada la importancia y el alcance del fenómeno emprendedor femenino, un primer objetivo es conocer su alcance en España en comparación con la actividad emprendedora masculina.

La tasa de actividad emprendedora femenina, el perfil de las personas emprendedoras y sus motivaciones, junto con las características más relevantes de las iniciativas de las mujeres emprendedoras, permiten un conocimiento exhaustivo del fenómeno emprendedor.

El análisis conduce a la realización de una serie de conclusiones preliminares que favorezcan la elaboración de medidas concretas en pos de impulsar las iniciativas emprendedoras femeninas.

### 03. Contenidos del informe

Más concretamente, la información que se ofrece proporciona:

- Una descripción del contexto económico del fenómeno emprendedor femenino en España.
- Una amplia descripción de la situación y evolución del fenómeno emprendedor de la mujer en España en los últimos años.
- El análisis de la actividad emprendedora femenina y su comparación con la actividad emprendedora masculina.
- La composición de la tasa de actividad emprendedora por sectores.
- La motivación que subyacen en las iniciativas emprendedoras.
- Unas conclusiones preliminares que se ampliarán con un estudio de panel en los próximos meses.

### 04. Metodología

La metodología empleada ha estado validada por los informes GEM realizados en más de 43 países desde 1998. Consta de una parte cuantitativa y otra cualitativa.

En España dicha metodología se desarrolla desde el año 2000 en el que se inició los informes GEM.

Además, se han revisado las fuentes documentales más relevantes relacionadas con el fenómeno emprendedor femenino.

La información cualitativa y cuantitativa resultante se complementa con la proporcionada por un panel de empresarias y con una encuestación específica.

Se han tratado las bases de datos de la población y de expertos del observatorio GEM en España.

El Observatorio Internacional GEM, ha sido desde sus orígenes un proveedor de información excepcional sobre el fenómeno emprendedor femenino.

Desde el año 2004, viene publicando, anualmente, un monográfico acerca de los datos recopilados en los países participantes.

Su presentación pública coincide todos los años con el Día de la Mujer y los documentos se pueden consultar en <http://www.gemconsortium.org>

## 05. Equipo

- José Ruiz, Catedrático de Organización de Empresas de la UCA. Director de la Cátedra de Creación de Empresas. Director del Proyecto GEM Andalucía.
- Alicia Coduras, Directora Técnica del Proyecto GEM en España (IE). Vocal del comité científico mundial del proyecto GEM.
- Ignacio de la Vega, Director de desarrollo y estrategia del IE, Director del Proyecto GEM en España (IE).
- Rachida Justo, Investigadora del Proyecto GEM España y especialista en Mujer Emprendedora (IE).
- Carmen Camelo. Profesora Titular de la Universidad de Cádiz. Directora del proyecto de excelencia del Plan Andaluz de Investigación de spinoffs.

## 06. Conclusiones preliminares

- En España, el emprendimiento, desde una perspectiva de género presenta un remanente histórico de cierto retardo de la mujer con respecto al hombre en parcelas muy específicas, que tiende a superarse con rapidez
- Los expertos señalan, repetidamente, la carencia de servicios sociales que faciliten la conciliación de la vida familiar y profesional.
- La consideración social del emprendimiento femenino empeora en 2009. En el último año mejora el reconocimiento de la igualdad en habilidades y el reconocimiento de oportunidades mejora desde el 2007
- El retardo histórico se manifiesta especialmente en el ámbito de la elección del sector de actividad, de forma que la mujer es más reacia a emprender negocios en los sectores extractivo, transformador y de servicios a empresas, con especial mención a los dos primeros, especialmente, si tienen componente tecnológica

- La mayor inversión requerida, el acceso a canales de financiación, su complejidad en términos de dedicación y el mayor temor al riesgo propician esta actitud
- La notable baja presencia de la mujer en carreras técnicas debería subsanarse a medio plazo, pero para ello es necesario que no sólo se facilite acceso a los estudios, sino que se diseñen servicios sociales que generen la confianza de que será posible compaginar la vida profesional con la familiar.
- Asimismo, el acceso a canales de financiación más sofisticados como son las ayudas gubernamentales y el capital riesgo, serían más aperturistas si la mujer incrementase la presentación de proyectos innovadores, viables y con componente tecnológica, caso que ha sido, hasta ahora más numeroso en el colectivo masculino
- A pesar de que la mujer contribuye en menor proporción a la actividad emprendedora que se desarrolla en España, hasta la crisis se advertía una progresión ascendente que lentamente estaba acortando la diferencia entre ambos TEA
- Al desencadenarse la recesión, el colectivo masculino se ha visto más afectado porque su mayor participación en sectores críticos (construcción, servicios a empresas, tecnológicos, industriales...), lo ha hecho más vulnerable
- Sin embargo, cuando la crisis ha impactado al consumo, la actividad femenina se ha unido al descenso generalizado y, finalmente, su retraimiento a la hora de emprender ha sido proporcionalmente mayor.
- Por consiguiente, la crisis debería representar una oportunidad de avance en el impulso de la actividad emprendedora femenina pero con un nuevo enfoque.
- El Ministerio de Igualdad, en combinación con el de Industria y otros agentes impulsores de la actividad emprendedora, especialmente la Universidad y las Escuelas de Negocios, puede diseñar medidas y mecanismos que desarrollen un nuevo potencial emprendedor en sectores poco maduros de forma que resulten especialmente atractivos para la mujer y para equipos mixtos.
- Las universidades deberían impulsar la participación de las mujeres en grupos de investigación con potencial generación de spinoffs y reforzar las unidades de transferencias, haciendo más énfasis en la creación de empresas por mujeres con programas específicos.
- Formación, asesoramiento y tutoría de proyectos liderados por mujeres, o con liderazgo mixto en sectores en los que, tradicionalmente, han tenido escasa presencia; ayuda en la búsqueda de financiación y aprovechamiento de la capacidad innovadora que manifiestan pero que no aplican en este tipo de sectores, sino en el consumidor.

#### ANEXO I. METODOLOGÍA<sup>4</sup>

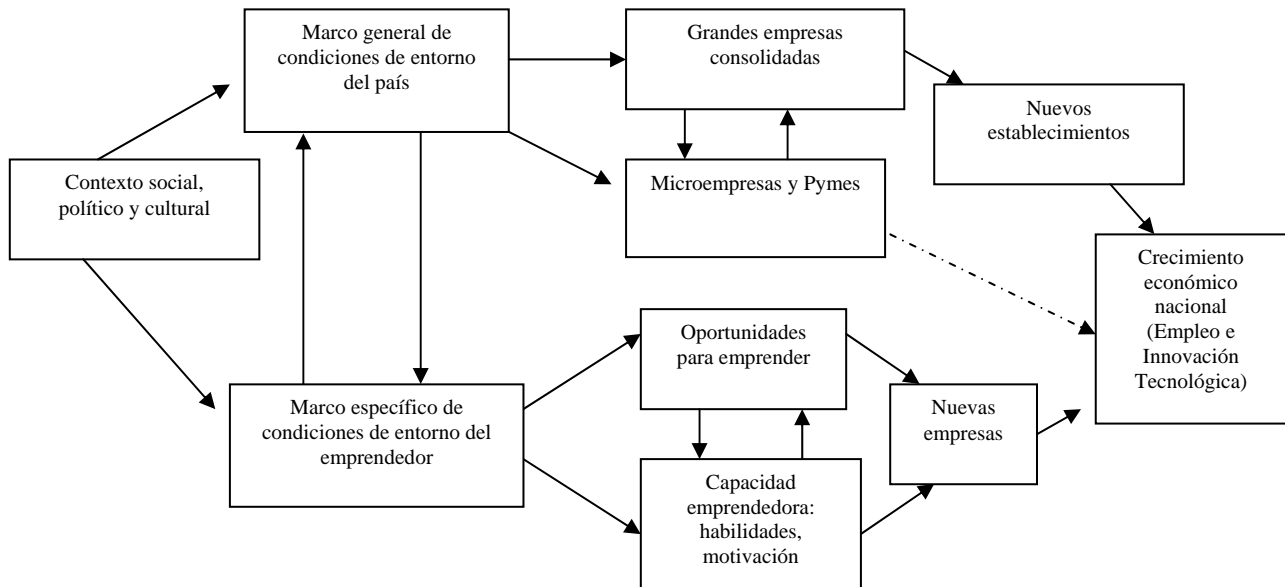
El programa de investigación *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) fue diseñado para evaluar de forma completa el papel de la creación de empresas en el crecimiento económico nacional. El modelo conceptual contempla un amplio conjunto de factores asociados con la variación nacional de la actividad emprendedora y los principales factores contextuales.

Al tratarse de una iniciativa mundial que involucra decenas de equipos de investigación de diferentes países, es preciso proporcionar un enfoque formal que guíe la coordinación de los mismos. El desafío de armonizar los distintos equipos de investigación es todavía mayor si se consideran las diferencias culturales e institucionales de sus países de origen. Por ello, desde el principio del proyecto de investigación se desarrolló un modelo común, que es el representado en la Ilustración 90. Este diagrama representa los mecanismos causales considerados y el impacto de la creación de empresas en el crecimiento.

---

<sup>4</sup> Para más información sobre la metodología seguida en el proyecto GEM, véase el trabajo de Reynolds, et al. (2005): “Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003”, *Small Business Economics* Vol. 24, nº 3 (abril), pp. 205-231.

Ilustración 90. El modelo conceptual del Proyecto GEM



Fuente: adaptado de Global Entrepreneurship Monitor 2005 Executive Report

La comprobación del elevado número de conexiones del modelo requiere el uso de tres fuentes de datos:

- encuesta a la población adulta española de edades comprendidas entre 18 y 64 años;
- encuesta a expertos de los siguientes ámbitos: Financiero, Políticas Gubernamentales, Programas Gubernamentales, Infraestructura Física, Infraestructura Comercial y de Servicios a Empresas, Educación y Formación, Normas Sociales y Culturales, Transferencia de I+D+i y Apertura de Mercado Interno;
- variables socioeconómicas y demográficas secundarias procedentes de diversas fuentes contrastadas tales como: Fondo Monetario Internacional, OCDE, ONU, US Census, Eurostat, UE y otras.

El uso de datos provenientes de las fuentes citadas permite obtener la información necesaria para analizar las relaciones contenidas en la Ilustración 90.

Tabla 29. El modelo GEM y sus fuentes de datos

	Variables secundarias	Encuesta a población	Encuesta a expertos
Contexto social, cultural y político	X		
Condiciones de entorno del país	X		
Condiciones de entorno del emprendedor	X		X
Oportunidades para emprender		X	X
Capacidad emprendedora		X	X
Dinámica empresarial		X	
Crecimiento económico nacional	X		

Fuente: adaptado de Global Entrepreneurship Monitor 2005 Executive Report.

Como se observa en la Ilustración 90 y en la

Tabla 29, el país es la unidad de análisis de la iniciativa GEM. No obstante, en las últimas ediciones del GEM se han incorporado al estudio algunas regiones de los países participantes. Este es el caso de España, donde en la edición actual han participado 13 regiones entre las que se incluye Andalucía. La metodología aplicada a las regiones es idéntica a la de cualquier país participante en el GEM. De este modo, las comparaciones son posibles tanto entre regiones, como entre éstas y los países GEM. Este corte transversal del fenómeno emprendedor se ve, además, enriquecido con la posibilidad de realizar un corte longitudinal que compare la evolución en el tiempo de las principales variables.

## ENCUESTA A LA POBLACIÓN ADULTA

Esta encuesta es realizada en cada país y región participante para obtener estimadores homogéneos del nivel de actividad emprendedora. Implica la localización de una muestra representativa de la población adulta<sup>5</sup> sobre la que medir esta actividad emprendedora.

La realización de esta encuesta está a cargo de la empresa Instituto Opinómetro S.L., ubicada en Barcelona y que ganó el concurso de adjudicación de este trabajo de campo en London Business School en 2002. Dotada de sistemas CATI y de las certificaciones de calidad y homologaciones oportunas, concentra la realización de las entrevistas en la franja horaria de 18 a 22h, y establece cuotas de sexo, edad, zona rural y urbana y otras, para garantizar que no hay sesgos de ningún colectivo poblacional. En definitiva, realiza un trabajo muy riguroso y un control permanente de la calidad de las encuestas que garantiza la fiabilidad de la información que obtiene.

La Tabla ofrece la ficha técnica de esta encuesta y la fiabilidad de las estimaciones

Tabla 31. Ficha técnica de la encuesta a la población adulta en Andalucía

<b>Universo</b>	Población residente en la comunidad autónoma de 18 a 64 años.
<b>Muestra</b>	2.000 individuos
<b>Margen de confianza</b>	95,5%
<b>Error muestral</b>	±2,19% para el conjunto de la muestra.
<b>Varianza</b>	Máxima indeterminación (p=q=50%)
<b>Período realización de encuestas</b>	julio de 2008
<b>Trabajo de campo</b>	Instituto Opinometre

<sup>5</sup> Nótese que anteriormente se hizo referencia a la población adulta como aquella comprendida en la franja de edad de entre los 18 y 64 años. Esto causa cierta discrepancia en el caso español, para el que la edad de jubilación está fijada en los 65 años. Por ello, para permitir las comparaciones internacionales, no se encuestan personas con 65 años o más.



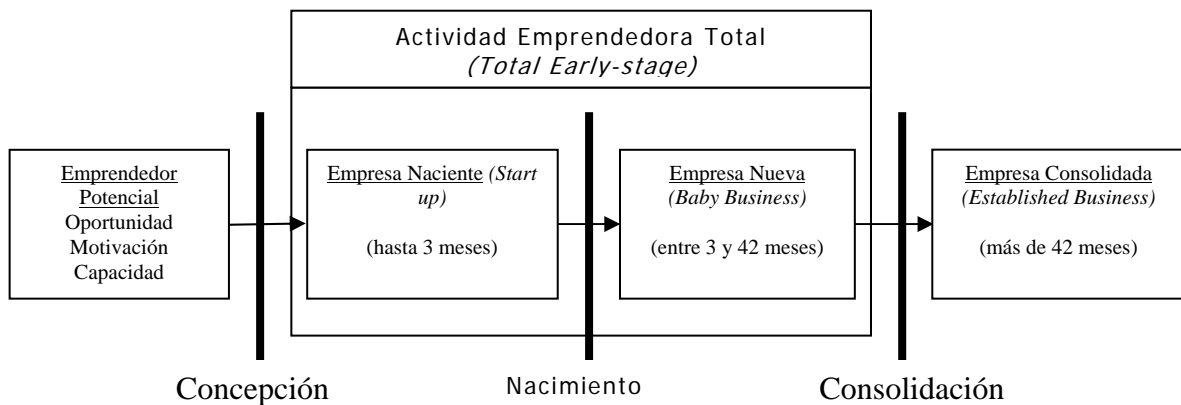
Grabación y creación de bases de datos	Instituto Opinometre
--	----------------------

Fuente: Opinòmetre.

Por consiguiente, bajo el supuesto de máxima indeterminación ( $P=Q=50\%$ ) en respuestas a las preguntas clave de esta encuesta, para un nivel de confianza del 95,5%, se logra un error muestral del  $\pm 2,19\%$  en estimaciones simples, muy por debajo del límite máximo admisible del  $\pm 5\%$ .

Uno de los datos más conocidos que se deriva de la encuesta a la población es el índice de actividad emprendedora total. Este indicador informa del porcentaje de los encuestados involucrados en la creación de una empresa que se encuentra en la etapa de naciente (no ha pagado salarios durante más de 3 meses; también conocida como *start up*) o que se encuentra en la etapa de empresa nueva (han pagado salarios durante más de 3 meses pero menos de 42; se conocen también como *baby business*). En la Ilustración 91 se observan estas dos etapas así como una tercera, la de empresa consolidada (en la que se han pagado salarios durante más de 42 meses, o lo que es lo mismo 3,5 años, también denominada como *established business*).

Ilustración 91. El proceso emprendedor: las definiciones operacionales del Proyecto GEM



Fuente: adaptada de Reynolds et al (2005)<sup>6</sup>.

A las tres etapas mencionadas en la creación de una empresa, se añade otro dato importante por el que también se pregunta. El cierre de una actividad empresarial o de negocio en el último año. Este dato permite valorar la dinámica empresarial, considerando de forma simultánea tanto la creación como el cierre de empresas.

Asimismo, la encuesta permite ofrecer detalles relacionados con las iniciativas: perfil de los emprendedores, actividad por oportunidad y necesidad, dimensión de las iniciativas en términos de volumen de negocio, número de propietarios y empleados, sectores en los que operan, financiación de las iniciativas, internacionalización, potencial de crecimiento, innovación, ubicación, el papel de la mujer emprendedora y otros.

Además de proporcionar datos sobre las personas directamente involucradas en el proceso de creación de una empresa, la encuesta a la población adulta también permite estimar el porcentaje de personas que tienen intención de emprender en los próximos tres años, el de personas que han actuado como inversores informales (*business angels*) en los últimos tres años, la motivación y capacidad para emprender en la población, y su percepción de oportunidades, entre otros datos.

Dado que una de las críticas que se suelen hacer a un proyecto como el GEM es la diferencia que presenta respecto de las estadísticas oficiales de registro de empresas, es importante señalar que dichas diferencias son inevitables, ya que:

<sup>6</sup> Reynolds et al. (2005), ob. cit.

- el registro de empresas en curso siempre se refiere a un año anterior al que ofrece GEM ese mismo año;
- el proyecto GEM estima el porcentaje de población adulta involucrado en iniciativas que están activas o poniéndose en marcha, pudiendo captar algunas que aún no estén registradas, del mismo modo que el registro puede tener empresas registradas que, en realidad no estén ya activas;
- el proyecto GEM capta emprendedores que tienen proyectos o empresas, mientras que el registro puede contener personas o entidades que estén dadas de alta por motivos fiscales, cuando en realidad, tras ellas no hay una verdadera actividad empresarial.

La comparación entre una y otra fuente de información es compleja, porque habría que contemplar muchos supuestos y particularidades como algunas de las apuntadas para poder extraer conclusiones válidas. Sin embargo, en el caso de España, las pruebas efectuadas en el año 2003, ponían de manifiesto que el intervalo de confianza para la estimación de nuevas empresas estaba muy próximo (en su extremo superior) a la cifra oficial del registro de nuevas incorporaciones para dicho año publicado en el Eurobarómetro. Por consiguiente, hay que presumir que, al trabajar con muestras cada vez mayores de población, GEM se aproxima notablemente al registro, si bien siempre será diferente por el tipo de medición que realiza.

Además, el proyecto GEM aporta un mayor valor añadido porque recoge otras variables de carácter más cualitativo, como intenciones, habilidades, motivaciones, percepciones de la población y de los emprendedores; así como también perfiles de los emprendedores, existencia de inversores informales y otros datos que no están presentes en las estadísticas oficiales y que permiten estudiar el fenómeno con mayor profundidad.

En definitiva, GEM es una fuente de información independiente que se nutre de una encuesta directa a la población, por lo que, en buena medida garantiza que está ofreciendo una fotografía actual de la tendencia a emprender y del estado de la actividad de empresas consolidadas, así como del cierre de negocios. Esta imagen obtenida, realizada con la misma metodología en todos los países y regiones participantes, permite las comparaciones entre territorios. Por otra parte, la experiencia acumulada en estos años de investigación, permite afirmar que la imagen refleja la realidad de forma razonable y coherente. El registro es una fuente de inestimable valor para establecer la dinámica empresarial de un país, pero no todos la tienen establecida, ni actualizada, por lo que, en el ámbito internacional no es viable el estudio comparativo de la actividad empresarial mediante este tipo de fuente. España ha avanzado mucho en este terreno con la regularización del DIRCE, pero muchos países no tienen ni siquiera un sistema parecido al nuestro, comenzando por los Estados Unidos.

Por último, hay que destacar que para poder realizar la comparación de datos entre diferentes países y regiones se requiere que los mismos estén armonizados. De esto se encarga el equipo técnico global, dirigido por los promotores del proyecto (London Business School y Babson College). Para ello, realizan una ponderación de los datos mediante el uso de estimaciones estandarizadas de la estructura de género y edad de cada población, de forma que el valor medio de las ponderaciones de los casos para cada país o región sea igual a 1.

## ENCUESTA A EXPERTOS

La encuesta a expertos tiene como objetivo evaluar el estado del entorno que rodea al emprendedor en los países y regiones participantes. Para ello, se analiza la opinión de un conjunto de expertos con conocimientos sobre nueve ámbitos: Financiero, Políticas Gubernamentales, Programas Gubernamentales, Infraestructura Física, Infraestructura Comercial y de Servicios a Empresas, Educación y Formación, Normas Sociales y Culturales, Transferencia de I+D+i y Apertura de Mercado Interno. Estos factores conforman lo que se denomina “Marco específico de condiciones del entorno del emprendedor”, indicado en la **Ilustración 90**.

La **Tabla 32** define con mayor detalle qué miden estas condiciones del entorno. Las nueve primeras condiciones coinciden con las anteriormente mencionadas y en virtud de ellas se clasifican a los expertos seleccionados, asegurando un número mínimo de especialistas en cada ámbito. Además, se añaden cinco condiciones más que sirven para la codificación de las respuestas del panel de expertos en las entrevistas semiestructuradas.

**Tabla 32. Condiciones específicas del entorno**

<p><b>1. El apoyo financiero:</b> se refiere a la disponibilidad de recursos financieros, capital y deuda, para empresas nuevas y en crecimiento incluyendo subvenciones y subsidios.</p>
<p><b>2. Las políticas gubernamentales:</b> se trata de determinar en qué medida las políticas del gobierno reflejadas en impuestos o regulaciones o la aplicación de éstas, contribuyen a apoyar a las empresas de nueva creación o en crecimiento.</p>
<p><b>3. Los programas gubernamentales:</b> se refiere a la presencia de programas directos para asistir a empresas nuevas y en crecimiento, en todos los niveles de gobierno (nacional, provincial, municipal).</p>
<p><b>4. La educación y formación:</b> se refiere a la medida en que los sistemas educativos y de formación incorporan en sus programas las herramientas necesarias para formar a crear o a dirigir nuevas empresas.</p>
<p><b>5. La transferencia tecnológica e I+D:</b> se trata de saber en qué medida la investigación y desarrollo de la región conducen a nuevas oportunidades comerciales, y si éstas están o no al alcance de los emprendedores.</p>
<p><b>6. La infraestructura comercial y profesional:</b> se refiere a la disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales así como de instituciones que facilitan la creación o el desarrollo de negocios.</p>
<p><b>7. La apertura del mercado interno:</b> se refiere a la dificultad para introducirse en el mercado que poseen las empresas nuevas y en crecimiento, y de competir y reemplazar a los proveedores existentes, subcontratistas y asesores.</p>
<p><b>8. El acceso a la infraestructura física:</b> se refiere a la facilidad de acceso a los recursos físicos existentes -comunicación, servicios públicos, transporte, suelo, edificios, naves - a un precio que no discrimine a las empresas nuevas, pequeñas, o en crecimiento.</p>
<p><b>9. Las normas sociales y culturales:</b> se refiere a la medida en que las normas culturales y sociales existentes alientan, o desalientan acciones individuales que pueden llevar a una nueva manera de conducir los negocios o actividades económicas y, en consecuencia, mejorar la distribución del</p>

<p>ingreso y la riqueza.</p>
<p><b>10. Capacidad para emprender:</b> se refiere a la existencia y comprensión de capacidad emprendedora; comprensión de los mercados (de oferta y de demanda); conocimiento, posesión y adquisición de las habilidades necesarias para emprender; reconocimiento de que emprender es un esfuerzo de equipo o que requiere múltiples habilidades; conocimiento del personal especializado que se ha de contratar; capacidad para gestionar el riesgo empresarial; experiencia empresarial; y a la orientación empresarial dentro de negocios corporativos.</p>
<p><b>11. Clima económico:</b> se refiere a si existe un clima económico general propicio para crear empresas; y a la influencia de bajas y altas tasas de desempleo sobre la actividad emprendedora.</p>
<p><b>12. Características de la plantilla:</b> se hace referencia a la disponibilidad y accesibilidad tanto de personas en general, como de personas con ciertas habilidades, dentro de la plantilla. Se recoge también en este apartado las referencias al coste de los trabajadores en general y al coste de los trabajadores con habilidades en particular.</p>
<p><b>13. Composición de la población:</b> se refiere a factores demográficos de la región tales como el tamaño de la población y la diversidad de la población. En este último caso, se hace referencia a si existe una integración multicultural o bien fragmentación étnica o religiosa.</p>
<p><b>14. Contexto político, institucional y social:</b> se refiere a la existencia de un clima político general que propicia la creación de empresas; eficiencia o ineficiencia de la administración política; sistema judicial; tasa de criminalidad; y a la corrupción (en la administración, en la sociedad o en las prácticas empresariales).</p>

Cada país o región selecciona encuesta a 36 expertos, cuatro por cada una de las anteriores nueve condiciones del entorno. De estos cuatro, se busca que dos sean empresarios y los otros dos profesionales con conocimientos sobre las condiciones del entorno por las que han sido seleccionados. Cada equipo investigador realiza anualmente las encuestas a expertos entre marzo y junio del año corriente, seleccionando las personas a entrevistar en los ámbitos adecuados.

La encuesta está estructurada en dos partes. En primer lugar, los expertos contestan una serie de preguntas cerradas en las que valoran diversos bloques de afirmaciones sobre las condiciones de entorno, empleando escalas de Likert de 5 puntos (1=totalmente falso, y 5=totalmente cierto). La fiabilidad de las estimaciones procedentes de esta encuesta se garantiza mediante el cálculo de las Alfas de Cronbach para cada uno de los bloques que están sustentados por un constructo. Cada año se realiza la operación de análisis de la fiabilidad y la coherencia y las modificaciones que sean necesarias en el redactado de las afirmaciones cuando se ha obtenido alguna disparidad en las Alfas. La encuesta viene funcionando muy bien, por lo que, a pesar de la subjetividad de las opiniones de los expertos, se puede afirmar que refleja acertadamente el estado de las condiciones de entorno en todos los países y regiones en que se realiza.

Finalmente, la encuesta a expertos tiene una parte abierta en la que se solicita a los entrevistados que identifiquen tres obstáculos importantes a la actividad emprendedora en Andalucía, tres factores que faciliten la creación de empresas en Andalucía, y tres recomendaciones de acciones que tomarían si pudiesen para favorecer el desarrollo de dicha actividad. Cada equipo GEM utiliza estas respuestas en su informe para completar la parte de recomendaciones, así como para identificar los principales obstáculos y apoyos que tienen los emprendedores en su zona.

## VARIABLES SECUNDARIAS

Las variables secundarias se utilizan para la realización de análisis econométricos y para establecer situaciones de partida en el ámbito internacional.

La Tabla 33 contempla los grandes apartados considerados, en cuanto a variables secundarias, así como las fuentes oficiales de las que se obtienen dichos datos. Además de los datos mencionados, también se utilizan datos procedentes del Eurobarómetro, la ONU y otras fuentes oficiales de reconocido prestigio.

**Tabla 33. Fuentes de variables secundarias en el proyecto GEM**

<b>Variables principales y sus fuentes</b>	<b>Acrónimos de las fuentes de datos</b>
-Crecimiento y desarrollo nacional. Fuente: IMF	BRL: Bankruptcy and Reorganisation Laws
-Empleo. Fuente: ILO, OCDE, WDI	CL-CC: Company Law or Commercial Code
-Exportación: WTO, CL-CC	GCR: Global Competitiveness Report
-Demografía. Fuente: USCENSUS	ICRG: International Country Risk Guide
-Educación. Fuente: WDI	IMF: World Economic Outlook Data Base, International Monetary Fund
-Tecnología e Información. Fuente: ITV, WDI, WCY	IEF: Index of Economic Freedom (Heritage Foundation & the Wall Street Journal)
-Papel del Gobierno en temas económicos. Fuente: WCY, WDI, y otras	ILO: International Labour Organization
-Productividad. Fuente: PROD NOTE	ITV: NUA Internet Surveys
-Renta. Fuente: WDI	OECD: Organization for Economic Co-ordination and Development
-Indicadores de competitividad. Fuente: GCR, WCY, IEF	PROD NOTE: WCY, IMF, ILO
-Venture Capital. Fuente: VCNOTES, BRL, ICGR	USCENSUS: US Census Bureau International Database
	WDI: The World Bank, World Development Indicators

Estos datos se recopilan a nivel nacional, y para ello el equipo técnico español busca informaciones asimilables en las fuentes disponibles, especialmente en el INE.

La confianza sobre estos datos es la que proporcionan todas estas instituciones, por lo que se considera que se trabaja con datos consensuados y fiables.

## REFERENCIAS

- Audretsch, D.B.; Keilbach, M.C. y Lehmann, E.E. (2006). Entrepreneurship and Economic Growth. Oxford University Press
- <http://www.gemconsortium.org>
- <http://www.ine.es>
- <http://www.ie.edu/gem>
- <http://www.uca.es>
- <http://www.migualdad.es>

---

---

# Anexo 21: Jornada “Mujer y desafío Emprendedor en España”



Diciembre 2009

---

---



## JORNADA MUJER Y DESAFÍO EMPRENDEDOR

### 1. Justificación

La Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz y el Ministerio de Igualdad, como muestra del compromiso social de la propia Universidad, impulsa la cultura emprendedora para la puesta en valor del conocimiento en forma de más y mejores empresas innovadoras. De la misma forma, se intenta especialmente estimular la creación de empresas por parte de mujeres dada la creciente importancia económica y social de las mismas en la actividad emprendedora.

Paralelamente al fomento de la cultura emprendedora y el apoyo a las iniciativas innovadoras, esta Cátedra de Emprendedores desarrolla una línea estratégica cuyo objetivo es investigar las variables que influyen en la creación de empresas para conocer mejor el fenómeno emprendedor y poder ofrecer recomendaciones a las autoridades políticas y agentes responsables de la creación de empresas.

En este marco, la Universidad de Cádiz firma un convenio con el Ministerio de Igualdad con fecha 28 de Mayo de 2009 cuyo objeto es la organización y realización de unas Jornadas “Mujer y Desafío Emprendedor en España” en las que se pueda debatir acerca de la situación de la actividad emprendedora de las mujeres en España en comparación con otros países y su evolución a lo largo de los últimos años, y que sirva de base igualmente para la elaboración de un informe que analice la creación de empresas en España desde una perspectiva de género.

Así la Universidad de Cádiz, junto con el Instituto de Empresas, han desarrollado el 14 de Diciembre de 2009 estas Jornadas, que tuvieron lugar en Madrid en la sede del Instituto de Empresas con el objetivo principal de visualizar socialmente la importante aportación de las mujeres a las iniciativas empresariales y especialmente al reto de España de modernizar su economía con la creación de empresas innovadoras, su desarrollo y posterior consolidación.



## 2. Objetivos

Los principales objetivos logrados han sido:

- Resaltar la importancia de la complementariedad, en un contexto de igualdad, de los talentos de mujeres y hombres para generar iniciativas empresariales innovadoras en un nuevo entorno competitivo global.
- Mostrar la inteligencia empresarial de las mujeres que emprenden en España, comunicando experiencias de nuevos modelos que se sustentan en el talento de toda la organización y evitan estereotipos de género.
- Generar capital emprendedor, facilitando las relaciones entre potenciales emprendedoras, empresarias y agentes sociales relacionados con la creación de empresas.
- Proponer recomendaciones, a las autoridades, instituciones y agentes sociales, que impulsen iniciativas emprendedoras que promuevan un modelo económico basado en la igualdad, el conocimiento y la sostenibilidad.

## 3. Público objetivo

Aunque las sesiones estarán abiertas para el público general, el público objetivo específico es el siguiente:

- Empresarias, empresarios y equipos directivos de organizaciones que buscan nuevas oportunidades a través del desarrollo del capital emprendedor de las personas.
- Instituciones responsables de las políticas de género comprometidas con una mayor presencia de la mujer en el tejido empresarial.
- Agencias e instituciones relacionadas con las políticas activas de igualdad.
- Asociaciones empresariales y agentes sociales comprometidos con la responsabilidad social corporativas de las empresas.
- Comunidades Autónomas, ayuntamientos y gabinetes relacionados con políticas de igualdad que deseen actuar sobre los condicionantes económicos que impulsan o frenan la igualdad de la mujer.
- Agencias de desarrollo y de creación de empresas de la administración central, local y regional.



4. Medios de Difusión

Los medios utilizados en la difusión han sido los siguientes:

1. Comunicación directa mediante correo electrónicos desde el Instituto de Empresas y remitidos a organismos oficiales, fundaciones y otro tipo de instituciones, todas ellas relacionadas con el ámbito de género y de creación de empresas.
2. Presencia en la web de la Cátedra de Creación de Empresas. (<http://www.uca.es/catedra/creacion-empresas>).
3. Boletín Electrónico de la Cátedra Bancaja de Jóvenes Emprendedores de la Universidad de Cádiz.



## 5. Desarrollo de la acción

### LUGAR DE REALIZACIÓN

Aula Magna del IE Business School, C/ María de Molina, 11. 28006 Madrid

### PROGRAMA

09:30 – 10:00 **Apertura del acto**

Ignacio de la Vega, Director del Centro Internacional de Gestión Emprendedora del IE Business School. Presidente GEM.

José Ruiz Navarro, Director de la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz. Director equipo GEM Andalucía

10:00 – 10:45 **Conferencia: “Emprendimiento desde la perspectiva del género”**

Alicia Coduras, Directora Técnica del Proyecto GEM España y miembro del equipo coordinador GEM Global.

10.45 – 11.15 **Café**

11:15 – 12:30 **Mesa Redonda: “La igualdad como recurso estratégico: nuevos modelos de empresas basados en los talentos”**

María Benjumea, Directora General de Círculo de Progreso e Infoempleo

Ana María Llopis, Fundadora y Consejera Delegada de Ideas4all.

Isabel Llorens, Socia Directora de Rusticae.

Rita Benitez, ERA Laboratorio de Arqueología Experimental.

Moderadora: Rachida Justo (Instituto de Empresas)

12:30 – 13:00 **Conferencia: “Perspectivas de los cambios en los modelos empresariales: el reto de la igualdad”**

Marisa Soletto, Directora Fundación Mujeres.

Presentador: José Ruiz Navarro, Director de la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz. Director equipo GEM Andalucía

13:00 – 13:30 **Ponencia: “Los límites del uso del tiempo: dificultades para las políticas de conciliación”**

Inmaculada Alvarez, Presidenta de la Asociación Española de Mujeres Empresarias de Madrid

Ana Alonso, Presidenta de la Federación Andaluza de Mujeres Empresarias.

Moderador: Ignacio de la Vega, Director del Centro Internacional de Gestión Emprendedora del IE Business School. Presidente GEM.

13:30 – 14:00 **Clausura.**

Diego Sales, Rector de la Universidad de Cádiz  
 Rafael Puyol, Vicepresidente de Relaciones Institucionales del IE Business School.  
 Bibiana Aído, Ministra de Igualdad.



6. La Jornada en Cifras

Evento	Personas acreditadas	Asistentes
Jornada MUJER Y DESAFIO EMPRENDEDOR EN ESPAÑA	140	112



# Anexo 22: Informe Ejecutivo

## GEM Andalucía 2008



Junio 2009

## Presentación del Informe GEM Andalucía 2008

Al cumplir una década desde su inicio, impulsado por Babson College y London Business School, el proyecto GEM se ha convertido en una referencia internacional para el análisis y el estudio de la actividad emprendedora. En el caso de Andalucía, son ya seis los informes anuales realizados desde su incorporación al proyecto en 2003, que ofrecen una amplia visión de la realidad emprendedora en Andalucía a lo largo de este tiempo.

Con el aval de estos seis años de experiencia, en esta nueva edición el Informe GEM Andalucía 2008 refuerza su condición de instrumento básico e imprescindible para conocer y comparar las características y variables que inciden en el proceso de creación de empresas y en la dinámica empresarial. El Informe GEM ofrece una herramienta de trabajo útil para los profesionales y las instituciones que diseñan, promueven y ejecutan las políticas y programas relacionados con el desarrollo económico regional y el impulso de la actividad emprendedora.

La complejidad del fenómeno emprendedor, ya de por sí elevada, se incrementa en una situación de crisis global como la actual. En este sentido, es necesario precisar que el análisis que se realiza en el presente Informe se basa en una encuesta a la población adulta en Andalucía y en las opiniones del panel de expertos, por lo que la información que se utiliza se refiere a la fecha de realización de ambas encuestas, en primavera de 2008. Esta puntualización permite situar los resultados en el contexto de una situación que, en ese momento, los organismos oficiales nacionales e internacionales no consideraban como crisis, sino que más bien se tenía por desaceleración económica.

La información territorial, las comparativas interterritoriales y las recomendaciones que ofrece el Proyecto GEM surgen como el resultado del esfuerzo desplegado por un equipo de más de 250 investigadores integrados en el GEM Consortium, y que trabajan en los 43 países participantes en la edición actual. A escala internacional, la coordinación de este equipo corresponde a *Babson College* y *London Business School*, mientras que en España los 121 investigadores de los 18 equipos regionales están coordinados a través del Instituto de Empresa y un representante de las diferentes universidades implicadas en el proyecto.

El objetivo es por tanto aportar elementos para suscitar el debate y la reflexión sobre el fenómeno emprendedor en nuestra región, contribuyendo de esta forma al proceso de construcción creativa para tener más y mejores empresas en Andalucía.

## Introducción al Proyecto GEM

Frente a las turbulencias económicas y los procesos de destrucción que se originan con el cambio tecnológico, la globalización y la crisis financiera, David Audretsch propone la idea de la construcción creativa a través del capital emprendedor.

El capital emprendedor de una sociedad es fruto de numerosas variables que inciden en un proceso de cambio estructural lento pero no por ello menos urgente de abordar en la agenda política de un territorio. El proyecto GEM responde a la demanda de identificar y analizar las variables que inciden en dicho proceso. El GEM ha contribuido a algo ya asumido por los agentes sociales de un país o territorio: que sin empresarios y empresas competitivas e innovadoras no hay bienestar social. El proyecto GEM, que cuenta ya con diez años de trayectoria internacional y seis años en Andalucía, visualiza cómo las personas que crean empresas en un territorio se convierten en un recurso estratégico y conforman su base económica y social, llegando a ser parte de su trama institucional. El Informe anual del equipo GEM Andalucía aporta conocimientos al reto de construir capital emprendedor.

Para que este reto pueda realizarse de manera eficiente, es necesario disponer de un sistema de información y análisis que permita evaluar la adecuación de las políticas y acciones emprendidas. En este sentido, el proyecto GEM ofrece una información amplia y precisa sobre los procesos de creación de empresas, con una metodología homologada a escala internacional, que permite la comparación entre diferentes territorios y países.

El proyecto GEM llega en 2008 a su décima edición en el ámbito internacional ofreciendo anualmente un análisis preciso y riguroso que revisa la creación de empresas en cada país o región participante en el consorcio. Una de las principales ventajas del proyecto GEM es la posibilidad de comparación interterritorial, a través de la medición de la actividad emprendedora total en cada territorio analizado. Esta medición y la posibilidad de comparación permiten observar el impacto de las políticas públicas en cada territorio, además de otras variables, sobre la creación de empresas a lo largo del tiempo.

En el GEM 2008 han participado un total de 43 países de todos los continentes, y en el caso de España se ha cubierto la práctica totalidad de las comunidades autónomas, con 18 equipos territoriales que suman un total de 121 investigadores.

La aplicación de una metodología común para todos los países y regiones permite la comparación de los resultados de cada territorio. El diseño de la investigación favorece la obtención de una serie de indicadores homogéneos para cada país o región participante, que garantizan la validez y el sentido de la comparación interterritorial.

Al igual que en las ediciones anteriores, se utilizan tres fuentes de información para la realización del Informe GEM 2008:



- una encuesta a la población adulta (de 18 a 64 años de edad) de cada país, para detectar las características específicas de los emprendedores y los condicionantes específicos de la creación de empresas. En España, se han realizado un total de 30.879 encuestas, de las que 2.000 se han realizado en Andalucía;
- un cuestionario dirigido a un panel de 564 expertos, de los que 36 fueron seleccionados en Andalucía, que permite obtener una opinión cualificada y diversa sobre el fenómeno emprendedor;
- un conjunto de variables secundarias, económicas y sociales, obtenidas de fuentes oficiales de ámbito nacional e internacional.

La información recabada a través de estas tres fuentes complementarias se trata y elabora como base para la realización de los distintos apartados que integran el informe, y que recogen aspectos como la motivación para la creación de empresas, el perfil del emprendedor (con especial atención a la perspectiva de género), las formas de financiación de las iniciativas emprendedoras, la percepción de oportunidades de negocio y la capacidad de los individuos para iniciar un negocio.

Por segundo año, en el Informe GEM Andalucía se ha introducido un apartado con un Balanced Scorecard que incluye varios cuadros sintéticos que agrupan la información en relación con las perspectivas de resultados, de stakeholders, de procesos internos y de aprendizaje y crecimiento de la actividad emprendedora en Andalucía. Estos cuadros ofrecen una síntesis de los principales indicadores del Informe anual haciendo más fácil su lectura y permitiendo una mejor visualización de sus relaciones.

La metodología empleada permite situar el fenómeno emprendedor en Andalucía en el contexto internacional y, en particular, su comparación con el conjunto de España, y con las demás comunidades autónomas, además de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. Desde el inicio de los informes de ámbito regional en España, en 2003, con la participación de Andalucía, Cataluña y Extremadura, se han ido sumando equipos de investigadores en las comunidades de Canarias, Castilla y León, Comunidad de Madrid, Comunidad Valenciana y el País Vasco (desde 2004), Galicia y Navarra que se integraron en el proyecto a partir de la edición de 2005, Asturias, Castilla-La Mancha y Murcia en 2006, Ceuta y Melilla en 2007 y, por último, Aragón y Cantabria en la presente edición. Los datos regionales de Baleares y La Rioja son aportados por el equipo GEM que realiza el informe para España.

### Informe Ejecutivo GEM 2008 Andalucía

El Informe Ejecutivo GEM 2008 Andalucía está disponible para su descarga en <http://www.uca.es/catedra/creacion-empresas/noticias/descargainforme2008>