

CAPÍTULO 43

PROYECTO EQUAL ALICANTE EMPRENDE: EL APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS DESDE LA ADMINISTRACIÓN LOCAL

Elena Lumbreras Peláez

Eloy Sentana Gadea

David Martínez Reig

Agencia Local de Desarrollo Económico y Social de Alicante

Excmo. Ayuntamiento de Alicante

eloy.sentana@alicante-ayto.es

ORIGEN DEL PROYECTO EQUAL “ALICANTE EMPRENDE”

La ciudad de Alicante, capital administrativa de la provincia del mismo nombre, cuenta en la actualidad con una población de derecho cercana a los 300.000 habitantes¹. Localizada en el corazón del Arco Mediterráneo, espacio caracterizado tanto por ser uno de los ejes de crecimiento más relevantes económicamente dentro del Estado español y de la Unión Europea, como por la bondad de un clima que hace de la ciudad de Alicante una de las poblaciones más soleadas de Europa².

El estudio preliminar realizado por la Agencia Local de Desarrollo Económico y Social (ALDES), Organismo Autónomo dependiente del Ayuntamiento de Alicante (España), detectó una serie de carencias en el tejido socioeconómico del municipio, algunas de las cuales se podían agrupar en torno a tres ejes principales:

1. Servicio de Estadística. Ayuntamiento de Alicante

2. El Entorno Metropolitano Alacant-Elx. Conselleria de Obras Públicas y Urbanismo. 2001.

E. Lumbreras Peláez. E. Sentana Gadea, D. Martínez

Problemática de la innovación

- La elevada atomización del tejido empresarial alicantino se había traducido en una escasa utilización de mecanismos para la incorporación de innovaciones, con un escaso interés por las patentes como medida para proteger parcelas de interés tecnológico. Además se apreció que las empresas locales eran poco proclives a la cooperación con otras firmas como forma de mejora de su nivel tecnológico, confiando a la adquisición de productos externos.
- Se constata un baja capitalización de las empresas, en consonancia con su reducido tamaño (más del 90% de las empresas del municipio tienen menos de 10 trabajadores y el 80% menos de 5), circunstancia que además es acompañada por una práctica que atribuye las mayores inversiones en investigación a las grandes empresas, casi inéditas en la ciudad de Alicante. De igual forma se observa que así como la inversión en tecnología generada sobre las mismas es reducida, ello contrastaba con el incremento de la inversión industrial registrada en el resto de comarcas colindantes. En el año 2000 sólo 24 empresas locales habían participado en programas subvencionados dirigidos a la investigación e innovación, lo que suponía el 6,9% en relación al resto de la provincia.
- Del análisis sociodemográfico se determinó que la población de la capital de la provincia era un colectivo adecuado para plantear la puesta en marcha de acciones relacionadas con las nuevas tecnologías y los nuevos yacimientos de empleo, sobre todo los vinculados a los servicios a personas, debido al envejecimiento de la población y por disponer de un nivel de instrucción medio más elevado respecto al conjunto de la provincia y en consonancia con el perfil de metrópolis caracterizadas por un uso más intensivo de las tecnologías.

Problemática de los empresarios e inversores

- El tejido local se caracteriza por ser una estructura relativamente especializada en actividades tradicionales y poco propensas a la introducción de innovaciones y donde en los periodos de mayor crecimiento económico la creación de empleo se había centrado en trabajadores de baja cualificación, especialmente por la intensa actividad del sector de la construcción (16% de los contratos) y los servicios (72%), todo ello aderezado con una escasa capacidad de creación de empleo en los sectores primario y secundario. Se derivaba la necesidad, entre otras medidas, de estimular la generación de puestos de trabajo de uso tecnológico intensivo, aptos para captar mano de obra más capacitada.
- Se trata de un tejido económico poco diversificado, sujeto a la acción cíclica de sus sectores más relevantes (sector servicios y hostelería) y que derivan

Proyecto Equal Alicante Emrende...

en un estructura ocupacional con elevada temporalidad (88% de los contratos firmados en 1998) en los sectores clave de la ciudad. Además, las mayores tasas de temporalidad y porcentaje de desempleo se concentraban en el colectivo femenino y las personas mayores de 45 años.

- Por otra parte, informes recientes han constatado que los excedentes de capital habían encontrado refugio en las inversiones inmobiliarias, todo ello bajo el paraguas de una vigorosa demanda de viviendas que había tenido en el municipio de Alicante un modelo de referencia en cuanto a su crecimiento. Según el Avance del Plan General de Ordenación Urbana, entre los años 1987 y 2000 la población del municipio había crecido un 9%, mientras que la superficie de suelo ocupada lo había hecho en un 44%.

Problemática de los emprendedores

De la experiencia de la incipiente Oficina de Promoción Empresarial, que la ALDES promueve en colaboración con la Asociación de Jóvenes Empresarios de la Provincia de Alicante (JOVEMPA), se determinó que una demanda habitual de los emprendedores, sobre todo de los más jóvenes y los parados de larga duración, era la necesidad de actualizar sus conocimientos. Esta demanda era igualmente reivindicada por el colectivo de mujeres, que además debía asumir la llevanza de las cargas familiares. De esta forma, tanto los aspectos de la elaboración de una planificación del futuro negocio mediante un plan de empresa, gestión, recursos humanos, ventas,... aspectos todos ellos de los que un conocimiento, siquiera básico es necesario para la puesta en marcha y pervivencia de la empresa, eran demandados por los potenciales emprendedores.

Políticas de generación de empleo aplicadas en el municipio

Hasta el momento de la investigación (año 2000), las principales políticas de fomento de la creación de empleo se habían encaminado a favorecer la contratación, flexibilizándose el marco contractual, fundamentadas además en una reducción de los pagos a la tesorería de la Seguridad Social. Además se habían acompasado con medidas de integración en el mercado de trabajo parar mejorar la situación los colectivos más desfavorecidos.

Acciones formativas, subvenciones y medidas de acompañamiento resultaban de ejecución necesaria para completar las anteriores actuaciones. De esta forma programas de Escuelas Taller y Talleres de Empleo, acciones de orientación de empleo y formación para desempleados se convirtieron en herramientas habituales dirigidas a erradicar el desempleo en la ciudad. Todo ello se acompañaban con una vasta oferta de subvenciones y ayudas dirigidas a facilitar la financiación de nuevos proyectos y a fomentar la innovación, mejora de la competitividad y consolidación de las empresas, con una participación muy activa de la Administración Autonómica.

E. Lumbreras Peláez. E. Sentana Gadea, D. Martínez

Requiere especial mención el hecho de que, impulsada por el Ayuntamiento de Alicante, se firmara por parte de representantes de distintas administraciones, sindicatos, agrupaciones de empresarios y otras organizaciones el “Acuerdo Marco para el Empleo y el Desarrollo de la ciudad de Alicante“. El objetivo del pacto era “Mantener un desarrollo económico local en armonía con el medioambiente, que potencie el crecimiento económico y el empleo, disminuyendo las rotaciones en los puestos de trabajo con el fin de conseguir una mayor estabilidad e integrando en el mundo laboral a aquellos colectivos con más dificultades de acceder al mismo“. Además el Acuerdo Marco potencia la creación de empresas y la innovación. Se había logrado, por tanto, un consenso entre las principales agentes socioeconómicos de la ciudad en cuanto a los objetivos a lograr. En todo caso, aún se pueden hacer más esfuerzos en el ámbito de la coordinación en la promoción de la innovación, la creación de empresas y la captación de inversiones que las apoyen. Este último argumento se convertiría en uno de los ejes básicos sobre el que se sustentaría el proyecto Alicante Emprende.

DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DEL PROYECTO

Una de las cuestiones que se determinaron como prioritarias era que la innovación debía ser el eje central del proyecto de tal forma que la consolidación de una cultura innovadora permitiera una adaptación de las empresas a las nuevas exigencias del mercado y a la mejora de la calidad de vida de la población.

De resultas de, entre otras, las cuestiones anteriores, se determinó que la acción que se realizara debía contemplar:

En relación con la innovación:

- Debía tener a la difusión de la innovación como eje central de su desarrollo. En todo caso, esta innovación debía contextualizarse dentro del ámbito local y adaptada a las características de la población y estructura económica alicantinas.
- Era necesario incentivar y motivar a las empresas a la incorporación de tecnología e innovación, máxime si esta era propia o vinculada con la propia empresa.
- Se requería adoptar políticas que incentivaran el desarrollo interno y la aplicación de recursos al I+D como forma de paliar la dependencia tecnológica a la vez que se mejoraba la competitividad.

En relación con los empresarios e inversores:

- Requisito imprescindible para desbloquear el proceso de concentración de capital en actividades poco innovadoras era articular mecanismos que permitieran canalizar estos recursos para que se dirigieran a favorecer la creación de empresas capaces de incorporar tecnología en sus procesos y por tanto demandantes de personal cualificado e inversión en I+D+i.

Proyecto Equal Alicante Emprende...

- Colmatadas en buena medida las posibilidades de crecimiento y con un mercado de capitales lejos de sus momentos más brillantes, era necesario ofrecer alternativas de inversión a los empresarios; alternativas cuanto mejores si redundaban en el creación de empleo y riqueza del municipio. Además esto debería quebrar la excesiva dependencia de la creación de riqueza y empleo a actividades dependientes de ciclos económicos

En relación a los emprendedores:

- La necesidad de actuar sobre colectivos con especiales dificultades de inserción y confianza en sus posibilidades como los jóvenes, las mujeres y los parados de larga duración. Además, estos colectivos reivindican la formación como elemento clave para incorporarse al mercado de trabajo.

Todo ello debería ser realizado bajo un principio de cooperación y coordinación entre todas las partes implicadas, muchas de ellas expertas en materia de asesoramiento, impulso, colaboración y desarrollo de distintas prácticas relativas a la innovación y la creación de empresas.

En ese momento se solicitó por parte de la Agencia Local de Desarrollo, a la Unión Europea el proyecto "Alicante Emprende" aceptado definitivamente en julio de 2001, tras optar a los programas de la Unión Europea, dentro de la Iniciativa Comunitaria 'Equal', acogido bajo el denominado Pilar II "Fomento del espíritu emprendedor y la creación de nuevas empresas" y para el bloque de ayudas del periodo 2001-2006. La Agencia asumió la coordinación técnica del proyecto.

El área temática en el que se encuadraba el proyecto Alicante Emprende es el de "Creación de empresas", incluido en el Eje II promovido por la Unión Europea, orientado a "Fomentar el espíritu de empresa".

El objetivo general que se planteaba el proyecto era, de forma genérica, contribuir a la consolidación de una cultura favorable a la innovación, el espíritu emprendedor y la creación de empresas en Alicante.

Como objetivos intermedios, se planteaban los que se indican a continuación:

- Potenciar y consolidar una cultura emprendedora que favoreciera la creación de empresas.
- Crear una red de colaboradores públicos y privados que participaran en la puesta a disposición de una oferta de recursos de calidad para emprendedores e inversores.
- Conformar un servicio eficaz de asesoramiento a emprendedores e inversores.
- Mejorar la competitividad de los sectores tradicionales, fundamentalmente mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones.
- Fomentar las relaciones empresariales, potenciando la financiación de los nuevos proyectos empresariales por parte de otros empresarios.
- Aumentar el número de empleos en actividades innovadoras, tanto en el sector secundario como en el terciario avanzado.
- Aumentar la capacidad de aprendizaje de las PYMES (fundamentalmente de las de nueva creación) en cuanto a nuevos métodos tecnológicos, organizativos y de gestión.

E. Lumbreras Peláez. E. Sentana Gadea, D. Martínez

Es necesario destacar que para el desarrollo del proyecto, el equipo de trabajo se planteó las siguientes cuestiones generales y que recogían las premisas antes descritas:

- La necesidad de que el proyecto fuera una herramienta para construir una infraestructura de apoyo a las empresas que perdurara más allá de la vigencia del propio proyecto (Diciembre de 2004).
- La importancia que la concienciación a través de la difusión e implantación de las nuevas tecnologías tenía en las empresas, debía ser un referente fundamental dentro de la puesta en marcha del proyecto.
- La necesidad de utilidad y aplicabilidad de los estudios y análisis que se habían de realizar.
- La promoción y motivación del espíritu emprendedor ya se dejaban notar en la ciudad de Alicante con anterioridad. Había que sacar partido de esta predisposición para acometer nuevos negocios.
- Habida cuenta de que el ámbito municipal es un entorno 'reducido', había que coordinar todas las acciones (básicamente las relativas a los trabajos de campo con encuestas) para no abrumar a los públicos objetivos, sobre todo en el caso de los inversores y empresarios.
- El apartado motivacional y el formativo eran básicos dentro de la puesta en marcha del proyecto.
- El propio equipo de trabajo debía adoptar una visión multidisciplinar específica: conocimientos técnicos sobre territorio, informática o empresa debían combinarse con una motivación y actitud entusiastas que se fueran transmisibles a los emprendedores.

Estos factores condicionaron la puesta en marcha del proyecto en los siguientes términos:

- Se debía prestar especial atención a la elaboración de actuaciones que permitieran dar cabida a los distintos actores que intervienen en la creación de empresas y promoción económica, integrando y dando a conocer el proyecto dentro de estos ámbitos.
- La intención de poner en marcha acciones con vocación de continuidad, atendiendo de forma preferente a aquellas cuestiones que pudieran ser sostenibles en el tiempo. Esto obligaba a la puesta en marcha de actuaciones dentro de un proyecto de duración determinada pero cuyos resultados se pudieran mantener en el futuro.
- Los estudios debían tener un claro componente práctico y ser transmisibles y comprensibles por los públicos objeto del proyecto. Para ello se requeriría que cada estudio ofreciera datos concretos y respuestas a las empresas y emprendedores dentro del contexto local, sobre todo en lo concerniente a la propuesta de "Mejores prácticas", agrupándolas por sectores o "perfiles de usuario". Esto obligaba a extremar el rigor en los necesarios trabajos de campo que debían sustentar su contenido, considerando también el impacto de/en los municipios colindantes.
- Debido al ámbito municipal de la actuación era de interés localizar modelos de emprendedores que sirvieran como ejemplo tanto de emprendedores como inversores

Proyecto Equal Alicante Emprende...

- Realizar un seguimiento y una atención personalizadas a cada uno de los 'clientes' del proyecto, tanto emprendedores, como empresarios e inversores. Para ello se debía estructurar un sistema de comunicación individualizado pormenorizado al máximo y que permitiera estas opciones.
- En la medida de lo posible había que evitar que se duplicaran servicios ya existentes ofrecidos por otras entidades; en este caso la misión del proyecto consistiría en dar a conocer su existencia al público que demande estos servicios

De la conjunción de la importancia de incorporar las nuevas tecnologías al proyecto como referente modelo de lo que se quería difundir y las posibilidades que los modernos desarrollos informáticos permitían, se optó por desarrollar un sistema de gestión que se sustentara en las NNTT. Para ello se planteó la necesidad de que el proyecto Alicante Emprende se soportara sobre Internet.

De esta forma se puso en marcha el portal *www.Alicanteemprende.com*, que además de dar respuesta a las necesidades de difusión de información, iba a ofrecer la posibilidad de solventar las necesidades de comunicación interna entre los miembros del proyecto: soportaría parte de las acciones y además sería la herramienta de uso para ofrecer información personalizada, cumpliendo de esta forma uno de los objetivos planteados, como es de mantener un trato particularizado con cada uno de los participantes del proyecto.

De manera análoga, y habida cuenta de la ausencia de experiencia en la gestión y control presupuestario del proyecto, el sistema de gestión permitiría realizar un seguimiento del control de gastos de tal forma que, por un lado, se pudiera uniformizar la aplicación presupuestaria que permitiera al ente gestor, la Conselleria de Empleo, realizar un seguimiento de forma precisa, y a las entidades participantes conocer en todo momento el estado de sus finanzas.

En lo que corresponde a las acciones de formación, y siguiendo la misma filosofía que preside la formación a empresarios, colectivo al que, bien en su estadio primario (emprendedores) o consolidado (inversores) se dirige este proyecto europeo y en consecuencia con el resto del proyecto, el contenido de las mismas debía ser eminentemente práctico, obviando el exceso de planteamientos teóricos.

Las acciones del proyecto "Alicante Emprende" tenían como objetivo fundamental alcanzar a un público objetivo compuesto básicamente por:

- Emprendedores
- Jóvenes con experiencia laboral que quieran poner en marcha su empresa
- Nuevos empresarios con necesidades de mejorar su formación en temas de gestión y habilidades directivas
- Empresarios en busca de oportunidades de inversión
- Directivos y trabajadores implicados en la implementación de la innovación en sus empresas.
- Empresas innovadoras o que quieran innovar.
- Mujeres emprendedoras, directivas de empresas y mandos intermedios.

E. Lumbreras Peláez. E. Sentana Gadea, D. Martínez

De la lectura de los anteriores apartados, se observa que existen distintas clasificaciones sin que se puedan agrupar en torno a una única característica. En cualquier caso, estos públicos objetivos se han encuadrado, ante la necesidad de determinar con más precisión a quién se dirijan todas las acciones, en dos grandes grupos, atendiendo a un criterio de demanda/ oferta:

- **Emprendedores/ empresarios:** englobando a todas aquellas personas que quieren poner en marcha un proyecto de empresa nuevo, independientemente de la fase de elaboración en que se encuentre el plan de negocio. También se consideran en este apartado a aquellos emprendedores que buscan una segunda oportunidad para poner en marcha su empresa tras una iniciativa anterior infructuosa. Se incluyen empresarios de (preferentemente), nuevas empresas pero que en todo caso tengan posibilidades de implementar los resultados del proyecto, tanto en su apartado técnico como de los resultados de las acciones formativas.
- **Inversores:** Se pretende contar en el proyecto con la participación en el mismo de inversores con un perfil de 'mecenaz', entendiendo esto como la persona que aportando o no una cantidad económica se integra en el proyecto mediante distintas figuras, siendo precisamente la determinación de estas modalidades una de las cuestiones a identificar dentro del proyecto Alicante Emprende.

Dentro del primer grupo se han determinado tres perfiles diferentes, atendiendo a sus necesidades específicas: emprendedor, demandante de asesoramiento y demandante de formación. Para la ejecución del proyecto se entiende que los públicos objetivos inicialmente planteados se incorporaban a esta nueva clasificación permitiendo ofrecer una información y tratamiento particularizado.

En diciembre de 2004, fecha en la que se dará por concluido el proyecto se concluirán todo los trabajos y se justificarán los desembolsos realizados.

PARTICIPACIÓN DE LAS ENTIDADES EN EL PROYECTO (AD)

Alicante Emprende está siendo desarrollado por una Agrupación de Desarrollo (entidad sin forma jurídica propia) integrada por:

- Conselleria de Economía, Hacienda y Empleo (Generalitat Valenciana). Responsable de las tareas de control y supervisión financiera y de acciones. En la actualidad el interlocutor de la Conselleria de Empleo lo ostenta una entidad privada, que asume las labores de vigilancia económica de las 19 acciones en las que se divide el proyecto.
- Agencia Local de Desarrollo Económico y Social de Alicante (Ayuntamiento de Alicante).
- Universidad Miguel Hernández de Elche.
- Asociación de Jóvenes Empresarios de la Provincia de Alicante (Jovempa).
- Confederación Empresarial de la Provincia de Alicante (COEPA).

Proyecto Equal Alicante Emprende...

- Asociación de Empresarias y Profesionales de Alicante (AEPA).
- Caja de ahorros del Mediterráneo (CAM).

La participación de las entidades en el proyecto ha sido desigual, aunque en términos generales su aportación ha sido positiva y en la mayoría de casos se han obtenido interesantes sinergias de la aportación de cada miembro de la AD. Los problemas básicos que se han generado durante la puesta en marcha del proyecto han sido debidos fundamentalmente a:

- Falta de experiencia en la puesta en marcha del proyecto, tanto por parte de los miembros de la AD como de los propios organismos coordinadores. Esto implicaba cambios de criterio en algunas cuestiones que debilitaban la confianza en la ejecución del mismo.
- Contribución irregular de las entidades participantes, justificable en todo caso, considerando los medios disponibles y la aportación al proyecto.
- Por parte de la Agencia Local se aportó un local en el que se prestará servicio y asistencia a los emprendedores. A los tres meses de la puesta en marcha se hubo de realizar un cambio de ubicación, derivándose de ello una pérdida del efecto publicitario realizado hasta el momento.

Además se puso a disposición del proyecto el teléfono 902.100.468, de corte más comercial que el número clásico y de más fácil recuerdo para los interesados, además del portal web www.alicanteemprende.com, cuyas características se detallarán en puntos sucesivos.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICA DEL PROYECTO ALICANTE EMPRENDE

Tal como se ha indicado en los apartados anteriores, el proyecto Alicante Emprende se articula en base a tres cuestiones principales: la innovación, los emprendedores y la búsqueda de inversores, siendo el primero de los conceptos en torno al cual se articulan los otros dos. En coherencia con este planteamiento, se planteó que el propio desarrollo del proyecto fuera innovador. A este respecto se optó por ofrecer unas instalaciones con un diseño novedoso y atractivo al emprendedor. Todas las acciones se han ejecutado procurando la mayor coordinación posible, sobre todo en aquellas complementarias.

En la *TABLA I* al final de este documento se describen cada una de las acciones desarrolladas, con expresión de la entidad responsable de la misma y las principales características de cada una de ellas.

A continuación se exponen las líneas generales que se han considerado para alcanzar los objetivos planteados en cada apartado.

E. Lumbreras Peláez. E. Sentana Gadea, D. Martínez

Marco general: la acción de difusión

La translación de la información del proyecto a los públicos objetivos era clave en el desarrollo del proyecto. Para el desarrollo de esta faceta, comprendida básicamente dentro de la Acción 1 y con referencias en cada una de las demás actividades que contaban con su correspondiente apartado para la difusión de resultados, se optó por la subcontratación mediante un concurso a una empresa especializada, como es el caso de IMCO-Intermundo. En colaboración con esta firma se diseñaron las campañas de comunicación y de la imagen corporativa así como la coordinación con medios de comunicación y la realización de notas de prensa y de un boletín informativo.

Por otra parte y como elemento relevante del proyecto se encontraba la necesidad de disponer de una imagen corporativa propia, para lo cual se diseñó un logotipo caracterizado por la simplicidad de trazos, colores simbólicos (gris que evoca la inteligencia, azul representativo de la paciencia y el amarillo intenso que recuerda la acción dinámica del emprendedor y el sol de Alicante).

La puesta en marcha del proyecto en lo que corresponde a las acciones de difusión, definición del mensaje, etc, fue costosa y el equipo de la Agencia se implicó al máximo con la empresa de publicidad para conseguir una imagen asociada que fuera coherente con el proyecto. Además se han preparado materiales con la imagen corporativa para su uso dentro del proyecto (papel, carpetas, bolígrafos,...). Se ha planteado una acción informativa a dos niveles:

- Informativo básico: entregando información y materiales que ofrecen información general sobre el proyecto y sus actuaciones, así como aspectos generales de la información solicitada. A esto corresponde la elaboración de folletos y un CD de estilo publicitario.
- Información en profundidad: corresponde a este estadio tanto información concreta como materiales. A este efecto se va a preparar material concreto a entregar sobre las áreas de interés. Este material se sustentará sobre textos o documentación ya existentes, ya que se entiende que en este apartado el papel de la Agencia no es de 'investigación' sino de aglutinador, restringiéndose su papel a la orientación a los clientes, facilitando la información más adecuada a sus necesidades.

Hay que destacar los acuerdos a los que se han llegado con empresas como es el caso de la "Revista Emprendedores" y de la Escuela de Negocios Fundesem para que participen dentro del proyecto, bajo la figura de 'socios tecnológicos'. Ambas entidades cuentan con prestigio dentro del ámbito de los emprendedores y empresarios de la ciudad de Alicante y contar con ellos ha aportado valor añadido al proyecto.

Es necesario mencionar el intento de acuerdo con la empresa Kelme para la fabricación de zapatillas que incorporaran el logotipo Alicante Emprende, pero la empresa declinó el ofrecimiento. La propuesta surgió como una forma de conseguir publicidad de forma innovadora y a la vez congruente con el slogan del proyecto "Crea tu empresa por la vía más rápida". La idea no se ha desechado todavía y se buscan más alternativas.

Proyecto Equal Alicante Emprende...

Como soporte fundamental de las acciones de difusión se encuentra la página web *www.alicanteemprende.com*. Esta se planteó partiendo de las siguientes premisas;

- Debía primar la accesibilidad para todo tipo de públicos, así como la rapidez de descarga y claridad de apartados frente a la primacía del diseño.
- Debía ser un instrumento ágil y dinámico, con posibilidad de ser gestionado por personal lo especializado en informática.
- Debería favorecer la gestión diaria del proyecto (control del asesoramiento, acciones formativas, punto de información, gestión de gastos, comunicaciones, etc). Para ello se estableció una estructura de extranet para los usuarios y de intranet para los miembros del proyecto.
- Permitiría la recopilación y el análisis de información generada a lo largo del proyecto por cada entidad.

Acciones de innovación

Las actuaciones relativas a la innovación se corresponden con las acciones 4 (Acciones de promoción y difusión de la innovación), Acción 11 (Estudio sobre creación de empresas innovadoras de Alicante), 12 (Acciones de asesoramiento tecnológico a empresas de reciente creación), 14 (Análisis de la demanda de servicios innovadores) y 16 (Portal de comercio electrónico), se fundamentaban en tres cuestiones:

- La realización de estudios preliminares que detectaran las características, carencias y necesidades tecnológicas de las empresas existentes y de las incipientes
- La aplicación de las conclusiones para la realización de políticas, así como la difusión de los resultados obtenidos y el asesoramiento a emprendedores y empresarios.
- En la Acción 16 (Comercio Electrónico), el factor formativo era fundamental, así como la labor de difusión de la misma.

Acciones de fomento del espíritu emprendedor

En este apartado también se podía hacer una clasificación previa de las acciones:

- Estudios y trabajos previos: Acción 6 (Nuevos yacimientos de Empleo)
- Acciones de acompañamiento y difusión del espíritu emprendedor: Principalmente la acción 8 (gerencia asistida), 7, 10, 15
- Formación: acciones 9 y 13

Como elemento de continuidad se pretende la creación del “Club de Emprendedores Alicante Emprende” a través del cual se realicen acciones de difusión de información, coordinación de ventajitas comerciales para los asociados, foro de intercambios, etc.

E. Lumbreras Peláez. E. Sentana Gadea, D. Martínez

Se han buscado acuerdos de colaboración con entidades financieras para proveer a los emprendedores de un 'pack financiero' en el que cuente con condiciones favorables sobre todo en aquellos productos más usados por los emprendedores (préstamos personales, hipotecarios, cuentas de crédito y descuento comercial), así como en los instrumentos financieros más habituales (tarjetas de créditos, cheques, letras,...).

En el apartado formativo se han articulado tres niveles de formación; los dos primeros gratuitos y el último cofinanciado:

- a) Formación en nuevas tecnologías: ofimática, Internet, correo electrónico, diseño gráfico. Se ofrecen cursos de entre 20 y 30 horas con libertad de horario para asistir
- b) Formación en gestión de empresa: se ofertan microcursos de entre 3 y 4 horas, para tratar de forma práctica temas concretos sobre ofimática avanzada o sobre aspectos de fiscalidad, contratación, etc, todo ello aplicable de manera inmediata a la PYME.
- c) Formación avanzada en gestión empresarial: se cofinancian cursos sobre técnicas de venta, gestión bancaria, recursos humanos, etc.

Acciones relativas a la captación de inversores

Le corresponden casi en exclusiva las acciones 2 y 3, todo ello bajo el paraguas del concepto "Business Angels" (inversores particulares).

El objetivo de estas dos acciones es también muy innovador: se trata de captar inversores privados que apuesten por las empresas locales. Para ello se busca vincular un empresario consolidado con un nuevo emprendedor que requiera de una aportación económica, además de un asesoramiento específico de un veterano en temas de empresa, acompañamiento que en muchas ocasiones es decisivo para que una empresa pueda despegar y consolidarse. Para que esta estructura perdure, se plantea la creación del Club ABANt (Alicante Business Angels & Technology).

A destacar también la campaña 'Quédate' dirigida al retorno de alicantinos que tienen su residencia en localidades fuera de la ciudad y que puedan aportar ideas de negocio de interés. El planteamiento de esta campaña se puede resumir en los siguientes apartados:

- Se constata la existencia de alicantinos que marchan a estudiar carreras (generalmente técnicas) a grandes poblaciones como Madrid y Barcelona
- Una vez finalizados los estudios buscan trabajo en empresas del entorno ya que se encuentran ubicadas allí. A pesar de contar con sueldos más elevados que en la ciudad de Alicante, la calidad de vida es menor, al soportar peor climatología, mayores desplazamientos, etc.
- El capital acude allí donde hay ideas para invertir: captando a estos jóvenes profesionales, preferiblemente jefes de proyecto o mandos intermedios (esto es, quienes conocen el desarrollo de los productos y servicios), estamos captando ideas susceptibles de reclamar fondos por parte de la banca o de inversores privados.

Manual de Buenas Prácticas para la creación de empresas innovadoras

El manual de buenas practicas, correspondiente a la acción 5, ha tenido como finalidad identificar, analizar y transferir buenas practicas en la creación de empresas innovadoras. El objetivo por tanto ha sido determinar modelos operativos en cada uno de las actuaciones realizadas durante la vigencia del proyecto. Sometiendo a todos los miembros de la AD a una estricta metodología de análisis, se ha evaluado y analizado interna y externamente nuestra manera de pensar y de actuar en cada una de las acciones y si estas han conducido a apoyar y crear empresas innovadoras, estables y generadoras de empleo.

De este modo el manual de buenas practicas se concibe como una herramienta para la toma de decisiones a corto, medio y largo plazo que propicie mayores cuotas de competitividad entre los empresarios futuros y consolidados, difundiendo finalmente políticas eficaces de actuación. Los objetivos específicos perseguidos han sido:

- Generar un pensamiento colectivo tendente a la cultura de la innovación que arraigue desde la época académica
- Identificar las capacidades y aptitudes emprendedoras de los ciudadanos del municipio.
- Determinar, si cabe, las pautas de un sistema local de innovación.
- Promover las posibilidades del municipio como generador de empresas innovadoras.
- Crear un ámbito de relaciones para el trasvase de experiencias entre entidades a nivel municipal, provincial y regional.
- Difundir nuestro saber hacer.

E. Lumbreras Peláez. E. Sentana Gadea, D. Martínez

ANEXOS

Mecanismos de control

Los indicadores de seguimiento de cada una de las acciones propuestos en la memoria fueron los siguientes:

Actuación	Indicador de seguimiento
1. Campaña sensibilización	a) N° visitas a la página web del proyecto b) N° visitantes a actos públicos (por género y edad) c) N° folletos distribuidos
2. Estudio business angels	d) N° de business angels locales identificados (por género y edad) e) Cuantificación demanda fondos (por género y edad) f) N° instrumentos financieros diseñados
3. Experiencia piloto financiación	g) N° participantes encuentros trimestrales (por género y edad) h) N° acuerdos alcanzados (por género y edad)
4. Acciones de promoción y difusión de la innovación.	i) N° premios concedidos (por género y edad) j) N° solicitudes (por género y edad)
5. Manual buenas prácticas	
6. Estudio oportunidades negocio y nuevos yacimientos de empleo	k) N° análisis de viabilidad realizados l) N° de encuentros realizados con interesados
7. Gestión ayudas financieras a nuevas iniciativas empresariales.	ll) N° de acciones llevadas a cabo m) N° de consultas/ propuestas recibidas (por género y edad)
8. Gerencia asistida y estudios de viabilidad.	ñ) N° empresas tutorizadas (por género y edad) o) N° de horas de gerencia realizadas (por género y edad) p) N° planes de actuación puestos en práctica (por género y edad)
9. Acciones de formación empresarial destinadas a nuevos emprendedores	q) N° horas de formación impartidas (por género y edad) r) N° de participantes (por género y edad)
10. Apoyo segundas oportunidades	s) N° participantes (por género y edad) t) N° talleres grupales u) N° acciones individuales de asesoramiento (por género y edad)
11. Estudio sobre creación de empresas innovadoras en Alicante	v) Tasa de creación de empresas innovadoras w) Caracterización del tipo de innovación incorporada x) Caracterización de los obstáculos a la innovación y) Identificación del perfil del emprendedor (por género y edad)
12. Asesoramiento tecnológico a empresas de reciente creación	z) N° consultas llevadas a cabo (por género y edad)
13. Acciones de formación en nuevas técnicas gestión para directivos y mandos intermedios.	Ac) N° horas de formación (por género y edad) Ad) N° de participantes (por género y edad)
14. Análisis de la demanda de servicios innovadores.	Ag) N° servicios innovadores analizados
15. Club de la cooperación	Ah) N° acciones conjuntas estimuladas (por género y edad)
16. Portal comercio electrónico	Ai) N° visitas al portal Aj) N° páginas web albergadas Ak) N° transacciones realizadas a través del portal

TABLA 1.
ACCIONES DEL PROYECTO EQUAL ALICANTE EMPRENDE

Acción	Entidad	Resumen de la acción
<p><i>Área I: Entorno local</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Campaña de sensibilización 2. Estudio sobre financiación por Business Angels 3. Experiencia piloto con Business Angels locales 4. Acciones de promoción y difusión de la innovación 5. Manual buenas prácticas 	<p>Agencia Local Agencia Local</p> <p>Agencia Local y AEPA Agencia Local</p>	<p>Acciones publicitarias, elaboración de la web, servicio de prensa, materiales de difusión</p> <p>Estudio de aspectos legales e identificación de inversores</p> <p>Experiencia piloto de encuentro entre inversores-emprendedores, difusión, asistencia técnica.</p> <p>Identificar, difundir y premiar experiencias que potencien la innovación y el espíritu emprendedor.</p> <p>Difundir la innovación y mejores experiencias adquiridas con a través de la realización del proyecto.</p>
<p><i>Área II: Emprendedores y Empresas</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Estudio oportunidades negocio y NYE 7. Gestión ayudas financieras a nuevas iniciativas 8. Gerencia asistida y estudios de viabilidad 9. Formación emprendedores 10. Apoyo a segundas oportunidades de negocio 11. Estudio sobre creación de empresas innovadoras 12. Asesoramiento tecnológico a nuevas empresas 13. Formación en nuevas técnicas gestión 	<p>AEPA CAM y Agencia Local</p> <p>Agencia Local JOVEMPA Agencia Local y COEPA Agencia Local UMH COEPA</p>	<p>Detectar los potenciales Nuevos Yacimientos de Empleo en Alicante</p> <p>Difusión del espíritu emprendedor; captación de emprendedores e inversores; gestión de ayudas financieras</p> <p>Asesoramiento a emprendedores</p> <p>Elaborar materiales, definir itinerarios formativos, formación</p> <p>Ayudar a emprendedores que hayan fracasado; replantear la idea original, asistencia técnica</p> <p>Estudio de las empresas innovadoras locales</p> <p>Favorecer la introducción de innovaciones tecnológicas; difusión de nuevas tecnologías, asesoramiento.</p> <p>Difusión de nuevas técnicas de gestión empresarial</p>
<p><i>Área III: Relaciones de Cooperación</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 14. Análisis de la demanda de servicios innovadores 15. Club de la cooperación 16. Portal comercio electrónico 	<p>Agencia Local y UMH Agencia Local Agencia Local</p>	<p>Analizar y determinar la demanda de innovación en las empresas locales, acciones de difusión</p> <p>Plataforma para llegar a acuerdos entre empresas</p> <p>Creación de un portal de comercio electrónico</p>
<p><i>Área IV: Acciones Complementarias</i></p>		<p>Coordinación, evaluación, control de gastos</p>

Fuente: Elaboración propia.