

# educación emprendedora: buenas prácticas en la universidad española

LAS ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS EN LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA, ENERGÍA  
Y TURISMO

SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA  
Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

Este estudio se ha realizado con la colaboración de:



Fundación Universidad-Empresa  
Calle Pedro Salinas 11, edificio anexo 2ª planta. 28043 Madrid  
www.fue.es | +34 91 548 98 60

© Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa  
www.ipyme.org  
Edición: septiembre de 2012

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



MINISTERIO  
DE INDUSTRIA, ENERGÍA  
Y TURISMO  
SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA  
SUBDIRECCIÓN GENERAL  
DE DESARROLLO NORMATIVO,  
INFORMES Y PUBLICACIONES  
CENTRO DE PUBLICACIONES

Panamá, I. 28071 Madrid  
Tels.: 91.349 51 29 / 91.349 49 68  
91.349 76 05 / 91.349 40 00  
Fax: 91.349 44 85  
[www.minetur.es](http://www.minetur.es)

NIPO: 070-12-014-X  
Maquetación y diseño de cubierta: Ángel Ruiz y Ana Cirujano  
Papel: Exterior: 300 g.  
Interior: 90 g.  
Impresión: Imprenta Gamar, SL  
Nº ejemplares: 100  
ECPMITYC: 1ª. Ed./0912  
EUAEVF: 0,00 €

# ÍNDICE

**PRESENTACIÓN / PRESENTATION 5**

**RESUMEN DEL ESTUDIO / REPORT ABSTRACT 9**

**INTRODUCCIÓN / INTRODUCTION 13**

**CLASIFICACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS Y GLOSARIO /  
CLASSIFICATION OF BEST PRACTICES AND GLOSSARY 21**

**PRINCIPALES CONCLUSIONES / MAIN CONCLUSIONS 39**

**BUENAS PRÁCTICAS 45**

- A. Formación emprendedora no curricular **47**
- B. Formación emprendedora curricular **113**
- C. Centros de formación, asesoramiento e incubación de ideas de negocio **141**
- D. Emprendimiento de base tecnológica **191**
- E. Cátedras de emprendimiento **231**
- F. Concursos de emprendimiento **237**
- G. Programas internacionales para emprendedores **281**
- H. Plataformas y redes virtuales de emprendimiento **301**
- I. *Networking* para emprendedores **319**
- J. Colaboraciones y otras actividades relacionadas con emprendimiento **329**

**ÍNDICES 351**

- Índice de buenas prácticas por universidad **353**
- Índice de buenas prácticas por comunidad autónoma **359**
- Índice de buenas prácticas por tipo (según la clasificación) **364**







## PRESENTACIÓN

La regeneración de la economía española es, en la actualidad, un asunto prioritario para todo el país. Aunque la responsabilidad de las administraciones públicas es muy amplia en este campo, resulta urgente reactivar a la sociedad civil. Para ello es necesario, entre otras cosas, terminar con una tradición cultural que premia la seguridad, la rutina y el empleo por cuenta ajena frente a la cultura del riesgo, de la creación atrevida, de la innovación y de la creación de empleo.

Muchas personas en nuestro país tienen buenas ideas, ideas valiosas que pueden aportar grandes mejoras y nuevas riquezas a nuestra sociedad. Muchas de estas personas son jóvenes y valientes, pero se sienten desconcertadas ante la aparente falta de medios y de oportunidades. Por suerte, las universidades, espoleadas por la Estrategia de Lisboa, han aprendido que deben ampliar su misión educativa más allá de los contenidos tradicionales para formar y orientar con los ojos puestos en la utilidad social y económica. Ya no es tan importante tener un título como participar, saber hacer, encontrar aliados y convencer del valor de nuestros proyectos a aquellos que puedan llegar a ser nuestros socios.

Formar a emprendedores es una tarea muy exigente. Por eso, el presente informe quiere difundir los mejores servicios, programas e iniciativas que se están desarrollando en las universidades de nuestro país con la esperanza de que cunda el ejemplo. Muchos jóvenes con gran talento creativo e incluso de gestión se sienten desanimados cuando piensan en las realidades empresariales, a las que, sin haberlas experimentado, imaginan como un mundo áspero, carente de emociones e inquietudes. Pero ¿hay algo tan pasional como hacer profesión de la vocación, convertir nuestros sueños en realidades compartidas y conseguir dedicarse a lo que realmente nos gusta y emociona? ¿Qué mejor manera de demostrar la ética empresarial que protagonizarla? ¿Puede haber reconocimiento mayor del éxito que la creación de riqueza, de empleo y de progreso?

Desde el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, conscientes de las lagunas existentes en el terreno del fomento de la cultura emprendedora, se ha querido impulsar esta investigación para analizar las distintas iniciativas que se están desarrollando en las universidades españolas e identificar las buenas prácticas al objeto de facilitar la planificación y mejora de actuaciones de los centros universitarios en la promoción y apoyo a la iniciativa emprendedora.

## PRESENTATION

The regeneration of Spanish economy is, under the current circumstances, a pressing matter for the country as a whole. Although the public administrations have broad responsibilities in this issue, civil society must also take on an active role. This objective will only be met if a certain cultural tradition is concluded: the tradition that enshrines safety, routine and employee status as the key to success in opposition to risk-taking, challenging creation, innovation and job creation.

Many Spanish citizens have brilliant and valuable ideas which could contribute to the creation of new wealth and general improvement of our society. Many of these are young and brave people, but they feel disoriented in an apparent lack of means and opportunities. We are very fortunate that our universities, encouraged by the Lisbon Strategy, have learned to enlarge their educational mission beyond traditional contents so as to train and assess in view of societal and economic utility. To hold a degree is no longer as important as participating, knowing how to work, creating alliances and persuading possible partners on the value of our projects.

Training entrepreneurs is a demanding task, and that is the main reason why this report seeks to raise awareness on the best services, programs and initiatives developed by Spanish universities. Hopefully, they will be used as models. Many graduates and undergraduates with great creative and managerial skills feel discouraged when confronted with business realities. Their lack of exposure to real business situations or environments often results in a perception of dullness, boredom and utter lack of emotions. But, what is more exciting than turning vocation into career, transforming personal interests and talent into profession, turning dreams into shared realities, and working in what we really like and enjoy? What better way is there to demonstrate business ethics than to practice them? Isn't success measured by the creation of wealth, jobs and progress?

The Ministry of Industry, Energy and Tourism, aware of the deficiencies in the promotion of an entrepreneurial culture in Spain, has decided to support the elaboration of this report, in which the different initiatives currently under development in Spanish universities are analyzed and the best practices identified, with the prime objective of offering higher education institutions a benchmarking tool which may facilitate and contribute to the design and implementation of new actions, or the improvement of existing activities, for the promotion and support of entrepreneurship.





## RESUMEN DEL ESTUDIO

### TÍTULO

Educación Emprendedora: Buenas Prácticas en la Universidad Española

### PALABRAS CLAVE

Educación Superior, Emprendimiento, Buenas Prácticas, Espacio Europeo de Educación Superior

### RESUMEN

El informe *Educación Emprendedora: Buenas Prácticas en la Universidad Española* presenta un conjunto de 112 buenas prácticas relacionadas con la enseñanza del emprendimiento en las universidades españolas.

Las buenas prácticas se han clasificado siguiendo un conjunto de diez categorías que incluyen formación no curricular, formación curricular, centros intensivos de emprendimiento, emprendimiento de base tecnológica, cátedras de emprendimiento, premios y concursos, programas internacionales y de movilidad, plataformas virtuales para el emprendimiento, redes de *networking*, además de colaboraciones u otras iniciativas. Esta clasificación es el resultado del informe *Educación emprendedora: Servicios y Programas de las Universidades Españolas*, en el que se han incluido con carácter exhaustivo todas las actividades, programas, iniciativas y servicios relacionados con el emprendimiento que cada una de las universidades españolas ofrece a sus estudiantes y exalumnos, según las informaciones publicadas por las propias universidades en sus páginas web oficiales.

Dicho informe también ha servido como base metodológica y de trabajo de campo en la medida en que se detectaron los equipos, unidades y especialistas responsables de la gestión y docencia del emprendimiento. Posteriormente se contactó a estos cargos y/o organismos por vía electrónica y telefónica para solicitar la cumplimentación del cuestionario tipo mediante el cual se han generado los contenidos de cada buena práctica, con los siguientes campos: nombre de la buena práctica, universidad, fecha de implantación, duración, origen de la idea, recursos dedicados, financiación, entidades colaboradoras, usuarios beneficiarios, relación de usuarios con respecto al año anterior, distribución por sexo, distribución por área de estudio, distribución por tipo de estudio, objetivos y descripción. Por lo tanto, la información ha sido redactada en cada caso por los expertos universitarios que gestionan efectivamente las iniciativas, asegurando su veracidad y exactitud.

## REPORT ABSTRACT

### TITLE

Entrepreneurial Education: Best Practices in Spanish Universities

### KEY WORDS

Higher Education, Entrepreneurship, Best Practices, European Higher Education Area

### ABSTRACT

The report *Entrepreneurial Education: Best Practices in Spanish Universities* presents 112 best practices related to the teaching of entrepreneurship in Spanish universities.

Best practices have been classified in accordance to a set of ten categories which include non-curricular education, curricular education, centers of intensive entrepreneurship, technology-based entrepreneurship, entrepreneurship chairs, prizes and competitions, international programs and mobility, virtual hubs for entrepreneurship, networking initiatives, as well as collaborations and other initiatives. This classification is the result of the report *Entrepreneurial Education: Programs and Services offered by Spanish Universities*, which covers all activities, programs, services and initiatives related to entrepreneurship offered by each Spanish university to its undergraduates and graduates, in accordance with the information published by the universities on their official websites.

The abovementioned report also established the methodological fundamentals and the fieldwork needed for the current report, insofar as it identified teams, units and experts responsible in each institution for managing the different initiatives and providing the training. These individuals were later addressed by e-mail and telephone and established as contact persons for the submission of a questionnaire on best practices in entrepreneurial education. The questionnaire included fields requesting information on the name of the best practice, name of the university, date of implementation, duration, origin of the idea, assigned resources (headcount), funding, collaborating institutions, gender, field of studies, type of studies, objectives and description. Information has therefore been written by the educational experts who have managerial and teaching responsibilities on the initiatives, thus ensuring its truthfulness and accuracy.





## INTRODUCCIÓN

El presente informe *Educación Emprendedora: Buenas Prácticas en la Universidad Española*, realizado por la Fundación Universidad-Empresa a petición del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, ha sido elaborado como continuación y complemento de otro informe, con fines y metodologías compartidas. Los dos informes ofrecen así una visión única y un diagnóstico conjunto sobre el emprendimiento en la educación superior española.

El primero de ellos, *Educación Emprendedora: Servicios y Programas de las Universidades Españolas*, ofrece un panorama exhaustivo de todas las actividades, iniciativas y programas sobre emprendimiento que llevan a cabo las 79 universidades españolas reconocidas por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. El segundo es el informe que sigue a continuación y en cuyas páginas se presentan aquellas iniciativas que cada universidad ha querido destacar como buena práctica.

La puesta en común de estos referentes tiene el innegable poder de fomentar cambios positivos hacia un mayor nivel de compromiso y de participación de la universidad en el entorno abierto de la innovación y el emprendimiento, confirmando qué tipo de acciones deben ser conservadas y en qué campos, por el contrario, existe margen de mejora.

## ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

El emprendimiento no ha sido una prioridad en las políticas públicas hasta hace relativamente pocos años. Sólo así se explica que no abundaran hasta la fecha informes o estudios que analizaran las actividades para el fomento del emprendimiento universitario a escala nacional, aunque muchas universidades sí han llevado a cabo o están desarrollando actualmente análisis con el objeto de identificar deficiencias y necesidades de manera que puedan diseñarse las políticas pertinentes.

El presente informe aspira a convertirse en una importante herramienta de consulta para los responsables de la toma de decisiones en la universidad, la política educativa y, cómo no, la empresa privada. Cada institución podrá verse en el espejo de toda la comunidad universitaria, inspirarse en los caminos ya recorridos por otros centros y afianzar sus iniciativas más punteras, además de favorecerse de la visibilidad que el informe otorga a actividades que en ocasiones no alcanzan la difusión que merecen. Las administraciones públicas locales, regionales y nacionales podrán encontrar caladeros de emprendedores en los que profundizar con políticas que refuercen la empleabilidad y, en especial, el autoempleo y la creación de puestos de trabajo, enriqueciendo así el tejido empresarial con una generación de pymes basadas en la tecnología y el

conocimiento más resilientes ante los ciclos económicos. Por último, empresas de todos los tamaños cuentan con una guía para acercarse a una universidad española cada vez más modernizada y a la búsqueda de sinergias, colaboraciones o fórmulas de cofinanciación.

## OBJETIVOS

- Conocer el estado de arte de la educación emprendedora en la universidad española para, a través de su análisis, alcanzar una serie de conclusiones y recomendaciones que puedan presentarse a las administraciones públicas para la implantación de un sistema nacional para el fomento del emprendimiento de alta calidad.
- Ofrecer un mapa global para que todas las partes interesadas en la educación emprendedora puedan establecer nuevas alianzas y promover nuevos proyectos con conocimiento de causa.
- Identificar programas en educación emprendedora que, por su metodología, carácter innovador o ámbito de actuación, merezcan ser implantados en otros entornos y ámbitos geográficos.

## METODOLOGÍA

El primer paso para la elaboración del informe era alcanzar a los puntos de contacto más adecuados en cada una de las 79 universidades españolas reconocidas por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. A partir de la información recabada en los trabajos preparatorios conducentes al informe *Educación Emprendedora: Servicios y Programas de las Universidades Españolas* se identificó a los equipos, unidades y especialistas responsables de la gestión y docencia del emprendimiento, pues solo ellos cuentan con el criterio suficiente para seleccionar Buenas Prácticas a partir de la experiencia sólida de su diseño, gestión, implementación y obtención de resultados. Estos puntos de contacto se incorporaron al proyecto por medio de llamadas telefónicas y mensajes electrónicos, solicitando su participación a través de un cuestionario tipo que podía ser cumplimentado de forma telemática (ver tabla 1) con un máximo de tres Buenas Prácticas por cada institución.

Una vez recabado el listado final de 112 Buenas Prácticas se han clasificado siguiendo el mismo criterio ya empleado en el informe *Educación Emprendedora: Servicios y Programas de las Universidades Españolas*: un conjunto de diez categorías, extraídas

*a posteriori*, que atendía equilibradamente a los criterios de sencillez, exhaustividad y coherencia. El resultado (ver listado de categorías y glosario a continuación) organiza las iniciativas comenzando por las más parecidas a la educación tradicional basada en clases magistrales y culminando en los proyectos más abiertos, transversales y participativos.

**Tabla 1: Campos del cuestionario online remitido a los puntos de contacto universitarios**

Nombre de la buena práctica

Universidad

Fecha de implantación

Duración

Origen de la idea

Recursos dedicados

Financiación

Entidades colaboradoras

Usuarios beneficiarios

Relación de usuarios con respecto al año anterior

Distribución por sexo

Distribución por área de estudio

Distribución por tipo de estudio

Objetivos

Descripción

## INTRODUCTION

The present report *Entrepreneurial Education: Best Practices in Spanish Universities* produced by Fundación Universidad-Empresa on demand of the Spanish Ministry of Industry, Energy and Tourism, belongs to a series of two reports which share a common methodology, goal and vision. Together, they offer a complete diagnosis on entrepreneurial education in Spanish universities.

The first report, *Entrepreneurial Education: Programs and Services offered by Spanish Universities* presents an exhaustive panorama on all activities, initiatives and programs carried out by the 79 Spanish universities (those officially recognized by the Spanish Ministry of Education, Culture and Sport) in the field of entrepreneurship. The second report, *Entrepreneurial Education: Best Practices in Spanish Universities*, focuses on the initiatives selected by each university as a best practice.

Pooling these references will undoubtedly contribute to foster higher commitment and participation of universities in the open environment of innovation and entrepreneurship, highlighting which type of initiatives should be continued and which should be improved upon.

## BACKGROUND AND JUSTIFICATION

Entrepreneurship was not a priority in public policies until recently. There is no other way to explain the shortage of reports and studies that analyze activities for the support of university entrepreneurship at a national level. However, many universities have developed internal analyses, or are currently undergoing such self-evaluations, with the intention of identifying needs, weaknesses and limitations, and of designing relevant policies to overcome these.

The current report has the aspiration of becoming an important tool for policy makers in universities, public administrations and private organizations. Each institution will see itself mirrored in the entire higher education community, may draw inspiration from the routes taken by other centers, and have the opportunity of consolidating its most advanced initiatives. Moreover, the report will result in a wider visibility of activities which occasionally do not reach the reputation deserved. Local, regional and public administrations will be in the position to address cohorts of entrepreneurs through new policies for employability, self-employment and job creation, thus contributing to the business network with a new generation of highly resilient knowledge-based ventures. Finally, companies of all sizes will find a guide on the increasingly modernized Spanish

universities which will certainly contribute to the birth of synergies, collaborations and co-funding schemes.

## OBJECTIVES

- Profile the state of the art on entrepreneurial education in Spanish universities and deliver a set of conclusions and recommendations to the public administrations for consideration in the implementation of a high quality national system for the promotion of entrepreneurship.
- Offer all stakeholders the understanding and knowledge needed to implement new projects, synergies and alliances in the field of entrepreneurial education.
- Identify entrepreneurial education programs that, due to their innovative nature, methodology or field of action, merit to be implemented in different environments and geographic areas.

## METHODOLOGY

Firstly, relevant contact persons were identified in each of the 79 Spanish Universities recognized by the Spanish Ministry of Education, Culture and Sport with the information compiled as a result of the elaboration of the report *Entrepreneurial Education: Programs and Services offered by Spanish Universities*. The Contact Persons are teams, units or experts that teach entrepreneurship or manage entrepreneurial education programs and services, and thus are able to select best practices based on the solid experience of their design, management, implementation and evaluation of results. Contact persons were invited to contribute to the report *Entrepreneurial Education: Best Practices in Spanish Universities* by means of telephone calls and e-mails in which they were asked to fill out an online questionnaire (see table 1) and select a maximum of three best practices from each of their institutions.

Once the final list of 112 best practices had been obtained, these were classified with the same criteria used in the report *Entrepreneurial Education: Programs and Services offered by Spanish Universities*. In other words, a set of ten categories (see list and glossary below) which follow the principles of simplicity, completeness and consistency and organize the best practices starting with those initiatives that are closer to traditional education based on teaching contents, and ending with more open, transversal and participative projects.

Table 1: Fields of the online questionnaire submitted to university POCs

Name of best practice
University
Date of implementation
Duration
Origin of the idea
Resources allocated (headcount)
Funding
Collaborating institutions
Users
Ratio of users current year/last year
Gender
Field of studies
Type of studies
Objectives
Description

**CLASIFICACIÓN  
DE BUENAS PRÁCTICAS  
Y GLOSARIO**

***CLASSIFICATION  
OF BEST PRACTICES  
AND GLOSSARY***



## CLASIFICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS Y GLOSARIO

Como se ha señalado con anterioridad, la presente clasificación es una de las conclusiones del informe *Educación Emprendedora: Servicios y Programas de las Universidades Españolas*. La extrapolación *a posteriori* de las actividades en el ámbito del emprendimiento llevadas a cabo por las 79 universidades españolas supone, como no puede ser de otra manera, una clasificación entre muchas posibles, útil en la medida en que sirva como **herramienta de diagnóstico** con la cual ordenar un panorama tan amplio como variado. Algunas iniciativas universitarias están claramente encuadradas en uno de los apartados y otras se encuentran a caballo entre dos o más categorías. Para valorar todas estas diferencias nos remitimos al cuerpo del informe.

El orden de las categorías se ha ordenado, además, siguiendo un criterio que podría denominarse de *protagonismo* o **grado de iniciativa**: los primeros términos son programas y propuestas de las universidades, están estructurados formalmente y se ofertan como itinerarios cerrados a los estudiantes; en los términos posteriores la universidad cede su papel central, ya sea al estudiante/emprendedor o a otras entidades, en un paradigma abierto y colaborativo. No puede ser de otra manera en el ámbito del emprendimiento, donde la universidad debe servir como punto de partida para el protagonismo de los emprendedores.

- A. Formación emprendedora no curricular\*
- B. Formación emprendedora curricular
- C. Centros de formación, asesoramiento e incubación de ideas de negocio
- D. Emprendimiento de base tecnológica
- E. Cátedras de emprendimiento
- F. Concursos de emprendimiento
- G. Programas internacionales para emprendedores
- H. Plataformas y redes virtuales de emprendimiento\*\*
- I. *Networking* para emprendedores
- J. Colaboraciones y otras actividades relacionadas con emprendimiento

En las páginas que siguen ofrecemos un glosario a modo de introducción a cada una de las categorías de la clasificación.

---

\* Incluye el reconocimiento de créditos ECTS

\*\* Incluye el Campus Virtual de la universidad

## A. FORMACIÓN EMPRENDEDORA NO CURRICULAR

Punto de partida de toda trayectoria profesional, la universidad suele ser también, para los jóvenes, el primer foco de exposición a la realidad de la iniciativa empresarial, por lo que es cada vez más frecuente que se ofrezcan contenidos específicos sobre emprendimiento para todos los estudiantes, incluidos los más jóvenes.

Es natural que estos contenidos tengan, al menos inicialmente, un carácter preparatorio y de motivación. Se trata de ilustrar cuáles son las herramientas, metodologías y actitudes necesarias para un emprendedor, promoviendo al mismo tiempo un espíritu proactivo capaz de crear un camino propio. Así, puede tratarse de conferencias de emprendedores, seminarios o cursos con una duración total inferior a 30 horas, incluyendo eventos de amplio aforo y notable repercusión mediática, como las Jornadas del Emprendedor.

Otras iniciativas para un público más avanzado y activo prestan atención individualizada y seguimiento continuo, combinando sesiones formativas con tutorías presenciales e incluso metodologías de «clase virtual». Se suele incidir en los primeros momentos del ciclo de vida de una empresa, incluyendo seminarios sobre financiación o talleres sobre metodologías de gestión.

A modo de puente entre la formación no curricular y la curricular, muchas universidades prevén el **reconocimiento de créditos ECTS** por la asistencia a este tipo de actividades.

## B. FORMACIÓN EMPRENDEDORA CURRICULAR

La formación emprendedora de carácter curricular suele consistir en asignaturas incluidas dentro de los planes de estudio, más comunes en los grados que en las antiguas licenciaturas. Puede tener carácter optativo u obligatorio, algo que depende tanto de la institución como de la titulación, y estar centrada en el propio proceso emprendedor, proponiendo la redacción de un **plan de empresa a modo de trabajo de asignatura**, o bien centrarse en la formación competencial transversal.

Algunas universidades están modernizando la oferta de los grados relacionados con la gestión empresarial. Mientras tradicionalmente se trataba de formación orientada a la dirección y gestión de sociedades, comienzan a nacer ambiciosos **títulos diseñados específicamente para formar emprendedores**.

Este tipo de enfoque se traslada inclusive a los másteres, ofertando, por ejemplo, MBA innovadores donde la figura del profesor docente se aproxima a la del consultor-facilitador que guía a los alumnos en los procesos de análisis y desarrollo.

## C. CENTROS DE FORMACIÓN, ASESORAMIENTO E INCUBACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO

Esta categoría aglutina a todas las entidades universitarias con técnicos en emprendimiento que acogen a potenciales emprendedores o emprendedores en activo para prestarles asesoramiento, apoyo material y un largo listado de servicios. Son excepción los parques científico-tecnológicos que, debido a su especificidad, están recogidos en el apartado D del presente glosario (Emprendimiento de Base Tecnológica).

Los centros de asesoramiento e incubación de ideas de negocio universitarios incluyen:

- **Servicios de prácticas y empleo\* y unidades de emprendimiento:** Prestan asesoramiento personalizado acerca de las metodologías necesarias para enfrentarse a una idea de negocio, identificar objetivos o planificar el seguimiento del proyecto. En ocasiones se trata de acciones de *mentoring*, donde un emprendedor experimentado muestran su saber hacer adquirido en contextos reales.

---

\* Centros de Orientación e Información de Empleo, Centros de Prácticas y Empleo, Servicios de Orientación Profesional, etc.

- **Preincubadoras:** Los técnicos de las preincubadoras prestan **asesoramiento gratuito** a emprendedores con una idea de negocio en ciernes. Aunque el servicio más habitual es la asistencia personalizada para realizar un plan de empresa detallado y realista, también se presta temporalmente el uso de la oficina, se ofrecen cursos formativos o se asesora en la búsqueda de financiación.
- **Viveros:** Los viveros ofrecen a emprendedores que hayan fundado una sociedad: 1) **oficinas amuebladas a bajo coste**, con salas de reuniones, salón de actos, cafetería, servicios de reprografía y similares compartidos; 2) **servicios** de información, asesoría jurídica, fiscal, laboral y contable, asesoramiento empresarial en orientación de negocio, financiación y subvenciones, diseño de prototipos, protección intelectual e industrial, promoción de la empresa, etc.
- **Centros o escuelas de emprendimiento:** Aglutinan todos los servicios a emprendedores de la institución madre, que suele ser una universidad privada, institución financiera o escuela de negocio. Centrados en un **perfil diferenciado**, combinan formación muy avanzada con servicios de asesoramiento en un **enfoque integral** que apoya también la mejora competitiva de empresas existentes.

## D. EMPRENDIMIENTO DE BASE TECNOLÓGICA

El emprendimiento de base tecnológica ha sido definido como las «maneras en las cuales los emprendedores hacen uso de recursos y estructuras para explotar **oportunidades tecnológicas emergentes**» (Liu et al., 2005). Situado en la encrucijada entre la investigación de carácter tecnológico y la gestación empresarial, las estructuras de las que disponen las universidades para apoyar estos proyectos críticos son, fundamentalmente:

**Parques científico-tecnológicos:** con gestión propia, están en contacto permanente con la universidad madre, otras universidades del entorno y centros de investigación.

Su misión es apoyar el nacimiento y crecimiento de *spin-off* universitarias y empresas de tecnología intensiva residentes en el propio parque, por lo que suelen alojar **preincubadoras y viveros con servicios especializados**.

- **Oficinas de Transferencia de los Resultados de Investigación (OTRI):** Fundadas a finales de los años 80, la OTRI de cada universidad es el punto de encuentro entre los grupos de investigación y el entorno empresarial. Fundamentalmente identifica resultados, evalúa su potencial de transferencia, gestiona contratos de investigación y patentes, etc. Desde 1997 la RedOTRI agrupa las OTRI de universidades y centros de investigación para colaborar con la articulación de las relaciones entre universidad y empresa con múltiples servicios centralizados.

## E. CÁTEDRAS DE EMPRENDIMIENTO

Algunas **grandes empresas** han puesto en marcha cátedras para el desarrollo de iniciativas emprendedoras. Tanto en el caso de la **Red de Cátedras Telefónica para el Emprendimiento de Base Tecnológica** como en las **Cátedras Bancaja Jóvenes Emprendedores**, se busca la colaboración con un número amplio de universidades de todo el territorio nacional. Las cátedras financian o cofinancian iniciativas que parten de las unidades de emprendimiento de las universidades, pero también abren sus propias convocatorias para inyectar inversiones notables en nuevos proyectos empresariales de estudiantes y exalumnos.

También existen **cátedras universitarias** centradas en mayor o menor grado en el emprendimiento y fundadas sin la colaboración de entidades privadas. Sus acciones incluyen cursos de iniciación al mundo emprendedor y a las nuevas tecnologías, cursos de análisis de experiencias reales de creación de empresas, monográficos de creación de empresas, conferencias, seminarios e investigaciones relacionadas con el mundo emprendedor y la nueva economía.

## F. CONCURSOS DE EMPRENDIMIENTO

Los concursos de emprendedores están orientados al apoyo de nuevos proyectos empresariales, así como a descubrir y potenciar las habilidades y capacidades de emprendimiento necesarias para la puesta en marcha de una iniciativa empresarial.

**Orientación de los concursos:**

- A la **idea**.
- A la elaboración de un **plan de empresa**.
- A la **puesta en marcha** de una empresa.
- A la **mejora** de la actividad.

**Modelos de concursos:**

- Presentación de una idea para acceder a un premio.
- Presentación de un plan de empresa para acceder a un tipo de asesoramiento concreto y después a una final.
- Concursos por fases o filtrando proyectos a través del cumplimiento de objetivos en diferentes estadios.

En rasgos generales, los concursos de emprendedores suelen pasar por **diferentes fases**:

- Preparación y presentación del proyecto a concurso.
- *Feedback* a los proyectos presentados (a todos o a los que alcanzan una determinada fase) para su replanteamiento y mejora.
- La presentación del proyecto ante distintos foros. Permite mejorar las habilidades personales, sociales y comunicativas, potenciar la marca como emprendedores y ampliar la red de contactos.
- Concesión del premio, pudiendo ser económico o de ayudas varias.

## G. PROGRAMAS INTERNACIONALES PARA EMPRENDEDORES

A partir de la Estrategia de Lisboa, la educación en el espíritu emprendedor ha sido definida como el motor para una cultura empresarial más dinámica, lo que ha derivado en el compromiso de los países miembros para reforzar los vínculos entre las instituciones educativas y las empresas, el desarrollo del espíritu de empresa en la educación y en la formación y el fortalecimiento de un **mercado común**.

Los programas internacionales para la **movilidad de emprendedores** tienen el objetivo de enseñar culturas empresariales avanzadas a través de estancias a jóvenes emprendedores, por lo que suelen realizarse entre ámbitos geográficos muy alejados. En este sentido, se fomenta la cultura emprendedora con vistas a las estrategias de **internacionalización**.

Las estancias pueden estar acompañadas de programas formativos que permitan integrar metodológicamente la experiencia de movilidad con el proyecto empresarial, incluyendo las claves culturales necesarias para dar el salto al exterior.

## H. PLATAFORMAS Y REDES VIRTUALES DE EMPRENDIMIENTO

Aunque muchísimas actividades centradas en el emprendimiento cuentan con plataformas de apoyo online, especialmente cuando la modalidad de enseñanza es semi-presencial, en este apartado se agrupan las iniciativas virtuales con entidad propia.

Todas las iniciativas de este tipo cuentan con las herramientas clásicas como chat, foro, mensajería directa subida y bajada de archivos. Existen plataformas cercanas al concepto de *e-learning*, con más protagonismo de los especialistas de la universidad. Sin embargo, la mayoría de las iniciativas son redes específicas para emprendedores que traducen la actividad del *networking* al contacto telemático. Puede tratarse de

plataformas con un carácter más cerrado para mantener en contacto a exalumnos, o de redes abiertas a cualquier emprendedor potencial, más cercana a una red social sectorial. Algunas de sus características distintivas son las siguientes:

- **Espacios virtuales** para la presentación de empresas o la demostración de productos.
- **Información** sobre convocatorias, actualidad, tendencias.
- **Conferencias** en *streaming* o diferido.
- Acceso a casos de **emprendedores de éxito**.
- **Enlaces** a instituciones de apoyo.
- **Servicios de asesoramiento**.

## I. NETWORKING PARA EMPRENDEDORES

Los eventos de *networking* pueden variar notablemente en cuanto a duración, afluencia, especialización u organización. En todos los casos se trata de espacios de interacción entre emprendedores y de emprendedores con otras partes interesadas, como mentores, empresarios, inversores, promotores e incluso administraciones públicas.

Escenario ideal para la presentación de proyectos, también son excelentes oportunidades para el hallazgo de **sinergias** entre iniciativas afines o complementarias, acceso a la inversión y generación de mercado.

En este apartado también se incluyen iniciativas de tipo asociativo y carácter permanente, como los **clubes de emprendedores**.

## **J. COLABORACIONES Y OTRAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EMPRENDIMIENTO**

Se incluyen en este apartado las acciones de emprendimiento que no tienen cabida en los apartados anteriores o son actividades iniciadas fuera de las universidades con participación de las mismas.

## CLASSIFICATION OF BEST PRACTICES AND GLOSSARY

As explained previously, the current classification is a result of the report *Entrepreneurial Education: Programs and Services offered by Spanish Universities*, and has been extrapolated a posteriori from the activities related to entrepreneurial education carried out by the 79 Spanish Universities. Logically enough, it is an option amongst many others, and will prove correct insofar as it is a useful **diagnosis tool** which puts some order in a scenario characterized by variety. Some initiatives belong very clearly in one category; others are midway between two or more.

Categories have been organized according to a principle of protagonism or **degree of initiative**: the first categories compile proposals and programs that belong to the universities, are formally structured and are offered to the student as complete and closed products, whereas other terms group together those actions in which the university transfers its centrality either to the student/entrepreneur himself or to other entities in an open and collaborative model. Indeed, this is the way to promote entrepreneurship: universities working as a launching hub for the entrepreneurs themselves.

- A. Non-curricular entrepreneurial education\*
- B. Curricular entrepreneurial education
- C. Training, assessment and business incubation centers
- D. Technology-based entrepreneurship
- E. Entrepreneurship chairs
- F. Competitions for entrepreneurs
- G. International programs for entrepreneurs
- H. Virtual hubs and networks for entrepreneurs\*\*
- I. Networking for entrepreneurs
- J. Collaborations and other activities related to entrepreneurship

In the pages that follow we offer a glossary of all the above listed categories.

---

\* Includes ECTS recognition

\*\* Includes Virtual Campuses

## A. NON-CURRICULAR ENTREPRENEURIAL EDUCATION

Universities are not only the starting point for career development but also the first place where students are exposed to business realities. It is therefore increasingly common to offer specific contents on entrepreneurship for all students, including new undergraduates.

Typically these contents will have a preparatory and motivational nature, illustrating tools, methodologies and attitudes necessary for an entrepreneur while promoting a proactive mindset which may create a personal path: lectures by entrepreneurs, seminars and courses of up to 30 hours, or large events with a public impact, such as the *Entrepreneur Days*.

Other initiatives for a more advanced and active audience provide personal assessment and tracking, combining training sessions with face-to-face mentoring and sometimes “virtual classroom” methodologies. The focus is usually set in the first stages of a new enterprise, including seminars on funding, or workshops on management methodologies.

Many universities grant **ECTS credits** for participation in these non-curricular activities.

## B. CURRICULAR ENTREPRENEURIAL EDUCATION

Curricular entrepreneurial education usually consists in certain subjects included in course curricula, and are more common in the new EHEA adapted degrees (Grados). Depending on the institution and degree, they may be optional or mandatory, and focus on the entrepreneurial process with the **assignment of a business plan**, or on transversal competences training.

Some universities are updating their academic offer in those Grados related to Business Administration. While traditionally these studies were aimed at future managers of already existing companies, new and ambitious **degrees have been designed specifically for training entrepreneurs**.

This approach is shared by official Masters programs. For instance, in some innovative MBAs the teacher resembles a consultant or facilitator that guides the students throughout the analysis and development processes.

## C. TRAINING, ASSESSMENT AND BUSINESS INCUBATION CENTERS

This category compiles all university centers or units that host entrepreneurship experts and deliver assessment, material support and different services to potential/active entrepreneurs, with the exception of scientific-technological parks, which have been included under the letter D of this glossary (Technology-Based Entrepreneurship).

Training, assessment and business incubation centers include:

- **Career centers and entrepreneurship units:** They deliver tailored counseling and assessment on the methodologies needed to start a business idea, identify objectives and plan project tracking. Occasionally they also offer mentoring actions, where an experienced entrepreneur shares his/her know-how acquired in real environments.
- **Preincubators:** Experts deliver **free assessment** to entrepreneurs who already entertain a business idea. Although the most common service offered is personalized support for the development of a detailed and realistic business plan, facilities and equipments are also temporarily made available, and training courses and advisement on financing options are provided.
- **Incubators:** Available for entrepreneurs who have already created a company: 1) low cost equipped offices, meeting rooms, lecture halls, cafeteria, shared printer/copier/fax and so on. 2) **services**, such as information, legal, tax, labour and accounting assistance, business counseling and orientation, financing and investments, prototype design, intellectual and industrial property, PR, etc.
- **Centers and schools for entrepreneurs:** They compile all services for entrepreneurs provided by the main institution –usually a private university, financial institution or business school. They focus on a **specific profile**, and combine very advanced training with assessment services in a **holistic approach** which also supports competitive improvements to existing companies.

## D. TECHNOLOGY-BASED ENTREPRENEURSHIP

Technology-Based Entrepreneurship has been defined as “ways in which entrepreneurs draw on resources and structures to exploit **emerging technology opportunities**” (Liu et al., 2005). At the crossroads of technological research and business creation, Spanish universities provide the following structures to support these critical projects:

- **Scientific-Technological Parks:** self-managed, they are in permanent contact with the mother institution, as well as with other nearby universities and research centers. Their mission is to support the birth and growth of university *spin-offs*, and technology intensive companies located at the park. For this reason their facilities normally include specialized business preincubators and incubators.
- **Research Transfer Offices (OTRI):** Founded in the late 80s, each Spanish university has its specific OTRI: the meeting point for research groups and companies. Their main activity consists in the identification of research results, analysis of their transfer potential, contract and patent management, etc. Since 1997 RedOTRI has acted as the network of all OTRI offices, promoting collaboration in stronger university-business relationships by means of centralized services.

## E. ENTREPRENEURSHIP CHAIRS

Some **large companies** have created chairs for the development of entrepreneurial education in collaboration with universities. Two examples are the **Telefónica Network of Technology-Based Entrepreneurship Chairs** (*Red de Cátedras Telefónica para el Emprendimiento de Base Tecnológica*) and the **Bancaja Entrepreneurship Chairs** (*Cátedras Bancaja Jóvenes Emprendedores*). In both cases, the goal is to reach the widest number of partners across the country. Typically, these chairs fund and cofund initiatives driven by university experts, but they may also open their own calls and invest liberally in new business projects promoted by undergraduates, graduates and alumni.

In other cases, private institutions fund or co-fund entrepreneurship chairs in one given university. Their actions may include motivation courses, introduction to new technologies for business, case studies, start-up workshops, lectures, seminars, and research on the world of entrepreneurship and the new economy.

## F. COMPETITIONS FOR ENTREPRENEURS

Entrepreneurship competitions target new business projects, as well as the detection and support of skills and capacities needed to set up a new venture.

Aim of the **competitions**:

- The **idea**.
- Elaboration of a **business plan**.
- **Set-up** of a company.
- **Improvement** of business activities.

Competition **models**:

- Present an idea to access the prize.
- Present a business plan to access assessment and subsequently a final round.
- Stage contests: filter projects upon completion of different partial goals.
- On general terms, entrepreneurship competitions usually comprise **different phases**:

Preparation and submission of the project.

- Feedback to submitted projects (to all or to those reaching a certain stage) for its revision and improvement.
- Project presentation to different audiences. This activity enhances personal, social and communication skills, multiplies the new brand and broadens the contact network.
- Prize award (economic or of different nature).

## G. INTERNATIONAL PROGRAMS FOR ENTREPRENEURS

Since the Lisbon Strategy was deployed, entrepreneurial education has been defined as the engine for a more dynamic business culture, resulting in the commitment of Member States to reinforce linkages between higher education institutions and companies, to develop business culture in education, and to consolidate the **common market**.

International programs for the **mobility of entrepreneurs** aim at teaching advanced business cultures to young entrepreneurs with short stays abroad. For this reason, they are usually carried out between remote regions. In this sense, entrepreneurial culture is promoted through **internationalization** strategies.

Stays may be complemented with training programs that methodologically integrate the mobile experience and the business project, including cultural keys needed to move abroad successfully.

## H. VIRTUAL HUBS AND NETWORKS FOR ENTREPRENEURS

Many entrepreneurial education activities –especially hybrid courses– provide online support platforms. However, this section only includes fully online initiatives.

All these actions have classic online tools such as chats, forums, direct messaging, file upload/download. Some are very close to the e-learning concept, with a higher participation of university experts; many are social networks specifically designed for entrepreneurs which translate the reality of networking into telematics. The case may be about closer platforms that communicate alumni, or open networks for any potential entrepreneur –similar to a specialized professional social network. These are some of the defining features:

- **Virtual spaces** for company presentations and product demonstrations.
- **Information** on calls, news, trends.
- **Lectures** (streaming, live broadcasting, recorded sessions).

- Access to **success stories**.
- **Links** to supporting institutions.
- **Counseling services**.

## I. NETWORKING FOR ENTREPRENEURS

**Networking events** differ greatly from one another in duration, attendance, degree of specialization or scope. In all cases, they promote the interaction of entrepreneurs with other entrepreneurs and stakeholders such as mentors, businessmen and managers, investors, business angels and public administrations.

A perfect setting for the presentation of new projects, they also offer excellent opportunities for emerging markets, identification of **synergies** between similar or complementary initiatives, and access to investors and financing.

Associative and permanent initiatives, such as the **entrepreneur clubs**, are also included in this section.

## J. COLLABORATIONS AND OTHER ACTIVITIES RELATED TO ENTREPRENEURSHIP

This section includes any actions not fitting into the abovementioned categories or those driven by external institutions with the participation of one or more universities.





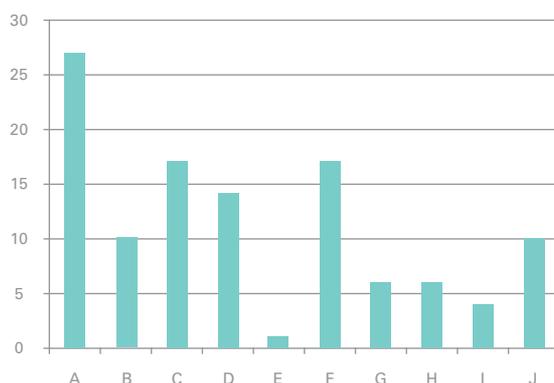
## PRINCIPALES CONCLUSIONES

- 38 de las 112 Buenas Prácticas corresponden a formación, con un claro predominio de la no curricular sobre la curricular. Sin embargo, un gran número de las universidades reconocen con créditos ECTS la participación en cursos extracurriculares, promocionando así la participación de los estudiantes de cualquier titulación. Por otra parte, la formación no curricular suele tener un carácter de introducción. Será importante realizar un seguimiento de la evolución de la oferta formativa, especialmente por lo que respecta a la proporción entre la formación curricular y la no curricular.
- Los concursos de emprendimiento son ya una práctica muy extendida. Es previsible el aumento de la participación de estudiantes a lo largo de los próximos años, la estabilización de cierto número de estos programas e incluso el nacimiento de iniciativas semejantes en otras universidades y a escala interuniversitaria. Una gran parte de los concursos combinan el componente competitivo con una fase previa de asesoramiento o preincubación de la idea de negocio. También es muy apreciada la experiencia de presentación y defensa de las ideas en un contexto de presión y competición reales, ya que prepara para situaciones generales ante posibles inversores. La tasa de ganadores y finalistas que terminan creando una empresa real (sea o no la misma idea presentada al concurso) es muy elevada.
- A modo de aclaración es necesario anotar que, pese al reducido número de Buenas Prácticas incluidas en el apartado E) Cátedras de emprendimiento, el peso específico de estas realidades está en aumento, según se ha detectado en el informe *Educación Emprendedora: Servicios y Programas de las Universidades Españolas*. Sin contar las iniciativas presentes en más de una universidad, 17 universidades cuentan con cátedras propias de patrocinio que se ocupan directa o indirectamente de emprendimiento. Su menor visibilidad en este informe de Buenas Prácticas se debe a que no son iniciativas concretas, sino focos desde los cuales se organizan o cofinancian múltiples iniciativas de características muy distintas. Se ha añadido el icono  en la ficha identificativa de todas las buenas prácticas en las que colabora una cátedra de emprendimiento para compensar esta falta de visibilidad.
- Se echan en falta programas de fomento del emprendimiento que aprovechen las especialidades en los que pueda destacar cada universidad. Es cierto que, además de los programas típicamente universitarios para el fomento del emprendimiento de base tecnológica y el apoyo a la transferencia de los resultados de investigación, la así llamada Economía Social también está siendo objeto de tratamiento diferenciado. Sin embargo, apenas se han desarrollado

estrategias para formar a profesionales emprendedores de forma sistemática. Así, por ejemplo, las ingenierías informáticas, de telecomunicaciones, o incluso industriales, además del área sanitaria y de las ciencias de la vida, tienen un enorme potencial para la generación de *spin-off* y la creación de empleo, pero a menudo se desaprovechan los primeros años de formación.

- Se están dando grandes pasos para que los estudiantes dejen de sentir que el desarrollo de nuevas actividades económicas es algo ajeno a su paso por la universidad; sin embargo, son todavía escasas las experiencias que consiguen integrar efectivamente el proceso emprendedor en el núcleo de las «obligaciones» universitarias.
- En continuidad con los anteriores puntos, cabe esperar que en el futuro aumenten las colaboraciones entre distintas escuelas, facultades e incluso universidades para reunir a estudiantes de perfiles diversos en equipos multidisciplinares, prefigurando la diversificación de tareas existente en todo tipo de organizaciones empresariales.

## DISTRIBUCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS POR CATEGORÍA



A. Formación emprendedora no curricular  
 B. Formación emprendedora curricular  
 C. Centros de formación, asesoramiento e incubación de ideas de negocio  
 D. Emprendimiento de base tecnológica  
 E. Cátedras de emprendimiento

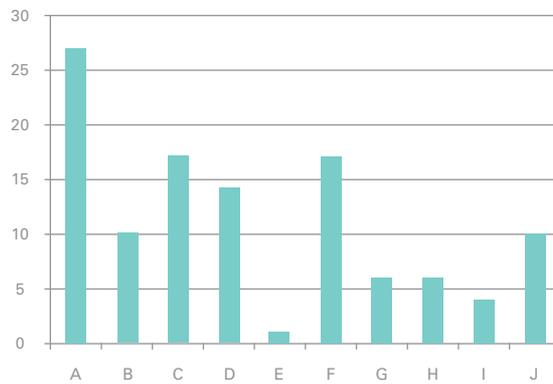
F. Concursos de emprendimiento  
 G. Programas internacionales para emprendedores  
 H. Plataformas y redes virtuales de emprendimiento  
 I. Networking para emprendedores  
 J. Colaboraciones y otras actividades relacionadas con emprendimiento

## MAIN CONCLUSIONS

- 38 out of 112 best practices correspond to training, where non-curricular courses clearly outnumber the curricular ones. However, many universities offer ECTS recognition for the non-curricular activities, thus promoting student participation across faculties. Moreover, non-curricular courses are usually of introductory nature. It will be important to track the evolution of courses on offer, especially regarding the curricular/non-curricular ratio.
- Entrepreneurship competitions are quite widespread. Expectations for the years to come include an increase in student participation, consolidation of certain programs, new initiatives in different universities and the creation of inter-university schemes. Many contests combine competition with a previous element of counseling and business idea preincubation. Moreover, project presentation and defense under pressure and in a competitive context is highly appreciated, as it trains for the future negotiation with investors in real situations. The ratio of winners and finalists who end up creating a real company (be it the same idea or a new one) is very high.
- Despite the fact that few best practices are listed in section E) Entrepreneurship Chairs, these represent a growing trend, as detected in the report *Entrepreneurial Education: Programs and Services offered by Spanish Universities*. Excluding networks that are active in more than one institution, 17 universities have their own chairs directly or indirectly dedicated to entrepreneurship. Although chairs are core units of management and funding of numerous actions, their low visibility in this report is due to the selection of more specific best practices at a lower level. In order to enhance visibility, the icon  has been added to all best practices in which an entrepreneurship chair is involved.
- There is a lack of specialized programs. Even though there are many actions for the support of technology ventures, research transfer and even social economy, there are scarcely any policies or strategies to support professional entrepreneurs. For instance, Computer Engineering, IT, Industrial Engineering, Life and Bio Sciences have an enormous potential for the generation of *spin-offs* and the creation of new jobs; however, the promotion of entrepreneurship and entrepreneurial culture is not enhanced in the first years of university education.
- Important steps are being taken so that students stop feeling that the development of economic activities is alien to their higher education. However, very few experiences integrate the entrepreneurial process at the core of academic “obligations”.

- In the coming years, an increase in collaboration between different schools, faculties and even universities may be expected, specially geared to the creation of multidisciplinary teams, in a preliminary simulation of task diversification in any business venture.

### DISTRIBUTION OF BEST PRACTICES BY CATEGORY



- A. Non-curricular entrepreneurial education
- B. Curricular entrepreneurial education
- C. Training, assessment and business incubation centers
- D. Technology-based entrepreneurship
- E. Entrepreneurship chairs

- F. Competitions for entrepreneurs
- G. International programs for entrepreneurs
- H. Virtual hubs and networks for entrepreneurs
- I. Networking for entrepreneurs
- J. Collaborations and other activities related to entrepreneurship





# A. FORMACIÓN EMPREDEDORA NO CURRICULAR



# APRENDER A EMPRENDER EN LA UNIVERSITAT JAUME I



## UNIVERSITAT JAUME I

Cátedra d'innovació Creativit t  
i Aprenentatge (INCREA)



### PARÁMETROS

#### FECHA DE IMPLANTACIÓN

23/03/2012

#### DURACIÓN

144 horas

#### ORIGEN DE LA IDEA

A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

#### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: De 2 a 5 personas

#### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

#### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 52

En el curso académico 2010/11: 52

#### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 25 %

Mujeres: 75 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

#### ENTIDADES COLABORADORAS

Organizaciones y/o asociaciones empresariales:

Centro Europeo de Empresas

Innovadoras-Castellón

Otros:

EADE-Consulting Junior (empresa de la UJI)

# APRENDER A EMPRENDER EN LA UNIVERSITAT JAUME I

## OBJETIVOS

El programa Aprender a Emprender desarrollado por la Cátedra INCREA quiere llegar también a los estudiantes de bachiller y ciclos formativos. La finalidad de este programa es fomentar en este colectivo de estudiantes el desarrollo de habilidades transversales relacionadas con el comportamiento emprendedor. Los objetivos que se persiguen en estos talleres son:

1. Que el estudiante de secundaria y/o ciclos formativos tome conciencia de la importancia de tener una actitud emprendedora en la vida, tanto en el ámbito personal como profesional.
2. Que el estudiante de secundaria y/o ciclos formativos entienda que el espíritu emprendedor es algo que se puede desarrollar.
3. Que el estudiante de secundaria y/o ciclos formativos valore algunos de los conocimientos, habilidades y actitudes que hay que desarrollar para mejorar las capacidades propias como emprendedor y cómo se relacionan con su crecimiento personal y profesional.

## DESCRIPCIÓN

Para ello, desde la Cátedra INCREA se han organizado cuatro talleres en los que los estudiantes trabajarán las principales habilidades transversales directamente relacionadas con el emprendedurismo. Se utilizarán para ello metodologías activas que otorgan a los estudiantes un papel crucial en la adquisición de las distintas competencias emprendedoras.

### TALLER 1: MOTIVACIÓN EMPRENDEDORA

1. Éxito personal: vocación y capacidad personal como combinación para una vida de disfrute continuo.

2. Capacidad emprendedora: elemento básico para desarrollar.
3. Definiendo metas emprendedoras.
4. Cómo elaborar un plan de acción personal emprendedor.

## TALLER 2: INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD

1. Innovación y creatividad: los grandes aliados para luchar por tus sueños.
2. Bloqueos y limitaciones para la creatividad.
3. Desarrollando la creatividad personal: técnicas y herramientas.
4. Ser un innovador: ¿es posible?

## TALLER 3: IMAGEN PERSONAL Y COMUNICACIÓN

1. Marca personal: estrategia, imagen y comunicación.
2. ¿Quién soy? ¿Quién dicen que soy?
3. Tomando el control de mi imagen.
4. Comunicación eficaz: principios y herramientas.

## TALLER 4. INTELIGENCIA EMOCIONAL

1. Inteligencia emocional y éxito personal y profesional.
2. ¿Quién soy? ¿Quién quiero ser?
3. Las emociones: tus mejores aliadas. Estrategia de autoconocimiento y auto-control emocional.
4. Relacionándote con eficacia. Disfrutando y encontrando sentido en cada relación.

### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT JAUME I:

- Workshop: enseñanza y aprendizaje desde una perspectiva creativa: la asignatura pendiente **110**
- NETEC. Negocios tecnológicos y basados en el conocimiento **215**

# CHARLAS DE EMPRENDEDORES

---

## UNIVERSIDAD SAN JORGE

Unidad de Orientación Profesional y Empleo



---

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

20/03/2012

### DURACIÓN

3 horas

### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado.

Experiencias anteriores propias.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: De 2 a 5 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 40

En el curso académico 2010/11: 10

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 30 %

Mujeres: 70 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias Sociales y Jurídicas: 100 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

---

## ENTIDADES COLABORADORAS

Otras empresas:

Barbacil Comunicación, Miljaus

Producciones, 3Lemon

## CHARLAS DE EMPRENDEDORES

### OBJETIVOS

Sensibilizar y motivar a los alumnos de asignaturas relacionadas con el emprendimiento.

### DESCRIPCIÓN

Charlas de emprendedores del sector para dar consejos y explicar anécdotas basadas en su propia experiencia y relacionadas con distintas partes del temario de la asignatura de emprendimiento:

- Diseño del proyecto empresarial, las decisiones del emprendedor.
- Con los pies en el suelo: viabilidad económica de la empresa comunicativa.
- Ejecución y consolidación del proyecto empresarial.
- Claves para ser un buen timonel.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD SAN JORGE:

- Becas Viveros de Emprendedores Grupo San Valero **145**
- Jornadas de Emprendeduría Transfronteriza **291**

# CROSS DEL EMPRENDEDOR

## UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA

Centro de Orientación, Empleo  
y Emprendizaje



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2011

### DURACIÓN

9 meses

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: De 5 a 10  
personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 50

En el curso académico 2010/11: 15

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 30 %

Mujeres: 70 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 20 %

Ciencias: 10 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 60 %

Ingeniería y Arquitectura: 10 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 90 %

Antiguo alumno: 10 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## ENTIDADES COLABORADORAS

Institución educativa:

IESEK

## CROSS DEL EMPRENDEDOR

### OBJETIVOS

Fomentar actitudes y competencias emprendedoras.

### DESCRIPCIÓN

Programa transversal de las 10 competencias emprendedoras más importantes para las empresas que debe reunir/desarrollar una persona, tanto si trabaja por cuenta ajena como si se autoemplea (emprende).

## CURSO «QUÉ HACE FALTA SABER PARA CREAR UNA EMPRESA»



### UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Cátedra URV-Empresa de emprendeduría y creación de empresas



### PARÁMETROS

#### FECHA DE IMPLANTACIÓN

Octubre 2011

#### DURACIÓN

8 horas

#### ORIGEN DE LA IDEA

A raíz de una colaboración con otras organizaciones.

#### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: Menos de 2 personas

#### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 25 %  
Administración regional: 75 %

#### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 89  
En el curso académico 2010/11: 89

#### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 51 %  
Mujeres: 49 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## CURSO «QUÉ HACE FALTA SABER PARA CREAR UNA EMPRESA»

### OBJETIVOS

Proporcionar instrumentos concretos que faciliten el proceso de creación de empresas a los asistentes del curso. Es de carácter instrumental.

### DESCRIPCIÓN

Curso práctico de ocho horas de duración en el que se describe todos los pasos a seguir para crear una empresa. Se compone tanto de material didáctico como práctico.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI:

- Red de Emprendeduría Universitaria (XEU) **183**
- Club del emprendedor **325**
- Coordinación en la gestión de las becas de estudiantes para trabajar en las *spin-off* **335**
- Jornada de capital riesgo **289**
- Programa de internalización de las *spin-offs* **297**

# CURSO DE CONOCIMIENTO EMPRESARIAL: EMPRESA, INNOVACIÓN Y CAPACIDAD EMPRENDEDORA

UNIVERSITAT DE GIRONA

Universidad-Empresa



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2009

### DURACIÓN

3 meses

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: De 5 a 10 personas

### FINANCIACIÓN

Programas europeos: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 221

En el curso académico 2010/11: 101

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 49 %

Mujeres: 51 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias: 50 %

Ingeniería y Arquitectura: 50 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1º y 2º ciclo: 32 %

Máster/Títulos propios de postgrado: 68 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Universidades españolas:

Universidad de Zaragoza

Universidades extranjeras:

Universidad de Toulouse II Le Mirail

## **CURSO DE CONOCIMIENTO EMPRESARIAL: EMPRESA, INNOVACIÓN Y CAPACIDAD EMPRENDEDORA**

### **OBJETIVOS**

- Dar a conocer las actividades de la empresa y el emprendimiento.
- Ampliar y consolidar el conocimiento de la innovación y los factores que facilitan una mejor competitividad empresarial.
- Facilitar su integración en las empresas.

### **DESCRIPCIÓN**

Como continuidad de la actividad formativa se pretende la integración en empresas de los estudiantes que hayan realizado el curso.

Los estudiantes que finalicen satisfactoriamente el curso podrán obtener una beca de prácticas profesionales de 3 meses de duración (100 horas) recibiendo una ayuda en concepto de dietas y desplazamientos.

# CURSO EN PROMOCIÓN DE LA CULTURA DEL EMPRENDIZAJE

UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SAN ANTONIO

Departamento de Investigación



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2006

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias.  
Experiencias nacionales de probado éxito.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: *Sin especificar*

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 80 %  
Administración local: 20 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 200  
En el curso académico 2010/11: 20

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 50 %  
Mujeres: 50 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias: 10 %  
Ciencias de la Salud: 40 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 40 %  
Ingeniería y Arquitectura: 10 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 85 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 10 %  
Doctorado: 5 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Administración Regional:

Fundación Séneca Murcia

# CURSO EN PROMOCIÓN DE LA CULTURA DEL EMPRENDIZAJE

## OBJETIVOS

- Analizar los valores sociales y competencias personales en torno a la iniciativa emprendedora.
- Contrastar materiales educativos y pedagógicos dirigidos a la capacidad creativa y emprendedora del profesorado y el alumnado.
- Caracterizar y comparar internacionalmente la actividad emprendedora en la Comunidad de Murcia.
- Debatir fórmulas de reconocimiento social del hecho de emprender.
- Evaluación de medidas de apoyo al hecho de emprender.
- Presentar buenas prácticas y experiencias de fomento de la cultura emprendedora en el sistema educativo y en la sociedad.

## DESCRIPCIÓN

Con el fin de promover una Universidad de la innovación y del conocimiento se plantea el desarrollo del espíritu de emprender y de creación de empresas como una estrategia vital para el devenir de una sociedad emprendedora. Ello precisaría diseñar y desarrollar políticas de actuaciones en torno a la promoción de sistemas de enseñanza/aprendizaje del espíritu empresarial, incorporando la gestión participativa, que incluya el desarrollo de los conocimientos, capacidades, actitudes y cualidades personales adecuadas a la edad y al desarrollo de las personas en procesos de formación; y al fomento del espíritu de emprender y de creación de empresas.

### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SAN ANTONIO:

- Concurso IDEA **263**

# ESCUELA DE VERANO PARA PROFESORES MOTIVADORES DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR



## UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Vicerrectorado de Orientación Académica  
y Profesorado



### PARÁMETROS

#### FECHA DE IMPLANTACIÓN

13 julio 2009

#### DURACIÓN

1 semana

#### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias. Experiencias internacionales de probado éxito.

#### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: Menos de 2 personas

#### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 13 %

Administración nacional: 61 %

Patrocinio de empresas o instituciones: 18 %

Matrículas profesores participantes: 8 %

#### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 190

En el curso académico 2010/11: 40

#### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 43 %

Mujeres: 57 %

#### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 7 %

Ciencias: 18 %

Ciencias de la Salud: 16 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 50 %

Ingeniería y Arquitectura: 9 %

#### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Doctorado: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Universidades españolas

Universitat de València, Universidad de Córdoba,  
Universidad de La Laguna y Universidad de Valladolid

Parques científicos y/o tecnológicos

Parc Científic de la Universitat de València;  
Parque Científico Universidad de Valladolid;  
Parque Científico Tecnológico de Córdoba; Parque  
Científico y Tecnológico de Tenerife

Entidades financieras

Fundación Bancaja

Organizaciones y/o asociaciones empresariales

Confederación Empresarial Valenciana

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro

Fundación Universidad-Empresa de Valencia  
(ADEIT); Fundación Canaria Empresa Universidad  
de La Laguna; Fundación Universitaria para el  
Desarrollo de la provincia de Córdoba; Fundación  
General de la Universidad de Valladolid

Administración Central

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte

Administración Regional

Generalitat Valenciana

# ESCUELA DE VERANO PARA PROFESORES MOTIVADORES DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR

## OBJETIVOS

La Escuela de Verano para Profesores Motivadores del Espíritu Emprendedor que realiza la Universitat de València en el 2012 cuenta, para lograr el desarrollo de sus objetivos, con la experiencia obtenida en tres anteriores ediciones. Esta 4ª edición forma parte del proyecto RE4. Todas ellas han contado con el apoyo de la Fundación Bancaja.

La Fundación Universidad-Empresa de Valencia, ADEIT, institución promovida por el Consell Social de la Universitat de València y constituida en 1989, tiene como objetivo principal fortalecer las relaciones entre la Universitat y su entorno económico y social. Sus actividades están respaldadas por un Patronato compuesto por miembros de la Universidad y por algunas de las empresas y entidades más representativas de la Comunidad Valenciana, centrándose en tres ejes fundamentales: formación, empleo e innovación. En el área objeto del presente proyecto la Fundación fue pionera en la constitución de una Cátedra de Cultura Empresarial en el año 1999, que surge fruto de la necesidad manifestada por los propios empresarios, coincidiendo con los estudios realizados en la Comunidad Valenciana a este respecto de fomentar la iniciativa y divulgar el espíritu de empresa, haciéndola atractiva entre los universitarios, en total sintonía con la Agenda de Oslo y el primer principio de la Ley de la Pequeña Empresa.

Los objetivos que persigue la IV Escuela de Verano son los siguientes:

Estimular el espíritu empresarial y cultivar una actitud más emprendedora entre los jóvenes.

- Organización de una Escuela de Verano para la formación en el ámbito del espíritu empresarial de profesores universitarios.
- Facilitar el intercambio de experiencias entre los profesores implicados en la motivación empresarial de los jóvenes universitarios.
- Implicar a los profesionales y empresarios en la transmisión de sus conocimientos para facilitar el aprendizaje de los docentes universitarios.

- Dotar a los profesores universitarios de las herramientas adecuadas para poder transferir los conocimientos adquiridos a sus alumnos.
- Generar una red de profesores y expertos en el ámbito del emprendimiento con el fin de apoyar sus actuaciones futuras.

## DESCRIPCIÓN

La Red Española para la Motivación de los Estudiantes Universitarios en Espíritu Emprendedor (RE4) ha sido promovida por la Universitat de València y su Fundació Universitat-Empresa, ADEIT, a través de la Cátedra de Cultura Empresarial de la Universitat, junto a las Universidades de Córdoba, La Laguna y Valladolid.

El proyecto está financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en el marco del Programa de Atención Integral y Empleabilidad de los Estudiantes Universitarios, al amparo de la Orden EDU/3536/2011, de 12 de diciembre. Forman parte de RE4 las fundaciones vinculadas a la cooperación universidad-empresa, cátedras Banca Jóvenes Emprendedores y parques científicos de las cuatro universidades.

La ejecución del proyecto se realizará en el año 2012, siendo su objetivo mejorar la empleabilidad de los estudiantes universitarios, fomentando para ello su espíritu emprendedor a través de la acción de sus profesores.

Para facilitararlo se desarrollarán escuelas de verano para profesores universitarios motivadores del espíritu emprendedor con el soporte de la Universitat de València, que pone a disposición de RE4 la experiencia adquirida en las tres ediciones de la escuela de verano organizadas por su Fundació Universitat-Empresa ADEIT, a través de la Cátedra de Cultura Empresarial.

Las actuaciones a través de las cuales se desarrollará el proyecto son las siguientes:

Reunión de puesta en común por parte de los socios del proyecto RE4 en la sede de la CRUE y constitución de la comisión de seguimiento del proyecto.

- Preparación de un taller de formación de formadores para su posterior impartición de las respectivas escuelas de verano de Córdoba, La Laguna, Valencia y Valladolid.
- Organización de las cuatro escuelas de verano para profesores en las universidades socias del proyecto.

- Creación de una comunidad de conocimiento compartido en la que puedan coincidir los profesores que han participado en las cuatro escuelas de verano y sus formadores.
- Motivación de los profesores universitarios a los estudiantes en el aula aplicando la metodología obtenida durante su participación en las escuelas de verano.
- Colaboración entre los profesores que han asistido como alumnos a las 4 escuelas de verano y sus formadores a través de la comunidad de conocimiento compartido para compartir soluciones a los problemas que les vaya generando la metodología aplicada.
- Realización de los seminarios de seguimiento en cada universidad para detectar los casos de buenas prácticas en motivación de espíritu emprendedor entre los estudiantes universitarios.
- Organización y realización en Valencia de la jornada de presentación de buenas prácticas y resultados del proyecto.

## METODOLOGÍA

Las sesiones presenciales serán impartidas por un equipo de profesores procedentes de la universidad y la empresa, que intervendrán de forma coordinada provocando que las sesiones sean participativas, dinámicas, prácticas y con el fin de obtener en cada una de ellas un material que facilite a los alumnos profesores el poner en práctica en sus aulas los diversos contenidos.

La estructura que se propone, con carácter general, para las diferentes sesiones, es la siguiente:

Exposición por parte de experto (profesor, empresario o profesional).

- Taller/Dinámica de grupo.
- Debate y puesta en común.
- Conclusiones y recomendaciones.

- Elaboración de un material que sirva posteriormente en el aula.
- Asimismo, la Escuela de Verano contará con el Aula Virtual de la Fundación como herramienta de soporte antes, durante y después de las sesiones presenciales. El Aula Virtual permitirá a los alumnos presentarse y entrar en contacto con otros alumnos previamente a las sesiones presenciales. Durante el curso los materiales de mayor relevancia se irán incorporando al Aula Virtual y, tras las sesiones presenciales, continuará abierta para debatir o intercambiar cuestiones que puedan haber quedado pendientes.

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA:**

- I Concurs de Projectes Emprenedors **270**
- Manual para redactar el Plan de Empresa de una *spin-off* **213**
- Semillero Empresarial **225**

# ESCUELA DE VERANO: GESTIÓN DE LA CREATIVIDAD EN LA SOCIEDAD DE LA INNOVACIÓN



UNIVERSITAT DE BARCELONA

Cátedra de Iniciativa Emprendedora



UNIVERSITAT DE BARCELONA



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2009

### DURACIÓN

2 semanas

### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado.  
Experiencias anteriores propias.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: Más de 20 personas

### FINANCIACIÓN

Administración nacional: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 210  
En el curso académico 2010/11: 70

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 60 %  
Mujeres: 40 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 40 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 10 %  
Antiguo alumno: 50 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Universidades españolas:

Universidades extranjeras:

Escuelas de negocio:

Centros de investigación:

Parques científicos y/o tecnológicos:

Entidades financieras:

Otras empresas:

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:

Administración Central:

Administración Regional:

Administración Local:

Entidades:

UPC

HEC Montréal

ESADE

IBEC, IREC

PCB, BKC

Banco Santander

Olivia Hub, Infonomia, Index Book,  
Air Transat, Roca Barcelona Gallery,  
Modulmax, etc

FBG-UB, Fundació Alicia

Ministerio de Ciencia e Innovación

Generalitat de Catalunya

Ayuntamiento de Barcelona

Bureau du Quebec, CitiLab, Museu

Marítim de Barcelona, Centre d'Art Santa

Mònica, Ciutat del Teatre

## ESCUELA DE VERANO: GESTIÓN DE LA CREATIVIDAD EN LA SOCIEDAD DE LA INNOVACIÓN

### OBJETIVOS

- Aprender y comparar prácticas creativas de distintos ámbitos: gestión, arte, ciencia, industria...
- Mejorar la capacidad creativa e innovadora de las organizaciones. Utilizar la diversidad cultural para generar nuevas ideas.
- Generar y consolidar una red internacional de personas comprometidas con la creatividad y la innovación. Facilitar la captación de joven talento creativo.
- Potenciar la propia capacidad creativa. Trabajar en proyectos creativos.

### DESCRIPCIÓN

La Escuela de Verano «Gestión de la Creatividad en la Sociedad de la Innovación» es un programa intensivo de dos semanas, íntegramente en inglés, que se desarrolla una semana en Montréal y otra en Barcelona.

El curso, de carácter internacional, intercultural, interdisciplinario e intergeneracional, permite comparar las prácticas de creatividad e innovación de distintas disciplinas (gastronomía, ciencia y tecnologías, industrias culturales, diseño y arquitectura, etc.) en un contexto de dos ciudades (Barcelona y Montréal) reconocidas entre las más creativas del mundo.

En un formato dinámico, multidisciplinario e interactivo, pone énfasis en talleres, presentaciones de ponentes de reconocido prestigio y visitas a organizaciones creativas.

Se dirige a estudiantes de postgrado, profesionales creativos, gestores públicos, académicos e investigadores de ámbito internacional.

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT DE BARCELONA:**

- Xarxa d'Emprendeduria Universitaria **187**
- Workshop de Creación de Empresas de La Universidad De Barcelona **108**

# FORMACIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL Y DESARROLLO DE PLAN DE NEGOCIO

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID

Programa de Creación de Empresa



POLITÉCNICA

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2007

### DURACIÓN

40 horas

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias.  
Experiencias internacionales de probado éxito. A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: De 2 a 5 personas

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 400  
En el curso académico 2010/11: 150

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 70 %  
Mujeres: 30 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ingeniería y Arquitectura: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del último curso académico (2010/11)

### ENTIDADES COLABORADORAS

Escuelas de negocio:

Industriales Escuela de Negocios-UPM

# FORMACIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL Y DESARROLLO DE PLAN DE NEGOCIO

## OBJETIVOS

El Programa de Creación de Empresas UPM siempre ha considerado un factor clave para el éxito de una iniciativa emprendedora el tener acceso a formación específica en materias de gestión empresarial. Tiene más sentido si cabe en el entorno de la Universidad Politécnica de Madrid, donde el perfil de los participantes es fundamentalmente de arquitectos e ingenieros y, aunque es justo reconocer que la tendencia está cambiando en los últimos años, su formación específica en gestión empresarial orientada a la creación de empresas es pequeña o incluso nula en alguno de los casos.

Los objetivos de esta formación son:

- Aportar conocimientos estructurados a los emprendedores participantes para analizar la viabilidad de su idea de negocio.
- Consolidar equipos equilibrados entorno a un proyecto común.
- Dar a los alumnos herramientas para ser eficaces en la venta de su proyecto empresarial ante clientes, inversores y socios.
- Transformar una idea de negocio con potencial en un proyecto empresarial de alto valor.

## DESCRIPCIÓN

Un plan de negocio tiene un propósito fundamental que es el de atraer a socios e inversores y convencerles de que el proyecto empresarial propuesto es una oportunidad única que no pueden dejar escapar.

Pero además es un ejercicio perfecto para que el equipo promotor del proyecto pueda definir objetivos, establecer un calendario de hitos y anticiparse a los problemas que seguro terminarán por aparecer.

Es por eso que la formación ofrecida desde el Programa de Creación de Empresas UPM, está dirigida a aportar conocimientos básicos para la eficaz redacción de un plan de negocio.

Los módulos se estructuran en sesiones teórico-prácticas que sirven para adquirir conocimientos que permitan a los asistentes comenzar en la elaboración del plan de empresa.

Se cuenta con la colaboración de la Escuela de Negocios IEN Politécnica que facilita el acceso a diversos recursos.

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID:**

- Competición de Creación de Empresas, ACTÚAUPM **242**
- Laboratorio de expertos **162**

# FORMACIÓN PARA PROFESORES

## UNIVERSIDAD DE CANTABRIA

Centro de Orientación, Información  
y Empleo (COIE)



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2010

### DURACIÓN

20 horas

### ORIGEN DE LA IDEA

A partir de un estudio para determinar  
las necesidades en emprendimiento en  
su universidad.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: Menos de 2  
personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 120  
En el curso académico 2010/11: 40

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 60 %  
Mujeres: 40 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 10 %  
Ciencias: 20 %  
Ciencias de la Salud: 5 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 10 %  
Ingeniería y Arquitectura: 55 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## FORMACIÓN PARA PROFESORES

### OBJETIVOS

Versar a los profesores y personal de investigación de la UC en autoempleo para su propio aprovechamiento y para que se lo trasmitan a sus alumnos.

### DESCRIPCIÓN

Información, motivación y conocimientos básicos de autoempleo.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE CANTABRIA:

- INMA **75**
- Módulo de Emprendimiento en Másteres Oficiales de la Universidad de Cantabria **124**

# INMA

---

## UNIVERSIDAD DE CANTABRIA

Centro de Orientación, Información  
y Empleo (COIE)



---

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2003

### DURACIÓN

4 horas

### ORIGEN DE LA IDEA

A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas

Personal experto externo: Menos de 2 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 61 %

Administración local: 39 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 1.000

En el curso académico 2010/11: 154

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 66 %

Mujeres: 34 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 3,20 %

Ciencias: 3,20 %

Ciencias de la Salud: 3,96 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 38,87 %

Ingeniería y Arquitectura: 50,77 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

---

### ENTIDADES COLABORADORAS

Administración Local:

Servicio Cántabro de Empleo

## INMA

### OBJETIVOS

Informar y motivar a los universitarios de la creación de una empresa como una alternativa válida de empleabilidad.

### DESCRIPCIÓN

Se desarrollan temas claves: habilidades emprendedoras, obtención de idea de negocio y desarrollo de plan de negocio.

En cada una de estas sesiones invitamos a un emprendedor que salió de la Universidad de Cantabria y les cuenta su experiencia personal.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE CANTABRIA:

- Módulo de Emprendimiento en Másteres Oficiales de la Universidad de Cantabria **124**
- Formación para Profesores **73**

# ITINERARIO DE AUTOEMPLEO

---

## UNIVERSIDAD DE JAÉN

Secretariado de Prácticas de Empresa,  
Empleo, Emprendedores y Egresados



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

Febrero 2012

### DURACIÓN

6 meses

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas

Personal experto externo: Menos de 2 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 20 %

Administración regional: 80 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 66

En el curso académico 2010/11: 66

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 40 %

Mujeres: 60 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

---

### ENTIDADES COLABORADORAS

Administración Regional:

Junta de Andalucía

## ITINERARIO DE AUTOEMPLEO

### OBJETIVOS

El objetivo principal del Itinerario de Autoempleo es que el alumnado adquiera un conjunto de competencias, actitudes, aptitudes y prácticas para desarrollar una actividad emprendedora durante su formación universitaria, potenciando la figura de la persona emprendedora y la importancia del autoempleo como una forma de desarrollo personal y profesional y, al mismo tiempo, favorecer su empleabilidad por cuenta propia.

### DESCRIPCIÓN

El Itinerario de Autoempleo es una nueva iniciativa que se enmarca dentro del Plan de Formación Práctica para la Empleabilidad de la Universidad de Jaén, aprobado por Consejo de Gobierno de la UJA, en sesión nº 8 de fecha 23 de noviembre de 2011.

Con el Plan de Formación Práctica para la Empleabilidad la Universidad de Jaén pretende facilitar al alumnado que tenga superados, al menos, el 50 % de los créditos de su plan de estudios, formación teórica-práctica sobre emprendimiento a través del Itinerario de autoempleo, en paralelo a la oferta ya existente en nuestra institución de prácticas externas extracurriculares.

El Itinerario de Autoempleo se desarrolla en colaboración con el Centro de Apoyo al Desarrollo Empresarial de la Provincia de Jaén (CADE), Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza, organismo dependiente de las Consejerías de Empleo y la de Economía, Innovación y Ciencia de la Junta de Andalucía.

Desde el primer momento el CADE mostró su interés y receptividad para colaborar con la Universidad de Jaén en esta iniciativa, pionera en Andalucía, ya que el CADE ha puesto a disposición de este proyecto todos sus recursos humanos e instalaciones.

El Itinerario de Autoempleo se compone de un módulo teórico-práctico de 60 horas de duración, impartido en 15 sesiones de 4 horas cada una. Con posterioridad los alumnos tienen que realizar un plan de empresa tutorizado por un técnico del CADE. La superación del módulo teórico-práctico y del plan de empresa conlleva el reconocimiento académico de créditos para los estudiantes de la UJA.

Actualmente hay 66 alumnos realizando la primera edición del Itinerario de Autoempleo, repartidos en tres grupos reducidos que permiten un mejor aprovechamiento e interacción entre técnicos y alumnado.

Las sesiones del módulo teórico-práctico comenzaron a desarrollarse el día 20 de febrero de 2012 y finalizaron el 8 de junio de 2012, antes del comienzo del periodo oficial de exámenes.

Está previsto el contacto directo del alumnado que realiza el Itinerario de Autoempleo con emprendedores alojados en las instalaciones del CADE de Jaén, así como visitas a otros CADES de la provincia y a las instalaciones de Geolit, Parque Científico y Tecnológico.

Por parte de la Universidad de Jaén estamos muy interesados para que esta iniciativa, pionera en el conjunto de las universidades andaluzas, se consolide en próximos cursos, para que sean muchos los estudiantes de la UJA que se beneficien con el fin último de la creación de empresas y la generación de empleo.

# JORNADAS DE MOTIVACIÓN EMPREDEDORA

**UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA**  
Universidad Castilla-La Mancha-EMPRENDE



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2011

### DURACIÓN

10 horas

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias.  
Experiencias nacionales de probado éxito. A raíz de una colaboración con otras organizaciones.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 5 a 10 personas  
Personal experto externo: De 5 a 10 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 20 %  
Patrocinio de empresas o instituciones: 80 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 1749  
En el curso académico 2010/11: 374

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 60 %  
Mujeres: 40 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 10 %  
Ciencias: 5 %  
Ciencias de la Salud: 5 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 40 %  
Ingeniería y Arquitectura: 40 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1º y 2º ciclo: 90 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 5 %  
Doctorado: 5 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Parques científicos y/o tecnológicos:	PCYTA Albacete
Organizaciones y/o asociaciones empresariales:	CEEI y AJE Castilla-La Mancha
Administración Regional:	Factoría de Emprendedores

# JORNADAS DE MOTIVACIÓN EMPREDEDORA

## OBJETIVOS

- Desmitificar tópicos que acompañan a la figura del emprendedor, de los empresarios y de la creación de empresas.
- Generar y difundir la cultura emprendedora entre la comunidad universitaria.

## DESCRIPCIÓN

Charlas impartidas por:

- Jóvenes emprendedores y exalumnos convertidos en empresarios que trasladan, de manera informal, personal y directa, su experiencia real a los alumnos comentando sus vivencias.
- Personal técnico especializado en las distintas facetas de la puesta en marcha de proyectos empresariales (financiación, gestión, etc.).
- Animadores (*coaching*).

### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA:

- V Curso de Generación de Ideas Innovadoras y Proyectos Emprendedores **106**
- Subprograma de Creación y Gestión de Empresas de Base Tecnológica (*spin-offs*) **228**

# PASAPORTE DEL EMPRENDEDOR



## UNIVERSIDAD DE OVIEDO

Empleabilidad



Universidad  
de Oviedo  
1608-2008

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2011

### DURACIÓN

25 horas

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: Menos de 2 personas

### FINANCIACIÓN

Administración regional: 50 %

Patrocinio de empresas o instituciones: 50 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 70

En el curso académico 2010/11: 0

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 40 %

Mujeres: 60 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 30 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 40 %

Ingeniería y Arquitectura: 30 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Entidades financieras:

Cátedra Banca Jóvenes Emprendedores

Administración Regional:

Principado de Asturias

## PASAPORTE DEL EMPRENDEDOR

### OBJETIVOS

Desarrollar un conjunto de habilidades vinculadas con la experiencia emprendedora de los estudiantes universitarios.

### DESCRIPCIÓN

En torno a cinco seminarios se enfoca el desarrollo de habilidades de:

- Creatividad, trabajo en equipo y liderazgo.
- Capacidad de gestión de redes sociales.
- Comunicación oral y escrita.
- Elaboración de un plan de negocio.

Una versión se realiza íntegramente en inglés.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE OVIEDO:

- Taller de cine emprendedor **98**
- Programa Estincoacher de Apoyo al Emprendimiento Internacional **299**

# PROGRAMA DE CREACIÓN ACERTADA DE UN *BUSINESS PLAN*

**UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID**  
Vicerrectorado de Estudiantes y Empleo



**Universidad Europea de Madrid**  
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2011-12

### DURACIÓN

4 meses

### ORIGEN DE LA IDEA

A raíz de una colaboración con otras organizaciones. A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas  
Personal experto externo: Menos de 2 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 20  
En el curso académico 2010/11: 0

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 75 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 25 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Otras empresas:

Consultora

## PROGRAMA DE CREACIÓN ACERTADA DE UN *BUSINESS PLAN*

### OBJETIVOS

Guiar a estudiantes emprendedores de distintas áreas académicas de la UEM en la elaboración de un *business plan* acertado, en un entorno de *coworking*, para impulsar el desarrollo de iniciativas emprendedoras entre nuestros estudiantes.

### DESCRIPCIÓN

En el programa participa una representación de estudiantes de todas las facultades y escuelas de la UEM, tanto de grado como de postgrado, que son elegidos tras un proceso de selección. Durante las sesiones trabajan juntos en un entorno colaborativo que favorece el intercambio de opiniones y el enriquecimiento de las distintas ideas de negocio.

El programa se desarrolla en cuatro sesiones (una al mes) de 5 horas de duración. Las sesiones están dirigidas por un experto internacional en emprendimiento y durante las mismas se trabaja en la consolidación de la idea, la viabilidad de la misma y el desarrollo de cada una de las áreas de un plan de empresa.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID:

- Premios Jóvenes Emprendedores Sociales de la UEM **274**
- Proyecto Emprendedores Innova Social **90**

# PROGRAMA DE FOMENTO DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR

## UNIVERSIDAD EUROPEA MIGUEL CERVANTES

Centro de Orientación, Información  
y Empleo (COIE)



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2008-2009

### DURACIÓN

1 curso académico

### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas

Personal experto externo: Menos de 2 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 425

En el curso académico 2010/11: 113

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 60 %

Mujeres: 40 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 10 %

Ciencias: 25 %

Ciencias de la Salud: 15 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 15 %

Ingeniería y Arquitectura: 35 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 90 %

Antiguo alumno: 10 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Parques científicos y/o tecnológicos:

CEEI Castilla y León, Cedetel

Otras empresas:

Empresas de reciente constitución

Cámaras de Comercio:

Valladolid

Organizaciones y/o asociaciones empresariales:

Asociación Iniciativas Empresariales,

Iniciador Valladolid

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:

Secot, Cooperativas de Castilla y León

# PROGRAMA DE FOMENTO DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR

## OBJETIVOS

El Programa de Fomento del Espíritu Emprendedor tiene como objetivos:

- Hacer atractiva y provechosa la creación de empresas y la emprendeduría como opción mercantil y laboral.
- Poner en valor la importancia de la creación de empresas y su posible crecimiento.
- Fomentar una cultura derivada del mundo empresarial y, más en particular, del espíritu emprendedor.
- Promover la formación de futuros empresarios, valorando la innovación y el espíritu emprendedor y fomentando sus actitudes, capacidades y habilidades.
- Acercar la relación universidad-empresa al conjunto de la Comunidad mediante la difusión de las actividades a través de UEMC-TV.
- Fomentar la participación en el Concurso Campus Emprende.
- Ayudar a los alumnos y exalumnos emprendedores en la difusión y promoción de las empresas que creen a través de la página «Emprendedores de la UEMC».

En definitiva, el Programa de Fomento del Espíritu Emprendedor pretende contribuir al crecimiento empresarial y social de nuestra Comunidad, favoreciendo la creación de empresas, su innovación y el espíritu emprendedor mediante la formación de futuros empresarios y su difusión a través de UEMC-TV.

## DESCRIPCIÓN

Las acciones enmarcadas en el Programa de Fomento del Espíritu Emprendedor se dividen en dos líneas de actuación: acciones de formación y acciones de divulgación.

Las acciones de formación pueden ser:

- Presentaciones de empresas: Charlas dirigidas a los miembros de la comunidad universitaria cuya formación sea más próxima al sector de la empresa ponente. En cada uno de esos seminarios, el ponente, generalmente un alto cargo, presenta su empresa (su estructura, su política de recursos humanos, sus productos, su volumen de negocio, los mercados en los que opera...) y expone la historia de la creación de la empresa, los perfiles laborales más demandados por la empresa y las salidas profesionales del sector.
- Jornadas de encuentro con emprendedores: Estas acciones, dirigidas a cualquier persona que tenga cierto interés e iniciativa emprendedora, serán fundamentalmente de dos tipos: seminarios sobre creación de empresas, en los que se expondrán los trámites necesarios para la creación y puesta en funcionamiento de una empresa y las oportunidades y apoyos que ofrecen las instituciones públicas para crear una empresa; y el Día del Emprendedor en la UEMC, jornada en la cual intervendrán empresarios emprendedores que expondrán a los asistentes, su experiencia, errores, aciertos, problemas, ayudas y anécdotas ocurridas durante la creación de su empresa.
- Talleres y Cursos: Pensados para dar a conocer los conocimientos y las herramientas necesarias para motivar y ayudar a los miembros de la comunidad universitaria en la realización de su propio plan de empresa. Se pretende estimular las ideas empresariales, mostrar los pasos necesarios que hay que dar a la hora de crear una empresa y facilitar el proceso de realización de un plan de empresa.

Las acciones de divulgación, en colaboración con la Productora de la UEMC, responsable de UEMC-TV, mediante la difusión de vídeos de las acciones de formación (talleres, presentaciones de empresas y jornadas de encuentro con emprendedores) a través de un canal especial de UEMC-TV, el canal Empresa, el Programa de Fomento del Espíritu Emprendedor contribuirá a generar riqueza emprendedora en la Comunidad de Castilla y León, pues pondrá a disposición no sólo de la comunidad universitaria, sino de cualquiera que acceda a dicho canal por internet, los contenidos de dichos eventos.

De forma particular se apoyará a los ex-alumnos de la UEMC que hayan demostrado su espíritu emprendedor, con la comunicación de sus experiencias y con la difusión

de sus proyectos empresariales y emprendedores. Con ello se pretende promover la participación de los emprendedores dentro de su entorno empresarial y buscar la iniciativa de otros posibles emprendedores latentes entre el alumnado. Dicha divulgación se desarrollará, igualmente, desde UEMC-TV, haciendo protagonista al individuo y a su empresa y, dentro de un escenario más global, a la sociedad, que debe felicitarse por su éxito empresarial.

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD EUROPEA MIGUEL DE CERVANTES:**

- UEMCPRENDE **185**

# PROYECTO EMPRENDEDORES INNOVA SOCIAL

UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID

Vicerrectorado de Estudiantes y Empleo



Universidad  
Europea de Madrid

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2011-12

### DURACIÓN

5 meses

### ORIGEN DE LA IDEA

A raíz de una colaboración con otras organizaciones. A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 5 a 10 personas

Personal experto externo: De 5 a 10 personas

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 500

En el curso académico 2010/11: 0

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:

Fundación Domus Labora

Fundación Nexo Empleo

## PROYECTO EMPRENDEDORES INNOVA SOCIAL

### OBJETIVOS

Promover el desarrollo de iniciativas emprendedoras mediante la realización de talleres formativos con estudiantes y profesores, así como mediante la organización de una jornada gratuita dirigida a técnicos de autoempleo de Universidades, Fundaciones y Servicios Públicos de Empleo de la Comunidad de Madrid.

### DESCRIPCIÓN

Proyecto organizado por la Fundación Universidad Empresa, la Fundación Domus Labora y la Fundación Nexo Empleo, con la subvención del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

Se han impartido ocho talleres para estudiantes de todas las facultades y escuelas de la UEM, incluido el Centro Profesional UEM, donde se imparten CFGS. Los talleres se han centrado en desarrollar el espíritu emprendedor entre los estudiantes, motivándoles para emprender mediante la generación de ideas y modelos de negocio.

También se han realizado ocho talleres para profesores, principalmente dirigidos a los que dirigen proyectos fin de carrera, para dotarles de herramientas que les permitan motivar a los estudiantes para emprender.

Por último, se ha organizado una Jornada titulada «Orientación para la iniciativa emprendedora» en la que distintos ponentes de reconocido prestigio en el ámbito del emprendimiento han facilitado herramientas de utilidad a técnicos de autoempleo para fomentar y guiar en el desarrollo de iniciativas emprendedoras.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID:

- Premios Jóvenes Emprendedores Sociales de la UEM **274**
- Proyecto Emprendedores Innova Social **90**

# SEMINARIO DE EMPRENDEDORES LUIS IRISARRI

## UNIVERSIDAD PONTIFICIA COMILLAS

Oficina de Transferencia de Resultados  
e Investigación (OTRI)



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

Curso 2004/05

### DURACIÓN

40 horas

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: De 10 a 20  
personas

### FINANCIACIÓN

Patrocinio de empresas o instituciones: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 722

En el curso académico 2010/11: 60

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 50 %

Mujeres: 50 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 100 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## ENTIDADES COLABORADORAS

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:

Club Empresarial ICADE

## SEMINARIO DE EMPRENDEDORES LUIS IRISARRI

### OBJETIVOS

Fomentar y desarrollar el espíritu emprendedor entre los alumnos de ICADE.

### DESCRIPCIÓN

Transmisión de experiencias reales por parte de empresarios y directivos.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA COMILLAS:

- Asociación Emprendedores Comillas **321**
- Premio Proyecto Empresarial ICADE **272**

# SEMINARIO EMPRENDE 21

## UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Servicio de Cooperación Empresarial  
y Promoción de Empleo



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2005

### DURACIÓN

1 semana

### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado.  
A raíz de una colaboración con otras  
organizaciones.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: De 10 a 20  
personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 40 %  
Administración regional: 60 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 4200  
En el curso académico 2010/11: 600

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 60 %  
Mujeres: 40 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 6 %  
Ciencias: 4 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 50 %  
Ingeniería y Arquitectura: 40 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1º y 2º ciclo: 90 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 10 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## ENTIDADES COLABORADORAS

Administración Regional:

Diputación de Málaga, Foro Provincial para  
la Cultura Emprendedora e Innovadora

## SEMINARIO EMPRENDE 21

### OBJETIVOS

El objetivo principal del Seminario Emprende 21 es despertar las inquietudes empresariales o emprendedoras entre la población de la provincia de Málaga y, muy especialmente, entre el colectivo universitario malagueño, mostrando ejemplos de otras iniciativas innovadoras existentes en nuestro país.

### DESCRIPCIÓN

Emprende 21 es uno de los mayores eventos formativos dirigidos a emprendedoras/es que, con carácter permanente, se realizan en Andalucía.

Se trata de una jornada de varios días de duración en la cual se ofrece a los asistentes, en su gran mayoría estudiantes universitarios, una serie de conferencias que son impartidas por importantes representantes de empresas, tanto a nivel nacional como internacional, además de algún ejemplo de empresa recientemente constituida por universitarios, donde se explican las diferentes trayectorias seguidas por ellos, así como los avatares con los que se han encontrado en este camino y las soluciones que han ido encontrando.

Además se aporta una visión clara de todas las iniciativas, tanto públicas como privadas, de apoyo a la creación de empresas. Estas instituciones, incluida la UMA, ofrecen al final del Seminario una serie de talleres en el ámbito del emprendimiento en sus distintas sedes.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA:

- Programa *Spin-off* de Creación de Empresas en el ámbito universitario **276**

# SEMINARIOS DE FOMENTO DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR



UNIVERSIDAD DE ALCALÁ

Servicio de Orientación al Estudiante



Universidad  
de Alcalá

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2007

### DURACIÓN

4 horas

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: Menos de 2 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 80 %

Administración regional: 20 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 1.000

En el curso académico 2010/11: 150

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 45 %

Mujeres: 55 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 5 %

Ciencias: 20 %

Ciencias de la Salud: 35 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 20 %

Ingeniería y Arquitectura: 20 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1º y 2º ciclo: 80 %

Máster/Títulos propios de postgrado: 20 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Parques científicos y/o tecnológicos:

Entidades financieras:

Administración Regional:

Parque tecnológico: Tecnoalcalá

Cátedra Banca Jóvenes Emprendedores

Comunidad de Madrid

## SEMINARIOS DE FOMENTO DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR

### OBJETIVOS

Fomentar el espíritu emprendedor y estimular la creación de empresas entre la población universitaria, explicándoles que el empleo por cuenta propia es otra salida laboral.

### DESCRIPCIÓN

Organización de seminarios que abordan la mayoría de los temas de interés para los emprendedores, así como el desarrollo de una parte importante dedicada al debate sobre la iniciativa empresarial. Estos seminarios están destinados a estudiantes universitarios.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE ALCALÁ:

- Taller de competencias emprendedoras **100**

# TALLER DE CINE EMPRENDEDOR



UNIVERSIDAD DE OVIEDO

Empleabilidad



Universidad  
de Oviedo  
1608-2008

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2009

### DURACIÓN

25 horas

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: Menos de 2 personas

### FINANCIACIÓN

Administración regional: 50 %  
Patrocinio de empresas o instituciones: 50 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 80  
En el curso académico 2010/11: 30

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 20 %  
Mujeres: 80 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 20 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 60 %  
Ingeniería y Arquitectura: 20 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Entidades financieras:  
Administración Regional:

Cátedra Banca Jóvenes Emprendedores  
Principado de Asturias

## TALLER DE CINE EMPRENDEDOR

### OBJETIVOS

Acercar la problemática del emprendedor a los estudiantes a través de un ciclo de películas y conferencias seguidas de debates.

### DESCRIPCIÓN

En torno a cinco películas, se analizan aspectos estratégicos del emprendimiento siguiendo como elemento conductor el argumento de cinco películas comerciales.

Previamente se ha distribuido información de las películas y un documento sobre el emprendedor.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE OVIEDO:

- Pasaporte del Emprendedor **82**
- Programa Estincoacher de apoyo al emprendimiento internacional **299**

# TALLER DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS

UNIVERSIDAD DE ALCALÁ

Servicio de Orientación al Estudiante



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2007

### DURACIÓN

15 horas

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: Menos de 2 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 250

En el curso académico 2010/11: 30

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 45 %

Mujeres: 55 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 15 %

Ciencias: 10 %

Ciencias de la Salud: 5 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 45 %

Ingeniería y Arquitectura: 25 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 95 %

Máster/Títulos propios de postgrado: 5 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## TALLER DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS

### OBJETIVOS

- Analizar las ventajas e inconvenientes de la autogeneración del empleo.
- Conocer los pasos necesarios para desarrollar un proyecto empresarial.
- Identificar ideas emprendedoras que generen propuestas empresariales.

### DESCRIPCIÓN

Tener iniciativa y creatividad son cada vez competencias más demandadas por las empresas. Además el llevar a cabo un proyecto empresarial propio es otra salida importante a tener en cuenta a la hora de incorporarse al mercado laboral. Se trabaja mucho estas habilidades y otras muchas relacionadas con ellas y con el emprendimiento. Y se practica la elaboración de un plan empresarial.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE ALCALÁ:

- Seminarios de fomento del espíritu emprendedor **96**

# TALLERES DE EMPRENDIMIENTO EN COLABORACIÓN CON PROFESIONALES DE DIFERENTES SECTORES

## UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ÁVILA

Servicio de Prácticas e Información  
para el empleo



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2011

### DURACIÓN

1 semana

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias. A raíz de una colaboración con otras organizaciones.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: Menos de 2 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 80 %  
Patrocinio de empresas o instituciones: 20 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 30  
En el curso académico 2010/11: 30

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 50 %  
Mujeres: 50 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias: 10 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 60 %  
Ingeniería y Arquitectura: 30 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1º y 2º ciclo: 90 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 10 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## ENTIDADES COLABORADORAS

Otras empresas:

Michelin

## TALLERES DE EMPRENDIMIENTO EN COLABORACIÓN CON PROFESIONALES DE DIFERENTES SECTORES

### OBJETIVOS

Proporcionar a futuros emprendedores las herramientas básicas para una eficiente gestión económica de su empresa.

### DESCRIPCIÓN

Impartición de cursos por parte de profesionales para ayudar a futuros empresarios a gestionar de manera eficiente su empresa.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ÁVILA:

- Atención personalizada al emprendedor **143**

## TESTIMONIO DE ANTIGUOS ALUMNOS EMPRENDEDORES

---

**UNIVERSITAT ABAT OLIBA**  
Servicio de Prácticas y empleo



### PARÁMETROS

**FECHA DE IMPLANTACIÓN**

Curso 2011/12

**DURACIÓN**

50 horas

**ORIGEN DE LA IDEA**

A raíz de una colaboración con otras organizaciones.

**RECURSOS DEDICADOS**

Personal propio: Menos de 2 personas  
Personal experto externo: *Sin especificar*

**FINANCIACIÓN**

Fondos propios: 100 %

**USUARIOS**

Desde el inicio de la buena práctica: 34

**DISTRIBUCIÓN POR SEXO\***

Hombres: 70 %

Mujeres: 40 %

**DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\***

Ciencias Sociales y Jurídicas: 100 %

**DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\***

Grado/Estudios de 1º y 2º ciclo: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

---

**ENTIDADES COLABORADORAS**

Otras empresas:

Cisco Systems

## TESTIMONIO DE ANTIGUOS ALUMNOS EMPRENDEDORES

### OBJETIVOS

Aportar experiencias emprendedoras de antiguos alumnos.

### DESCRIPCIÓN

Se trata de reforzar el contenido de cada uno de los módulos del curso de creación de empresas con la experiencia que sobre la materia tenga algún emprendedor que además sea antiguo alumno de la Universidad.

# V CURSO DE GENERACIÓN DE IDEAS INNOVADORAS Y PROYECTOS EMPRENDEDORES

UNIVERSIDAD DE CASTILLA  
LA MANCHA

Universidad Castilla-La Mancha-EMPRENDE



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2011

### DURACIÓN

2 meses

### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado.  
Experiencias anteriores propias. A raíz de una colaboración con otras organizaciones.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 5 a 10 personas  
Personal experto externo: De 5 a 10 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 20 %  
Patrocinio de empresas o instituciones: 80 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 589  
En el curso académico 2010/11: 173

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 60 %  
Mujeres: 40 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 10 %  
Ciencias: 5 %  
Ciencias de la Salud: 5 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 40 %  
Ingeniería y Arquitectura: 40 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1º y 2º ciclo: 90 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 5 %  
Doctorado: 5 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Organizaciones y/o asociaciones empresariales: Centro Europeo de Empresas e Innovación  
Administración Regional: Factoría de Emprendedores

# V CURSO DE GENERACIÓN DE IDEAS INNOVADORAS Y PROYECTOS EMPRENDEDORES

## OBJETIVOS

Conocer los valores de la cultura emprendedora, adquirir los conocimientos básicos y recibir la formación y la capacitación necesaria para generar ideas innovadoras y realizar un proyecto emprendedor viable e iniciar el proceso de puesta en marcha para la creación de una empresa.

## DESCRIPCIÓN

Curso con una duración de 50 horas lectivas realizado en los distintos campus de la Universidad donde se aborda la figura del emprendedor, la idea de negocio y finalmente el plan de negocio.

Durante los últimos años viene desarrollándose en modo semi-presencial con el apoyo de una plataforma online.

Al final de cada edición se hace coincidir (para que los participantes puedan presentar sus planes de negocio) con la convocatoria de los Premios Capital Semilla donde la UCLM aporta premios en metálico vinculados a la puesta en marcha del proyecto de negocio.

Con esta actividad se cumple con el ciclo que se propone para el fomento de la cultura emprendedora: Motivación Emprendedora (jornadas de motivación)–Formación para el Emprendimiento (Curso de Generación de Ideas Innovadoras)–Implementación de proyectos (premios capital semilla).

### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA:

- Jornadas de Motivación Emprendedora **80**
- Subprograma de Creación y Gestión de Empresas de Base Tecnológica (*spin-offs*) **228**

# WORKSHOP DE CREACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSITAT DE BARCELONA



UNIVERSITAT DE BARCELONA

Càtedra de Iniciativa Emprendedor



UNIVERSITAT DE BARCELONA



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2006

### DURACIÓN

1 jornada

### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: Menos de 2 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 960

En el curso académico 2010/11: 180

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 39,2 %

Mujeres: 60,7 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 3 %

Ciencias: 3 %

Ciencias de la Salud: 3 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 89 %

Ingeniería y Arquitectura: 2 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 90 %

Máster/Títulos propios de postgrado: 10 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Entidades financieras:

La Caixa, Banco Santander

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:

Fundació Bosch i Gimpera-UB

Administración Regional:

ACC10

Administración Local:

Barcelona Activa (Ayuntamiento de Barcelona)

# WORKSHOP DE CREACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSITAT DE BARCELONA

## OBJETIVOS

- Potenciar la creación de empresas como salida profesional de los estudiantes.
- Fomentar el intercambio de ideas entre alumnado, personas emprendedoras, profesorado, técnicos de creación de empresas, business angels, etc.
- Generar nuevas iniciativas emprendedoras.

## DESCRIPCIÓN

Organizado por el Departamento de Economía y Organización de Empresas, en coordinación con la Bolsa de Trabajo de la Facultad de Economía y Empresa y la Cátedra de Iniciativa Emprendedora, el Workshop de Creación de Empresas de la Universitat de Barcelona es una jornada dedicada al emprendimiento, con charlas, conferencias y mesas redondas.

Pretende ser:

- Un punto de encuentro y de formación para todos los estudiantes y titulados de la Universitat de Barcelona, con inquietudes emprendedoras.
- Una jornada para intercambiar experiencias e ideas con profesionales que han puesto en marcha una empresa.
- Una actividad de promoción del espíritu emprendedor entre los universitarios.
- Una oportunidad para potenciar una salida laboral para los universitarios.

### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT DE BARCELONA:

- Xarxa d'Emprendeduria Universitària **187**
- Escuela de Verano: Gestión de la Creatividad en la Sociedad de la Innovación **67**

# WORKSHOP: ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE DESDE UNA PERSPECTIVA CREATIVA: LA ASIGNATURA PENDIENTE



## UNIVERSITAT JAUME I

Càtedra d'innovació Creativitat  
i Aprenentatge (INCREA)



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

8 mayo 2012

### DURACIÓN

8 horas

### ORIGEN DE LA IDEA

A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: *Sin especificar*

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 47

En el curso académico 2010/11: 47

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 50 %

Mujeres: 50 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

# WORKSHOP: ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE DESDE UNA PERSPECTIVA CREATIVA: LA ASIGNATURA PENDIENTE

## OBJETIVOS

El objetivo de este taller es facilitar al profesorado una serie de estrategias e instrumentos que puedan aplicar en el aula para el fomento de la creatividad en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Por lo tanto, en este taller se exploran diversas vías para fomentar el aprendizaje activo y creativo del estudiante que pueden aplicarse de manera transversal en toda la formación universitaria.

## DESCRIPCIÓN

09.30-10.00 Inauguración del curso.

D. Francesc Michavila (Rector Honorario de la UJI).

D<sup>a</sup> Pilar García Agustín (Vicerrectora de Estudiantes, Ocupación e Innovación Educativa).

10.00-11.00 Conferencia inaugural: Aprendiendo a emprender en las Universidades.

D. José María Gómez Gras, catedrático de la Organización de Empresas de la Universidad Miguel Hernández de Elche.

11.00-11.30 Descanso.

11.30-13.30 Talleres paralelos: El vídeo conceptual como contenido creativo para el aprendizaje.

D. Emilio Saéz Soro. Universitat Jaume I.

Utilización de las nuevas tecnologías para facilitar un papel más activo de los estudiantes en el aula.

D. Francesc Esteve. Universitat Rovira i Virgili.

La ecuación mágica: Creatividad + aprendizaje + motivación = Videojuegos.  
D. Faraón Llorens Largo y D. Francisco Gallego de la Universidad de Alicante.

13.30-15.00 Comida.

15.00-16.00 Conferencia de Clausura.

Necesidad e Importancia del Aprendizaje extracurricular en las Universidades.  
D. Miquel Martínez Martín, catedrático de Teoría de la Educación de la Universitat de Barcelona.

16.00-18.00 Puesta en común y conclusiones.

18.00-18.15 Clausura.

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT JAUME I:**

- NETEC. Negocios tecnológicos y basados en el conocimiento **215**
- Aprender a Emprender en la Universitat Jaume I **49**

## **B. FORMACIÓN EMPRENDEDORA CURRICULAR**



# ASIGNATURA DE GRADO INICIATIVA EMPREDEDORA

UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA

Estudios de Economía y Empresa



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

Febrero 2011

### DURACIÓN

6 meses

### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas

Personal experto externo: De 5 a 10 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 1483

En el curso académico 2010/11: 1034

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 45 %

Mujeres: 55 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 3 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 93 %

Ingeniería y Arquitectura: 4 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## ASIGNATURA DE GRADO INICIATIVA EMPRENDEDORA

### OBJETIVOS

Sensibilizar a los estudiantes de la UOC –sea cual sea su origen– en la iniciativa emprendedora a partir de:

- Conocer las principales características de las nuevas empresas en la actualidad.
- Entender el concepto de espíritu emprendedor y actitud emprendedora.
- Conocer diversas alternativas y manifestaciones del fenómeno emprendedor.
- Distinguir los rasgos de las personas emprendedoras y los factores clave de los equipos fundacionales.
- Diferenciar y evaluar una idea de una oportunidad de negocio.
- Aplicar la creatividad para encontrar una idea de negocio propia.
- Reconocer los recursos clave para poner en marcha una empresa.
- Reconocer la utilidad de un plan de empresa, su estructura y contenidos.
- Conocer los principales elementos de éxito y fracaso de las nuevas empresas y los mitos sobre la creación de empresas y de la figura del emprendedor.

### DESCRIPCIÓN

Se trata de una asignatura que tiene su origen en una asignatura con la misma denominación, «Iniciativa emprendedora», que se venía ofreciendo en los grados en ADE y Marketing e Investigación de Mercados desde el curso 2009/10. El curso 2010-11 se decide ofrecer esta misma asignatura a los estudiantes en Turismo, Relaciones Laborales, Comunicación, Información y Documentación (obligatoria) y optativa para los grados en Ingeniería en Informática, Multimedia, Lengua y Cultura Catalanas y

Tecnología de las Telecomunicaciones. La asignatura se aborda teniendo en cuenta que los estudiantes no tienen formación en empresa ni tienen la intención manifiesta de crear su propia empresa.

La asignatura se imparte a todos los grados mencionados (ocho en total) y los estudiantes se reparten aleatoriamente entre las distintas aulas que tiene la asignatura (ocho aulas). La asignatura ha servido para despertar el interés y el conocimiento de este ámbito a estudiantes de titulaciones tradicionalmente muy ajenas a la creación de empresas y al emprendimiento en general.

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA:**

- Uso de casos audiovisuales para la adquisición de la competencia de pensamiento crítico **138**
- Challenge UOC&PLUGGED\_ Reto ciudadano de ideas de la Universitat Oberta de Catalunya **239**

# BECAS PARA FORMACIÓN

---

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

Programas de postgrado



Universidad Internacional de La Rioja

---

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

Marzo 2012

### ORIGEN DE LA IDEA

A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: Menos de 2 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 35

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 50 %

Mujeres: 50 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias: 15 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 70 %

Ingeniería y Arquitectura: 15 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Máster/Títulos propios de postgrado: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## BECAS PARA FORMACIÓN

### OBJETIVOS

Facilitar el acceso de estudiantes al Máster de Emprendedores.

### DESCRIPCIÓN

La Universidad Internacional de La Rioja (UNIR), dentro del marco de sus actividades académicas, desde su compromiso con la sociedad y consciente de la necesidad social de profesionalizar la gestión del emprendimiento para fortalecer el tejido empresarial español, ha desarrollado un programa específico para formar profesionales en la gestión del emprendimiento mediante la puesta en marcha del Máster de Emprendedores. Adicionalmente, y con el objetivo de facilitar el acceso a esta formación emprendedora, la UNIR convoca un programa de becas dirigido a todos los interesados en cursar este máster, con arreglo a las siguientes condiciones:

- 35 becas para la primera convocatoria.
- Fecha límite de solicitud: 23 de abril de 2012.

Los criterios de selección tendrán en cuenta:

- La capacidad de innovación y la viabilidad empresarial de la idea de negocio presentada.
- El perfil del candidato.
- La motivación del candidato a desarrollar su idea empresarial.

# GRADO OFICIAL EN LIDERAZGO EMPRENDEDOR E INNOVACIÓN

**MONDRAGÓN UNIBERTSITATEA**

Unidad de emprendimiento



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2009-10

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias.  
Experiencias internacionales de probado éxito.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: Menos de 2 personas.

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 54,54 %  
Administración regional: 40 %  
Fundación Gaztempresa: 5,45 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 130  
En el curso académico 2010/11: 130

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 60 %  
Mujeres: 40 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias: 3 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 94 %  
Ingeniería y Arquitectura: 3 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1º y 2º ciclo: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Universidades extranjeras:

University of Jyväskylä Applied Sciences

Entidades financieras:

Caja Laboral, Fundación Gaztempresa

Administración Regional:

Diputación Foral de Gipuzkoa

# GRADO OFICIAL EN LIDERAZGO EMPRENDEDOR E INNOVACIÓN

## OBJETIVOS

El objetivo del Grado en Liderazgo Emprendedor e Innovación es capacitar a las personas para liderar procesos de creación de nuevas empresas y/o nuevos negocios en empresas existentes.

## DESCRIPCIÓN

Estas capacidades se adquieren con el método de aprender haciendo (*learning by doing*) y el trabajo en equipos autogestionados a través de empresas que se crearán desde el primer día, trabajando para clientes reales con proyectos que a su vez son reales. El Grado en Liderazgo Emprendedor e Innovación está diseñado para personas cuya forma de trabajo natural sea en equipo y que estén interesadas en conocer nuevas culturas, experimentar nuevas metodologías y viajar al exterior. Es el primer título oficial europeo a nivel estatal en emprendizaje e innovación. El/la estudiante podrá escoger además un campo de especialización relacionado con uno de los siguientes sectores empresariales emergentes: empresas digitales, servicios avanzados, biociencias o empresas sociales. Siendo parte de una plataforma de colaboración con empresas del sector, los participantes podrán conocer sus características básicas y claves de funcionamiento.

## GRUPO DE TRABAJO RMGS (REDES DE MICRO-ORGANIZACIONES GRUPO SOMOSAGUAS)

### UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Compluemprende-Centro de Orientación, Información y Empleo (COIE)



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

### PARÁMETROS

#### FECHA DE IMPLANTACIÓN

1998

#### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias.

#### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 5 a 10 personas  
Personal experto externo: Menos de 2 personas

#### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

#### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 5.500

En el curso académico 2010/11: 350

#### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 45 %

Mujeres: 55 %

#### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias Sociales y Jurídicas: 100 %

#### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1º y 2º ciclo: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## GRUPO DE TRABAJO RMGS (REDES DE MICRO-ORGANIZACIONES GRUPO SOMOSAGUAS)

### OBJETIVOS

Mediante una metodología participativa y organizada en grupos de trabajo se pretende que los alumnos simulen el proceso de constitución de empresas realizando un plan de empresa completo y determinando la viabilidad económico-financiera de los proyectos presentados. Se dirige fundamentalmente a alumnos de cuarto curso de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas dentro de la asignatura Dirección Financiera.

Se pretende asimismo que se formen redes de micro-organizaciones entre los proyectos viables.

### DESCRIPCIÓN

Grupo de trabajo e investigación con reconocimiento en la UCM en los programas de innovación educativa de los años académicos 1999/2000 y 2000/2001 sobre Promoción del espíritu emprendedor: las redes de microempresas y en los programas de innovación y mejora de la calidad docente entre 2005 y 2010.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID:

- Compluemprende **150**

# MÓDULO DE EMPRENDIMIENTO EN MÁSTERES OFICIALES DE LA UNIVERSIDAD DE CANTABRIA

## UNIVERSIDAD DE CANTABRIA

Centro de Orientación, Información  
y Empleo (COIE)



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2007

### DURACIÓN

4 horas

### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas

Personal experto externo: Menos de 2  
personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 200

En el curso académico 2010/11: 38

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 59 %

Mujeres: 41 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ingeniería y Arquitectura: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## MÓDULO DE EMPRENDIMIENTO EN MÁSTERES OFICIALES DE LA UNIVERSIDAD DE CANTABRIA

### OBJETIVOS

Acercar el autoempleo a los alumnos de Máster de la Universidad de Cantabria.

### DESCRIPCIÓN

Conocer el autoempleo y realización de un plan de empresa.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE CANTABRIA:

- INMA **75**
- Formación para Profesores **73**

# MYBUSINESSGAME: VIDEOJUEGO MULTIJUGADOR VÍA WEB DE CREACIÓN DE EMPRESAS

UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA

Programa Innova



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

Marzo de 2012

### DURACIÓN

1 curso académico

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: De 2 a 5 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 7 %

Administración nacional: 37 %

Administración local: 37 %

Programas europeos: 19 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 750

En el curso académico 2010/11: 0

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 70 %

Mujeres: 30 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 10 %

Ciencias: 20 %

Ciencias de la Salud: 10 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 10 %

Ingeniería y Arquitectura: 50 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 60 %

Máster/Títulos propios de postgrado: 20 %

Antiguo alumno: 20 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

# MYBUSINESSGAME: VIDEOJUEGO MULTIJUGADOR VÍA WEB DE CREACIÓN DE EMPRESAS

## OBJETIVOS

A partir de las asignaturas TOP (*Technological Opportunities Projects*) de creación de empresas, surge la idea de crear un videojuego de creación de empresas, como una herramienta interactiva más de aprendizaje para los alumnos.

Se trata del primer videojuego-espacio virtual de aprendizaje pensado para que los alumnos puedan participar, de manera simulada, en la creación y gestión de su propia empresa. El objetivo es acercar el mundo del emprendimiento al estudiante.

## DESCRIPCIÓN

Se trata de un videojuego multijugador vía web donde los alumnos participan interactuando entre ellos en una simulación de la vida real, convirtiéndose en emprendedores que crean y gestionan su propia empresa. De este modo ponen a prueba sus aptitudes y competencias emprendedoras por los siguientes motivos:

- El emprendedor tiene contacto directo con su empresa y el mercado.
- El emprendedor debe gestionar la empresa en función de los recursos disponibles a nivel humano, tecnológico y financiero.
- El objetivo del emprendedor es hacer crecer estos recursos y la cuota de mercado, traduciéndose en el aumento general de la empresa.
- Cada emprendedor tiene que utilizar sus propias estrategias para ser competitivo y conseguir los objetivos del juego.
- Las empresas tienen que gestionar los *inputs* y *outputs* necesarios para elaborar y vender sus productos de forma inteligente.

La presentación del juego a la comunidad universitaria se ha realizado a mediados de marzo del 2012.

Más información: <http://mybusinessgame.upc.edu>

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA:**

- Protocolo Asignaturas TOP: *Technological Opportunities Projects* **129**
- Concurso Empren UPC: concurso de ideas de negocio para estudiantes UPC **261**

# PROTOCOLO ASIGNATURAS TOP: TECHNOLOGICAL OPPORTUNITIES PROJECTS

UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA

Programa Innova



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

Curso 2004-2005

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: De 5 a 10  
personas

### FINANCIACIÓN

Programas europeos: 50 %  
Patrocinio de empresas o instituciones: 50 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 2000

En el curso académico 2010/11: 300

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 80 %

Mujeres: 20 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ingeniería y Arquitectura: 100 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 80 %

Máster/Títulos propios de postgrado: 20 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## PROTOCOLO ASIGNATURAS TOP: *TECHNOLOGICAL OPPORTUNITIES PROJECTS*

### OBJETIVOS

Las asignaturas TOP (*Technological Opportunities Projects*) están diseñadas para que los estudiantes, partiendo de una idea, un producto de investigación o una patente de un profesor, investigador o grupo de investigación, elaboren un plan de negocio, de forma que adquieran habilidades directivas y competencias que los capaciten para la creación de una empresa basada en el conocimiento. Al final del curso los alumnos deben ser capaces de elaborar un plan de empresa sobre una oportunidad o idea susceptible de convertirse en negocio.

El objetivo específico de la asignatura se centra en transmitir a los estudiantes los conocimientos propios de una asignatura general de organización de empresas mediante un método de enseñanza activo por proyectos. Los contenidos se centran sobre todo en los habituales de un plan de empresa.

Las competencias genéricas o transversales que se desarrollan son:

- Actitudes proactivas y emprendedoras.
- Capacitación para la investigación, selección y explotación de información.
- Habilidades creativas: capacidad para crear oportunidades de negocio y para desarrollarlas hacia una idea de negocio innovadora.
- Capacidad de conceptualización: ser capaces de pasar de una idea abstracta hacia un plan y unas acciones concretas.
- Capacidades para trabajar en equipo.
- Habilidades de gestión y directivas, propias de la llamada cultura emprendedora.

- Habilidades de gestión de proyectos: planificación de trabajo, desarrollo del proyecto y asignación de tareas.
- Habilidades comunicativas: saber defender una idea de negocio ante eventuales inversores.

El reto para el periodo 2011-2012 es la implantación total de estas asignaturas y ampliación a los grados y máster, ya que a partir del Plan de Bolonia el emprendimiento pasa a ser una competencia transversal en los planes de estudio.

## DESCRIPCIÓN

La formación es una vía para conseguir el fomento del espíritu emprendedor. Por eso, entre otras iniciativas, el Programa Innova gestiona doce asignaturas de creación de empresas implantadas en siete escuelas, existentes en los planes de estudio de primer y segundo ciclo. La metodología de estas asignaturas (TOP: *Technological Opportunities Projects*) consiste en la elaboración de un plan de negocio basado en una idea propuesta por un grupo de investigación de la UPC.

Se trata de un aprendizaje por proyectos, donde los alumnos aprenden todas las áreas de gestión de una empresa a partir del plan de negocio.

La metodología propuesta por el Programa Innova para las asignaturas de creación de empresas (TOP) ha introducido un elemento que le da especial valor: el establecimiento de un nexo de unión entre la docencia y los proyectos de investigación desarrollados en el propio centro docente.

Las Asignaturas TOP iniciaron su actividad en el año 2004 y han sido implementadas de forma progresiva en diferentes escuelas. En la actualidad se realizan doce asignaturas TOP en siete Escuelas de la UPC.

Destacamos a continuación algunos datos relevantes de estas asignaturas durante el periodo 2004-2010:

- Se han formado más de 2.000 alumnos en creación de empresas.

- A partir de los proyectos de las asignaturas TOP se han creado 8 empresas.
- Varios proyectos han sido reconocidos por concursos internacionales. Por ejemplo, el concurso Le Phare 2008, donde se presentaron 70 proyectos de los países euro-mediterráneos recibiendo el primer premio a la idea más responsable socialmente.

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA:**

- MyBusinessGame: videojuego multijugador vía web de creación de empresas **126**
- Concurso Emprèn UPC: concurso de ideas de negocio para estudiantes UPC **261**

## REALIZACIÓN DE PLAN DE NEGOCIO

---

### UNIVERSIDAD NEBRIJA

Departamento de Empresa,  
Facultad de Ciencias Sociales



Universidad  
**Nebrija**

---

### PARÁMETROS

#### FECHA DE IMPLANTACIÓN

1998

#### DURACIÓN

1 curso académico

#### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: De 2 a 5 personas

#### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

#### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 1.000

En el curso académico 2010/11: 100

#### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 45 %

Mujeres: 55 %

#### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias Sociales y Jurídicas: 100 %

#### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 65 %

Máster/Títulos propios de postgrado: 35 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## REALIZACIÓN DE PLAN DE NEGOCIO

### OBJETIVOS

Familiarizar al alumno con la conjunción y coordinación de todas las variables que hacen funcionar una empresa y forzarles a que realicen una propuesta de emprendimiento con su correspondiente Plan de Negocio.

### DESCRIPCIÓN

En régimen de tutorías, se plantea la realización de una idea empresarial nueva y se desarrolla el plan de negocio correspondiente, con un horizonte de cinco años.

La realización del plan de negocio se inicia a lo largo del último curso de ADE, pero también lo pueden empezar con anterioridad aquellos alumnos con inquietudes empresariales y emprendedoras.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD NEBRIJA

- Club Emprendedores **310**

# TRABAJO FIN DE GRADO EMPRENDEDOR

## UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID

Parque Científico de Leganés Tecnológico-  
Universidad Carlos III



Universidad  
Carlos III de Madrid

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2012-13

### DURACIÓN

1 curso académico

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias,  
Experiencias nacionales de probado  
éxito. A raíz de una colaboración con otras  
organizaciones.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: *Sin especificar*

Personal experto externo: *Sin especificar*

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## ENTIDADES COLABORADORAS

Organizaciones y/o asociaciones empresariales:

Consejo Social UC3M, Club de emprendedores UC3M y Foro de empresas UC3M

## TRABAJO FIN DE GRADO EMPRENDEDOR

### OBJETIVOS

El objetivo principal del Trabajo de Fin de Grado EMPRENDE (en adelante, TFG EMPRENDE) es involucrar al estudiante en la cultura del emprendimiento, dándole la ocasión de poner en práctica las competencias, habilidades y destrezas adquiridas durante los cursos anteriores para el desarrollo de sus iniciativas empresariales de carácter innovador.

### DESCRIPCIÓN

El Trabajo Fin de Grado Emprendedor se iniciará en la Universidad Carlos III de Madrid el curso académico 2012-13 como modalidad específica para la realización de Trabajo de Fin de Grado.

La Universidad Carlos III de Madrid hará una oferta en la modalidad específica de Trabajos Fin de Grado dirigidos a la elaboración de planes de negocio para la creación de nuevas empresas innovadoras en los distintos ámbitos productivos.

También se contempla la posibilidad de que los propios estudiantes puedan realizar el TFG EMPRENDE en un ámbito distinto al de los propuestos por la Universidad siempre que cuente para ello con la aceptación expresa de su tutor.

Se hará especial hincapié en fomentar los TFG EMPRENDE de carácter colaborativo e interdisciplinar, de forma que la autoría pueda corresponder a dos estudiantes del mismo o distinto Campus.

Los estudiantes que realicen el TFG EMPRENDE podrán contar con el apoyo, adicional al de su tutor académico, de expertos externos de reconocido prestigio en el análisis de la viabilidad de las ideas empresariales.

Adicionalmente, los estudiantes contarán con una oferta de módulos formativos que acompañen la tarea de los tutores y mentores y, le doten de las herramientas para la realización del Plan de Negocio.

Con independencia de su valoración académica a los efectos de obtención del Grado correspondiente de acuerdo a la normativa general que regula esta asignatura, el TFG EMPRENDE será objeto de una valoración adicional por parte de una Comisión de expertos. En caso de obtener un pronunciamiento positivo de esta Comisión, la Universidad otorgará al Trabajo el «Sello de Emprendimiento» mediante el correspondiente certificado acreditativo.

Aquellos Trabajos Fin de Grado que obtengan el citado Sello podrán concurrir al Premio Trabajo de Fin de Grado EMPRENDE que de forma periódica convocará el Consejo Social de la Universidad Carlos III de Madrid.

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID:**

- Concurso de Ideas UC3M **256**
- Internacionalización de Nuevas Empresas de Base Tecnológica en Brasil (Acción Piloto) **284**

# USO DE CASOS AUDIOVISUALES PARA LA ADQUISICIÓN DE LA COMPETENCIA DE PENSAMIENTO CRÍTICO

UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA

Estudios de Economía y Empresa



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

Febrero 2012

### DURACIÓN

4 meses

### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas

Personal experto externo: Menos de 2 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 45 %

Mujeres: 55 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias Sociales y Jurídicas: 100 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1º y 2º ciclo: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## USO DE CASOS AUDIOVISUALES PARA LA ADQUISICIÓN DE LA COMPETENCIA DE PENSAMIENTO CRÍTICO

### OBJETIVOS

- Diseñar e implementar una metodología basada en el estudio de caso y el uso de los recursos audiovisuales adaptada al modelo educativo de la UOC.
- Emplear nuevos recursos educativos para desarrollar y evaluar el grado en que los estudiantes desarrollan la competencia de pensamiento crítico.

### DESCRIPCIÓN

La práctica se implementó en la asignatura de Contabilidad para la toma de decisiones del Grado en Administración y Dirección de Empresas de la UOC.

Esta asignatura optativa del plan de estudios está dirigida a estudiantes de segundo y tercer semestre de la titulación, por lo que, aparte de disponer de conocimientos de los ámbitos de la contabilidad y el *management*, también han alcanzado –aunque sea en un grado básico– algunas otras competencias transversales de la UOC, así como también de las propias de las titulaciones de Economía y Empresa.

Los estudiantes que integren la prueba piloto, trabajarán por grupos de 5 a 7 personas, a fin de dar una solución al problema planteado en el caso audiovisual, así como desarrollando la competencia del pensamiento crítico, para que los alumnos estudiaran en forma analítica caso y enlazaran la teoría explicada en la situación presentada.

Además, deberían ser capaces de hacer razonamientos oportunos, eficaces y buenos que justifiquen la decisión tomada. Por ello pensamos que seremos capaces de ayudar a los estudiantes a desarrollar los aspectos de esta competencia.

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA:**

- Asignatura de grado Iniciativa Emprendedora **115**
- Challenge UOC&PLUGGED \_ Reto ciudadano de ideas de la Universitat Oberta de Catalunya **239**

**C. CENTROS DE FORMACIÓN,  
ASESORAMIENTO  
E INCUBACIÓN DE IDEAS  
DE NEGOCIO**



# ATENCIÓN PERSONALIZADA AL EMPRENDEDOR

## UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ÁVILA

Servicio de Prácticas e Información  
para el empleo



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2010

### DURACIÓN

50 horas

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 5 a 10 personas

Personal experto externo: Menos de 2  
personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 10

En el curso académico 2010/11: 2

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 70 %

Mujeres: 30 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias: 30 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 20 %

Ingeniería y Arquitectura: 50 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## ATENCIÓN PERSONALIZADA AL EMPRENDEDOR

### OBJETIVOS

Apoyar la creación de nuevas empresas por parte de alumnos de último año de carrera.

### DESCRIPCIÓN

El Servicio de Prácticas e Información para el Empleo de la Universidad Católica de Ávila, en colaboración con los profesores de la universidad, ofrece orientación y apoyo técnico a todos aquellos alumnos que tengan en mente crear una nueva empresa o generar uno o varios puestos de trabajo mediante el desarrollo de proyectos de investigación.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ÁVILA:

- Talleres de emprendimiento en colaboración con profesionales de diferentes sectores **102**

# BECAS VIVEROS DE EMPRENDEDORES GRUPO SAN VALERO

## UNIVERSIDAD SAN JORGE

Unidad de Orientación Profesional y Empleo



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

10 abril 2012

### ORIGEN DE LA IDEA

A raíz de una colaboración con otras organizaciones.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: Menos de 2 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 50 %  
Patrocinio de empresas o instituciones: 50 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 1  
En el curso académico 2010/11: 0

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 100 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias Sociales y Jurídicas: 100 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Entidades financieras:

Caja de Ahorros de la Inmaculada

## BECAS VIVEROS DE EMPRENDEDORES GRUPO SAN VALERO

### OBJETIVOS

Mediante la concesión de cinco becas se ceden gratuitamente los recursos físicos necesarios para crear e iniciar, por parte de los emprendedores, su propia actividad con el objetivo de poder llegar a constituir su propia empresa.

### DESCRIPCIÓN

Con el fin de fomentar el espíritu emprendedor, la iniciativa empresarial y apoyar la realización de proyectos relacionados con la innovación y la mejora de procesos productivos, el Grupo San Valero, en colaboración con la Obra Social de la CAI, ofrece a todos los alumnos y ex alumnos de cualquiera de sus centros, Becas del Vivero de Emprendedores.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD SAN JORGE:

- Charlas de emprendedores **52**
- Jornadas de Emprendeduría Transfronteriza **291**

# CEU EMPRENDE

UNIVERSIDAD CEU CARDENAL HERRERA  
CEU EMPRESA



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2010

### DURACIÓN

12 meses

### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado.  
Experiencias internacionales de probado éxito.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 5 a 10 personas  
Personal experto externo: De 5 a 10 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 100  
En el curso académico 2010/11: 50

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 45 %  
Mujeres: 55 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias de la Salud: 5 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 80 %  
Ingeniería y Arquitectura: 15 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Escuelas de negocio:

Escuela de Negocios CEU San Pablo

Otras empresas:

Hispaniel, GEOX, RNB Cosméticos,  
AUDITMEDIA, UTI Worldwide Group

## CEU EMPRENDE

### OBJETIVOS

El objetivo del programa CEU Emprende es estimular la cultura empresarial entre los alumnos, a través de un curso de formación específico, la creación de un Foro de colaboración y el acercamiento entre la empresa y la Universidad Cardenal Herrera CEU (en adelante CEU) y, sobre todo, a través de unas becas de la universidad para desarrollar por completo el proyecto empresarial.

Los objetivos del proyecto son:

- Que los alumnos desarrollen su creatividad y espíritu emprendedor.
- Que los alumnos reflexionen sobre su propio proyecto y su viabilidad.
- Que los alumnos aprendan de forma práctica el funcionamiento de una empresa y lo apliquen a su idea de negocio y/o producto.
- Que los alumnos se comprometan de forma activa a desarrollar un proyecto empresarial y a ponerlo en marcha.
- Acompañarles en la puesta en marcha de su proyecto ayudándoles a darle forma (recursos humanos, operaciones, marketing,...) y a conseguir financiación para darle viabilidad.
- Ponerles en contacto con empresarios y emprendedores que les tutoricen en cada unas de las facetas que componen el proyecto empresarial.
- Acompañarles en todo ese proceso y participar con ellos en los beneficios que esos proyectos generen en los primeros años.

Todas estas actividades se harían en colaboración con empresarios y emprendedores que de forma desinteresada quieran colaborar en la creación de un espíritu emprendedor en nuestra Universidad y en la Sociedad. Ya son varios los empresarios y directivos que han mostrado su total disponibilidad a colaborar de forma desinteresada en el proyecto.

## DESCRIPCIÓN

A nadie escapa que la actual situación económica requiere de un resurgimiento del espíritu emprendedor que suponga la autonomía económica de los jóvenes españoles y de muchos de nuestros universitarios y la generación de empleo y riqueza que nuestra sociedad necesita. Y a nadie escapa la soledad que sienten nuestros jóvenes cuando no encuentran los medios ni el asesoramiento que necesitan de personas con experiencia para poner en marcha los proyectos e ideas de negocio fruto de su joven e inquieta personalidad e imaginación.

Y ahí está el CEU para ayudar a nuestros alumnos con espíritu emprendedor y para fomentar esa inquietud.

Se denomina emprendedor o emprendedora a aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha. Es habitual emplear este término para designar a una «persona que crea una empresa» o que encuentra una oportunidad de negocio, o a alguien que empieza un proyecto por su propia iniciativa.

Emprender es la combinación de un acto creativo con una acción eficaz.

El fenómeno de emprender implica 3 elementos:

- Descubrimiento de una oportunidad.
- Concepción del producto, servicio o proceso que satisfaga la necesidad detectada de forma que permita obtener un beneficio.
- Puesta en marcha del conjunto de medios necesarios para producirlo y para convertirlo en resultados.

En cualquiera de los casos, emprender es una actitud, una cualidad que hace que nos planteemos retos y crezcamos como personas.

Nuestra propuesta de proyecto busca crear un entorno de trabajo dentro de la cátedra específicamente enfocado a la incentivación, formación y acompañamiento de los alumnos con inquietudes emprendedoras para que generen ideas innovadoras de negocio, asesorarles en el proceso de creación/inicio de su empresa y darles un espacio de apoyo para dar salida a esa idea de negocio. Incluso ayudarles en la búsqueda de socios y de financiación que les permita dar viabilidad a su proyecto.

# COMPLUEMPRENDE

## UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Compluemprende-Centro de Orientación,  
Información y Empleo (COIE)



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE  
MADRID

### PARÁMETROS

#### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2007

#### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado.  
Experiencias anteriores propias. A raíz de  
una colaboración con otras organizaciones.

#### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: Menos de 2  
personas

#### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 40 %  
Administración regional: 60 %

#### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 1.040  
En el curso académico 2010/11: 273

#### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 42 %  
Mujeres: 58 %

#### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 6 %  
Ciencias: 6 %  
Ciencias de la Salud: 13 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 69 %  
Ingeniería y Arquitectura: 6 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

#### ENTIDADES COLABORADORAS

Universidades españolas:	Red Emprendia
Universidades extranjeras:	Red Emprendia
Parques científicos y/o tecnológicos:	PCM
Organizaciones y/o asociaciones empresariales:	UPTA
Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:	FUE
Administración Regional:	Comunidad de Madrid
Administración Local:	Ayuntamiento de Madrid

## COMPLUEMPRENDE

### OBJETIVOS

- Fomentar el emprendimiento entre el colectivo de estudiantes, egresados y personal de la universidad, tanto de investigación y docencia como de administración y servicios.
- Mejorar las capacidades emprendedoras de los usuarios.
- Asesorar y orientar en el proceso de creación de una empresa.

Compluemprende se creó a iniciativa de la UCM a través de Decreto Rectoral del 19 de enero de 2007. Está encargada de difundir la cultura emprendedora y de apoyar a quienes, formando parte de la comunidad universitaria, deseen afrontar el proceso de creación de una entidad empresarial, sea ésta de innovación tecnológica o no.

### DESCRIPCIÓN

Compluemprende es un servicio gratuito dirigido a los miembros del personal docente e investigador, personal de administración y servicios, estudiantes y Licenciados y Diplomados de la Universidad Complutense.

Entre las actividades que desarrolla la Oficina Complutense del Emprendedor se distinguen las dirigidas a:

- Fomentar la vocación emprendedora de la comunidad universitaria a través de la organización de sesiones de difusión y sensibilización y el desarrollo de reuniones personales.
- Apoyar y orientar al emprendedor interesado en conocer las posibilidades de crear una empresa a través de la redacción de un plan de negocio.
- Mejorar los conocimientos y capacidades empresariales con acciones formativas y de intercambio de ideas.

Para ello, en Compluemprende se ofrecen:

- Recursos informativos sobre creación de empresas.
- Un espacio donde recibir orientación y asesoramiento sobre la forma de crear una empresa.
- Un entorno donde adquirir y mejorar los conocimientos en creación de empresas y las capacidades empresariales.

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID:**

- Grupo de trabajo RMGS (Redes de Micro-organizaciones Grupo Somosaguas) **122**

# EMPRENDE.ULL

## UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA

emprende.ull. Red de mentores



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2007

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias nacionales de probado éxito.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: De 2 a 5 personas

### FINANCIACIÓN

Administración local: 15 %

Programas europeos: 85 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 8.784

En el curso académico 2010/11: 2.630

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 55 %

Mujeres: 45 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 10 %

Ciencias: 60 %

Ciencias de la Salud: 5 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 15 %

Ingeniería y Arquitectura: 10 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 55 %

Máster/Títulos propios de postgrado: 15 %

Doctorado: 10 %

Antiguo alumno: 20 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## ENTIDADES COLABORADORAS

Universidades españolas:

Universitat de València

Parques científicos y/o tecnológicos:

Parque Científico y Tecnológico de Tenerife

Cámaras de Comercio:

Santa Cruz de Tenerife

Organizaciones y/o asociaciones empresariales:

Asociación de Jóvenes Empresarios

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:

Fundación de Empresa Las Palmas

Administración Local:

Servicio Canario de Empleo

## EMPRENDE.ULL

### OBJETIVOS

El objetivo del Programa Universitario de Apoyo a la Creación de Empresas es el «fomento del espíritu emprendedor en el ámbito universitario, así como el apoyo a la creación y consolidación de empresas, prioritariamente innovadoras y basadas en el conocimiento».

### DESCRIPCIÓN

En este sentido hemos dirigido nuestras acciones a cumplir con nuestra misión fundamental: fomentar la cultura emprendedora en la Universidad de La Laguna. En estas distintas actividades han participado en este último curso académico más de dos mil universitarios, consiguiéndose, a nuestro juicio, un doble objetivo:

- Se han dado los primeros pasos para instaurar una cultura positiva respecto al emprendimiento y la innovación, situando a la Universidad de La Laguna como un centro neurálgico clave respecto a los distintos agentes de nuestro entorno responsables de este cambio de cultura, llevando a cabo acciones concertadas con muchos de ellos (Cámara de Comercio, Cabildo Insular de Tenerife, Sociedad de Desarrollo de S/C Tenerife, CajaCanarias, Dirección General de Promoción Económica del Gobierno de Canarias, diversos Ayuntamientos de nuestro entorno, etc.).
- Además del anterior objetivo, más de largo plazo, se han logrado indicadores de éxito muy representativos en cuanto a la creación de actividad empresarial se refiere.
- Comenzamos este Programa con las Jornadas de Orientación Laboral por Campus (JOLC), visitas de 90 minutos por los distintos campus universitarios para presentar el Proyecto y la planificación de las distintas acciones, en total se hicieron cuatro visitas englobando el Campus Guajara, Campus Anchieta y el Campus Central, intentado abarcar la mayor parte de las titulaciones que oferta la Universidad de La Laguna. Además, de forma paralela, se organizaron sesiones informativas específicas con grupos de investigación de nuestra Universidad.

Continuamos con las Cápsulas Formativas de Detección de Ideas Empresariales, acciones formativas cortas (un día de duración), planteadas en un contexto no formal, dirigidas a alumnos e investigadores universitarios que presentan motivación hacia la emprendeduría pero que carecen de idea empresarial. En esta anualidad realizamos tres Cápsulas Formativas en las que participaron aproximadamente de 50 alumnos/as.

Aquellos alumnos/as que tenían una idea empresarial más o menos madura pudieron participar en los Laboratorios de Ideas Empresariales (LIEs), acciones de formación – motivación desarrolladas a lo largo de dos días, en el que un grupo de alumnos/as o titulados universitarios trabajaron en la maduración y análisis preliminar de la viabilidad de su idea empresarial. Este año nos trasladamos a Vilaflores, al Hotel El Nogal, donde organizamos dos LIEs en los que participaron 4 estudiantes universitarios e investigadores que estuvieron acompañados por expertos de nuestro entorno más cercano, tanto por profesores de la Universidad de La Laguna como profesionales especializados en la consultoría empresarial, así como también por técnicos de reconocido prestigio nacional e internacional.

Terminamos este recorrido natural con el Taller de Iniciativas Empresariales, un curso adaptado a las necesidades y circunstancias de los emprendedores con el que se pretende apoyar a los participantes en el proceso de realización de su propio plan de negocio. Esta iniciativa, por tanto, está pensada para aquellos emprendedores universitarios que presenten una idea empresarial con un grado de madurez lo suficientemente alto como para convertirse en proyecto, estando especialmente dirigido a los participantes en los Laboratorios de Ideas Empresariales (LIEs) que hubieran madurado su idea inicial.

En medio de este recorrido natural y con el ánimo de dar «pistas» sobre posibles negocios organizamos el I Encuentro con Empresarios: pretende servir de encuentro entre un emprendedor de éxito de nuestro entorno y jóvenes de nuestra universidad con vocación emprendedora, todo ello en un ambiente cercano y distendido.

Así como también hemos realizado dos Foros de Oportunidades de Negocio (FON), uno referente a las TIC y el otro en la temática de Oportunidades de Negocio en Sostenibilidad. Dichos Foros de Oportunidades de Negocio se plantean como espacios de análisis y debate en torno a las oportunidades de creación de nuevas empresas en sectores económicos concretos. Para ello, se siguió una metodología eminentemente práctica: partiendo de un análisis de las oportunidades existentes en el sector para, a continuación, conocer de la mano de sus protagonistas experiencias concretas de jóvenes emprendedores universitarios que han creado actividad empresarial en dicho sector.

Por otro lado, se celebró la Jornada Empresas de Base Tecnológica ¿Por qué no?, una jornada técnica dirigida principalmente a investigadores de universidades y centros

de investigación, doctorandos y becarios de investigación que pretende transmitir de manera sintética y operativa las claves para crear este tipo de empresas a partir de resultados de investigación procedentes de la universidad.

Terminamos con el Foro de Presentación de Proyectos, en el que se presentarán los mejores proyectos resultado del trabajo desarrollado a través de [emprende.ull](http://emprendeull.com).

Seguimos en contacto con nuestro público objetivo a través de nuestra red social en <http://emprendeull.ning.com/>, pudiendo acceder desde allí a las diversas plataformas que hemos configurado para seguir siempre en contacto (Facebook, Flickr, Youtube, Slideshare).

# ESCUELA DE EMPRENDEDORES SOCIALES

## UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

CIADE (Centro de Iniciativas  
Emprendedoras)



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2004

### DURACIÓN

120 horas

### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado.  
Experiencias anteriores propias. A raíz de  
una colaboración con otras organizaciones.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: De 10 a 20  
personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 20 %  
Administración nacional: 60 %  
Programas europeos: 20 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 200  
En el curso académico 2010/11: 43

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 40 %  
Mujeres: 60 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 40 %  
Ciencias: 10 %  
Ciencias de la Salud: 10 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 30 %  
Ingeniería y Arquitectura: 10 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 60 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 30 %  
Antiguo alumno: 10 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Entidades financieras:	Caja Madrid
Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:	Diversas entidades
Administración Central:	Ministerio de Trabajo

## ESCUELA DE EMPRENDEDORES SOCIALES

### OBJETIVOS

Capacitar a emprendedores sociales, técnicos y directivos sin ánimo de lucro en la puesta en marcha y gestión de entidades no lucrativas.

### DESCRIPCIÓN

Contenidos genéricos de marco económico, legal y fiscal del sector, complementados por otros contenidos específicos de gestión de proyectos y administración de entidades no lucrativas.

# ITINERARIO DE LA CULTURA EMPREDEDORA

UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO / EUSKAL  
HERRIKO UNIBERTSITATEA

Vivero de empresas universitario. ZITEK



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

01/10/2010

### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado. A raíz de una colaboración con otras organizaciones. A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: De 5 a 10 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 30 %  
Administración regional: 70 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 1.800  
En el curso académico 2010/11: 1.800

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 45 %  
Mujeres: 55 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 25 %  
Ciencias: 20 %  
Ciencias de la Salud: 5 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 40 %  
Ingeniería y Arquitectura: 10 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 99 %  
Antiguo alumno: 1 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Otras empresas:

*Sin especificar*

## ITINERARIO DE LA CULTURA EMPREDEDORA

### OBJETIVOS

- Dar a conocer el programa de creación de empresas al colectivo universitario.
- Proyectar una imagen positiva, joven y moderna del emprendizaje.
- Eliminar el miedo al fracaso y el halo de desconocimiento que rodea a la creación de empresas.
- Cambiar la metodología de enseñanza tradicional por eventos interactivos.

### DESCRIPCIÓN

El itinerario se compone de:

1. BUS EMPRENDE: Un autobús recorre el campus rodeado de un grupo musical y otro de actores llamando la atención del alumnado y el profesorado. En el interior se les da una charla sobre el programa Emprendedores Zitek y se proyecta un vídeo en el que emprendedores de las empresas del Programa cuentan una experiencia personal.
2. ETORKIZULAN: 800 participantes en el campus de Bizkaia. Experiencia de teatro interactivo. Los participantes deben decidir entre distintas alternativas que representan en forma de metáfora diferentes opciones a la hora de encarar el futuro laboral, desmitificando el miedo y el fracaso como componentes de la alternativa de autoempleo y creación de empresa.
3. SEMINARIOS HASTEN IKASTEN: 200 participantes. Durante 3 días los participantes realizan un módulo de creatividad, elaboran un plan de empresa y 2 emprendedores les cuentan sus casos personales.
4. SEMINARIOS IKASBERRI: Dirigida a la titulación con mayor porcentaje de autoempleo (Derecho, Odontología, Ciencias Sociales y de la Comunicación,

Bellas Artes). Presentación de dos experiencias empresariales de un sector concreto y charlas informativas sobre los pasos a seguir para montar su negocio.

5. PREMIO THINK BIG: Dirigido al alumnado, premia las ideas más innovadoras surgidas de los participantes, valorando tanto su originalidad como su viabilidad económica.

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UPV/EHU:**

- Creación de una comunidad virtual de emprendedores **312**
- Convenio Universidad-Diputación Foral de Bizkaia **333**

# LABORATORIO DE EXPERTOS

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID

Programa de Creación de Empresas



POLITÉCNICA

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2011

### DURACIÓN

20 horas

### ORIGEN DE LA IDEA

A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: Más de 20 personas

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 90

En el curso académico 2010/11: 90

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 70 %

Mujeres: 30 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ingeniería y Arquitectura: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## LABORATORIO DE EXPERTOS

### OBJETIVOS

El Programa de Creación de Empresas, adicionalmente al servicio de asesoramiento, proporciona a una selección de proyectos una serie de tutores expertos, miembros del ecosistema emprendedor (*sponsors*, colaboradores y contactos de interés) del Programa. Esta es una actividad novedosa respecto a otras ediciones de la competición, que ayuda al fortalecimiento de los equipos y sus ideas de negocio.

### DESCRIPCIÓN

Los objetivos de estos tutores expertos son apoyar el desarrollo de las ideas de negocio, generalmente en fase de propuesta, que tengan poca madurez pero un alto potencial de desarrollo; apoyo en la búsqueda de socios gestores y tecnológicos de cara a fortalecer y equilibrar el equipo de emprendedores; desarrollo de las ideas de negocio para su presentación y acceso a inversores y financiación.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID:

- Competición de Creación de Empresas, ACTÚAUPM **242**
- Formación en gestión empresarial y desarrollo de plan de negocio **70**

# LUCE (LABORATORIO UNIVERSITARIO DE CREACIÓN DE EMPRESAS INNOVADORAS)

## UNIVERSIDAD PÚBLICA DE NAVARRA

LUCE. Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra (CEIN, SA)



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2006

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias. A raíz de una colaboración con otras organizaciones.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 5 a 10 personas

Personal experto externo: De 5 a 10 personas

### FINANCIACIÓN

Administración regional: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 6.800

En el curso académico 2010/11: 1.300

## ENTIDADES COLABORADORAS

Entidades financieras:

Puntualmente Caja Rural ha patrocinado algún concurso.

Organizaciones y/o asociaciones empresariales:

CEIN (Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra), AJE Navarra.

Administración Regional:

Servicio Navarro de Empleo, Departamento de Desarrollo Rural, Industria, Empleo y Medio Ambiente.

## LUCE (LABORATORIO UNIVERSITARIO DE CREACIÓN DE EMPRESAS INNOVADORAS)

### OBJETIVOS

Desde el año 2006 contamos con un espacio permanente en la UPNA –Laboratorio Universitario de Creación de Empresas, LUCE– desde el cual se trabaja y fomenta actitudes favorables en la Universidad hacia la innovación y la capacidad de emprender por parte del colectivo universitario.

Este Laboratorio surgió con el compromiso de sus fundadores de sensibilizar a toda la comunidad universitaria, sobre la importancia que tiene para el crecimiento sostenido y la mejora del bienestar colectivo, la innovación, el espíritu emprendedor para las personas, las instituciones y las empresas.

LUCE pretende:

- Colaborar con los diversos agentes de la Universidad Pública de Navarra, estudiantes, becarios, antiguos alumnos y profesores, para fomentar los valores hacia la creación de empresas.
- Impulsar el espíritu emprendedor y estimular la capacidad de creatividad e innovación.
- Fomentar el papel de liderazgo que puede desarrollar la Universidad, como partícipe en los programas de creación de empresas, en el desarrollo de actitudes positivas y favorables hacia la innovación y la creación de empresas.
- Investigar y asistencia técnica en las distintas áreas en que el emprendizaje constituye una herramienta de desarrollo.

Los objetivos del Laboratorio se concretan en los tres ejes siguientes:

- Fomentar y difundir el espíritu emprendedor de los miembros de la comunidad universitaria.
- Impulsar la creación de empresas innovadoras.

- Desarrollar líneas de investigación sobre los retos y obstáculos existentes en las empresas para la innovación y creación de empresas.

A lo largo de estos años de trabajo, esta labor se ha ido ampliando y extendiendo a las diferentes carreras y estudios universitarios, aumentado nuestra participación tanto en la impartición de sesiones formativas en diferentes asignaturas como en el impulso de nuevas con contenido relacionado con la creación de empresa.

Web: <http://www.universidademprededora.net/index.php/es/luce>

## DESCRIPCIÓN

LUCE es un espacio desde el cual se organizan acciones y actividades en torno a sus tres ejes principales, que son:

- Fomentar y difundir el espíritu emprendedor de los miembros de la comunidad universitaria.
- Impulsar la creación de empresas innovadoras.
- Desarrollar líneas de Investigación sobre los retos y obstáculos existentes en las empresas para la innovación y creación de empresas.

Para el desarrollo de estas acciones, LUCE cuenta con la colaboración de una red de profesorado.

Algunas de las acciones que se han organizado han sido:

- Acciones de formación y fomento del espíritu emprendedor.

## ASIGNATURAS

Participación en la impartición, lanzamiento y contenido de las siguientes asignaturas de libre elección:

## **SEMINARIO DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL**

El Seminario de Innovación Empresarial LUCE es una actividad organizada por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Pública de Navarra, a través de la Fundación Universidad-Sociedad. Su objetivo es fomentar el espíritu emprendedor en la comunidad universitaria creando un lugar de encuentro entre universitarios de diferentes licenciaturas e ingenierías y dirigentes empresariales de diversos sectores destacados por su carácter innovador y su aportación al tejido empresarial.

## **IMAGINA TU EMPRESA**

Asignatura de libre elección, de contenido muy práctico y cuyo fin es facilitar e impulsar el espíritu emprendedor en la comunidad universitaria. Para ello se realiza un repaso sobre los aspectos más importantes que deben tenerse en cuenta y que son necesarios cuando se estudia la posibilidad de crear una empresa. A lo largo del curso el alumnado participante ha desarrollado un plan de viabilidad de una idea de negocio. La asignatura está dirigida a todas las titulaciones y en especial al alumnado de último curso de carrera.

## **IMAGINA TU EMPRESA EN INTERNET**

Asignatura muy práctica cuyo fin es facilitar e impulsar el espíritu emprendedor y la creación de empresas en entornos de internet.

## **PROYECTOS DE FIN DE CARRERA (PFC)**

Los alumnos de ingeniería que tienen que realizar un proyecto fin de carrera pueden desarrollar el plan de viabilidad de una idea de negocio. Esta acción se realiza en colaboración con un tutor académico del proyecto y normalmente también desarrollan una parte técnica ligada a sus estudios (el cálculo de una instalación, desarrollo de un producto...).

## **TRABAJO EN LAS AULAS**

Estas actividades se realizan a demanda del profesorado, adaptando el contenido formativo a sus necesidades y a los objetivos que nos plantean.

Talleres de creatividad: Se trata de talleres introductorios a la creatividad y al pensamiento creativo con la aplicación práctica de técnicas de creatividad. También se trabajan

conceptos como búsqueda de oportunidades, iniciativa, generación de ideas e innovación, con ejemplos de modelos de negocio adaptados a los estudios que estén cursando.

Charlas temáticas: Estas sesiones están relacionadas con algún aspecto concreto del desarrollo de un proyecto empresarial como plan de marketing, análisis y valoración de ideas, comportamientos emprendedores, etc.

Charlas de autoempleo: Tienen como objetivo la sensibilización y el fomento del espíritu emprendedor, presentando la creación de empresas como una opción válida de salida profesional. También se presentan los recursos existentes en Navarra de apoyo a la creación de empresas.

Estas charlas están dirigidas principalmente a alumnos que terminan sus estudios y están enmarcadas dentro del programa de seminarios que organiza la UPNA sobre salidas profesionales.

Visitas de empresarios/as en las aulas: Encuentros de empresarios y empresarias que hayan realizado sus estudios en la Universidad. Esta acción se desarrolla en colaboración con AJE. El objetivo principal de estas visitas es por un lado conocer experiencias reales de empresas en Navarra y romper con estereotipos creados relacionados con la figura del empresario/a.

Visitas a CEIN: Los fines perseguidos son conocer CEIN, sus servicios, especialmente los dirigidos a la creación de empresas y conocer de primera mano a los emprendedores que están instalados en su vivero de empresas.

Talleres de *innovation games*: Utilizando una metodología de juego de LEGO, se trabajan competencias como la innovación, creatividad y trabajo en equipo. Son juegos que reproducen situaciones reales que, utilizando la inteligencia, pretenden fomentar la creatividad, la innovación y el trabajo en equipo.

## ORGANIZACIÓN DE DIVERSAS ACCIONES

Organización de diversas actividades con e objetivo de dar a conocer LUCE y el fomento del espíritu emprendedor y trabajar valores como la creatividad, innovación, iniciativa, etc.

- Semana Emprendedora Universitaria: Organización de diferentes actividades tales como charlas, seminarios, talleres, visitas, exposiciones, conciertos, teatro, etc.

- Concursos: «Concurso móvil», «Ideas de negocio», «Mini-retos», «Detectives de la Innovación», son algunos de los concursos organizados.

## ASESORAMIENTO EN CREACIÓN DE EMPRESAS

Uno de los objetivos del laboratorio es dar apoyo a la creación de empresas y fomentar su carácter innovador.

Para lograr este objetivo ofrecemos a los emprendedores/as todos los recursos necesarios para la puesta en marcha de dichos proyectos, un seguimiento personalizado en la creación de los proyectos mediante un tutor/a personal y una metodología de trabajo para la detección y el apoyo al desarrollo de proyectos de fin de carrera con formato empresarial.

- Programa YUZZ

Participación en el programa.

El programa Yuzz ([www.yuzz.org](http://www.yuzz.org)) es un concurso de talento dirigido a gente joven. La Fundación Banesto en colaboración con otras entidades YUZZ organiza un concurso de ideas dirigido a jóvenes de 18 a 30 años que deseen desarrollar sus proyectos o empresa de base tecnológica, o relacionados con las tecnologías de la información y la comunicación.

CEIN-LUCE es el socio local y diseña y desarrolla un programa de formación y asesoramiento pensado para estudiantes universitarios –principalmente de la UPNa- durante cinco meses. En este tiempo el alumnado aprende a emprender y desarrolla un plan de empresa de una idea concreta propia.

## ACCIONES CON PROFESORADO COLABORADOR

LUCE, en colaboración con el Centro Superior de Innovación Educativa de la UPNA, trabaja aspectos relacionados con la inclusión en los grados de nuevos métodos de trabajo, la innovación educativa, los nuevos entornos de comunicación y cultura digital relacionados con la web 2.0., creatividad o el desarrollo de competencias dentro del aula, en concreto, la comunicación a través de las presentaciones eficaces o de impacto.

## ENCUENTROS CON OTRAS UNIVERSIDADES Y OTRAS ENTIDADES

Periódicamente, LUCE organiza sesiones para el profesorado y alumnado con otras universidades. El fin es conocer las actividades innovadoras que han puesto en marcha y profundizar en la metodología empleada. A lo largo de estos años han venido, entre otras universidades, la Universitat Politècnica de València, la Universidad de Cádiz, Mondragon Unibertsitatea, Fontys University (Holanda)...

## ENCUENTROS CON EMPRENDEDORES/AS

Colaboración con diferentes iniciativas entre ellas están:

- Evento Iniciador: El Iniciador es una comunidad de emprendedores que tiene como objetivo fomentar y facilitar el emprendimiento. Para conseguirlo se organizan actividades de emprendedores para emprendedores, donde puedan compartir conocimiento y experiencias y que fomente las bondades de la cultura empresarial. En nuestro caso, además se cuenta con la participación de estudiantes universitarios.
- Conferencia en colaboración con la iniciativa NASF a cargo de Pitch Johnson, profesor de Universidad de Stanford.

## ESTUDIO GEM (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR)

CEIN-LUCE ha participado desde el primer año que se realizó el estudio codo con codo con la Universidad Pública de Navarra. Ha puesto a disposición del estudio tanto metodología y trabajo de campo como emprendedores/empresarios y otras figuras de referencia para la realización de entrevistas.

# PROGRAMA MENTORING UMH PARA EMPRENDEDORES

## UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE

Observatorio Ocupacional (Programa de  
Emprendedores Universitarios-PEU)



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2011

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias.  
Experiencias internacionales de probado  
éxito.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: De 10 a 20  
personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 20  
En el curso académico 2010/11: 0

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 65 %  
Mujeres: 35 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 10 %  
Ciencias: 15 %  
Ciencias de la Salud: 15 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 35 %  
Ingeniería y Arquitectura: 25 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 33 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 49 %  
Antiguo alumno: 18 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Parques científicos y/o tecnológicos:

Otras empresas:

Otras empresas:

Parque Científico-Empresarial de la UMH

Empresas colaboradoras con el  
Observatorio Ocupacional de la UMH

Empresas creadas por estudiantes y titula-  
dos de la UMH

## PROGRAMA MENTORING UMH PARA EMPRENDEDORES

### OBJETIVOS

El *mentoring* es una relación de desarrollo personal en la cual una persona más experimentada ayuda a otra con menor conocimiento. En el ámbito de la Universidad Miguel Hernández de Elche pretendemos que el mentor sea una persona con gran preparación y experiencia, cuya misión sea guiar, orientar y aconsejar a estudiantes y titulados de la UMH en su desarrollo profesional, académico o como emprendedor. De este modo, más que una acción formativa, se trata más bien de un acto que afina y enriquece al estudiante o recién titulado, añadiendo más opciones y puntos de vista para que pueda elegir con acierto y le ayude a descubrir por sí mismo las opciones más acertadas.

Del mismo modo que un mentor puede orientar y dar un impulso al desarrollo profesional por cuenta ajena, también puede aconsejar a aquellos estudiantes y titulados que opten por la creación de su empresa. Por ese motivo, los emprendedores de la UMH más experimentados acompañan a los que están dando sus primeros pasos para ayudarles a tomar decisiones, aumentar el potencial de sus proyectos o reorientar sus modelos de negocio. De este modo se facilita que la empresa nazca o se desarrolle con las mayores garantías de éxito.

### DESCRIPCIÓN

Mediante este programa se persigue el impulso de la carrera profesional de los universitarios, así como facilitar la puesta en marcha de los proyectos de los emprendedores de la Universidad Miguel Hernández de Elche.

### ¿QUIÉN PUEDE SER MENTOR?

Debe ser un profesional o emprendedor con preparación que esté dispuesto a dedicar una pequeña parte de su tiempo a escuchar las inquietudes de futuros profesionales y emprendedores, compartir sus experiencias y aconsejarles para que puedan aprovechar mejor sus oportunidades.

## ¿QUIÉN PUEDE DISPONER DE UN MENTOR?

Pueden tener un mentor los estudiantes y recién titulados de la UMH que quieran contactar con un profesional o emprendedor preparado para que, con su apoyo y consejo, les ayude a aumentar su confianza y autoestima, a aprovechar mejor toda su potencialidad y facilitar el acceso a redes y otros recursos profesionales.

## ¿QUÉ COMPROMISOS SE ADQUIEREN?

Asistir a una sesión presencial, donde los mentores y mentorandos se conocerán y se informará sobre el desarrollo del programa, adquiriendo unas breves nociones sobre técnicas de «coaching». Tras esta primera sesión, cada mentor se reunirá personalmente al menos en dos ocasiones con cada mentorando asignado, en el lugar que crea apropiado y sea más fácil para ambos: en la empresa, en la universidad, etc. Durante la mitad del programa se realizará una sesión de seguimiento, con el fin de mejorar cualquier aspecto de desarrollo del mismo. Por último, se realizará una sesión de clausura del programa, donde los participantes podrán compartir las conclusiones y los resultados alcanzados. La asistencia a las sesiones presenciales será obligatoria.

### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE:

- Campus Emprendedores UMH **303**

# PROYECTO CUEJ (CANALIZACIÓN UNIVERSITARIA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL)

## UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

FUNDECOR (Fundación Universitaria para el Desarrollo de la provincia de Córdoba)



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2010

### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado.  
Experiencias anteriores propias. A raíz de una colaboración con otras organizaciones.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Más de 20 personas  
Personal experto externo: Más de 20 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 50 %  
Administración pública: 50 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 5.000  
En el curso académico 2010/11: 5.000

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 65 %  
Mujeres: 35 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 8,07 %  
Ciencias: 8,16 %  
Ciencias de la Salud: 18,14 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 45,75 %  
Ingeniería y Arquitectura: 19,91 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1º y 2º ciclo: 73 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 25 %  
Doctorado: 2 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## ENTIDADES COLABORADORAS

Organizaciones y/o asociaciones empresariales:	AJE Córdoba
Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:	Fundación Universitaria para el Desarrollo de la Provincia de Córdoba
Administración Central:	Ministerio de Educación
Administración Regional:	Centro de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE)
Administración Local:	IMDEEC, CPDE
Consejo Social de la UCO:	Consejo Social de la UCO

# PROYECTO CUEJ (CANALIZACIÓN UNIVERSITARIA DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL)

## OBJETIVOS

El «Proyecto de Canalización Universitaria de Emprendimiento Juvenil» es un proyecto cimentado en la participación de distintas entidades con diferente naturaleza. Tiene el objetivo principal de fomentar el emprendimiento en la comunidad universitaria a través de la formación y así favorecer la canalización de proyectos.

En el mismo se agrupan los más interesantes servicios de apoyo empresarial existentes tanto a nivel local como autonómico, con el objetivo de coordinarlos y maximizar los recursos ya existentes para evitar así solapamientos de actividades y dispersión de esfuerzos. De este modo se persigue la promoción del espíritu emprendedor, con la finalidad de crear empresas y simplificar dicho proceso, además de facilitar los primeros pasos de la elaboración de un proyecto empresarial, con las características particulares en el entorno universitario.

## DESCRIPCIÓN

Con el fin de simplificar y facilitar el proceso de creación y crecimiento de una empresa se creó en el año 2010 el PROYECTO CUEJ (Canalización Universitaria de Emprendimiento Juvenil) con la finalidad de fortalecer y ampliar la visión emprendedora en el entorno universitario, se unifican todos los recursos y servicios existentes en nuestro entorno y relacionados con el emprendimiento para facilitar el acceso y el conocimiento de estos y mejorar el aprovechamiento de los mismos, evitando duplicidad de estructuras y recursos.

De un modo muy esquemático, los servicios más representativos hacia la comunidad universitaria emprendedora se resumen en tres grupos:

### SERVICIO DE ASESORAMIENTO

Mediante servicios de apoyo especializados y servicios avanzados de consultoría así como de «preincubadora» de empresas. En este servicio contamos con la colaboración

de entidades como el Instituto Municipal de Desarrollo Económico y Empleo de Córdoba (IMDEEC), la Consejería de Empleo de la Junta de Andalucía y la Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE Córdoba), donde los dos primeros con sus técnicos especialistas nos dan un apoyo técnico especializado y el tercero gracias a su trayectoria y experiencia pueden ayudar a dirigir y retocar estos proyectos, en un plano más real.

### SERVICIO DE FINANCIACIÓN

Gracias a acuerdos firmados con entidades oferentes de microcréditos y créditos blandos, pueden proporcionarles ventajas financieras, así como información sobre subvenciones y ayudas públicas.

### SERVICIO DE INCUBADORA Y VIVEROS DE EMPRESAS

Gracias a los acuerdos firmados tanto con el IMDEEC como con la Consejería de Empleo, a aquellos proyectos que lleguen a la fase de maduración última, se les ofrecerá la posibilidad de pasar a la «preincubadora» y posteriormente viveros de empresas que éstas entidades poseen en el entorno de la universidad.

# PROYECTO DE DIFUSIÓN DE LA CULTURA EMPRENDEDORA EN LA PROVINCIA DE CÓRDOBA

---

**UNIVERSIDAD LOYOLA ANDALUCÍA**  
Servicio de empleabilidad y emprendimiento



---

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

Septiembre 2002

### ORIGEN DE LA IDEA

A raíz de una colaboración con otras organizaciones

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: De 5 a 10 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 33 %  
Administración local: 33 %  
Patrocinio de empresas o instituciones: 33 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias: 50 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 50 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

---

### ENTIDADES COLABORADORAS

Administración Local: Córdoba

# PROYECTO DE DIFUSIÓN DE LA CULTURA EMPRENDEDORA EN LA PROVINCIA DE CÓRDOBA

## OBJETIVOS

Difundir la cultura emprendedora en la provincia de Córdoba, con el objetivo de crear empresas que generen valor y riqueza en áreas con tejido empresarial escaso.

## DESCRIPCIÓN

Mediante un acuerdo con una empresa de la Diputación de Córdoba, gestora de cuatro viveros de empresas en diferentes lugares de la provincia de Córdoba, pondremos en marcha un proyecto de creación de empresas apoyándonos en cuatro pilares básicos: formación, asesoramiento, financiación y difusión de la cultura emprendedora.

# PROYECTO INCUVI

---

**UNIVERSIDADE DE VIGO**  
Fundación Universidade de Vigo

Universidade de Vigo

---

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2011

### ORIGEN DE LA IDEA

A raíz de una colaboración con otras organizaciones. A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: De 10 a 20 personas

### FINANCIACIÓN

Administración regional: 90 %  
Patrocinio de empresas o instituciones: 10 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 11  
En el curso académico 2010/11: 0

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 9 %  
Mujeres: 2 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## PROYECTO INCUVI

### OBJETIVOS

- Difusión de la cultura emprendedora a través de creación de una preincubadora de empresas.
- Desarrollo de proyectos.
- Plan de formación a emprendedores.

### DESCRIPCIÓN

- Creación de una preincubadora con capacidad para 6 iniciativas emprendedoras.
- Concurso para la selección de proyectos emprendedores.
- Plan de formación y tutorización de proyecto.
- Realización de plan de negocio.

# RECURSOS EMPRENDIMIENTO ORIENTACIÓN Y ASESORAMIENTO

## UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE

Área de inserción laboral



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

01/11/2012

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias. A raíz de una colaboración con otras organizaciones.

A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas

Personal experto externo: De 2 a 5 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 25

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 35 %

Mujeres: 65 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 25 %

Ciencias: 30 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 45 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 70 %

Máster/Títulos propios de postgrado: 20 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Organizaciones y/o asociaciones empresariales:

Confederación de Empresarios de Sevilla (CES), Confederación de Empresas Pequeñas de Andalucía (CEMPE).

## RECURSOS EMPRENDIMIENTO ORIENTACIÓN Y ASESORAMIENTO

### OBJETIVOS

Facilitar red de recursos eficaces y ágiles que faciliten la adquisición de conocimientos tanto básicos como avanzados sobre creación de empresa, de forma que el usuario acceda en un período de tiempo razonablemente corto a la información necesaria para poner en marcha su idea de negocio.

### DESCRIPCIÓN

- Localización de alumnos/egresados con motivación empresarial, a través de la propia Fundación Universidad-Sociedad.
- Entrevista de asesoramiento inicial para evaluación y derivación.
- Atención individualizada/atención grupal genérica mediante talleres de sensibilización emprendedora y recursos concretos en materia de autoempleo, programas de financiación, aplicaciones informáticas y temática afín.
- Acceso a recursos universitarios en materia de creación de empresas.
- Seguimiento.

# RED DE EMPRENDEDURÍA UNIVERSITARIA (XEU)



## UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Càtedra URV-Empresa de empeneduria  
y creación de empresas



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

Diciembre 2010

### DURACIÓN

12 meses

### ORIGEN DE LA IDEA

A raíz de una colaboración con otras  
organizaciones

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: De 2 a 5 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 25 %

Administración regional: 75 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 544

En el curso académico 2010/11: 155

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 48 %

Mujeres: 52 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Universidades españolas:

Universitat Autònoma de Barcelona

Universitat de Barcelona

Universitat de Girona

Universitat de Lleida

Universitat Oberta de Catalunya

Universitat Politècnica de Catalunya

Universitat Pompeu Fabra

Universitat de Vic

## RED DE EMPRENDEDURÍA UNIVERSITARIA (XEU)

### OBJETIVOS

- a) Motivar y fomentar el espíritu emprendedor de la comunidad universitaria catalana, potenciando un entorno favorable a la generación de vocaciones empresariales y a la identificación del talento emprendedor.
- b) Crear e impulsar ideas innovadoras en los proyectos empresariales surgidos en el entorno universitario, favoreciendo redes de colaboración y de negocios. Incrementar las habilidades y capacidades emprendedoras.
- c) Crecer y consolidar iniciativas empresariales, fomentando la innovación y el uso de nuevas tecnologías.
- d) Generar conocimiento con capacidad de suministrar recursos y dispositivos orientados a valorizar la emprendeduría universitaria. Elaborar y compartir recursos para la divulgación práctica.

### DESCRIPCIÓN

Se ha realizado distintos cursos, seminarios, talleres, un campus de verano, un concurso de ideas, un congreso global, además de otras actividades y trabajos de investigación.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI:

- Club del emprendedor **325**
- Curso «Qué hace falta saber para crear una empresa» **56**
- Coordinación en la gestión de las becas de estudiantes para trabajar en las *spin-off* **335**
- Jornada de capital riesgo **289**
- Programa de internalización de las *spin-offs* **297**

# UEMCPRENDE

## UNIVERSIDAD EUROPEA MIGUEL DE CERVANTES

Centro de Orientación, Información y Empleo (COIE)



### PARÁMETROS

#### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2010-2011

#### DURACIÓN

3 meses

#### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado

#### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: Menos de 2 personas

#### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

#### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 4

En el curso académico 2010/11: 4

#### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 75 %

Mujeres: 25 %

#### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias: 50 %

Ciencias de la Salud: 25 %

Ingeniería y Arquitectura: 25 %

#### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 75 %

Antiguo alumno: 25 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

#### ENTIDADES COLABORADORAS

Cámaras de Comercio:

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:

Ventanilla Única Empresarial

Secot

## UEMCPRENDE

### OBJETIVOS

Detectar y seleccionar aquellas ideas y/o proyectos empresariales maduros, desarrollados por emprendedores estudiantes o egresados en los dos últimos cursos, que necesiten formación especializada para la creación y puesta en marcha de una empresa.

### DESCRIPCIÓN

Se lanza una convocatoria para seleccionar, de entre los interesados, las ideas o proyectos empresariales que estén en una fase de desarrollo medianamente avanzada, para ofrecer a sus promotores la formación que necesitan para el desarrollo del Plan de Empresa y la información más adecuada para la constitución formal de su empresa.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD EUROPEA MIGUEL DE CERVANTES:

- Programa de Fomento del Espíritu Emprendedor **86**

# XARXA D'EMPRENDEDURÍA UNIVERSITARIA



## UNIVERSITAT DE BARCELONA

Cátedra de Iniciativa Emprendedor



UNIVERSITAT DE BARCELONA



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2010

### ORIGEN DE LA IDEA

A raíz de una colaboración con otras organizaciones

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: De 5 a 10 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 25 %  
Administración regional: 75 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 10.400  
En el curso académico 2010/11: 10.400

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 49 %  
Mujeres: 51 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 13 %  
Ciencias: 8 %  
Ciencias de la Salud: 10 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 50 %  
Ingeniería y Arquitectura: 19 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 60 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 20 %  
Doctorado: 5 %  
Antiguo alumno: 5 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## ENTIDADES COLABORADORAS

Universidades españolas:

UAB, UPC, UPF, UdG, UdL, URV, UOC, UVic

Parques científicos y/o tecnológicos:

Parque Científico de Barcelona

Organizaciones y/o asociaciones empresariales:

Red Inicia

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:

FBG-UB, IDEC-UPF, FudG, FudL, TCM

Administración Central:

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte

Administración Regional:

Generalitat de Catalunya

Administración Local:

Ayuntamiento de Barcelona

Comisión Europea:

FSE

## RED DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIA

### OBJETIVOS

La Xarxa d'Emprenedoria Universitària (XEU) se puso en marcha con el objetivo de llevar a cabo, de manera coordinada, acciones de fomento del emprendimiento y de contribuir a la detección del talento emprendedor y a la creación de vocaciones empresariales.

La XEU se diseñó para:

- Aumentar la inversión en capital humano, mejorando las competencias clave del alumnado en materia de innovación.
- Mejorar la oferta formativa universitaria, realizando diferentes actuaciones en materia de iniciativa emprendedora.
- Racionalizar recursos económicos y materiales, a partir de la coordinación y sistematización de iniciativas relacionadas con el emprendimiento.
- Fomentar el establecimiento de vínculos territoriales, a partir de la interacción entre universidades y universidad/empresa.
- Multiplicar el conocimiento en materia de emprendimiento en Catalunya.

Para cumplir con tales fines, la XEU se basa en las siguientes líneas estratégicas:

- Motivar y fomentar el espíritu emprendedor, potenciando un entorno favorable a la generación de vocaciones empresariales y a la identificación del talento emprendedor.
- Crear e impulsar ideas innovadoras, favoreciendo redes de colaboración e incrementando las habilidades emprendedoras.
- Crecer y consolidar iniciativas empresariales, fomentando el uso de nuevas tecnologías.
- Generar conocimiento y elaborar y compartir recursos para la divulgación práctica.

## DESCRIPCIÓN

La XEU está integrada por nueve universidades catalanas (se detallan a continuación) y coordinada a través de la Fundación Bosch i Gimpera y la Cátedra de Iniciativa Emprendedora, ambas de la Universitat de Barcelona. La XEU se puso en marcha gracias a la convocatoria de «proyectos innovadores» del entonces Departamento de Trabajo de la Generalitat de Catalunya.

- Universitat de Barcelona.
- Universitat Autònoma de Barcelona.
- Universitat Politècnica de Catalunya.
- Universitat Pompeu Fabra.
- Universitat de Girona.
- Universitat de Lleida.
- Universitat Rovira i Virgili.
- Universitat Oberta de Catalunya.
- Universitat de Vic.

Cada línea estratégica se desarrolla sobre un mapa de 5 bloques de actividades:

- Talleres y seminarios, que incluyen Jornadas de Fomento del Emprendimiento, talleres de competencias emprendedoras y cursos sobre qué hace falta saber para crear una empresa. En 2011 se desarrollaron más de 120 acciones, distribuidas en los diferentes campus de las distintas entidades de la XEU.
- Actividades en línea: cursos en línea sobre emprendimiento, un videojuego sobre creación de empresas y un concurso de ideas emprendedoras.
- Campus de Verano. En julio de 2011, 80 alumnos de todas las entidades tuvieron la oportunidad de sumergirse en la materia de iniciativa emprendedora. En grupos y, en un tiempo limitado, tuvieron que desarrollar y presentar una idea de negocio surgida a raíz de la observación del entorno.

- XEU Forum. Dos jornadas de debate, talleres, conferencias, mesas redondas relacionadas con el emprendimiento y con cierto énfasis en el emprendimiento femenino. En la edición de octubre de 2011 participaron más de 500 personas.
- Publicaciones divulgativas y de investigación. En el marco de la XEU, las distintas universidades están elaborando estudios en materia de creación de empresas en Cataluña, en relación al tema del género, a la intencionalidad de emprender, etc. Se pone en marcha el Observatorio del Emprendimiento Universitario de Cataluña.

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT DE BARCELONA:**

- Escuela de Verano: Gestión de la Creatividad en la Sociedad de la Innovación **67**
- Workshop de Creación de Empresas de la Universidad de Barcelona **108**

## **D. EMPRENDIMIENTO DE BASE TECNOLÓGICA**



# ANTENAS DEL PARQUE CIENTÍFICO

## UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Ciudad Politécnica  
de la Innovación



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA

### PARÁMETROS

#### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2011

#### DURACIÓN

6 meses

#### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias internacionales de probado éxito.  
A raíz de una colaboración con otras  
organizaciones

#### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: De 2 a 5 personas

#### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

#### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 112  
En el curso académico 2010/11: 112

#### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 58 %  
Mujeres: 42 %

#### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 8 %  
Ciencias: 12 %  
Ciencias de la Salud: 14 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 18 %  
Ingeniería y Arquitectura: 48 %

#### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 72 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 26 %  
Doctorado: 2 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

#### ENTIDADES COLABORADORAS

Centros de investigación:

Institutos propios, mixtos con el CSIC  
y centros tecnológicos

Organizaciones y/o asociaciones empresariales:

Asociación Valenciana de Empresas  
Innovadoras, Asociación Valenciana de  
Business Angels

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:

Fundación Innova, Fundación Ciudad  
Politécnica de la Innovación

## ANTENAS DEL PARQUE CIENTÍFICO

### OBJETIVOS

- Entender la gestión y aspectos legales de la propiedad intelectual.
- Adquirir hábitos y destrezas de trabajo en equipo multidisciplinar.
- Desarrollar un modelo de negocio para explotar una determinada innovación.

### DESCRIPCIÓN

Se configura un equipo de estudiantes procedente de diferentes titulaciones. Se les suministra información de una tecnología o patente, a partir de la cual han de generar ideas de aplicación para posteriormente seleccionar alguna de ellas para convertirla en proyecto. Para este proyecto los estudiantes analizan el modelo de negocio más adecuado y lo presentan a un grupo evaluador.

# ASESORAMIENTO INTEGRAL IMPULSO

---

## UNIVERSIDAD DE ALICANTE

Parque Científico



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

---

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

Septiembre 2007

### DURACIÓN

50 meses

### ORIGEN DE LA IDEA

A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: Menos de 2 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 60 %

Administración nacional: 40 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 150

En el curso académico 2010/11: 60

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 90 %

Mujeres: 10 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias: 14 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 6 %

Ingeniería y Arquitectura: 80 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## ASESORAMIENTO INTEGRAL IMPULSO

### OBJETIVOS

- Fomentar la detección de proyectos con potencial y la creación de empresas de base tecnológica.

### DESCRIPCIÓN

Bajo el programa IMPULSO, que comprende distintas acciones que van desde la detección de proyectos, hasta la maduración de los mismos y la puesta en marcha de actividades empresariales, los proyectos son tratados bajo un prisma integrador. De esta forma, el emprendedor acude a una única unidad que se hace cargo tanto del apoyo al emprendedor en la maduración de la propuesta, como de la valoración de la aportación de la Universidad a la empresa, la transferencia de la tecnología a realizar, la gestión y trámites necesarios para que la EBT se constituya y la propia constitución de la EBT. Una vez que la empresa está creada, desde la misma unidad se ofrecen servicios de incubación. Más aún, a cada proyecto se asigna un técnico especializado que acompaña al emprendedor en todo el proceso y que se encarga de resolver los problemas o dificultades que se puedan encontrar en el desarrollo del proyecto buscando y aportando los recursos internos y externos necesarios.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE ALICANTE:

- Estudios sobre emprendimiento **337**

# AYUDAS PARA LA REALIZACIÓN DE PLANES DE NEGOCIOS DE NUEVAS EMPRESAS BASADAS EN PROYECTOS Y RESULTADOS DE GRUPOS DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS  
DE GRAN CANARIA

Emprende ULPGC



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

Noviembre 2010

### DURACIÓN

7 meses

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias internacionales de probado éxito. A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: De 2 a 5 personas

### FINANCIACIÓN

Administración regional: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 19

En el curso académico 2010/11: 19

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 65 %

Mujeres: 35 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias: 45 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 10 %

Ingeniería y Arquitectura: 45 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Doctorado: 80 %

Antiguo alumno: 20 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Organizaciones y/o asociaciones empresariales:

Latipnet

## AYUDAS PARA LA REALIZACIÓN DE PLANES DE NEGOCIOS DE NUEVAS EMPRESAS BASADAS EN PROYECTOS Y RESULTADOS DE GRUPOS DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

### OBJETIVOS

La actuación consiste en ofrecer una ayuda económica y asesoramiento para la realización de planes de negocios de nuevas empresas basadas en proyectos y resultados de I+D de grupos de investigación de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC).

Los beneficiarios de las ayudas pueden ser titulados universitarios incluyéndose doctores, doctorandos o becarios de grupos de investigación con vocación emprendedora, que con el consentimiento y apoyo del grupo de investigación se comprometan a la realización de un plan de negocios durante la duración de la ayuda.

El asesoramiento para realizar el plan de negocio lo reciben a través de una organización especialista en el apoyo y lanzamiento a nivel global de empresas basadas en el conocimiento y alta tecnología provenientes del entorno universitario: LatIPnet (Latin American Intellectual Property Network), con sede en el Silicon Valley, California. Esta organización está formada por profesionales de reconocido prestigio internacional en el mundo de la investigación vs empresarial y del capital riesgo.

El Centro de Emprendedores Universitarios que gestiona la Fundación Universitaria de Las Palmas (FULP) centra sus actividades en promover el emprendimiento en el ámbito universitario, tanto entre los estudiantes como entre egresados e investigadores. Pronto nos dimos cuenta de que resulta complicado que los investigadores, pese a que tienen productos altamente comercializables, transfieran sus resultados de investigación al mercado, ya sea por falta de tiempo o de vocación empresarial.

Por eso se nos ocurrió que sería una buena forma de motivar la transferencia tecnológica ofrecer a los propios becarios o doctorandos de los departamentos dedicar tiempo a realizar el plan de negocio de lo que allí se hace y además darles una ayuda económica

por el tiempo que emplean en ello. Siempre, por supuesto, con el consentimiento por escrito del investigador principal del Grupo de Investigación.

## DESCRIPCIÓN

Se lanzó una convocatoria entre los grupos de investigación y doctorandos de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria para conceder 8 ayudas.

Los criterios de evaluación fueron:

### CRITERIOS DE EXCELENCIA CIENTÍFICA Y TÉCNICA

- Calidad científica y técnica de la propuesta.

### CRITERIOS DE POTENCIAL DE TRANSFERENCIA

- Potencial de innovación y desarrollo tecnológico de la propuesta.
- Probabilidad de que los resultados sean susceptibles de ser protegidos mediante una patente u otro mecanismo de protección de la propiedad industrial e intelectual.
- Importancia social de la necesidad que se busca satisfacer o solucionar con el producto de la investigación.
- Atractivo comercial: mercado al que se dirige y ventaja competitiva del producto resultante.

### CRITERIOS RELATIVOS AL SOLICITANTE DE LA AYUDA

- Grado de implicación en el proyecto.
- Méritos académicos y profesionales acreditados por el solicitante.

Los candidatos debían tener además clara vocación emprendedora y los proyectos a desarrollar clara orientación empresarial. En ningún caso se financiaron actividades

de investigación que no estuvieran destinadas a la puesta en valor empresarial de conocimiento acumulado por el grupo de investigación.

Los candidatos debían contar con el consentimiento y apoyo por escrito del grupo de investigación.

Una vez seleccionados los proyectos, los beneficiarios comienzan la elaboración de los planes de empresa con el apoyo de los expertos de LatIPnet, así como de la FULP y la ULPGC y siempre en coordinación con los investigadores principales de los grupos de investigación.

Los beneficiarios reciben el 100 % de la ayuda una vez que cumplen con la elaboración de los planes de negocio. Y a partir de aquí se sigue asesorando a aquellos proyectos que han dado una viabilidad económica y técnica positiva y cuyos promotores quieren continuar con el siguiente paso de constitución de la empresa.

## RESULTADOS

Gracias a esta iniciativa, que ya hemos llevado a cabo en dos ediciones consecutivas, hemos conseguido trabajar en profundidad con 8 proyectos específicos provenientes de grupos de investigación de la ULPGC.

Gracias al asesoramiento especializado por parte de Latipnet y a su red de contactos, algunos de los promotores de los proyectos atendidos pudieron realizar una incursión de negocios a Silicon Valley, California.

Además, dado el nivel de estos proyectos, 5 de ellos se presentaron y pasaron la selección de entre más de 30 proyectos y empresas por parte de expertos inversores para presentar en el Foro de Inversión organizado por la Dirección General de Promoción Económica del Gobierno de Canarias dentro del marco del Día del Emprendedor en mayo de 2010.

Cuatro de los proyectos ya se han constituido como empresa.

Uno de ellos, DIGITAL ART & DESIGNERS SL, trabajó en Junio 2010 en Sur África con la FIFA en el mundial de fútbol 2010.

Otro de ellos, Mnemosine, dedicado al desarrollo de un software destinado a mejorar la calidad de vida de los pacientes de Alzheimer y sus cuidadores, se ha llevado ya

varios premios a nivel nacional e internacional, entre ellos el Primer premio nacional de la CRUE (RUNAE), Uniprojecta.

## CONCLUSIONES

Mediante la «Ayuda para la realización de planes de negocios de nuevas empresas basadas en proyectos y resultados de grupos de investigación» hemos conseguido nuestro principal objetivo, que era fomentar el emprendimiento tecnológico en nuestra universidad, superando las barreras de falta de tiempo y motivación por emprender de los investigadores. Hasta ahora los resultados han sido excelentes y, sin duda, esta es una iniciativa que seguiremos llevando a la práctica en el futuro.

### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA:

- Competición Internacional de Ingenieros Emprendedores **245**

# BECAS PARA EL DESARROLLO DE PROTOTIPOS COMERCIALIZABLES

## UNIVERSIDAD DE BURGOS

OTRI Programa Ubuemprende



UNIVERSIDAD DE BURGOS

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2010

### DURACIÓN

9 meses

### ORIGEN DE LA IDEA

A raíz de una colaboración con otras organizaciones.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: *Sin especificar*

Personal experto externo: *Sin especificar*

### FINANCIACIÓN

Administración regional: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 15

En el curso académico 2010/11: 5

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 86 %

Mujeres: 14 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias: 40 %

Ingeniería y Arquitectura: 60 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1º y 2º ciclo: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## ENTIDADES COLABORADORAS

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:

Fundación General de la Universidad de Burgos y Fundación Universidades de Castilla y León

Administración Regional:

Junta de Castilla y León

## BECAS PARA EL DESARROLLO DE PROTOTIPOS COMERCIALIZABLES

### OBJETIVOS

El objetivo de esta convocatoria anual es desarrollar actividades de transferencia de conocimiento en el proceso formativo del estudiante mediante la materialización y desarrollo de un prototipo, con posibilidades de ser comercializado en el mercado. Se entiende como prototipo, no sólo una figura o estructura física, sino también un desarrollo software o solución web.

### DESCRIPCIÓN

El programa de prototipos se encuadra dentro del Proyecto de Desarrollo de Actividades de Transferencia de Conocimiento desde la Universidad de Burgos hacia el tejido empresarial, en el marco de la Estrategia Universidad-Empresa de Castilla y León 2008-2013.

Este proyecto está financiado por la Junta de Castilla y León, a través de un convenio de colaboración, de 25 de octubre de 2010, suscrito entre la Fundación General de la Universidad de Burgos y la Fundación Universidades de Castilla y León para el desarrollo de actividades de transferencia de conocimiento desde la Universidad de Burgos hacia el tejido empresarial en el marco del programa TCUE, más concretamente en su Medida 4 (Protección y Explotación del Conocimiento).

# CLUB UNIVERSITARIO DE INNOVACIÓN

## UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA

Oficina de Transferencia del Conocimiento



UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA

### PARÁMETROS

#### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2005

#### DURACIÓN

6 meses

#### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado.

#### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 10 a 20 personas

Personal experto externo: *Sin especificar*

#### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 75 %

Administración regional: 25 %

#### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 300

En el curso académico 2010/11: 47

#### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 80 %

Mujeres: 20 %

#### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ingeniería y Arquitectura: 100 %

#### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1º y 2º ciclo: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

#### ENTIDADES COLABORADORAS

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:

*Sin especificar*

Administración Regional:

*Sin especificar*

## CLUB UNIVERSITARIO DE INNOVACIÓN

### OBJETIVOS

- Realizar proyectos de desarrollo innovador por parte de los alumnos, dentro de las líneas de investigación de la Universidad.

### DESCRIPCIÓN

Durante seis meses se desarrollan los proyectos aprobados, con la supervisión de un profesor.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA:

- Jornada «Creación de Empresa de Base Tecnológica» **343**

# EL EMPRENDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD DE DEUSTO. UN SISTEMA HOLÍSTICO

## UNIVERSIDAD DE DEUSTO- DEUSTUKO UNIBERTSITATEA

Departamento de Innovación  
y Emprendimiento



### PARÁMETROS

#### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2011

#### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias. A raíz de una colaboración con otras organizaciones.

#### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 5 a 10 personas  
Personal experto externo: Menos de 2 personas

#### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 50 %  
Patrocinio de empresas o instituciones: 50 %

#### ENTIDADES COLABORADORAS

Escuelas de negocio:	<i>Sin especificar</i>
Centros de investigación:	<i>Sin especificar</i>
Otras empresas:	<i>Sin especificar</i>
Administración Regional:	<i>Sin especificar</i>

# EL EMPRENDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD DE DEUSTO. UN SISTEMA HOLÍSTICO

## OBJETIVOS

- Consolidar y coordinar el desarrollo de las competencias de emprendimiento e innovación en los planes de estudio y los programas extracurriculares dinamizadores del emprendimiento y la innovación.
- Mejorar la socialización del conocimiento generado en la Universidad (Patentes, modelos de utilidad y de conocimiento e innovación social).
- Promover el emprendimiento y la creación de *spin-off* entre el PDI y el alumnado.
- Impulsar la investigación interdisciplinar en las áreas de emprendimiento e innovación.

## DESCRIPCIÓN

Partiendo del concepto de la triple misión universitaria (Docencia-Investigación-Socialización del Conocimiento) el emprendimiento queda claramente imbricado en la tercera de las mismas. No obstante, desde la Universidad de Deusto a la hora de abordar el mismo no sólo se realiza desde esta perspectiva sino que las dos anteriores juegan también un papel crucial.

En primer lugar, se plantea el emprendimiento como unidad transversal a todas las facultades que componen la Universidad, así como a todos los colectivos de la misma y, en segundo lugar, los equipos que conforman la referida unidad de emprendimiento resultan estar compuestos por todos estos estamentos de alguna u otra forma, bien sea de manera permanente, bien sea de manera puntual-coyuntural. Esta organización permite a la universidad monitorizar, a lo largo de su evolución y en un solo estamento, desde un alumno recién incorporado a la Universidad con inquietudes emprendedoras hasta un proyecto de investigación con vocación de llegar al mercado, pasando por la posibilidad de crear equipos de promotores mixtos interfacultades.

Pero donde reside el factor diferenciador fundamental, es en el seguimiento que se hace al mismo por el equipo multidisciplinar, dado que es éste, desde distintas ópticas quien analiza el estado del arte, su estado de maduración, las competencias del posible equipo de personas emprendedoras, la viabilidad del proyecto, su posible publicación como resultado de investigación, las posibilidades de protección, su probable comercialización...

La composición de los equipos, en la que se encuentran docentes, investigadores, exalumnos, personas fichadas de fuera del entorno universitario, administraciones, empresarios, consultoras especializadas e incluso los propios emprendedores, es la que da valor a los proyectos.

Del mismo modo, esta composición da valor incluso a la propia Universidad, al permitir retroalimentar el sistema, descubriendo nuevas dinámicas para fomentar el espíritu emprendedor dentro de la Universidad, sobre todo entre el alumnado, lo que influye en la docencia, nuevas líneas de investigación en materia de emprendimiento, lo que refuerza la segunda de las misiones universitarias y, cómo no, la de socialización del conocimiento, al permitir que las *spin-off* generadas accedan al mercado en la mejores condiciones.

# ESPACIOS DE INCUBACIÓN UPF *BUSINESS SHUTTLE*

## UNIVERSITAT POMPEU FABRA

Unidad de innovación-UPF Business Shuttle



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

26/05/2011

### DURACIÓN

36 meses

### ORIGEN DE LA IDEA

A raíz de una colaboración con otras organizaciones.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas  
Personal experto externo: Menos de 2 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 7  
En el curso académico 2010/11: 7

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 100 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias de la Salud: 43 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 14 %  
Ingeniería y Arquitectura: 43 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 14 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 14 %  
Doctorado: 58 %  
Antiguo alumno: 14 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Administración Local.

## ESPACIOS DE INCUBACIÓN UPF BUSINESS SHUTTLE

### OBJETIVOS

Disponer en la Universidad Pompeu Fabra de unos espacios de incubación propios para ubicar las empresas de base tecnológica y/o innovadoras surgidas del entorno universitario (*spin-offs* y *start ups*).

### DESCRIPCIÓN

La ubicación física de la empresa es, sin duda, un valor fundamental para los nuevos emprendedores. Es por este motivo que la UPF, firmó con Barcelona Activa (Ayuntamiento de Barcelona) el acuerdo de colaboración que permite a la UPF disponer de espacios propios de incubación para los nuevos emprendedores de base tecnológica o innovadora que surjan de nuestra Universidad. La nueva incubadora tiene el nombre de *Almogàvers Business Factory* y los espacios gestionados por la universidad se denominan «Espacios de Incubación UPF *Business Shuttle*». La incubadora se inauguró el pasado 26 de mayo de 2011 y la UPF ya está trasladando a los mismos dos de sus *spin-offs*, QGENOMICS y Voctrolabs, así como 5 *start ups* de reciente creación.

Estos espacios, gestionados de forma coordinada entre Barcelona Activa y la Unidad de Innovación-UPF *Business Shuttle* cuentan entre otras con: actividades de formación y dinamización, servicios de información sobre ayudas y fuentes de financiación, servicios logísticos y administrativos, salas de reuniones, espacios comunes de descanso, *net-working*, etc. La UPF gestiona una planta del vivero con 8-10 módulos de unos 20-30 m<sup>2</sup> cada uno (ampliables), para EBTs de reciente creación y para un período máximo de 3 años desde su creación.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT POMPEU FABRA:

- UPF Emprèn. Premio a la Iniciativa y a la Capacidad Empresarial **279**

# ESTUDIOS DE MERCADO / CHEQUE TECNOLÓGICO (COLABORACIÓN INFO - ADLE - UPCT)



## UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA

Facultad Ciencias de la empresa.  
Dpto. Economía Financiera y Contabilidad



Universidad Politécnica de Cartagena

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

Octubre de 2009

### DURACIÓN

36 meses

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias. A raíz de una colaboración con otras organizaciones.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: De 2 a 5 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 20 %

Administración nacional: 20 %

Administración regional: 20 %

Administración local: 20 %

Patrocinio de empresas o instituciones: 20 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 20

En el curso académico 2010/11: 6

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 80 %

Mujeres: 20 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias Sociales y Jurídicas: 10 %

Ingeniería y Arquitectura: 90 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 5 %

Doctorado: 95 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Parques científicos y/o tecnológicos:

Entidades financieras:

Administración Regional:

Administración Local:

Parque Tecnológico de Fuente Álamo

Cátedra Bancaja Jóvenes Emprendedores

Instituto de Fomento de la Región de Murcia

Agencia de Desarrollo Local y Empleo.

Ayto. Cartagena Centro Europeo de

Empresas de Innovación de Cartagena

(CEEIC)

## ESTUDIOS DE MERCADO / CHEQUE TECNOLÓGICO (COLABORACIÓN INFO - ADLE - UPCT)

### OBJETIVOS

Fomento de la creación de *spin-off* universitaria con perspectiva de supervivencia empresarial.

### DESCRIPCIÓN

Testar la viabilidad económica de aquellos proyectos empresariales que provengan de equipos de investigadores. El equipo de investigación además de testar los resultados tecnológicos debe acercarse al mercado para testar su idea empresarial. Con este objetivo, es necesario realizar un pre estudio de mercado de la mano de una consultora con experiencia para así enfocar la idea y tecnología en función de las necesidades del mercado. Este sistema facilita la elaboración de un *business plan* más exhaustivo y riguroso. Una vez que el equipo promotor tiene orientado su proyecto y definido su plan de empresa para dar el salto, conseguimos la asistencia de un asesor profesional en los primeros pasos de la nueva empresa.

# MANUAL PARA REDACTAR EL PLAN DE EMPRESA DE UNA SPIN-OFF

## UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Parque Científico de la Universitat de València



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2007

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias.  
Experiencias nacionales de probado éxito.  
Experiencias internacionales de probado éxito. A raíz de una colaboración con otras organizaciones.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas  
Personal experto externo: *Sin especificar*

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 1.000  
En el curso académico 2010/11: 100

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 50 %  
Mujeres: 50 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Parques científicos y/o tecnológicos:  
Otros:

Parc Científic de la Universitat de València  
RUVID, REDEMPRENDIA

# MANUAL PARA REDACTAR EL PLAN DE EMPRESA DE UNA *SPIN-OFF*

## OBJETIVOS

El «Manual para redactar el plan de empresa de una *spin-off*» ha constituido un excelente instrumento de apoyo al emprendimiento y una publicación de referencia en materia de asesoramiento empresarial en el creciente ecosistema emprendedor de nuestro entorno. Su registro, tono y dimensión adaptados al público objetivo hace que se trate de una lectura fácil de comprender para perfiles profesionales de cualquier tipo, además de suponer una actuación de apoyo y estímulo al emprendimiento desde la Universidad.

## DESCRIPCIÓN

El «Manual para redactar el plan de empresa de una *spin-off*» se configura como una guía para todos aquellos que quieran o deseen iniciar una actividad empresarial, informando sobre el proceso y reglamento de constitución de una empresa derivada de la investigación (*spin-off*), señalando las responsabilidades y analizando las expectativas según el nivel y naturaleza de la implicación de los investigadores en estas empresas.

### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA:

- I Concurs de Projectes Emprenedors **270**
- Semillero Empresarial **225**
- Escuela de Verano para Profesores Motivadores del Espíritu Emprendedor **62**

# NETEC. NEGOCIOS TECNOLÓGICOS Y BASADOS EN EL CONOCIMIENTO



## UNIVERSITAT JAUME I

Càtedra d'innovació Creativitat  
i Aprenentatge (INCREA)



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2010

### DURACIÓN

200 horas

### ORIGEN DE LA IDEA

A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 5 a 10 personas  
Personal experto externo: *Sin especificar*

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 9  
En el curso académico 2010/11: 9

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 80 %  
Mujeres: 20 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 33 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 33 %  
Ingeniería y Arquitectura: 33 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Organizaciones y/o asociaciones empresariales: Centro Europeo de Empresas  
Innovadoras-Castellón

# NETEC. NEGOCIOS TECNOLÓGICOS Y BASADOS EN EL CONOCIMIENTO

## OBJETIVOS

El objetivo de esta iniciativa es impulsar un papel más activo de la Universitat Jaume I en la formación de emprendedores y en el *spin-off* universitario. Se trata de un programa específico que contribuye a facilitar la transferencia de I+D+i generada por el profesorado de la UJI al tiempo que contribuye a difundir el espíritu emprendedor entre su estudiantado. Por lo tanto, esta iniciativa incentiva y apoya la colaboración entre estudiantes e investigadores de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas, de la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales y de la Escuela Superior de Ciencia y Tecnología de la Universitat Jaume I.

El programa NETEC trata de eliminar las diferentes barreras con que se encuentran los distintos colectivos que pueden estar interesados en los procesos de transferencia de la I+D+i generada en la UJI. Por un lado, nos encontramos con que los grupos de investigación aportan la tecnología, el conocimiento y la innovación, pero no les suele resultar atractivo analizar el potencial económico y empresarial de su *expertise*. Por otro lado, existen estudiantes que tienen vocación emprendedora y valoran positivamente el aprender a ser personas emprendedoras a partir de resultados reales de investigación. Con este programa se pretende poner en contacto al colectivo investigador con el colectivo de estudiantes emprendedores. Los beneficios que obtiene el colectivo investigador se concretan en la posibilidad de que tengan un plan de negocio real sobre una de sus investigaciones. Por su parte, el estudiantado aprende habilidades y capacidades emprendedoras desarrollando un plan de negocio asociado a un producto, tecnología o servicio real.

## DESCRIPCIÓN

Para desarrollar esta iniciativa son necesarios los siguientes participantes:

- Los grupos de investigación, los cuales aportan la tecnología y el conocimiento y se implican en las tareas de desarrollo y evaluación de una idea empresarial basada en su investigación.

- Estudiantes con vocación emprendedora, seleccionados en función de su expediente académico y de su intención emprendedora, que trabajarán con el grupo de investigación con el objetivo de identificar oportunidades de negocio basadas en su investigación y de evaluar su viabilidad empresarial. Se aconseja crear grupos de tres estudiantes provenientes cada uno de un centro diferente. Con ello se pretende fomentar la discusión y el trabajo en equipo entre estudiantes que poseen distintas habilidades técnicas y sociales. La nota mínima exigida al colectivo de estudiantes para poder participar en este programa es que su nota media sea superior a la media del centro al cual pertenece en un 20 %.
- La Universidad, que aporta la infraestructura necesaria para desarrollar y coordinar las empresas resultantes para que sirvan a los fines de la propia Universidad. En este sentido, los distintos agentes emprendedores UJI, prestarán apoyo en temas de formación, información, asesoramiento y cooperación. Concretamente, intervendrán: la Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas, la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales, Escuela Superior de Tecnología y Ciencias Experimentales, el Vicerrectorado de Estudiantes, Ocupación e Innovación Educativa a través de la Cátedra de INCREA de creación de empresas de la UJI y el Vicerrectorado de Investigación y Política Científica a través de la OCIT.

Los grupos de investigación y el estudiantado que pueda participar (en adelante grupo emprendedor experimental) tienen que analizar el mercado objetivo y evaluar las posibilidades de negocio del conocimiento y/o tecnología de la que parten y, en su caso, llegar hasta la realización de los trámites formales para la creación de empresas. Por ello, es necesario que a los estudiantes se les proporcione formación y asesoramiento en todas las fases de la cadena de valor del emprendedor. La Cátedra INCREA asume la responsabilidad de formar y asesorar al grupo emprendedor. Así, partiendo de la idea de negocio basada en la I+D+i de la UJI, se proporcionará formación específica en creación de empresas con la finalidad de que los grupos emprendedores experimentales desarrollen un plan de negocio. A continuación se asesorará y colaborará en la creación de la red de contactos que les facilitará los recursos necesarios para poner en marcha la nueva empresa. Por último, se asesorará en todos aquellos aspectos legales y fiscales que requiera la nueva empresa.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT JAUME I:

- Workshop: Enseñanza y aprendizaje desde una perspectiva creativa: la asignatura pendiente **110**
- Aprender a Empezar en la Universitat Jaume I **49**

# PROGRAMA INNOGESTIONA



## UNIVERSIDAD DE CÁDIZ

Cátedra de Emprendedores  
de la Universidad de Cádiz



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

Febrero 2010

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: De 2 a 5 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 25 %

Administración nacional: 75 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 10

En el curso académico 2010/11: 5

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 70 %

Mujeres: 30 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias: 70 %

Ingeniería y Arquitectura: 30 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Doctorado: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Organizaciones y/o asociaciones empresariales:

Confederación de Empresarios de la Provincia de Cádiz (CEC), AJE Cádiz, Asociación de empresarias y profesionales Cádiz (AMEP-Cádiz).

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:

Fueca, Fundación Campus Tecnológico de Algeciras, Fundación Andalucía Emprende

Administración Central:

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

Administración Regional:

Consejería de Economía, Innovación y Ciencia

## PROGRAMA INNOGESTIONA

### OBJETIVOS

El programa Innogestiona es un proyecto de la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz que tiene como objetivo fundamental orientar al mercado la actividad innovadora de los grupos de investigación de la UCA a través de la creación de equipos multidisciplinares con la incorporación de estudiantes de la rama de empresariales en grupos de investigación científico-técnicos. El programa Innogestiona pretende mejorar la gestión de los grupos de investigación de la Universidad de Cádiz a través de la incorporación de técnicas de gestión empresarial. Para ello, cada uno de los grupos de investigación participantes deben elaborar y poner en marcha un plan estratégico, un plan de organización (RRHH), un plan de marketing y comunicación, un plan de operaciones y un plan económico-financiero. De esta manera, se pretende fomentar la apertura al exterior de los grupos de investigación e ir cultivando la cultura emprendedora en los mismos.

### DESCRIPCIÓN

De forma natural, las *spin-off* universitarias nacen de grupos de investigación con una fuerte vinculación externa a través de contratos de transferencia, proyectos en red o a través de contratos de servicios técnicos. Desde un punto de vista externo al grupo, en numerosas ocasiones se argumenta que muchos grupos de investigación siguen viviendo de espaldas a la sociedad y a sus necesidades. Desde el punto de vista interno, se hace mención a la falta de recursos y la falta de conocimientos para tratar de colaborar con el mercado en el desarrollo de líneas innovadoras.

En este punto, en el curso 2009/2010 nace el Programa INNOGESTIONA, un proyecto promovido por la Cátedra de Emprendedores y la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación de la Universidad de Cádiz que tiene como objetivo impulsar la creación de empresas basadas en el conocimiento por parte de los grupos de investigación de la Universidad de Cádiz.

En cuanto a la metodología utilizada, es más bien sencilla. En una primera fase, se incorpora un estudiante de la rama de empresariales en el grupo de investigación que estará apoyado de forma externa por un técnico de creación de empresas que será su

tutor. El objetivo final de la primera fase es obtener una visión y misión compartida y asumida por todos los miembros del grupo.

En la segunda fase, el estudiante de empresariales facilita la realización de un análisis estratégico por parte del grupo de investigación teniendo en cuenta tanto los recursos y capacidades del grupo de investigación, como el análisis del atractivo, factores de éxito y potencial del sector en el que se encuentra dicho grupo. El resultado final es un análisis de situación estratégico y el establecimiento de unas líneas estratégicas de actuación enfocadas al objetivo fundamental de orientar y potenciar las relaciones de mercado del grupo de investigación y mejorar la gestión interna.

En la siguiente fase se ponen en marcha los planes de marketing y comunicación, de operaciones, RRHH y económico-financiero.

Por último, y una vez cumplidas las fases anteriores, se crea un Plan de Salida al Mercado a través de una *spin-off* (en el caso de grupos de investigación con una larga trayectoria de colaboración universidad-empresa) o a través del desarrollo de programas y contratos universidad-empresa (en el caso de grupos de investigación con una menor trayectoria de colaboración universidad-empresa).

Los beneficios para los participantes son claros. Los grupos de investigación incorporan a su gestión diaria herramientas y técnicas que permiten una mejora sustancial de la gestión del propio grupo. Además, el estudiante de empresariales, con la tutorización de los técnicos de la Cátedra de Emprendedores, aporta una orientación al mercado que implique la realización de actividades que conlleven relaciones con el entorno de una forma periódica y planificada.

Como factores de éxito a la hora de implantar el programa en otras universidades se recomienda tener en cuenta los siguientes:

- La implicación del director del grupo de investigación debe ser total. Además, es muy importante que la ubicación física del estudiante de Ciencias Empresariales se encuentre en el mismo lugar que el grupo de investigación.
- Los estudiantes deben firmar un acuerdo de confidencialidad de toda la información que se le suministre y pueda llegar a ser generada por el programa Innogestiona.
- Los estudiantes de Ciencias Empresariales deberán tener un tutor externo al grupo de investigación con conocimientos sobre transferencia, el sector y sobre gestión empresarial.

- Es importante complementar el desarrollo del proyecto con talleres y seminarios sobre gestión y habilidades directivas.

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE CÁDIZ:**

- Programa Emprendedoras y Emprendedores Como Tú **233**

# PROGRAMA RESET: ESPAI DE L'EMPREDADOR I SUPORT A LA NOVA EMPRESA TECNOLÒGICA



## UNIVERSITAT DE LES ILLES BALEARS

Fundació Universitat-Empresa:  
Departamento de Creación de Empresas



Universitat de les Illes Balears

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2008

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias nacionales de probado éxito. A raíz de una colaboración con otras organizaciones. A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: De 2 a 5 personas

### FINANCIACIÓN

Administración nacional: 90 %  
Patrocinio de empresas o instituciones: 10 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 1.331  
En el curso académico 2010/11: 564

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 50 %  
Mujeres: 50 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 20 %  
Ciencias: 20 %  
Ciencias de la Salud: 20 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 20 %  
Ingeniería y Arquitectura: 20 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1º y 2º ciclo: 25 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 25 %  
Doctorado: 25 %  
Antiguo alumno: 25 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## ENTIDADES COLABORADORAS

Escuelas de negocio:	Escuela de Organización Industrial (EOI)
Parques científicos y/o tecnológicos:	ParcBIT
Entidades financieras:	Sa Nostra, Cátedra Bancaja Jóvenes Emprendedores
Otras empresas:	Varias
Organizaciones y/o asociaciones empresariales:	Clústers de las Islas Baleares: Turistec, Idimar, Bioibal, Balears-t etc
Administración Regional:	Govern de les Illes Balears

# PROGRAMA RESET: ESPAI DE L'EMPREDADOR I SUPORT A LA NOVA EMPRESA TECNOLÒGICA

## OBJETIVOS

1. Fomentar la cultura emprendedora entre la comunidad universitaria, tanto entre los estudiantes como entre el personal docente, investigador, etc.
2. Detectar posibles emprendedores para poder dar respuesta a sus necesidades sobre la creación de empresas.
3. Ofrecer asesoramiento a proyectos empresariales de jóvenes universitarios e investigadores.
4. Organizar actos, cursos, seminarios, etc. sobre emprendeduría e innovación.

## DESCRIPCIÓN

- Informar y sensibilizar: contribuir al fomento de la cultura emprendedora y a la creación de empresas innovadoras y/o de base tecnológica, proporcionando información de interés mediante la página web y realizando actos y jornadas informativas.
- Formación: realizar acciones formativas para dar respuesta a las necesidades frente a la creación de empresas.
- Asesoramiento: ofrecemos asesoramiento y acompañamiento en todo el proceso de constitución de una empresa innovadora o de base tecnológica, desde los pasos previos hasta llegar a su constitución:
  - Apoyo previo a la constitución:
    - Asesoramiento en la protección de los derechos de propiedad industrial y solicitud de patentes.

- Definición del modelo de negocio.
- Valorización de la tecnología o el conocimiento generado en la UIB para evaluar la posibilidad de transferencia.
- Información sobre vías de financiación.
- Apoyo para la constitución de la empresa:
  - Elaboración del plan de empresa.
  - Información sobre los trámites administrativos.
  - Información jurídica y fiscal.

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT DE LES ILLES BALEARS:**

- Programa de Internacionalización de San Francisco **294**

# SEMILLERO EMPRESARIAL

## UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Parque Científico de la Universitat de València



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2011

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias internacionales de probado éxito.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 5 a 10 personas  
Personal experto externo: *Sin especificar*

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 50  
En el curso académico 2010/11: 50

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 60 %  
Mujeres: 40 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias: 30 %  
Ciencias de la Salud: 20 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 20 %  
Ingeniería y Arquitectura: 30 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Máster/Títulos propios de postgrado: 95 %  
Doctorado: 5 %  
Antiguo alumno: 75 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Parques científicos y/o tecnológicos:

Parc Científic de la Universitat de València

## SEMILLERO EMPRESARIAL

### OBJETIVOS

El semillero empresarial es una iniciativa de la Universitat de València que comprende espacios de uso compartido para emprendedores y empresas recién constituidas, en forma de cesión de uso de un puesto de trabajo durante un tiempo limitado en un local/módulo configurado y amueblado a tal fin en el Parc Científic de la Universitat de València (PCUV).

El objetivo es:

- Habilitar un espacio físico especialmente diseñado para acoger emprendedores y empresas de nueva creación con uno o dos trabajadores.
- Facilitar el acceso a instalaciones de primer nivel y altas prestaciones a nuevas iniciativas empresariales innovadoras en el ámbito de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).
- Generar un entorno empresarial donde encontrar sinergias/colaboraciones con otras empresas y emprendedores.

### DESCRIPCIÓN

Mediante el proyecto del semillero empresarial se han obtenido los siguientes resultados:

- Facilitar el acceso de instalaciones de primer nivel y altas prestaciones a nuevas iniciativas empresariales innovadoras en el ámbito del sector TIC. El semillero empresarial se encuentra actualmente ubicado en un módulo de casi 100 m<sup>2</sup> con una distribución de 14 puestos de trabajo.
- Aumentar la consolidación de empresas *start-up* desde el entorno universitario.
- Contribuir a configurar el PCUV como un espacio de referencia donde se genera sinergia entre los emprendedores instalados:
  - Intercambio de experiencias y buenas prácticas.

- Desarrollo de proyectos de I+D+i conjuntos.
- Alianzas estratégicas.
- Ampliación de la cartera de productos/servicios.

Desde que se puso en marcha en Enero de 2011, 20 empresas ya han pasado por el semillero.

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA:**

- I Concurs de Projectes Emprenedors **270**
- Manual para redactar el Plan de Empresa de una *spin-off* **213**
- Escuela de Verano para Profesores Motivadores del Espíritu Emprendedor **62**

# SUBPROGRAMA DE CREACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE BASE TÉCNOLÓGICA (SPIN-OFFS)

UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA

Universidad Castilla-La Mancha-EMPRENDE



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2011

### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado.  
Experiencias nacionales de probado éxito.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas  
Personal experto externo: Menos de 2  
personas

### FINANCIACIÓN

Patrocinio de empresas o instituciones: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 30

En el curso académico 2010/11: 6

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 80 %

Mujeres: 20 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias de la Salud: 30 %

Ingeniería y Arquitectura: 70 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Doctorado: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Parques científicos y/o tecnológicos:

PCYTA Albacete

## SUBPROGRAMA DE CREACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA (*SPIN-OFFS*)

### OBJETIVOS

- Estudiar la viabilidad de las ideas de negocio propuestas por los investigadores.
- Apoyar en la creación, gestión y organización de las *spin-off*.

### DESCRIPCIÓN

Destinado a investigadores y grupos de de investigación cuyos resultados sean susceptibles de explotación empresarial.

Una *spin-off*, también llamada Empresa de Base Tecnológica, es una empresa embrionaria generada con la participación de uno o más miembros de la comunidad universitaria, cuyo objeto tiene como base el conocimiento, la tecnología o la innovación generada por la propia actividad investigadora universitaria.

Las *spin-offs* nacen dentro de los centros de investigación y universidades a iniciativa de los investigadores cuando descubren una nueva tecnología, con el objetivo de transformar los resultados y conocimientos de la investigación en tecnologías con valor añadido, traduciendo en valor empresarial la investigación científica.

Los objetivos estratégicos de este tipo de empresas son generar cultura emprendedora, propiciar la creación de empresas, reforzar la interacción universidad-empresas e incrementar la transferencia de conocimientos.

Se realiza desde UCLM-Emprende la creación, gestión y organización de las empresas nacidas del programa. A seguir algunos enlaces de las *spin-offs* de la UCLM:

- [www.venadogen.es](http://www.venadogen.es)
- [www.symbiait.com](http://www.symbiait.com)

- [www.alarcosqualitycenter.com](http://www.alarcosqualitycenter.com)
- [www.sigtel.es](http://www.sigtel.es)
- [www.nanodrugs.es](http://www.nanodrugs.es)

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA:**

- V Curso de Generación de Ideas Innovadoras y Proyectos Emprendedores **106**
- Jornadas de Motivación Emprendedora **80**

## **E. CÁTEDRAS DE EMPRENDIMIENTO**



# PROGRAMA EMPRENDEDORAS Y EMPRENDEDORES COMO TÚ

## UNIVERSIDAD DE CÁDIZ

Cátedra de Emprendedores  
de la Universidad de Cádiz



Universidad  
de Cádiz

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

Junio 2008

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas

Personal experto externo: Menos de 2  
personas

### FINANCIACIÓN

Programas europeos: 80 %

Patrocinio de empresas o instituciones: 20 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 48

En el curso académico 2010/11: 12

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 70 %

Mujeres: 30 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Antiguo alumno: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Entidades financieras:

Organizaciones y/o asociaciones empresariales:

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:

Administración Regional:

Comisión Europea:

Cátedra Banca Jóvenes Emprendedores

CEC, AJE-Cádiz, AMEP-Cádiz

Fueca, Fundación Campus Tecnológico  
de Algeciras, Fundación Incyde

Consejería de Economía, Innovación  
y Ciencia

Fondo Social Europeo

# PROGRAMA EMPRENDEDORAS Y EMPRENDEDORES COMO TÚ

## OBJETIVOS

El objetivo fundamental de este proyecto es fomentar el espíritu emprendedor entre los estudiantes, profesores y, en general, de toda la comunidad universitaria a través de la visualización de casos prácticos de empresarios y empresarias que han formado parte de la Universidad de Cádiz. Para la visualización se seleccionan ejemplos cercanos a los estudiantes y es por ello por lo que en este proyecto se muestran a antiguos alumnos y alumnas de diferentes centros de la Universidad de Cádiz que se decidieron a dar el paso de crear una empresa.

Así los objetivos definidos de este programa son:

- 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 y, por ende, aumentar su intención emprendedora.
- Mejorar la autoconfianza de las mujeres (perspectiva de género) y de los hombres mostrando casos de universitarios como ellos, que han logrado crear una empresa.
- 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.
- Contribuir a la mejora de la imagen de la función social empresarial. Argumentar que una sociedad sin empresarias y empresarios está condenada al fracaso.

## DESCRIPCIÓN

Este proyecto se basa en una campaña promocional centrada en el efecto demostración. Se trata de ofrecer a la comunidad universitaria ejemplos tangibles sobre personas que apostaron por su idea y la pusieron en marcha hasta consolidarla.

La materia prima del proyecto es, por tanto, el «joven empresario universitario». Los emprendedores o emprendedoras participantes pertenecen a diferentes centros universitarios de la UCA. Las características deseables del empresario/a que participe en la campaña es que sea una persona joven y que la empresa sea reconocida e innovadora.

Es importante insistir en el principio de cercanía que inspira este proyecto. Y es que la cercanía del emprendedor al estudiante es clave en el éxito de programa. El impacto de la campaña resulta más efectivo si contamos con personas cercanas al estudiante universitario. Deben tratarse preferentemente de personas que quizás conozcan por haber sido compañeros de clase, cuyas caras resulten conocidas en el centro universitario, que se hayan cruzado por los pasillos o por la cafetería.

Con ello se trata, por un lado, de realizar un reconocimiento social a aquellas personas emprendedoras que se han atrevido a poner en marcha iniciativas capaces de generar riqueza y empleo y, por otro lado, se trata de «desmitificar» la figura del empresario o emprendedor de éxito, lejos de las grandes escuelas de negocio y de los grandes capitales, sin capacidades sobrehumanas de talento o asunción del riesgo, con un modelo de personas que son reales e imitables.

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

1. Campaña itinerante en los centros universitarios. Se realiza un panel expositivo para cada uno de los emprendedores participantes. Cada uno de estos paneles se expone en todos los centros universitarios por un periodo de 15 a 20 días durante el curso académico. Uno de los factores de éxito de esta campaña itinerante es la continua presencia de paneles de determinados lugares de tránsito en los centros universitarios, visualizando constantemente estos casos de éxitos.
2. Campaña audiovisual en la web institucional de la Universidad de Cádiz. Para ello se realiza un pequeño reportaje/entrevista en vídeo que es expuesto en la web de la Universidad de Cádiz y en las de otras entidades colaboradoras. El reportaje se basa en una entrevista al emprendedor y contiene imágenes de cada una de las empresas que forman parte del programa. La entrevista gira en

torno a la actividad de la empresa que dirigen, sus antecedentes en términos emprendedores, las dificultades iniciales, presente y futuro de la empresa. Todos los reportajes finalizan con un mensaje hacia todos aquellos que desean transformar en proyecto empresarial su idea de negocio.

Este material audiovisual y divulgativo sobre el potencial emprendedor es utilizado por parte de los docentes universitarios de tal forma que resulta interesante ver los efectos que produce vincular determinados conocimientos científicos, técnicos o humanísticos con proyectos empresariales reales. Así, se conoce la aplicabilidad empresarial al conocimiento universitario adquirido en las aulas. Este material está disponible en la web de Empresas UCA: <http://empresas.uca.es>.

Paralelamente este programa está generando una red de contacto entre empresas nacidas en la Universidad de Cádiz que están impulsando muchas relaciones universidad-empresa. Algunas de ellas participan de forma activa en todas las actividades que desde la Universidad de Cádiz realizamos en fomento de cultura emprendedora, capacitación de personas emprendedoras y apoyo a las iniciativas empresariales.

Entre las entidades colaboradoras en el proyecto se encuentran: la Fundación Bancaja, la Confederación de Empresarios de la provincia de Cádiz, la Fundación Andalucía Emprende, la Asociación de Mujeres Empresarias, la Fundación Campus Tecnológico de Algeciras y Asociación de Jóvenes Empresarios.

Otras áreas de la Universidad de Cádiz que han prestado su colaboración son: Fundación Universidad Empresa de la provincia de Cádiz, Oficina de Transferencia de Resultados de la Investigación y Consejo Social.

#### **OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE CÁDIZ:**

- Programa Innogestiona **218**

## **F. CONCURSOS DE EMPRENDIMIENTO**



# CHALLENGE UOC&PLUGGED\_ RETO CIUDADANO DE IDEAS DE LA UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA

## UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA

Estudios de Economía y Empresa



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2012

### DURACIÓN

17 semanas

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 10 a 20 personas

Personal experto externo: De 10 a 20 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 75 %

Patrocinio de empresas o instituciones: 25 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 1.000

En el curso académico 2010/11: 1.000

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## ENTIDADES COLABORADORAS

Entidades financieras:

Caixa Capital Risk

Otras empresas:

Moritz

Organizaciones y/o asociaciones empresariales:

HUB Westminster, Londres, Reino Unido

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:

Global Vision International (Corkscrew), Reino Unido, ASHOKA, Up Social, SIE Partner, Fes Salud, Inteligencia Creativa, P.A.U. Education, Innosfera

Administración Regional:

Generalitat de Catalunya: ACC1Ó

Medios de comunicación:

Televisión Española, Diari ARA, Catalunya Ràdio, Vilaweb, Bloggers, Havas Media – El Mundo al Revés

## **CHALLENGE UOC&PLUGGED \_ RETO CIUDADANO DE IDEAS DE LA UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA**

### **OBJETIVOS**

UOC&PLUGGED es un concurso de ideas, en forma de reto, que pretende fomentar la creatividad y la cooperación para detectar proyectos emprendedores y de alto impacto social, más necesarios que nunca con esta crisis que está paralizando, recortando derechos y oportunidades, amedrentando y desesperando a millones de ciudadanos en España. Con él queremos hacer también un llamamiento a la sociedad para que reflexione (se desconecte) sobre lo que queremos y podemos preservar del estado del bienestar y nos reconectemos con más fuerza y optimismo para poder enfrentarnos a las dificultades que sufrimos cada día. El éxito en la primera fase (un mes), con más de 700 ideas presentadas, 90.000 votos emitidos y millones de impactos en las redes sociales demuestra que la gente tiene ganas, fuerzas, creatividad, imaginación y talento para encontrar vías alternativas a los recortes.

### **DESCRIPCIÓN**

Está abierto a todos los ciudadanos. Sólo hay que tener una idea que creamos que puede mejorar las cosas y colgarla en el portal del reto «[mentesabiertas.uoc.edu/plug](http://mentesabiertas.uoc.edu/plug)». Si los votos populares y los jueces deciden que es una de las diez mejores de cada una de las ocho categorías (aprendizaje social, urbanismo, wikieconomía/consumo, comunicación, salud, finanzas, gobernanza y recursos), tendrá la oportunidad de pasar a las fases de anteproyecto y proyecto, con el apoyo de formadores de la UOC, la difusión en medios de comunicación y la colaboración de empresas e instituciones asociadas. Al final del proceso, de 17 semanas de duración, proclamaremos 8 ganadores (uno por categoría) que tendrán como premio un paquete de formación de postgrado y una estancia de casi un mes en Londres colaborando con una de las instituciones punteras en innovación social y cooperación internacional: Global Vision International.

El proceso es abierto y promueve la difusión y colaboración entre equipos que tengan ideas o proyectos similares. Los ganadores van a Londres, pero los 80 mejores de la primera fase se incorporarán al programa «uoc-talento», donde se les seguirá ofreciendo asistencia y contactos para poder avanzar hacia la realización de su idea.

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA:**

- Asignatura de grado Iniciativa Emprendedora **115**
- Uso de casos audiovisuales para la adquisición de la competencia de pensamiento crítico **138**

# COMPETICIÓN DE CREACIÓN DE EMPRESAS, ACTÚAUPM

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA  
DE MADRID

Programa de Creación de Empresas



POLITÉCNICA

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2004

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias internacionales de probado éxito.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: Menos de 2 personas

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 4.000

En el curso académico 2010/11: 1.200

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 70 %

Mujeres: 30 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Escuelas de negocio:

Parques científicos y/o tecnológicos:

Otras empresas:

Administración Central:

Administración Regional:

Entidades financieras:

Industriales Escuela de Negocios–UPM

Parque Científico y Tecnológico–UPM

Accenture, FDI Internet & Mobile, Sage, Savior Venture Capital, Rousaud Costas Duran SLP, revista Emprendedores, Axón Capital, Global Incubator.

Ministerio de Ciencia e Innovación (2011)

Comunidad de Madrid

Cátedra Bancaja Jóvenes Emprendedores

# COMPETICIÓN DE CREACIÓN DE EMPRESAS, ACTÚAUPM

## OBJETIVOS

La competición está dirigida a la comunidad activa UPM: profesores, investigadores, estudiantes de grado, doctorado y máster, así como cualquier persona o equipo de la Universidad que esté preparado para aceptar el reto de poner a prueba sus ideas de negocio.

La competición se integra dentro de las actividades desarrolladas en el Programa de Creación de Empresas, con los siguientes objetivos: detectar ideas de negocio y contribuir a la formación de equipos emprendedores; ayudar a potenciar el desarrollo de los planes de negocio redactados durante la fase formativa; contribuir a la evaluación de planes de negocio; apoyar y tutorizar la implementación de los planes de negocio presentados a la competición; proporcionar visibilidad a los emprendedores de la Universidad Politécnica de Madrid hacia posibles *partners*, inversores, clientes, otros emprendedores, etc.; reconocer y premiar a los mejores proyectos en cada una de las fases de la Competición.

## DESCRIPCIÓN

La competición se estructura en tres fases: Competición de Ideas de Negocio (fase de sensibilización), fase de formación y apoyo a la formación de equipos equilibrados y la Competición de Planes de Negocio (fase de pre incubación).

Los participantes acceden a la competición rellenando un breve formulario en el que describen aspectos esenciales sobre su proyecto empresarial. Las diez ideas de negocio más innovadoras recibirán un premio de 1.000 euros cada una. Los servicios asociados a esta fase son los seminarios de sensibilización, jornadas de emprendedores, jornadas divulgativas, resolución de consultas, contenidos web, vídeos, canal UPM (noticias), blog y redes sociales.

Tras esta primera fase, serán seleccionadas un número de las ideas presentadas, incluyendo a las diez premiadas, las cuales pasarán a la segunda fase de la competición, en la que los equipos tendrán acceso a un programa formativo en gestión empresarial

con el fin de que redacten un plan de negocio a partir de la idea presentada. Asimismo, podrán acceder a diferentes recursos proporcionados por la Universidad Politécnica de Madrid.

Una vez finalizada la fase formativa, aquellos equipos que presenten en plazo su plan de negocio podrán competir por los premios a los mejores Planes de Negocio y obtener acceso a formación avanzada a través de seminarios especializados sobre gestión empresarial avanzada. Los premios finales consisten en un primer premio de 15.000 euros, un segundo de 10.000 euros y un tercero de 5.000 euros. Adicionalmente existe un premio de 3.000 euros para el mejor plan de negocio promovido principalmente por estudiantes.

Las nuevas compañías pueden optar a su admisión en los Centros de Empresas localizados en el Parque Científico y Tecnológico de la UPM, así como al apoyo en la búsqueda de financiación, acceso a capital riesgo y *networking*.

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID:**

- Formación en gestión empresarial y desarrollo de plan de negocio **70**
- Laboratorio de expertos **162**

# COMPETICIÓN INTERNACIONAL DE INGENIEROS EMPRENDEDORES

UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS  
DE GRAN CANARIA

Emprende ULPGC



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

Marzo 2010

### DURACIÓN

3 meses

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias internacionales de probado éxito. A raíz de una colaboración con otras organizaciones. A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: De 2 a 5 personas

### FINANCIACIÓN

Administración regional: 20 %

Patrocinio de empresas o instituciones: 80 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 6

En el curso académico 2010/11: 6

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 50 %

Mujeres: 50 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ingeniería y Arquitectura: 100 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Universidades extranjeras:

Universidad de San Antonio de Texas

# COMPETICIÓN INTERNACIONAL DE INGENIEROS EMPRENDEDORES

## OBJETIVOS

Estudiando el entorno del emprendimiento universitario, detectamos que muchos estudiantes y titulados de las distintas ramas de ingeniería tienen, como resultado de sus proyectos de fin de carrera, productos tecnológicos que podrían resultar comercializables. Por otro lado, los estudiantes de negocios aprenden a estudiar la viabilidad de las ideas y a comercializarlas, pero les falta el producto novedoso a introducir en el mercado.

Dado que la transferencia de la tecnología entre la universidad y la sociedad es un pilar básico en el nuevo modelo económico y a nuestro entorno le queda mucho por hacer en este sentido, consideramos que la organización de este evento sería una forma de aportar otro granito de arena para lograr el cambio, poniendo en contacto a estos estudiantes para que formaran equipos multidisciplinares capaces de llevar el conocimiento que surge de la universidad al mercado. Este es el fin de la Competición Internacional de Ingenieros Emprendedores.

A través de un convenio con la Universidad de San Antonio de Texas, en EEUU, donde ya se celebran eventos de este tipo desde hace tiempo, hemos conseguido, además, que sean estudiantes americanos los encargados de comercializar la tecnología de los estudiantes canarios y lograr así productos que se puedan introducir no sólo a nivel local sino global.

Los objetivos generales de este evento son, por tanto:

- Aportar valor educacional a los emprendedores de Canarias compartiendo buenas prácticas, formación y experiencias con expertos en emprendimiento tecnológica con visión global.
- Guiar y aconsejar en el desarrollo e internacionalización de nuevas empresas tecnológicas.
- Asesoramiento sobre estrategias de fomento del emprendimiento en base a experiencias de otros países y, sobre todo, americanas.

Los objetivos específicos:

- Comparar y contrastar las diferencias en la creación de nuevos emprendimientos en los Estados Unidos y en España. Entender las diferencias para poder negociar efectivamente.
- Identificar el proceso de creación de riqueza a través de la creación de nuevos emprendimientos. Crecimiento dinámico y aceleración. Barreras que se deberán vencer en su crecimiento global.
- Identificar las actividades necesarias previas para que una empresa española y sus ejecutivos estén preparadas para visitar los Estados Unidos y lograr sus metas.
- Internacionalización de la empresa española: herramientas, habilidades, destrezas. Identificación de los procesos y métodos necesarios para globalizar la empresa.
- Estudiar las características del emprendimiento bi-nacional.
- Incursión de negocios en San Antonio de Texas.

## DESCRIPCIÓN

Para llevar a cabo la competición planteamos, tras una serie de videoconferencias con el equipo de la Universidad de San Antonio de Texas, el calendario de actuación. Lanzamos en ambas universidades una convocatoria para captar, entre sus estudiantes del último curso de negocios, posibles candidatos interesados en participar en el Programa. La idea era formar un máximo de seis equipos para la competición final.

Nosotros, por nuestra parte, lanzamos la convocatoria entre los alumnos de Proyecto Fin de Carrera de ingeniería y egresados a través de los directores de las distintas facultades y escuelas. Se presentaron doce proyectos de los que se seleccionaron seis para participar en esta acción.

Los criterios de selección fueron:

- Potencial comercial de la idea, producto o tecnología.
- Estado de desarrollo y madurez de la idea, producto o tecnología.

- Potencial de internacionalización del negocio.
- Nivel de compromiso y disponibilidad para participar activamente en todas las acciones previstas.
- Nivel de inglés.

Se formaron, por tanto, seis equipos, cada uno conformado por un estudiante canario con una tecnología potencialmente comercializable y dos estudiantes de Texas.

Cada equipo estuvo trabajando telemáticamente durante un mes (videoconferencias, skype, e-mail), analizando el potencial de cada proyecto. La semana previa a la Competición Internacional, los estudiantes de EEUU se trasladaron a Las Palmas de Gran Canaria, donde, bajo la supervisión de un equipo de la UTSA y de la FULP, durante una intensa semana de trabajo terminaron de elaborar los planes de negocio y preparar las presentaciones.

La Competición duró dos horas. Cada equipo hizo una presentación de su proyecto durante 15 minutos con turno de preguntas al final ante un panel de expertos del mundo académico, empresarial y financiero. Este equipo, de manera conjunta con los profesores de la Universidad de San Antonio, eligió los mejores proyectos en cuanto a innovación, presentación y calidad del plan de negocios y se hizo entrega a sus promotores de un premio simbólico de reconocimiento.

## RESULTADOS

La competición se publicó en diferentes medios, con lo que se logró que los proyectos tuvieran visibilidad.

De los/as participantes en esta iniciativa, se invitó a realizar una visita de negocios a San Antonio a aquellos/as con proyectos empresariales que podrían beneficiarse enormemente de esta incursión. Así pues, se trabajó junto con el equipo de San Antonio para realizar una visita que combinó una serie de reuniones de interés para todos los proyectos, con reuniones personalizadas de negocio para cada proyecto.

Cabe destacar de entre los resultados más tangibles de esta iniciativa que, en la actualidad, los promotores de uno de los proyectos están en pleno proceso de negociación con una empresa estadounidense que será un socio estratégico.

## CONCLUSIONES

Gracias a la Competición Internacional de Ingenieros Emprendedores seis estudiantes/titulados de la ULPGC con una tecnología potencialmente comercializable tuvieron la oportunidad de aprender a estudiar el mercado, elaborar un plan de negocios para el mismo, hacer una presentación comercial y viajar a EEUU en una misión comercial.

Esta fue una experiencia piloto que esperamos seguir repitiendo para que vaya creciendo el número de beneficiados.

### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA:

- Ayudas para la realización de planes de negocios de nuevas empresas basadas en proyectos y resultados de grupos de investigación de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria **197**

# CONCURSO DE IDEAS DE NEGOCIO PARA JÓVENES EMPRENDEDORES

## UNIVERSITAT DE LLEIDA

Vicerrectorado de Planificación,  
Innovación y Empresa



Universitat de Lleida

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2012

### DURACIÓN

3 meses

### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado. A raíz de una colaboración con otras organizaciones. A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 5 a 10 personas

Personal experto externo: De 2 a 5 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 50 %

Administración regional: 50 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 50

En el curso académico 2010/11: 0

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Administración Regional:

Generalitat de Catalunya

Consejo Social:

Consejo Social de la Universidad de Lleida

# CONCURSO DE IDEAS DE NEGOCIO PARA JÓVENES EMPRENDEDORES

## OBJETIVOS

- Promover el espíritu emprendedor en jóvenes universitarios hasta los 35 años.

## DESCRIPCIÓN

En su primera edición, el Concurso Idea-UdL ha premiado el desarrollo de ideas de negocio innovadoras.

Esta acción está organizada por el área del Trampolín Tecnológico de la Universidad de Lleida, que asesora a todos aquellos jóvenes universitarios que tienen una idea de negocio y ha prestado asesoramiento a los equipos concursantes.

# CONCURSO DE IDEAS DE NEGOCIOS



UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

Facultad de Ciencias Empresariales



UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2005

### DURACIÓN

1 curso académico

### ORIGEN DE LA IDEA

A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas  
Personal experto externo: De 2 a 5 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 50 %  
Cámara Oficial de Comercio e Industria: 50 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 123  
En el curso académico 2010/11: 43

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 56 %  
Mujeres: 44 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 8,90 %  
Ciencias: 11,40 %  
Ciencias de la Salud: 17,10 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 30,40 %  
Ingeniería y Arquitectura: 12,19 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1º y 2º ciclo: 54 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 24 %  
Doctorado: 7 %  
Antiguo alumno: 15 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## ENTIDADES COLABORADORAS

Universidades españolas:

Universitat Politècnica de València,  
Universitat de València, Universidad de Zaragoza, Universidad de Sevilla, Universidad de León

Universidades extranjeras:

Argosy University

Entidades financieras:

Cátedra Banca JÓvenes Emprendedores

Cámaras de Comercio:

La Rioja

Organizaciones y/o asociaciones empresariales:

AJE La Rioja

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:

FUR

## CONCURSO DE IDEAS DE NEGOCIOS

### OBJETIVOS

El concurso pretende fomentar el espíritu emprendedor motivando a estudiantes, titulados y emprendedores en general para que apliquen sus conocimientos y experiencias profesionales, con objeto de desarrollar servicios y productos viables comercialmente.

### DESCRIPCIÓN

- Fomentar el espíritu emprendedor en el ámbito de la comunidad universitaria.
- Promover la iniciativa emprendedora y la creatividad.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE LA RIOJA:

- Concurso Premio al Mejor Emprendedor **265**
- Club de emprendedores y de amigos de la Cátedra **323**

# CONCURSO DE IDEAS INNOVA PARA CREACIÓN DE EMPRESAS

## UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA

Oficina de Transferencia de Resultados  
e Investigación (OTRI)



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2012

### DURACIÓN

1 curso académico

### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas  
Personal experto externo: *Sin especificar*

### FINANCIACIÓN

Patrocinio de empresas o instituciones: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 12  
En el curso académico 2010/11: 12

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 80 %  
Mujeres: 20 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias: 50 %  
Ingeniería y Arquitectura: 50 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1º y 2º ciclo: 60 %  
Antiguo alumno: 40 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Otras empresas:

Restaurante Botín de Madrid

# CONCURSO DE IDEAS INNOVA PARA CREACIÓN DE EMPRESAS

## OBJETIVOS

- Fomentar el desarrollo de la cultura emprendedora y potenciar el surgimiento de nuevos proyectos de creación de empresas innovadoras.
- Aprovechar y canalizar el potencial innovador de la Universidad hacia la generación de iniciativas empresariales, además de extender las opciones de comercialización del conocimiento y tecnología generados en la Universidad.
- Contribuir con nuevas fórmulas al desarrollo social, creación de empleo y dinamización de la actividad económica en nuestro entorno.

## DESCRIPCIÓN

Convocatoria anual de ideas innovadoras susceptibles de convertirse en proyectos empresariales futuros y que promuevan la relación futura del proyecto con áreas de Conocimiento o Departamentos de Investigación de la Universidad Francisco de Vitoria.

### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA:

- Sociedad de Alumnos Generación Empresarial **327**

# CONCURSO DE IDEAS UC3M

## UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID

Parque Científico de Leganés Tecnológico-  
Universidad Carlos III



Universidad  
Carlos III de Madrid

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2002

### DURACIÓN

9 meses

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias internacionales de probado éxito.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: Más de 20 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 20 %  
Programas europeos: 80 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 270  
En el curso académico 2010/11: 53

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 93 %  
Mujeres: 7 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 5 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 10 %  
Ingeniería y Arquitectura: 85 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1º y 2º ciclo: 21 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 6 %  
Doctorado: 8 %  
Antiguo alumno: 65 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## ENTIDADES COLABORADORAS

Escuelas de negocio:	EOI
Parques científicos y/o tecnológicos:	APTE
Entidades financieras:	Capital riesgo, redes BA
Otras empresas:	Asesorías especializadas
Cámaras de Comercio:	Madrid
Organizaciones y/o asociaciones empresariales:	AJE Madrid
Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:	SECOT, FUE
Administración Central	
Administración Regional:	OEBT, madri+d Fundación para el conocimiento
Administración Local:	Ayuntamiento de Leganés

## CONCURSO DE IDEAS UC3M

### OBJETIVOS

Desde 2002, fecha en que se lanza la primera edición de esta convocatoria, nuestra universidad se plantea los siguientes retos:

- Apoyar y difundir la cultura empresarial entre el colectivo universitario.
- Aprovechar el potencial innovador de la Universidad para la generación de nuevas empresas.
- Potenciar y fomentar la creación de empresas científicas y tecnológicas.
- Aplicar nuevas fórmulas de apoyo al empleo y a la transferencia de tecnología.

### DESCRIPCIÓN

La convocatoria está dirigida a universitarios que estén cursando su último o penúltimo año de grado, alumnos de postgrado y antiguos alumnos con iniciativas empresariales.

El concurso está orientado a la selección de ideas encaminadas a la creación de empresas innovadoras de base científica y tecnológica.

Durante el proceso de selección, los participantes del concurso de ideas van desarrollando progresivamente su propuesta de creación de empresa.

Los promotores de los proyectos seleccionados formarán parte de un programa formativo en el que serán asesorados en el diseño, estructura y elaboración del Plan de Negocio y Viabilidad de su proyecto.

Los proyectos premiados serán adheridos al programa de preincubación del Vivero de Empresas del Parque Científico de la UC3M, ubicado en Leganés Tecnológico, durante 6 meses, disfrutando de los servicios de acompañamiento para completar su definición y valoración así como su concreción y puesta a punto para su andadura empresarial.

Los emprendedores se incorporarán a un entorno de relaciones donde encuentren acceso y recursos al mercado, financiación, tecnología, infraestructuras científicas y redes empresariales.

En sus primeras cuatro ediciones, el premio incluyó dotación económica de 12.000, 9.000, 6.000 y 3.000 euros para la puesta en marcha de las iniciativas.

La convocatoria no sólo recompensa a los proyectos premiados sino que aquellas iniciativas con viabilidad técnica y económica cuyos equipos emprendedores sigan comprometidos, pueden continuar siendo dirigidos, potenciados, apoyados y arropados por el equipo técnico y los recursos del Vivero de Empresas para convertir en realidad su idea.

Proyectos premiados en las ediciones realizadas en:

[http://www.uc3m.es/portal/page/portal/investigacion/parque\\_cientifico/vivero\\_empresas/6concurso\\_ideas\\_intro/6concurso\\_ideas\\_premios](http://www.uc3m.es/portal/page/portal/investigacion/parque_cientifico/vivero_empresas/6concurso_ideas_intro/6concurso_ideas_premios)

Más información en:

[http://www.uc3m.es/portal/page/portal/investigacion/parque\\_cientifico/vivero\\_empresas/6concurso\\_ideas\\_intro](http://www.uc3m.es/portal/page/portal/investigacion/parque_cientifico/vivero_empresas/6concurso_ideas_intro)

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID:**

- Trabajo Fin de Grado Emprendedor **135**
- Internacionalización de nuevas Empresas de Base Tecnológica en Brasil (acción piloto) **284**

# CONCURSO DE INICIATIVAS EMPRESARIALES

## UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Oficina de Transferencia Resultados de Investigación



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2002

### DURACIÓN

4 meses

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias.  
Experiencias nacionales de probado éxito.  
A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas  
Personal experto externo: De 2 a 5 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 56 %  
Administración nacional: 9 %  
Administración regional: 6 %  
Programas europeos: 4 %  
Patrocinio de empresas o instituciones: 20 %  
Otros: 5 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 61.879  
En el curso académico 2010/11: 4.877

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 47 %  
Mujeres: 53 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 9 %  
Ciencias: 6 %  
Ciencias de la Salud: 12 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 44 %  
Ingeniería y Arquitectura: 29 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 30 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 5 %  
Doctorado: 3 %  
Antiguo alumno: 62 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Parques científicos y/o tecnológicos:

Cartuja 93

Otras empresas:

Alenta Capital

Administración Regional:

Junta de Andalucía

Administración Local:

Ayuntamiento de Sevilla

# CONCURSO DE INICIATIVAS EMPRESARIALES

## OBJETIVOS

- Detectar ideas de negocio innovadoras.
- Detectar las iniciativas empresariales vinculadas al conocimiento y tecnologías desarrolladas en nuestra universidad.

## DESCRIPCIÓN

Este certamen está dirigido a emprendedores con iniciativas que pongan en explotación resultados de líneas de investigación, o bien apliquen y pongan en valor la formación recibida en cualquier ciclo formativo de la Universidad de Sevilla. Por tanto, pueden participar en este certamen: estudiantes, egresados, alumnos de máster y personal investigador de la Universidad de Sevilla.

# CONCURSO EMPRÈN UPC: CONCURSO DE IDEAS DE NEGOCIO PARA ESTUDIANTES UPC

UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA

Programa Innova



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

## PARÀMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓ

2011

### DURACIÓ

1 curso académico

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias.  
Experiencias internacionales de probado éxito.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: De 2 a 5 personas

### FINANCIACIÓ

Fondos propios: 50 %  
Patrocinio de empresas o instituciones: 50 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 250  
En el curso académico 2010/11: 55

### DISTRIBUCIÓ POR SEXO\*

Hombres: 80 %  
Mujeres: 20 %

### DISTRIBUCIÓ POR ÀREA DE ESTUDIO\*

Ingeniería y Arquitectura: 100 %

### DISTRIBUCIÓ POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 40 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 40 %  
Doctorado: 10 %  
Antiguo alumno: 10 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Escuelas de negocio:

EADA

Entidades financieras:

Fundació Caixa d'Enginyers, Fundació  
Yuzz Banesto

Otras empresas:

Solvay, Sener

## CONCURSO EMPRÈN UPC: CONCURSO DE IDEAS DE NEGOCIO PARA ESTUDIANTES UPC

### OBJETIVOS

La idea de este concurso parte del propósito de animar a los estudiantes para que apliquen los conocimientos recibidos durante sus estudios al desarrollo de servicios y productos con posibilidades de comercialización. Desde el Programa Innova se potencia la continuidad de los proyectos y se les da soporte una vez finalizado el concurso para hacer realidad sus ideas.

### DESCRIPCIÓN

En el año 2000 el Programa Innova, junto con la escuela de negocios EAE, organizó la primera edición del Concurso de Ideas de Negocio, dirigido a todo el colectivo de las dos instituciones (PDI/PAS/Estudiantes).

El año 2006 esta iniciativa se integró en las actividades de la Red de Trampolines Tecnológicos de ACCIÓ (agencia de la Generalitat de Cataluña para la innovación y la internacionalización de la empresa) y el Programa Innova asumió la secretaría técnica. De esta manera se amplió la participación a todos los miembros de la red.

Coincidiendo con la 10ª edición (año 2010) ACCIÓ promovió la creación de un concurso específico para el colectivo investigador: VALORTEC. Desde la UPC hemos querido mantener una iniciativa dirigida a los estudiantes de nuestra universidad. Por este motivo hemos diseñado un nuevo concurso –Emprèn UPC– que recoge el relevo de las nueve ediciones anteriores del Concurso de Ideas de Negocio.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA:

- Protocolo Asignaturas TOP: *Technological Opportunities Projects* **129**
- MyBusinessGame: videojuego multijugador vía web de creación de empresas **126**

# CONCURSO IDEA

---

## UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SAN ANTONIO

Departamento de Investigación



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2006

### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado.  
Experiencias anteriores propias.  
Experiencias internacionales de probado éxito. A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas  
Personal experto externo: Menos de 2 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 50 %  
Administración local: 50 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 50  
En el curso académico 2010/11: 0

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 40 %  
Mujeres: 60 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias: 20 %  
Ciencias de la Salud: 50 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 10 %  
Ingeniería y Arquitectura: 20 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 80 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 10 %  
Doctorado: 5 %  
Antiguo alumno: 5 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

---

### ENTIDADES COLABORADORAS

Administración Regional:

Fundación Séneca Murcia

## CONCURSO IDEA

### OBJETIVOS

- Favorecer el espíritu y la cultura emprendedora entre los alumnos de la Universidad Católica San Antonio.
- Potenciar la orientación de los proyectos universitarios hacia la transferencia de conocimientos, tecnologías y otros resultados de la actividad científica y técnica.
- Estimular la creación de empresas innovadoras y su arraigo en el mundo universitario.
- Favorecer la inserción profesional y laboral de los titulados en sectores de alto contenido científico y tecnológico
- Potenciar la capacidad innovadora de la investigación que se desarrolla en la Universidad.

### DESCRIPCIÓN

El concurso IDEA tiene como finalidad fomentar el espíritu emprendedor entre los alumnos de la UCAM, la innovación como estrategia competitiva y la creación de empresas y servicios innovadoras o con base tecnológica desde la Universidad.

Se buscan proyectos innovadores preferiblemente con base científica o tecnológica que sean susceptibles de convertirse en un proyecto empresarial. Se valora la originalidad, la innovación tecnológica, potencialidad del proyecto y posibilidad de que se convierta en una realidad empresarial, evaluándose, por tanto, su viabilidad operativa y económica y su capacidad de generación de riqueza.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SAN ANTONIO:

- Curso en promoción de la cultura del emprendizaje **60**

# CONCURSO PREMIO AL MEJOR EMPRENDEDOR

UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

Facultad de Ciencias Empresariales



UNIVERSIDAD  
DE LA RIOJA

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2004

### DURACIÓN

1 curso académico

### ORIGEN DE LA IDEA

A raíz de una colaboración con otras organizaciones.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas

Personal experto externo: De 2 a 5 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 50 %

Cámara Oficial de Comercio e Industria: 50 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 80

En el curso académico 2010/11: 14

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 58 %

Mujeres: 42 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 14 %

Ciencias: 22 %

Ciencias de la Salud: 16 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 42 %

Ingeniería y Arquitectura: 6 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 34 %

Máster/Títulos propios de postgrado: 8 %

Doctorado: 22 %

Antiguo alumno: 36 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Cámaras de Comercio:

La Rioja

# CONCURSO PREMIO AL MEJOR EMPRENDEDOR

## OBJETIVOS

El premio se engloba dentro del marco de las acciones de innovación y creación de empresas que realiza la Cátedra de Emprendedores de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de La Rioja en la Universidad de La Rioja.

El premio pretende proporcionar un reconocimiento a las acciones emprendedoras y dar un impulso económico al proyecto.

La convocatoria tiene como objetivo la presentación de candidaturas de emprendedores que hayan creado una empresa con personalidad jurídica propia o abierto una nueva línea de negocio de carácter innovador, original o con un fuerte componente creativo. La empresa en la que desarrolla su actividad el emprendedor debe tener activa una idea, producto, servicio, innovación o metodología, así como estar comercializándola.

## DESCRIPCIÓN

### DOTACIÓN ECONÓMICA DEL PREMIO

La Cátedra de Emprendedores de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de La Rioja en la Universidad de La Rioja tiene prevista la entrega de un primer premio de 3.000 euros y dos accésits a los finalistas de 500 euros a cada uno de ellos. La concesión del premio es compatible con la obtención de cualquier otro premio, así como con subvenciones de terceras personas o entidades.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE LA RIOJA:

- Concurso de ideas de negocios **252**
- Club de emprendedores y de amigos de la Cátedra **323**

# CONCURSOS DE IDEAS Y PROYECTOS EMPRESARIALES INNOVADORES

UNIVERSIDADE DE SANTIAGO  
DE COMPOSTELA

Área de Valorización, Transferencia  
y Emprendimiento



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

1999

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 5 a 10 personas

Personal experto externo: *Sin especificar*

### FINANCIACIÓN

Administración regional: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 3.031

En el curso académico 2010/11: 282

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 54 %

Mujeres: 46 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 5 %

Ciencias: 15 %

Ciencias de la Salud: 20 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 30 %

Ingeniería y Arquitectura: 30 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 10 %

Máster/Títulos propios de postgrado: 30 %

Doctorado: 30 %

Antiguo alumno: 30 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Universidades españolas:

Universidade da Coruña, Universidade de  
Vigo

Centros de investigación:

CSIC

Entidades financieras:

Unirisco SCR, Uninvest

Administración Regional:

Xunta de Galicia

## CONCURSOS DE IDEAS Y PROYECTOS EMPRESARIALES INNOVADORES

### OBJETIVOS

- Difundir y promover la cultura emprendedora en toda la comunidad universitaria, abarcando las tres universidades gallegas, así como los centros asociados de la UNED en Galicia.
- Impulsar la creación de empresas innovadoras promovidas por estudiantes, licenciados y licenciadas o investigadores e investigadoras, así como la innovación empresarial y la generación de empleo.

### DESCRIPCIÓN

En la Universidad de Santiago de Compostela organizamos anualmente un «Concurso de Ideas Empresariales Innovadoras» cuyo objetivo es difundir la cultura emprendedora en toda la comunidad universitaria, prestando especial atención a los estudiantes y premiar a aquellos emprendedores y emprendedoras que presenten ideas innovadoras susceptibles de convertirse en proyectos empresariales a corto y medio plazo.

El concurso se dirige a toda la comunidad universitaria (estudiantes, titulados y tituladas, doctorandos y doctorandas, PAS, etc.) y a todas las áreas de conocimiento (Humanidades, Ciencias de la Salud, Ciencias Jurídicas y Sociales, Ciencias Experimentales y Enseñanzas Técnicas) de cualquiera de las universidades gallegas.

Se otorgan cinco premios de 600 euros independientemente del número de participantes.

Los aspectos que se valoran de cara a otorgar un premio, de forma preferente son la viabilidad y factibilidad de la idea, el carácter innovador, el grado de madurez de la idea, el mercado y la presencia de políticas de igualdad.

A este concurso de ideas, que se organiza en la Universidad de Santiago de Compostela desde hace doce años se han presentado 2.638 ideas y se han repartido 71.100 euros en premios.

De la misma forma, cada año se organiza el «Concurso de Proyectos Empresariales Innovadores» con el fin de premiar a emprendedores y emprendedoras que presenten proyectos de empresa innovadores. El objetivo es impulsar la creación de empresas innovadoras promovidas por estudiantes, licenciados y licenciadas o investigadores e investigadoras, así como la innovación empresarial y la generación de empleo.

Pueden participar en este concurso miembros de cualquiera de las tres universidades gallegas y de los centros asociados de la UNED en Galicia, en cualquier área de conocimiento (Humanidades, Ciencias de la Salud, Ciencias Jurídicas y Sociales, Ciencias Experimentales y Enseñanzas Técnicas) que, individualmente o en equipos, tengan un proyecto empresarial innovador con potencialidad para convertirse en una empresa. También son destinatarios del concurso de proyectos doctores y doctoras, doctorandos y doctorandas, personal de investigación, tesinandos y tesinandas, alumnos y alumnas de tercer ciclo, etc, que desarrollen actividades de investigación en cualquier centro de investigación gallego, así como empresas ya constituidas a lo largo del año anterior a la convocatoria del concurso por promotores y/o promotoras que respondan al perfil descrito.

Los premios se conceden por proyecto, independientemente del número de participantes en el mismo, y la cuantía varía en función de la categoría otorgada. Estas categorías se revisan anualmente de cara a no quedar obsoletas y las más habituales son: «Empresa de Base Tecnológica», «Empresa Joven», «Mujer emprendedora» y «Empresa Social». Las cuantías de los premios también se actualizan en cada convocatoria y oscilan desde entre 2.000 y 5.000 euros hasta 24.000 euros de financiación mediante préstamo participativo.

Los criterios de valoración que se tienen en cuenta a la hora de conceder un premio a un proyecto o empresa presentado al concurso son la viabilidad, el grado de innovación del producto, proceso o servicio, el volumen de empleo proyectado, el carácter multidisciplinar del equipo de promotores y la presencia de políticas de igualdad.

A este concurso de proyectos innovadores se han presentado durante los doce años que lleva en vigor, 393 proyectos empresariales y se han otorgado 205.500 euros en premios.

# I CONCURS DE PROJECTES EMPREDENDORS

## UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Parque Científico de la Universitat  
de València



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

Abril 2011

### DURACIÓN

1 curso académico

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias nacionales de probado éxito.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: Menos de 2  
personas

### FINANCIACIÓN

Administración nacional: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 5

En el curso académico 2010/11: 5

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 60 %

Mujeres: 40 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias: 100 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Cámaras de Comercio:

Valencia

# I CONCURS DE PROJECTES EMPRENEDORS

## OBJETIVOS

El objetivo del I Concurso de Proyectos Emprendedores fue una propuesta para impulsar el espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios.

## DESCRIPCIÓN

La Universitat de València, dentro del convenio de colaboración firmado con el Ministerio de Educación, puso en marcha el I Concurso de Proyectos Emprendedores con el objetivo de impulsar el espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios.

El concurso estaba dirigido a estudiantes de primer o segundo ciclo, así como de grado, que estuviesen matriculados en la Universitat de València en el momento de la presentación del proyecto objeto de concurso.

El premio consistía en la concesión de tres premios por un importe de 2.500 euros cada uno, destinados al análisis y estudio de la viabilidad del proyecto, según lo establecido por la Secretaria General de Universidades del Ministerio de Educación.

### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA:

- Manual para redactar el Plan de Empresa de una *spin-off* **213**
- Semillero Empresarial **225**
- Escuela de Verano para Profesores Motivadores del Espíritu Emprendedor **62**

# PREMIO PROYECTO EMPRESARIAL ICADE

## UNIVERSIDAD PONTIFICIA COMILLAS

Oficina de Transferencia de Resultados  
e Investigación (OTRI)



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

Curso 2004/05

### DURACIÓN

7 meses

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: De 10 a 20  
personas

### FINANCIACIÓN

Patrocinio de empresas o instituciones: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 175  
En el curso académico 2010/11: 22

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 50 %

Mujeres: 50 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 100 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 90 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Cámaras de Comercio:

Valencia

## PREMIO PROYECTO EMPRESARIAL ICADE

### OBJETIVOS

Promover el emprendimiento en los alumnos de ICADE.

### DESCRIPCIÓN

Elaboración tutelada de un proyecto empresarial con presentación y evaluación final, otorgando a los proyectos premiados ayuda económica y apoyos técnicos para la puesta en marcha efectiva de la empresa (requisito para percibir la dotación económica del premio).

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA COMILLAS:

- Asociación Emprendedores Comillas **321**
- Seminario de Emprendedores Luis Irisarri **92**

# PREMIOS JÓVENES EMPRENDEDORES SOCIALES DE LA UEM

UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID

Vicerrectorado de Estudiantes y Empleo



Universidad Europea de Madrid

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2008

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 50

En el curso académico 2010/11: 10

### ORIGEN DE LA IDEA

A raíz de una colaboración con otras organizaciones.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: Más de 20 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### ENTIDADES COLABORADORAS

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:

International Youth Foundation y la Sylvan/ Laureate Foundation

# PREMIOS JÓVENES EMPRENDEDORES SOCIALES DE LA UEM

## OBJETIVOS

Con la convocatoria anual de los Premios Jóvenes Emprendedores Sociales la Universidad Europea de Madrid (UEM) persigue, desde el ámbito educativo, fomentar el espíritu emprendedor entre los jóvenes, impulsar el desarrollo de iniciativas emprendedoras y facilitar la difusión y visibilidad de tales iniciativas a nivel nacional e internacional.

## DESCRIPCIÓN

Desde el año 2008 la UEM, en colaboración con la Sylvan/Laureate Foundation y la International Youth Foundation, es responsable en España de la puesta en marcha y desarrollo de los Premios Jóvenes Emprendedores Sociales. Estos premios reconocen la iniciativa de jóvenes, de 18 a 29 años, que sean responsables de un proyecto social o ambiental que haya supuesto una transformación positiva en las comunidades donde se desarrollan. Cada año, diez jóvenes emprendedores son elegidos en el marco de un riguroso proceso de selección para recibir apoyo y formación especializada, así como difusión y visibilidad internacional para sus proyectos.

### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID:

- Programa de creación acertada de un *Business Plan* **84**
- Proyecto Emprendedores Innova Social **90**

# PROGRAMA *SPIN-OFF* DE CREACIÓN DE EMPRESAS EN EL ÁMBITO UNIVERSITARIO

## UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Servicio de Cooperación Empresarial y Promoción de Empleo



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

1997

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: De 5 a 10 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 60 %

Administración regional: 10 %

Patrocinio de empresas o instituciones: 30 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 3.516

En el curso académico 2010/11: 120

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 70 %

Mujeres: 30 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 16 %

Ciencias: 24 %

Ciencias de la Salud: 2 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 13 %

Ingeniería y Arquitectura: 45 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Máster/Títulos propios de postgrado: 70 %

Doctorado: 20 %

Antiguo alumno: 10 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## ENTIDADES COLABORADORAS

Parques científicos y/o tecnológicos:

Parque Tecnológico de Andalucía

Entidades financieras:

Unicaja, Banco Santander

Cámaras de Comercio:

Málaga

Organizaciones y/o asociaciones empresariales:

Confederación de Empresarios de Málaga

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:

Fundación General de la UMA, Andalucía

Emprende-Fundación Pública Andaluza,

Fundación Aselex

Administración Regional:

Diputación de Málaga,

Administración Local:

Ayuntamiento de Málaga (IMFE

y PROMÁLAGA)

# PROGRAMA SPIN-OFF DE CREACIÓN DE EMPRESAS EN EL ÁMBITO UNIVERSITARIO

## OBJETIVOS

Impulsar la actividad emprendedora de los universitarios malagueños, promoviendo la constitución de nuevas empresas innovadoras que se traduzcan en productos, procesos o servicios realmente competitivos, con la consiguiente generación de empleo y la ampliación y modernización de la estructura productiva de la provincia de Málaga.

## DESCRIPCIÓN

El programa cuenta con quince años de andadura y para conseguir sus fines se actúa en dos niveles:

1. Potenciar la transferencia de resultados de investigación, tecnología o servicios tecnológicos desarrollados en los distintos departamentos universitarios y,
2. Potenciar la transferencia de conocimiento a través de la creación de empresas por parte de alumnos y titulados universitarios.

Para realizar esta labor el Programa *spin-off* interviene en todos los pasos que van desde el estímulo de la cultura emprendedora, promoviendo la generación de ideas empresariales, hasta la fase de constitución e, incluso, de promoción de las empresas.

Los proyectos pueden ser presentados individualmente o por equipos y deberán tener como objetivo la creación de una empresa de base tecnológica o en el conocimiento y radicarse física y fiscalmente en la provincia de Málaga.

Los criterios a tener en cuenta en la selección de proyectos son:

- Grado de novedad del producto, proceso o servicio.
- Grado de madurez y viabilidad del proyecto.

- Incorporación de elementos de innovación.
- Volumen de empleo e inversiones proyectadas.
- Capacidad y multidisciplinariedad del equipo emprendedor.

Mediante este concurso se premia a los trece mejores proyectos empresariales. Los premios en metálico van de los 6.000 a los 3.000 euros y, además, se otorgan cuatro premios accésit sin dotación económica pero con los mismos beneficios que el resto de proyectos: Estancia de un año en pre-incubadoras empresariales ubicadas en el Parque Tecnológico de Andalucía, además de asistencia técnica y acompañamiento inicial en la actividad empresarial.

#### **OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA:**

- Seminario Emprende 21 **94**

# UPF EMPRÈN. PREMIO A LA INICIATIVA Y A LA CAPACIDAD EMPRESARIAL

---

## UNIVERSITAT POMPEU FABRA

Unidad de innovación–UPF Business Shuttle



---

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2008

### DURACIÓN

48 meses

### ORIGEN DE LA IDEA

A raíz de una colaboración con otras organizaciones.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: Más de 20 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 9 %

Patrocinio de empresas o instituciones: 91 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 80

En el curso académico 2010/11: 20

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 60 %

Mujeres: 40 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

---

### ENTIDADES COLABORADORAS

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:

Fundación Banc de Sabadell

## UPF EMPRÈN. PREMIO A LA INICIATIVA Y A LA CAPACIDAD EMPRESARIAL

### OBJETIVOS

Incentivar la cultura emprendedora entre los jóvenes universitarios y reforzar los vínculos entre la innovación universitaria y el tejido social y productivo.

### DESCRIPCIÓN

El Consejo Social de la UPF y la Fundación Banco Sabadell crearon en 2008 el premio a la Iniciativa y a la Capacidad Empresarial para incentivar la cultura emprendedora entre los jóvenes universitarios y reforzar los vínculos entre la innovación universitaria y el tejido social y productivo. El premio se otorga anualmente, con una dotación de 20.000 euros, al mejor proyecto de empresa o idea de negocio de estudiantes o jóvenes titulados de la UPF, contribuyendo a la visualización de modelos de éxito y a su posible desarrollo. Los proyectos a concurso, individuales o colectivos, pueden tener carácter unidisciplinar o pluridisciplinar, desde todos y cada uno de los ámbitos académicos de la UPF (ciencias sociales y humanidades, ciencias de la salud y de la vida, comunicación y tecnologías de la información o diseño y arquitectura)

Se han celebrado cuatro ediciones hasta la fecha.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT POMPEU FABRA:

- Espacios de incubación UPF Business Shuttle **209**

## **G. PROGRAMAS INTERNACIONALES PARA EMPRENDEDORES**



# INTERNACIONALIZACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA EN BRASIL (ACCIÓN PILOTO)

## UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID

Parque Científico Leganés  
Tecnológico



Universidad  
Carlos III de Madrid  
www.uc3m.es



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2009-10

### DURACIÓN

18 meses

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias internacionales de probado éxito.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: De 5 a 10 personas

### FINANCIACIÓN

Administración nacional: 5 %  
Fondos FINEP, Brasil: 95 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 9  
En el curso académico 2010/11: 0

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 100 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Antiguo Alumno: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Parques científicos y/o tecnológicos:

*Sin especificar*

Otras empresas:

*Sin especificar*

Organizaciones y/o asociaciones empresariales:

*Sin especificar*

Administración Central:

*Sin especificar*

Varios organismos en Brasil:

Red Minera, Fundación CERTI, FINEP,  
Parque Científico Florianópolis

# INTERNACIONALIZACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA EN BRASIL (ACCIÓN PILOTO)

## OBJETIVOS

La acción piloto se formula sobre las siguientes premisas:

- Decidido compromiso de la UC3M desde 2002 en la ejecución de acciones para la creación y consolidación de EBTs en el marco de su estrategia integral de transferencia tecnológica. Desarrollo en web actividad CEBT-Vivero de Empresas.
- Internacionalización como línea estratégica del Parque Científico de la UC3M conforme pauta del Vicerrectorado de Investigación alineada, a su vez, con la estrategia global de la institución.
- Relevancia de la dimensión global en los procesos de creación y consolidación de EBTs.
- Importancia de los servicios de refuerzo de capacidades y capital social de las EBTs para la internacionalización en el contexto de la cartera de servicios de apoyo a la Creación y Consolidación de Empresas de Base Tecnológica (EBTs) del Vivero de Empresas del Parque Científico de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M).

La experiencia tiene como antecedente y contexto el proyecto del Vivero denominado InterEBTs, Intercambio internacional de servicios de incubación cuya materialización acomete la Acción Piloto enunciada:

- Objetivo: Identificación y definición de mecanismos de co-incubación encaminados a iniciar el acceso de las empresas de base tecnológica de reciente creación a mercados, tecnologías, fuentes de financiación y servicios en el exterior.

Financiación obtenida: 115.000 euros. Programa de Ayudas para el desarrollo y fortalecimiento de las Oficinas de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI). Modalidad: Fomento a la creación de empresas de base tecnológica (EBTs). Ministerio de Educación y Ciencia. Ref. OTR050091. Duración: 2006-2009.

- Las líneas de actuación: i) Generación de un marco de intercambio de servicios de incubación; ii) Asistencia técnica especializada a empresas de base tecnológica en procesos de internacionalización y iii) Establecimiento de mecanismos de provisión de servicios de incubación en intercambio.
- Acciones más relevantes: Videoconferencias, mesas redondas, acuerdos bilaterales para el apoyo a la transferencia de tecnología, desarrollo de nuevos negocios, intercambio de conocimiento, acuerdos empresariales, colaboraciones en I+D en el exterior. Desarrollo en noticia (a modo de ejemplo).

## DESCRIPCIÓN

### FASES DE PROGRAMACIÓN Y EJECUCIÓN DE LA ACCIÓN PILOTO

1. Identificación y selección de aquellos proyectos empresariales o empresas del Vivero que estuviesen en disposición de afrontar una fase de internacionalización tanto desde el punto de vista de producción como de comercialización.
2. Identificación y selección de oportunidades internacionales de ferias o eventos de concentración de empresas de interés para las EBTs, preferiblemente en países emergentes.
3. Identificación y selección de empresas del entorno Leganés Tecnológico cuya interacción fuera positiva con las incubadas.
4. Preparación y acompañamiento en el viaje por una persona del equipo del proyecto.
5. Seguimiento de los proyectos y resultado de lecciones aprendidas.

Se selecciona Brasil para este piloto conforme los cuatro factores siguientes:

1. País emergente cuyo potencial y perspectivas económicas lo incorporan en el conjunto BRIC.
2. Reconocida trayectoria de la actividad de incubación empresarial en este país donde es ampliamente entendida y articulada otorgando excepcionales perspectivas al establecimiento de un intercambio de servicios de incubación.

Existencia de lazos previos de cooperación derivados de interEBT: convenio Red Minera, 2007 y carta de intenciones de colaboración Fundación CERTI, 2009.

3. Instituciones relevantes en el Sistema de Ciencia Tecnología y Empresa en España como son el CDTI y la Red de APTE (Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos Españoles) disponían de nuevos mecanismos específicos de refuerzo a la promoción e intercambio con este país. Entre otros, Convenio de colaboración desde 2006 con FINEP, de Brasil y la Antena Tecnológica en Brasil, en colaboración con la IASP, Asociación Internacional de Parques Científicos y Tecnológicos respectivamente.
4. La responsable de Desarrollo Empresarial del Vivero, Cassia V. Silva, posee dilatada experiencia y contactos en el sistema nacional de innovación brasileño así como un profundo conocimiento de las EBTs participantes fruto de su desempeño de tutela.

Finalmente, los parámetros de este piloto fueron:

- Evento seleccionado: Encuentro Empresarial «International Business Round of Innovative Companies» celebrado en Florianópolis, Estado de Santa Catarina, conocida como el valle del silicio brasileño, el 28/10/2009 en el marco del XIX Seminario Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas y el 3<sup>er</sup> Foro Global de Innovación y Emprendedurismo de infoDev organizado por ANPROTEC (Asociación Nacional de Entidades Promotoras de Emprendimientos Innovadores) y Fundación CERTI con el apoyo de APEX-BRASIL (la Agencia Brasileña de Promoción del Comercio e Inversiones) y ABDI, (Agencia de Desarrollo Industrial de Brasil).
- Enviada la candidatura de siete EBTs del Vivero para su participación.

Resultados e impacto:

- 6 de las 7 empresas presentadas resultaron elegidas entre el total de 12 empresas europeas y latino americanas seleccionadas tras una convocatoria abierta a empresas líderes en el sector TIC recibiendo una bolsa de viaje financiada por fondos FINEP. Participación presencialmente los promotores de 4 EBTs del Vivero de la UC3M: Flavia Aeronáutica y Sistemas, S.L.; Arquimea Ingeniería, S.L. Expace on Board Systems, S.L. y Pixel Arts Digital Entertainment, S.L. Adicionalmente, la oferta comercial y tecnológica de Nethalis Solutions, S.L. y Sensia Solutions, S.L. fue representada por Cassia V. Silva.

- Como resultado, en actualidad, se mantienen acciones comerciales consolidadas de las EBTs participantes derivadas de la experiencia hasta un total 4 de 12 contactos realizados (Entidades brasileñas: Incubaero, LyL Ingeniería, Esvetloba, V8, LMP Logística, Paumsoft, Orbisat, Infomant, Univap, Teclife, Suntech, Nexxera).
- Beneficios identificados por las EBTs participantes en la evaluación *ex-post*: ampliación del ámbito de contactos para el intercambio de experiencias emprendedoras y empresariales; acceso a mercados externos; identificación de nuevas oportunidades de negocio; acceso a financiación pública y fondos de I+D en entornos externos; acceso a nuevos agentes financieros; visibilidad de productos, servicios y tecnologías de la EBTs, acceso a servicios complementarios...
- El interés de la acción quedó constatado por las visitas técnicas que precedieron a la participación en el encuentro empresarial por parte del miembro del Senado brasileño, D. Leonell Arcângelo Pavan, Gobernador del Estado de Santa Catarina y de una delegación de la Fundación CERTI, Centros de Referência em Tecnologias Inovadoras, durante el mes de septiembre de 2009.

## VALOR AÑADIDO DE LA ACCIÓN PILOTO

- En el año 2010 se ha dado continuidad a la acción. En el marco de la celebración del XX Seminario Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas y el XVIII Workshop ANPROTEC (20-24 septiembre 2010), se realizó acompañamiento empresarial a las empresas del Vivero Capital Certainty S. L. y Flavia Aeronáutica, Arquimea Ingeniería, Expance on Board, Avantronic Innova, Sun to Market y Sensia Technologies.

## BUENAS PRÁCTICAS Y PERSPECTIVAS DE FUTURO

- La experiencia ha servido al Vivero de Empresas del Parque Científico de la UC3M para el intercambio de buenas prácticas en incubación de emprendedores y EBTs y se confirma necesario ampliar y extender en el futuro esta actividad internacional sobre las bases de: i) consolidación de relaciones de cooperación con entidades clave; ii) refuerzo acciones formativas/asesoría para la capacitación de EBTs y iii) implementación de herramientas de gestión y comunicación.

- En la actualidad, continúa la búsqueda conjunta de financiación con la Fundación CERTI para captación de fondos públicos y privados para la consolidación de un Escritorio Internacional de Intercambio Empresarial, en cuya oferta se incluyan servicios de contactos, bases de datos, misiones empresariales, videoconferencias, asesoramiento básico para constitución de sedes, apoyo en la realización de actividades comerciales...

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID:**

- Concurso de Ideas UC3M **256**
- Trabajo Fin de Grado Emprendedor **135**

# JORNADA DE CAPITAL RIESGO

---

## UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Centro de Transferencia de Tecnología  
de la Fundación URV (CTTi)



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2011

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 30

### DURACIÓN

1 semana

En el curso académico 2010/11: 0

### ORIGEN DE LA IDEA

A raíz de una colaboración con otras  
organizaciones.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: *Sin especificar*

Personal experto externo: *Sin especificar*

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

---

### ENTIDADES COLABORADORAS

Red de universidades en España:

RedOTRI

## JORNADA DE CAPITAL RIESGO

### OBJETIVOS

Facilitar información sobre capital riesgo.

### DESCRIPCIÓN

Jornada enmarcada dentro de la Conferencia anual de RedOTRI, consistente en informar y divulgar buenas prácticas en el capital riesgo.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI:

- Red de Emprendeduría Universitaria (XEU) **183**
- Club del Emprendedor **325**
- Curso «Qué hace falta saber para crear una empresa» **56**
- Coordinación en la gestión de las becas de estudiantes para trabajar en las *spin-off* **335**
- Programa de internalización de las *spin-offs* **297**

# JORNADAS DE EMPRENDEDURÍA TRANSFRONTERIZA

## UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

UNIVERSA: Servicio de Orientación,  
Empleo y Emprendimiento



Universidad  
Zaragoza

## UNIVERSIDAD SAN JORGE

Unidad de Orientación Profesional y Empleo



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

24 noviembre 2011

### DURACIÓN

1 semana

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias internacionales de probado éxito. A raíz de una colaboración con otras organizaciones.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: Más de 20 personas

### FINANCIACIÓN

Patrocinio de empresas o instituciones: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 7

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 55 %

Mujeres: 45 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias Sociales y Jurídicas: 100 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 80 %

Máster/Títulos propios de postgrado: 20 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## ENTIDADES COLABORADORAS

Cámaras de Comercio:

Zaragoza

# JORNADAS DE EMPRENDEDURÍA TRANSFRONTERIZA

## OBJETIVOS

- Simulación de creación de empresas en equipos multidisciplinares y multiculturales.
- Confrontar el deseo de crear a motivos reales y capacidades.
- Identificar competencias y aptitudes emprendedoras.
- Definir áreas de mejora y las posibles formas de trabajo.
- Poner a prueba la capacidad de trabajo en equipo en un entorno multicultural y multidisciplinario.
- Experimentar la gestión de una empresa gracias a la experiencia de un «Serious Game».

## DESCRIPCIÓN

Un programa intensivo y un reto basado en el emprendimiento transfronterizo: Andorra-España-Francia.

Se trata de un espacio de encuentros en el que 80 participantes españoles, franceses y andorranos, animados por las ganas de emprender, abordaron cuestiones tan relevantes como los retos y las oportunidades, el espíritu emprendedor o la gestión de las actitudes y compartieron sus experiencias con animaciones lúdicas y actividades sobre la creación de empresa.

Durante cinco días, tuvieron la responsabilidad de montar un proyecto de empresa realizable. Se les proporcionó asesoramiento a través de:

- Un «*Serious Game*» sobre la creación de empresa.

- *Team building.*
- Tutorías y conferencias.
- Consejos de profesionales.
- Evaluación del proyecto y de tus competencias emprendedoras.

Más información:

- <http://spain.idetect-europe.eu>
- <http://www.usj.es/premioandorra>

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD SAN JORGE:**

- Charlas de Emprendedores **52**
- Becas Viveros de Emprendedores Grupo San Valero **145**

# PROGRAMA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE SAN FRANCISCO

## UNIVERSITAT DE LES ILLES BALEARS

Fundació Universitat-Empresa:  
Departamento de Creación de Empresas



Universitat de les  
Illes Balears

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2009

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias nacionales de probado éxito.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas  
Personal experto externo: De 2 a 5 personas

### FINANCIACIÓN

Administración nacional: 90 %  
Programas europeos: 10 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 3  
En el curso académico 2010/11: 1

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 50 %  
Mujeres: 50 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias de la Salud: 67 %  
Ingeniería y Arquitectura: 33 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Doctorado: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Universidades extranjeras:

Universidad de San Francisco

## PROGRAMA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE SAN FRANCISCO

### OBJETIVOS

- Identificar los pasos necesarios que una empresa necesita para expandirse globalmente.
- Dar a conocer las herramientas necesarias para la internacionalización según las necesidades específicas de cada empresa.
- Desarrollar un programa personalizado de entrenamiento y tutoría para orientar a las empresas dentro del proceso de internacionalización.
- Evaluar el grado de preparación que tienen las *spin-off* participantes para hacer frente a los mercados internacionales.
- Organizar estancias personalizadas por empresa en Silicon Valley (EE.UU.) para visitar a clientes potenciales y/o posibles socios, con el fin de dar a las *spin-off*, una interacción directa con un ecosistema empresarial de alto nivel tecnológico.

### DESCRIPCIÓN

Programa personalizado de entrenamiento y tutoría en el proceso de internacionalización para las *spin-off* universitarias. Para ello, se cuenta con la participación de tutores expertos y estudiantes del MBA de la Universidad de San Francisco, quienes guían a las empresas en este proceso. La acción culmina con un calendario de reuniones en Silicon Valley con posibles clientes, socios o inversores del sector de la empresa con el fin de obtener financiación o establecer sinergias y acuerdos de colaboración. En la primera edición del programa (curso académico 2009-2010) participaron tres empresas *spin-off* de la Universidad de las Islas Baleares, dos de ellas realizaron el viaje a EE.UU.

y durante una semana mantuvieron reuniones con diferentes interlocutores. Las empresas participantes valoran la experiencia como muy provechosa tanto en la comprensión y preparación de los pasos necesarios a lo largo del proceso de internacionalización como en establecer contactos para futuras colaboraciones.

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT DE LES ILLES BALEARS:**

- Programa RESET: Espai de l'emprenedor i suport a la nova empresa tecnològica **222**

# PROGRAMA DE INTERNALIZACIÓN DE LAS *SPIN-OFFS*

## UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Centro de Transferencia de Tecnología  
de la Fundación URV (CTTi)



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2011

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 3  
En el curso académico 2010/11: 0

### DURACIÓN

3 meses

### ORIGEN DE LA IDEA

A raíz de una colaboración con otras  
organizaciones.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas  
Personal experto externo: *Sin especificar*

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### ENTIDADES COLABORADORAS

Universidades españolas:

Catedra Innovació de la Universitat Rovira  
i Virgili

## PROGRAMA DE INTERNALIZACIÓN DE LAS SPIN-OFFS

### OBJETIVOS

Facilitar a las *spin-off* su internacionalización haciendo un análisis y un informe final.

### DESCRIPCIÓN

La Fundació URV y la Cátedra de Innovación de la URV coordinamos esta buena práctica con la intención de facilitar a nuestras *spin-offs* el análisis y la metodología, las posibilidades y retos que se podían plantear para que sus productos se internacionalicen. En definitiva, se trata de un Programa pensado para ayudar a su internacionalización.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI:

- Red de Emprendeduría Universitaria (XEU) **183**
- Club del Emprendedor **325**
- Curso «Qué hace falta saber para crear una empresa» **56**
- Coordinación en la gestión de las becas de estudiantes para trabajar en las *spin-off* **335**
- Jornada de capital riesgo **289**

# PROGRAMA *ESTINCOACHER* DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO INTERNACIONAL

## UNIVERSIDAD DE OVIEDO

Empleabilidad



Universidad  
de Oviedo  
1608-2008

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2011

### DURACIÓN

200 horas

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias internacionales de probado éxito.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: De 2 a 5 personas

### FINANCIACIÓN

Administración nacional: 60 %

Administración regional: 40 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 90

En el curso académico 2010/11: 0

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 40 %

Mujeres: 60 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias Sociales y Jurídicas: 100 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## ENTIDADES COLABORADORAS

Administración Central:

Administración Regional:

DGPYME Emprendemos Juntos

Principado de Asturias, Dirección General de Comercio

## PROGRAMA *ESTINCOACHER* DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO INTERNACIONAL

### OBJETIVOS

Que los estudiantes y recién titulados puedan desarrollar un programa de apoyo a pequeños empresarios de Asturias en sus procesos de internacionalización a través de la explotación de sus páginas web.

### DESCRIPCIÓN

Tras un proceso de formación en análisis web y comercio exterior online, los participantes han sido contratados para desarrollar mentorización y sensibilización entre pequeños empresarios de productos y servicios de valor añadido susceptibles de comercialización online para implantar definitivamente esta herramienta como estrategia comercial. Las empresas objetivo son empresas del programa PIATIC (Plan de Innovación del/la Autónomo/a en Tecnologías de la Información). Iniciaron el programa 90 personas y se formalizaron 12 contratos.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE OVIEDO:

- Taller de cine emprendedor **98**
- Pasaporte del emprendedor **82**

## **H. PLATAFORMAS Y REDES VIRTUALES DE EMPRENDIMIENTO**



# CAMPUS EMPRENDEDORES UMH

---

## UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE

Observatorio Ocupacional (Programa  
de Emprendedores Universitarios-PEU)

---



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2006

### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado.  
A raíz de una colaboración con otras  
organizaciones.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: Menos de 2  
personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 5 %  
Otros: Centro Europeo de Empresas  
Innovadoras de Elche: 85 %  
Patrocinio de empresas o instituciones: 10 %

---

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 1.315  
En el curso académico 2010/11: 196

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 60 %  
Mujeres: 40 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Organizaciones y/o asociaciones empresariales: Centro Europeo de Empresas Innovadoras  
de Elche

## CAMPUS EMPRENDEDORES UMH

### OBJETIVOS

Los emprendedores de la UMH contaban con diversa oferta formativa, tradicionalmente a través de las asignaturas específicas de creación y gestión de empresas que se imparten dentro de los planes de estudio. También disponían de una oferta periódica de cursos presenciales a través de las diferentes entidades con las que la UMH dispone de convenio de colaboración (CEEI-Elche, JOVEMPA, Cámara de Comercio, etc.), pero las personas interesadas podían provenir de localidades relativamente alejadas de los lugares donde se impartían o su disponibilidad no coincidía con el horario de impartición de los cursos. Por ello se decidió potenciar la formación a distancia, con todas las ventajas que supone en cuanto a flexibilidad de horarios y posibilidad de realizar los cursos en cualquier lugar y continuando con la posibilidad de realizar de tutorías a distancia además de las presenciales, que se siguen manteniendo.

Así, el año 2006 nace la plataforma «Campus Emprendedores», mediante la cual se pone a disposición de toda la comunidad universitaria toda la oferta formativa del Centro Europeo de Empresas Innovadoras CEEI-Elche. El CEEI-Elche ya contaba con una plataforma para impartir formación online, por lo que no fue necesario desarrollarla. Sí fue necesario comprobar que las solicitudes de inscripción para realizar los cursos provinieran de miembros de la comunidad universitaria. Esta confirmación es relativamente sencilla gracias a las bases de datos de estudiantes, titulados y personal universitario con la que se cuenta en el Observatorio Ocupacional.

El objetivo último es aumentar las competencias y habilidades de la comunidad universitaria de la UMH en materia de creación y gestión de empresas, a través del acceso a distintos cursos de formación online. De este modo, los emprendedores dispondrán de los conocimientos necesarios para desarrollar proyectos válidos y para garantizar la gestión óptima de la recién creada empresa.

### DESCRIPCIÓN

La Universidad Miguel Hernández de Elche (UMH) dispone del Programa de Emprendedores Universitarios (PEU), encargado de fomentar el espíritu emprendedor entre sus estudiantes, titulados y personal universitario desde una perspectiva integral. Dada la importancia de la formación de los emprendedores, tanto para analizar

la viabilidad de los proyectos como para garantizar un desarrollo exitoso de la empresa recién creada, el PEU apostó firmemente por ofertar servicios de formación de calidad desde su nacimiento en el año 2000. Además de las asignaturas integradas dentro de los planes de estudio y de los cursos presenciales ofertados a la comunidad universitaria, en el 2006 se lanzó una iniciativa innovadora: la plataforma de formación online Campus Emprendedores. Al seguimiento personalizado que permitían las tutorías presenciales, se sumaron las ventajas ofrecidas por la teleformación, además de ampliarse la variedad de cursos disponibles para las distintas necesidades de los emprendedores.

Se trata de una acción fruto de las sinergias obtenidas entre la colaboración de dos instituciones comprometidas con el fomento del emprendizaje: la Universidad Miguel Hernández de Elche y el Centro Europeo de Empresas Innovadoras CEEI-Elche. Ambas partes resultan beneficiadas, al poder prestar más y mejores servicios, evitando solapamientos y duplicidad en los servicios prestados.

También es autosostenible, fruto de la cooperación con las diferentes instituciones colaboradoras. El objetivo es sinérgico a partir de las relaciones con otras entidades que persiguen el mismo fin, por lo que el programa docente es sostenible a largo plazo, sin un coste adicional para la universidad.

Todas las partes resultan beneficiadas. La universidad, porque ve cumplida su misión de ofrecer docencia de calidad y ofrecer la oferta formativa necesaria para generar empresas de éxito. También los emprendedores, porque se ven capacitados para emprender proyectos motivados y con conocimientos para hacer frente a sus retos, así como las entidades colaboradoras, que estrechan sus vínculos con la universidad y pueden ofrecer sus servicios a un público objetivo mucho más amplio y accesible.

El hecho de que la iniciativa se lleve a cabo en colaboración con una institución con la que se comparten fines (fomento del emprendizaje, formación, etc.) hace que esta iniciativa pueda ser puesta en marcha en cualquier territorio donde confluyan varias entidades con fines semejantes, independientemente de que se trate de un Centro Europeo de Empresas Innovadoras, ya que pueden establecerse programas similares con cualquier entidad cuya misión apunte en la misma dirección que la de la universidad.

Con la puesta en marcha de la plataforma de formación en 2006 se amplió la oferta formativa de cursos, complementando los específicos de creación de empresas con otros que ahondaban también en aspectos de gestión, mostrando la importancia no sólo de poner en funcionamiento un proyecto empresarial, sino también de hacerlo crecer y prosperar adecuadamente. Es destacable también el número de planes de empresa desarrollados desde la puesta en marcha del Campus Emprendedores (160

en los últimos cinco años), muchos de los cuales desembocarán en una futura empresa que proporcionará riqueza y empleo a nuestro entorno socioeconómico.

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE:**

- Programa *Mentoring* UMH para Emprendedores **171**

## CLUB DE EMPRENDEDORES

---

### UNIVERSIDAD CEU SAN PABLO

Centro de Orientación, Información  
y Empleo (COIE)



---

### PARÁMETROS

**FECHA DE IMPLANTACIÓN**

2011

**DURACIÓN**

1 curso académico

**ORIGEN DE LA IDEA**

Experiencias anteriores propias.

**RECURSOS DEDICADOS**

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: *Sin especificar*

**FINANCIACIÓN**

Fondos propios: 100 %

**DISTRIBUCIÓN POR SEXO\***

Hombres: 50 %

Mujeres: 50 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## CLUB DE EMPRENDEDORES

### OBJETIVOS

La situación actual del mercado laboral en España obliga a los jóvenes a plantearse opciones alternativas al trabajo por cuenta ajena.

El autoempleo debe ser sinónimo de oportunidad y crecimiento y, en ese sentido, el COIE potencia el emprendimiento en la Universidad CEU San Pablo desde su Club de Emprendedores, cuyos objetivos principales son los siguientes:

- Motivación, formación y asesoramiento en la puesta en marcha de proyectos empresariales.

### DESCRIPCIÓN

El Club de Emprendedores de la Universidad CEU San Pablo es un punto de encuentro para todos aquellos alumnos y egresados que compartan el sueño de crear su propia empresa.

Está dirigido a todos los estudiantes de la Universidad CEU San Pablo, tanto de los primeros como de los últimos cursos, sin olvidarnos de los titulados de las últimas promociones.

Su misión es ofrecer a todos los interesados información y asesoramiento especializado en la creación de empresas, con el objetivo de apostar por el espíritu emprendedor en la Universidad.

Los servicios que presta el Club de Emprendedores son los siguientes:

- Formación personalizada y asistencia técnica en el proceso de creación de empresas.
- Evaluación en competencias emprendedoras.
- Apoyo en la elaboración del plan de negocio.
- Asesoramiento en la búsqueda de financiación.

Además, permite a los alumnos ponerse en contacto con otros emprendedores con quienes compartir experiencias, consejos y nuevas oportunidades.

## CLUB EMPRENDEDORES

---

### UNIVERSIDAD NEBRIJA

Departamento de Empresa,  
Facultad de Ciencias Sociales



### PARÁMETROS

#### FECHA DE IMPLANTACIÓN

1998

#### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias internacionales de probado éxito.

#### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: De 2 a 5 personas

#### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 60 %  
Patrocinio de empresas o instituciones: 40 %

#### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 400  
En el curso académico 2010/11: 35

#### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 60 %  
Mujeres: 40 %

#### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias Sociales y Jurídicas: 90 %  
Ingeniería y Arquitectura: 10 %

#### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1º y 2º ciclo: 90 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 5 %  
Antiguo alumno: 5 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

---

#### ENTIDADES COLABORADORAS

Entidades financieras:

La Caixa

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:

Fundación Incyde

## CLUB EMPRENDEDORES

### OBJETIVOS

Fomentar el espíritu emprendedor entre el alumnado.

### DESCRIPCIÓN

Los alumnos reciben formación teórica y práctica sobre el emprendimiento y se organizan charlas, encuentros, visitas, etc. con emprendedores de todo tipo.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD NEBRIJA:

- Realización de plan de negocio **133**

# CREACIÓN DE UNA COMUNIDAD VIRTUAL DE EMPRENDEDORES

UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO / EUSKAL  
HERRIKO UNIBERTSITATEA

Vivero de empresas universitario. ZITEK



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

30 diciembre 2011

### DURACIÓN

1 curso académico

### ORIGEN DE LA IDEA

A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: De 2 a 5 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 15 %

Administración regional: 85 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 100

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 50 %

Mujeres: 50 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1º y 2º ciclo: 70 %

Máster/Títulos propios de postgrado: 10 %

Doctorado: 20 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

# CREACIÓN DE UNA COMUNIDAD VIRTUAL DE EMPRENDEDORES

## OBJETIVOS

- Crear un espacio que permita compartir conocimientos e información de manera ágil y dinámica.
- Consolidar el sentimiento de pertenencia a una comunidad de emprendedores en un entorno tecnológico e innovador.
- Iniciar la cooperación de personas emprendedoras, agentes, universidad y organizaciones participantes en proyectos comunes en entorno al emprendizaje.

## DESCRIPCIÓN

El objetivo primordial de esta comunidad virtual para el fomento de la cultura empresarial es que sea punto de encuentro para:

- Generar y extender la cultura emprendedora.
- Promover ideas emprendedoras.
- Propiciar la creación de empresas.
- Reforzar la interacción universidad-empresas.
- Incrementar la transferencia de conocimiento.
- Compartir y generar nuevo conocimiento útil para adaptarlo a las necesidades de proyectos y emprendedores.
- Definir objetivos compartidos que den respuesta a las necesidades reales de los emprendedores y nuevos empresarios.

- Identificar los grupos dinámicos que impulsen el intercambio de conocimientos.
- Disponer de todos los recursos necesarios para el desarrollo de cultura empresarial a través de los distintos agentes.
- Enriquecer el proceso de tutelaje de emprendedores/as.

**OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UPV/EHU:**

- Itinerario de la Cultura Emprendedora **159**
- Convenio Universidad-Diputación Foral de Bizkaia **333**

# HERRAMIENTA INFORMÁTICA ÍCARO

## UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

Servicio Universitario de Empleo (SUE)



UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2009

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias. A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: *Sin especificar*

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 400

En el curso académico 2010/11: 156

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 52 %

Mujeres: 48 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 14 %

Ciencias: 50 %

Ciencias de la Salud: 14 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 3 %

Ingeniería y Arquitectura: 21 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 90 %

Máster/Títulos propios de postgrado: 6 %

Doctorado: 2 %

Antiguo alumno: 2 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Universidades españolas:

A través de la RUNAE

Parques científicos y/o tecnológicos:

Parque Tecnológico de Almería

Entidades financieras:

La Caixa, Unicaja, Cajamar

Cámaras de Comercio:

Almería

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:

Fundación Mediterránea de la Universidad de Almería

# HERRAMIENTA INFORMÁTICA ÍCARO

## OBJETIVOS

Ofrecer una gestión integral y unificada para todos los usuarios del Programa de Autoempleo y Creación de empresas.

## DESCRIPCIÓN

A través de esta herramienta informática quedan recogidas las siguientes actividades en materia de autoempleo y creación de empresas:

1. Usuarios que solicitan programa de autoempleo.
2. Atenciones que se realizan por parte de los técnicos (primera entrevista, documentos anexos, datos de la empresa, promotores, siguientes atenciones, balance económico, etc.).
3. Actividades de fomento de la cultura emprendedora (cursos, jornadas y otras actividades de difusión).
4. Gestión de dichas actividades (asistentes, programación, horarios, envío de correos electrónicos, etc.).

# PLAN DE APOYO A DISTANCIA AL EMPRENDIMIENTO DE LA UNED

## UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

Centro de Orientación, Información  
y Empleo (COIE)



### PARÁMETROS

#### FECHA DE IMPLANTACIÓN

1 marzo 2012

#### DURACIÓN

9 meses

#### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias.  
Experiencias nacionales de probado  
éxito. A raíz de una colaboración con otras  
organizaciones.

#### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Más de 20 personas  
Personal experto externo: De 2 a 5 personas

#### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 90 %  
Programas europeos: 5 %  
Patrocinio de empresas o instituciones: 5 %

#### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 100

#### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 50 %  
Mujeres: 50 %

#### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 20 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 40 %  
Ingeniería y Arquitectura: 40 %

#### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 40 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 40 %  
Antiguo alumno: 20 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

#### ENTIDADES COLABORADORAS

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:	Centro Superior de Enseñanza Virtual
Administración Central:	Ministerio de Educación, Cultura y Deporte
Comisión Europea:	Comisión Europea

## PLAN DE APOYO A DISTANCIA AL EMPRENDIMIENTO DE LA UNED

### OBJETIVOS

Es un programa novedoso de promoción y apoyo online de estudiantes y titulados UNED dirigido especialmente al colectivo de las personas que han sido o son alumnos de la UNED en los cinco últimos años, así como al PDI y PAS. Se trata de un programa integral que contempla desde la sensibilización hasta la consolidación e internacionalización de las empresas creadas.

### DESCRIPCIÓN

UPADE comienza con la detección y sensibilización de emprendedores, seguida por el aprendizaje práctico utilizando la idea inicial del futuro emprendedor, mediante un sistema de aprender haciendo y aprender en comunidad, usando intensamente las redes sociales como forma no exclusiva de comunicación de la comunidad de aprendizaje.

UPADE añade un doble acompañamiento al emprendedor, institucional y de la comunidad emprendedora. El objetivo es la adecuada definición del negocio y del equipo directivo. En esta fase el emprendedor va mejorando progresivamente la definición de su proyecto y del público objetivo, agregando al mismo el equipo de dirección/gestión, la definición de la inversión necesaria y el posible origen de esa inversión. El emprendedor ha de desarrollar sus capacidades de creatividad, iniciativa, liderazgo, dirección, asunción de riesgos, responsabilidad y negociación.

UPADE continúa su apoyo al emprendedor una vez formada la empresa, buscando su consolidación, momento en que el emprendedor afronta problemas reales que pueden precisar de nuevas acciones formativas, tutoría, consultoría, *coaching*, apoyo en financiación y ampliaciones de capital, mentores...

# I. *NETWORKING* PARA EMPRENDEDORES



# ASOCIACIÓN EMPRENDEDORES COMILLAS

---

## UNIVERSIDAD PONTIFICIA COMILLAS

Oficina de Transferencia de Resultados  
e Investigación (OTRI)



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

1 junio 2011

### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas

Personal experto externo: De 5 a 10  
personas

### FINANCIACIÓN

Dedicación de los propios alumnos: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 50

En el curso académico 2010/11: 50

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 80 %

Mujeres: 20 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias Sociales y Jurídicas: 10 %

Ingeniería y Arquitectura: 90 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

---

### ENTIDADES COLABORADORAS

Organizaciones y/o asociaciones empresariales:

Colegio de Ingenieros de ICAI

# ASOCIACIÓN EMPRENDEDORES COMILLAS

## OBJETIVOS

Desarrollar las facetas del emprendimiento desde la óptica de los alumnos.

## DESCRIPCIÓN

Los alumnos organizan seminarios y cursos breves sobre emprendimiento. Sus propias conexiones sociales y *networking* junto con el apoyo de la Universidad les permite acceder a aquellos ponentes o conocimientos más en boga en determinados momentos.

### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA COMILLAS:

- Seminario de Emprendedores Luis Irisarri **92**
- Premio Proyecto Empresarial ICADE **272**

# CLUB DE EMPRENDEDORES Y DE AMIGOS DE LA CÁTEDRA

## UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

Facultad de Ciencias Empresariales



**UNIVERSIDAD  
DE LA RIOJA**

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2008

### DURACIÓN

1 curso académico

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas

Personal experto externo: Menos de 2 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 1250

En el curso académico 2010/11: 787

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 52 %

Mujeres: 48 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 15 %

Ciencias: 21 %

Ciencias de la Salud: 16 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 42 %

Ingeniería y Arquitectura: 17 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 32 %

Máster/Títulos propios de postgrado: 16 %

Doctorado: 4 %

Antiguo alumno: 48 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Cámaras de Comercio:

La Rioja

## CLUB DE EMPRENDEDORES Y DE AMIGOS DE LA CÁTEDRA

### OBJETIVOS

El club de emprendedores nace para ser un punto de encuentro y servir de enlace entre todas las personas que comparten una misma ilusión: tener una inquietud emprendedora.

Pretendemos generar una red de conocimiento, intercambios de experiencias y colaboraciones que deriven en un nexo común entre el mundo académico y empresarial.

### DESCRIPCIÓN

Desde la Cátedra también hemos creado una red de amigos constituida por alumnos, empresas e instituciones para fomentar y promover el espíritu emprendedor.

Pertenecer a nuestra red de amigos te permitirá estar puntualmente informado de las distintas actividades programadas, tener acceso a las mismas, así como conocer las últimas novedades en este campo y disfrutar de los contenidos que aparecen en el área restringida de nuestra página web.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE LA RIOJA:

- Concurso de ideas de negocios **252**
- Concurso Premio al Mejor Emprendedor **265**

## CLUB DEL EMPRENDEDOR



### UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Cátedra URV-Empresa de emprendeduría  
y creación de empresas



UNIVERSITAT  
ROVIRA I VIRGILI

### PARÁMETROS

#### FECHA DE IMPLANTACIÓN

Mayo 2011

#### DURACIÓN

10 meses

#### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado.

#### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: Menos de 2  
personas

#### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

#### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 62

En el curso académico 2010/11: 62

#### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 51 %

Mujeres: 49 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## CLUB DEL EMPRENDEDOR

### OBJETIVOS

Crear un marco de debate y encuentro entre todas las personas interesadas en emprendimiento.

### DESCRIPCIÓN

Organización de jornadas, una red social y almuerzos periódicos.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI:

- Red de Emprendeduría Universitaria (XEU) **183**
- Curso «Qué hace falta saber para crear una empresa» **56**
- Coordinación en la gestión de las becas de estudiantes para trabajar en las *spin-off* **335**
- Jornada de capital riesgo **289**
- Programa de internalización de las *spin-offs* **297**

# SOCIEDAD DE ALUMNOS GENERACIÓN EMPRESARIAL

## UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA

Oficina de Transferencia de Resultados  
e Investigación (OTRI)



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2008

### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: Menos de 2  
personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 58

En el curso académico 2010/11: 14

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 65 %

Mujeres: 35 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 10 %

Ciencias: 60 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 30 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 70 %

Máster/Títulos propios de postgrado: 10 %

Doctorado: 10 %

Antiguo alumno: 10 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## SOCIEDAD DE ALUMNOS GENERACIÓN EMPRESARIAL

### OBJETIVOS

- a) Crear un grupo selecto, sólidamente constituido por jóvenes universitarios que tengan cualidades de liderazgo emprendedor en acto o en potencia.
- b) Lograr una formación integral, especialmente humana y emprendedora, en todos sus miembros, potenciando sus cualidades y habilidades personales.
- c) Ser una organización unificadora y de apoyo a todas las iniciativas emprendedoras de los alumnos de la Universidad Francisco de Vitoria. Una organización compuesta y dirigida por los alumnos.
- d) Crear una red de jóvenes llamados a ser emprendedores, que practiquen y promuevan los valores de la organización en la empresa y en la sociedad.
- e) Realizar proyectos específicos, internos y externos a la universidad, que ayuden a difundir el espíritu de Generación Empresarial en la sociedad.

### DESCRIPCIÓN

Generación Empresarial es una organización hecha por y para jóvenes comprometidos en impulsar el espíritu empresarial y la responsabilidad social del emprendedor en su entorno y en la sociedad.

Su misión es agrupar, formar y proyectar a los jóvenes universitarios líderes con inquietudes emprendedoras para que puedan hacer frente a su responsabilidad de ser agentes de cambio en la empresa y en la sociedad.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA:

- Concurso de Ideas Innova para Creación de Empresas **254**

**J. COLABORACIONES  
Y OTRAS ACTIVIDADES  
RELACIONADAS CON  
EMPRENDIMIENTO**



# COLABORACIÓN CON INSTITUCIONES YA ESPECIALIZADAS EN EL FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO

## UNIVERSIDAD DE LEÓN

Plan Legio



### PARÁMETROS

#### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2008

#### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas

Personal experto externo: De 2 a 5 personas

#### FINANCIACIÓN

Patrocinio de empresas o instituciones: 100 %

#### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 240

En el curso académico 2010/11: 80

#### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 40 %

Mujeres: 60 %

#### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias de la Salud: 60 %

Ciencias Sociales y Jurídicas: 10 %

Ingeniería y Arquitectura: 30 %

#### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 70 %

Máster/Títulos propios de postgrado: 5 %

Doctorado: 10 %

Antiguo alumno: 15 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

#### ENTIDADES COLABORADORAS

Entidades financieras:

Caja España

# COLABORACIÓN CON INSTITUCIONES YA ESPECIALIZADAS EN EL FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO

## OBJETIVOS

Despejar el enjambre de iniciativas que teóricamente apoyan el emprendimiento, confiando en la experiencia y buen hacer probado de instituciones existentes para el fomento del emprendimiento.

## DESCRIPCIÓN

Se contratan los talleres de Plan de Empresa a los Centros de Europeos de Empresas e Innovación de Castilla y León.

# CONVENIO UNIVERSIDAD-DIPUTACIÓN FORAL DE BIZKAIA

UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO / EUSKAL  
HERRIKO UNIBERTSITATEA

Vivero de empresas universitario. ZITEK



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

1 enero 2000

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias nacionales de probado éxito.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas

Personal experto externo: Menos de 2 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 50 %

Administración regional: 50 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 500

En el curso académico 2010/11: 50

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 50 %

Mujeres: 50 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Administración Regional:

Diputación Foral de Bizkaia

## CONVENIO UNIVERSIDAD-DIPUTACIÓN FORAL DE BIZKAIA

### OBJETIVOS

- Coordinar los esfuerzos institucionales en la creación de empresas.
- Dotar de infraestructuras al programa mediante la creación y posterior mantenimiento de tres Centros de Empresas y su personal.
- Financiar de forma preferente las Empresas de Base Tecnológica surgidas en el Campus de Bizkaia.

### DESCRIPCIÓN

El convenio tiene un ámbito temporal a medio-largo plazo que permita estabilizar el programa ZITEK y financiarlo.

La Diputación Foral de Bizkaia aporta financiación en metálico y un técnico que estudia y valida las iniciativas presentadas por los grupos de investigación universitarios.

La UPV/EHU aporta las infraestructuras y el conocimiento de los grupos investigadores.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UPV/EHU:

- Itinerario de la Cultura Emprendedora **159**
- Creación de una comunidad virtual de emprendedores **312**

# COORDINACIÓN EN LA GESTIÓN DE LAS BECAS DE ESTUDIANTES PARA TRABAJAR EN LAS SPIN-OFF

## UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Centro de Transferencia de Tecnología de la Fundación URV (CTTi)



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

Marzo de 2012

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 10

### DURACIÓN

1 mes

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ORIGEN DE LA IDEA

A raíz de una colaboración con otras organizaciones.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas  
Personal experto externo: *Sin especificar*

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

### ENTIDADES COLABORADORAS

Entidades financieras:

Banco Santander

# COORDINACIÓN EN LA GESTIÓN DE LAS BECAS DE ESTUDIANTES PARA TRABAJAR EN LAS *SPIN-OFF*

## OBJETIVOS

Facilitar las becas de estudiantes de la URV para trabajar en las empresas *spin-off*.

## DESCRIPCIÓN

La Universidad nos comunicó que tenía estudiantes con becas para trabajar en empresas. Les facilitamos el contacto con las empresas *spin-off* creadas en el seno de la Universidad. Todas las *spin-off* han participado en esta buena práctica.

### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI:

- Red de Emprendeduría Universitaria (XEU) **183**
- Club del Emprendedor **325**
- Curso «Qué hace falta saber para crear una empresa» **56**
- Jornada de capital riesgo **289**
- Programa de internalización de las *spin-offs* **297**

# ESTUDIOS SOBRE EMPRENDIMIENTO



## UNIVERSIDAD DE ALICANTE

GIPE (Gabinete de Iniciativas para el Empleo)



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2010

### DURACIÓN

1 curso académico

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias nacionales de probado éxito.  
Experiencias internacionales de probado éxito.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: *Sin especificar*

### FINANCIACIÓN

Cátedra Bancaja Jóvenes  
Emprendedores: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 500  
En el curso académico 2010/11: 500

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 50 %  
Mujeres: 50 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 10 %  
Ciencias: 10 %  
Ciencias de la Salud: 10 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 35 %  
Ingeniería y Arquitectura: 35 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 50 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 25 %  
Doctorado: 20 %  
Antiguo alumno: 5 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Entidades financieras:

Cátedra Bancaja Jóvenes Emprendedores

## ESTUDIOS SOBRE EMPRENDIMIENTO

### OBJETIVOS

Estudiar la intención emprendedora de los/as alumnos de la UA.

### DESCRIPCIÓN

A través del estudio se pretende identificar las variables psico-sociales que determinan el grado de la intención emprendedora.

La intención emprendedora se ha documentado como el mejor predictor del emprendimiento, por lo que se realiza un estudio para determinar e identificar perfiles de mayor probabilidad de emprendimiento con los que elaborar actividades específicas de motivación y estímulo.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE ALICANTE:

- Asesoramiento Integral Impulso **195**

# FORO DEL EMPLEO

## UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

Vivero de empresas de Vicalvaro



### PARÁMETROS

#### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2008

#### DURACIÓN

16 horas

#### ORIGEN DE LA IDEA

A partir de un estudio para determinar las necesidades en emprendimiento en su universidad.

#### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 5 a 10 personas  
Personal experto externo: Menos de 2 personas

#### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

#### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 250  
En el curso académico 2010/11: 90

#### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 40 %  
Mujeres: 60 %

#### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Arte y Humanidades: 20 %  
Ciencias: 20 %  
Ciencias de la Salud: 10 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 30 %  
Ingeniería y Arquitectura: 20 %

#### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 18,2 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 45,4 %  
Doctorado: 18,2 %  
Antiguo alumno: 18,2 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

## FORO DEL EMPLEO

### OBJETIVOS

Dar a conocer las posibilidades de ser emprendedor a los estudiantes de grado y máster de la Universidad Rey Juan Carlos.

### DESCRIPCIÓN

En los diferentes campus de la Universidad Rey Juan Carlos realizamos una feria con stand para poder informar y documentar a los alumnos, para facilitarles información para el desarrollo de su proyecto emprendedor.

## IV EDICIÓN DE *STARTUP PROGRAMME*

### UNIVERSIDAD ALFONSO X EL SABIO

Fundación Universidad Alfonso X el Sabio



UNIVERSIDAD  
ALFONSO X EL SABIO

### PARÁMETROS

#### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2008

#### DURACIÓN

6 meses

#### ORIGEN DE LA IDEA

Sugerencia de alumnos o profesorado.

#### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 10 a 20 personas

Personal experto externo: Menos de 2 personas

#### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 100 %

#### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 1.000

En el curso académico 2010/11: 100

#### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 45 %

Mujeres: 55 %

#### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias Sociales y Jurídicas: 100 %

#### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 100 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

#### ENTIDADES COLABORADORAS

Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:

Fundación Universidad-Empresa,  
Fundación Junior Achievement,  
Fundación UAX

## IV EDICIÓN DE *STARTUP PROGRAMME*

### OBJETIVOS

Promocionar la realización de proyectos emprendedores.

### DESCRIPCIÓN

Se desarrolló como actividad dentro de la Facultad de Estudios Sociales para la creación de proyectos emprendedores con contenido social. Las propuestas de los estudiantes siguieron un proceso de orientación y evaluación hasta una presentación final de un proyecto empresarial (plan de empresa) delante de un tribunal de la UAX. El proyecto mejor valorado se presentó al Startup Programme.

Durante los seis meses de duración han contado con el apoyo de voluntarios de entidades privadas (PWC, INDRA) y técnicos de la Fundación Universidad-Empresa y de la Fundación Junior Achievement.

# JORNADA «CREACIÓN DE EMPRESA DE BASE TECNOLÓGICA»

## UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA

Oficina de Transferencia del Conocimiento (OTC)



UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2008

### DURACIÓN

5 horas

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 2 a 5 personas  
Personal experto externo: Más de 20 personas

### FINANCIACIÓN

Administración regional: 100 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 400  
En el curso académico 2010/11: 50

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 75 %  
Mujeres: 25 %

### DISTRIBUCIÓN POR ÁREA DE ESTUDIO\*

Ciencias de la Salud: 10 %  
Ciencias Sociales y Jurídicas: 15 %  
Ingeniería y Arquitectura: 75 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 90 %  
Máster/Títulos propios de postgrado: 10 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Administración Regional:

Fundación Universidades Castilla y León

## JORNADA «CREACIÓN DE EMPRESA DE BASE TECNOLÓGICA»

### OBJETIVOS

Sensibilización, motivación y formación a los alumnos en todos los pasos necesarios para la creación de una empresa de base tecnológica.

### DESCRIPCIÓN

Son jornadas abiertas a todos los alumnos de la Universidad, donde se cuenta con profesionales en el área de creación de empresas, que proporcionan información relativa a pasos a seguir en la creación de una empresa y sus principales fuentes de financiación e información. A su vez, participan emprendedores de la región que exponen sus experiencias como casos de buenas prácticas.

#### OTRAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA:

- Club Universitario de Innovación **204**

# JUNIOR

---

## UNIVERSIDAD DE GRANADA

Centro de Promoción de Empleo y Prácticas



Universidad de Granada

---

## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

1996

### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias internacionales de probado éxito.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas

Personal experto externo: Menos de 2 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 50 %

Administración regional: 25 %

Patrocinio de empresas o instituciones: 25 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 121

En el curso académico 2010/11: 90

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 50 %

Mujeres: 50 %

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ESTUDIO\*

Grado/Estudios de 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> ciclo: 98 %

Antiguo alumno: 2 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

---

### ENTIDADES COLABORADORAS

Entidades financieras:

Caja Granada (tres primeras ediciones)

Administración Regional:

Consejería de Empleo (tres años)

## JUNIOR

### OBJETIVOS

- Que los destinatarios de la acción sean sus propios protagonistas.
- Difundir la capacidad emprendedora demostrando que es algo que puede hacer tu compañero de clase o la persona con la que tomas café.

### DESCRIPCIÓN

Asociaciones de estudiantes sin ánimo de lucro que pretenden mejorar su experiencia y posibilidades de inserción a través de un proyecto de actividad empresarial.

# PLAN GALILEO



## UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

Vicerrectorado de Estudiantes e Inserción  
Profesional



UNIVERSIDAD  
DE SALAMANCA

### PARÁMETROS

#### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2001

#### DURACIÓN

12 meses

#### ORIGEN DE LA IDEA

Experiencias anteriores propias.

#### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: De 5 a 10 personas

Personal experto externo: De 5 a 10  
personas

#### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 10 %

Administración regional: 60 %

Patrocinio de empresas o instituciones: 30 %

#### ENTIDADES COLABORADORAS

Escuelas de negocio:	Escuela de Negocio de Salamanca
Parques científicos y/o tecnológicos:	Parque Científico de la Universidad de Salamanca
Entidades financieras:	Banco Santander y Cátedra Bancaja Jóvenes Emprendedores
Cámaras de Comercio:	Salamanca
Organizaciones y/o asociaciones empresariales:	Asociación de Jóvenes Empresarios
Fundaciones/Entidades sin ánimo de lucro:	Fundación General de la Universidad de Salamanca
Administración Central:	CEI
Administración Regional:	Fundación Universidades / ECYL (Junta de Castilla y León)
Administración Local:	Ayuntamiento de Salamanca
RUNAE:	RUNAE

## PLAN GALILEO

### OBJETIVOS

Que las diferentes estructuras (Servicio de Inserción Profesional, Prácticas y Empleo (SIPPE), Oficina de Transferencia del Conocimiento (OTRI), Fundación General de la Universidad, Parque Científico, Cátedra Santander y Cátedra Bancaja Jóvenes Emprendedores) implicadas en el fomento y apoyo a la creación de empresas de la Universidad de Salamanca actúen de forma coordinada para sumar recursos humanos y económicos y dotar al futuro emprendedor de una carta de servicios adecuada a sus necesidades.

### DESCRIPCIÓN

La Universidad de Salamanca ha trabajado en la difusión y fomento del espíritu emprendedor y en el apoyo a la creación de empresas desde el año 1998 con la creación de la Escuela de Autoempleo. A lo largo de los siguientes años se desarrollaron diferentes programas que respondían a necesidades concretas, que se fueron implantando en distintas estructuras de la Universidad (OTRI, SIPPE, Fundación General, Parque Científico, Cátedra Santander y Cátedra Bancaja Jóvenes Emprendedores) y dotados cada uno de ellos con financiación propia (externa o no). En el 2001 se aprueba en Consejo de Gobierno el I Plan Galileo como «plan institucional de fomento del espíritu emprendedor, la cultura de la innovación y la creación de empresas desde la universidad». Con ello se dan los primeros pasos sobre la necesidad de crear un plan institucional, sin embargo, las diferentes estructuras implicadas siguieron trabajando de forma paralela con los diferentes recursos. En el año 2007 se aprueba el II Plan Galileo, que nace con la intención de realizar un trabajo común entre las diferentes estructuras implicadas. Del aprendizaje de esta experiencia se aprobará en el 2012 el III Plan Galileo (incluido en el Campus de Excelencia Internacional) que pretende una coordinación real de los diferentes programas y recursos, trabajando desde las diferentes estructuras en una única programación al servicio del emprendedor, donde se incluya una carta de servicio por curso académico.

# PROCESO INTEGRAL DE CREACIÓN DE EMPRESAS EN LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA

## UNIVERSIDAD DE NAVARRA

Fundación Empresa Universidad de Navarra.  
Club de emprendedores



## PARÁMETROS

### FECHA DE IMPLANTACIÓN

2010

### DURACIÓN

1 curso académico

### ORIGEN DE LA IDEA

A raíz de una colaboración con otras organizaciones.

### RECURSOS DEDICADOS

Personal propio: Menos de 2 personas  
Personal experto externo: Menos de 2 personas

### FINANCIACIÓN

Fondos propios: 60 %  
Programas europeos: 25 %  
Patrocinio de empresas o instituciones: 15 %

### USUARIOS

Desde el inicio de la buena práctica: 1.300  
En el curso académico 2010/11: 1.300

### DISTRIBUCIÓN POR SEXO\*

Hombres: 40 %  
Mujeres: 60 %

\* Respecto al número de usuarios del curso académico 2010/11

### ENTIDADES COLABORADORAS

Centros de investigación:

Instituto Científico y Tecnológico de Navarra

Otras empresas:

i-deals (Grupo Everis)

# PROCESO INTEGRAL DE CREACIÓN DE EMPRESAS EN LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA

## OBJETIVOS

La Fundación Empresa Universidad de Navarra, a través del Club de Emprendedores, junto con el Instituto Científico y Tecnológico de Navarra (ICT) y con la colaboración de i-deals del Grupo everis, ha desarrollado un programa que permite: i) detectar y valorar los resultados científicos y su potencial para convertirse en proyectos empresariales de base tecnológica; ii) formar a los investigadores en temas de índole empresarial; y iii) promover estas ideas empresariales y contrastar su viabilidad en el mercado. Los servicios están dirigidos a emprendedores de la Universidad de Navarra.

## DESCRIPCIÓN

La buena práctica consiste en el establecimiento de un proceso de apoyo integral al emprendedor universitario en el que intervienen tres agentes distintos: la Fundación Empresa Universidad de Navarra, el Instituto Científico y Tecnológico de Navarra, OTRI de la Universidad de Navarra y i-deals, una consultora del Grupo Everis promovida por la Fundación Everis.





## ÍNDICE DE BUENAS PRÁCTICAS POR UNIVERSIDAD

### ABAT OLIBA CEU

- Testimonio de antiguos alumnos emprendedores **104**

### ALCALÁ

- Seminarios de fomento del espíritu emprendedor **96**
- Taller de competencias emprendedoras **100**

### ALFONSO X EL SABIO

- IV Edición de *Startup Programme* **341**

### ALICANTE

- Asesoramiento Integral Impulso **195**
- Estudios sobre emprendimiento **337**

### ALMERÍA

- Herramienta Informática Ícaro **315**

### AUTÓNOMA DE MADRID

- Escuela de Emprendedores Sociales **157**

### BARCELONA

- Escuela de Verano: Gestión de la Creatividad en la Sociedad de la Innovación **67**
- Workshop de creación de empresas de la Universitat de Barcelona **108**
- Xarxa d'Emprendeduría Universitaria **187**

### BURGOS

- Becas para el desarrollo de prototipos comercializables **202**

### CÁDIZ

- Programa emprendedoras y emprendedores como tú **233**
- Programa INNOGESTIONA **218**

### CAMILO JOSÉ CELA

- Cross del Emprendedor **54**

### CANTABRIA

- Formación para Profesores **73**
- INMA **75**

- Módulo de Emprendimiento en Másteres Oficiales de la Universidad de Cantabria **124**

### CARLOS III DE MADRID

- Internacionalización de nuevas Empresas de Base Tecnológica en Brasil (acción piloto) **284**
- Concurso de Ideas UC3M **256**
- Trabajo Fin de Grado Emprendedor **135**

### CASTILLA-LA MANCHA

- Jornadas de Motivación Emprendedora **80**
- Subprograma de Creación y Gestión de Empresas de Base Tecnológica (*Spin-offs*) **228**
- V Curso de Generación de Ideas Innovadoras y Proyectos Emprendedores **106**

### CATÓLICA DE ÁVILA

- Atención personalizada al emprendedor **143**
- Talleres de emprendimiento en colaboración con profesionales de diferentes sectores **102**

### CATÓLICA DE SAN ANTONIO

- Concurso IDEA **263**
- Curso en promoción de la cultura del emprendizaje **60**

### CEU CARDENAL HERRERA

- CEU Emprende **147**

### CEU SAN PABLO

- Club de Emprendedores **307**

### COMPLUTENSE DE MADRID

- Compluemprende **150**
- Grupo de trabajo RMGS (Redes de Micro-organizaciones Grupo Somosaguas) **122**

### CÓRDOBA

- Proyecto CUEJ (Canalización Universitaria de Emprendimiento Juvenil) **174**

### DEUSTO-DEUSTUKO UNIBERTSITATEA

- El emprendimiento en la Universidad de Deusto. Un sistema holístico **206**

### EUROPEA DE MADRID

- Premios Jóvenes Emprendedores Sociales de la UEM **274**
- Programa de creación acertada de un *Business Plan* **84**

- Proyecto Emprendedores Innova Social **90**

## EUROPEA MIGUEL CERVANTES

- Programa de Fomento del Espíritu Emprendedor **86**
- UEMCPRENDE **185**

## FRANCISCO DE VITORIA

- Concurso de Ideas INNOVA para creación de empresas **254**
- Sociedad de Alumnos Generación Empresarial **327**

## GIRONA

- Curso de Conocimiento Empresarial: Empresa, innovación y capacidad emprendedora **58**

## GRANADA

- Junior **345**

## ILLES BALEARS

- Programa de Internacionalización de San Francisco **294**
- Programa RESET: Espai de l'emprenedor i suport a la nova empresa tecnològica **222**

## INTERNACIONAL DE LA RIOJA

- Becas para formación **118**

## JAÉN

- Itinerario de Autoempleo **77**

## JAUME I

- Aprender a Emprender en la Universitat Jaume I **49**
- NETEC. Negocios tecnológicos y basados en el conocimiento **215**
- Workshop: Enseñanza y Aprendizaje desde una perspectiva creativa: la asignatura pendiente **110**

## LA LAGUNA

- Emprene.ull **153**

## LA RIOJA

- Club de emprendedores y de amigos de la Cátedra **323**
- Concurso de ideas de negocios **252**
- Concurso Premio al Mejor Emprendedor **265**

## LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

- Ayudas para la realización de planes de negocios de nuevas empresas basadas en proyectos y resultados de grupos de investigación de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria **197**
- Competición Internacional de Ingenieros Emprendedores **245**

## LEÓN

- Colaboración con instituciones ya especializadas en el fomento del emprendimiento **331**

## LLEIDA

- Concurso de ideas de negocio para jóvenes emprendedores **250**

## LOYOLA ANDALUCÍA

- Proyecto de difusión de la cultura emprendedora en la provincia de Córdoba **177**

## MÁLAGA

- Programa *Spin-off* de Creación de Empresas en el Ámbito Universitario **276**
- Seminario Emprende 21 **94**

## MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE

- Campus Emprendedores UMH **303**
- Programa *Mentoring* UMH para Emprendedores **171**

## MONDRAGÓN UNIBERTSITATEA

- Grado Oficial en Liderazgo Emprendedor e Innovación **120**

## NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

- Plan de Apoyo a Distancia al Emprendimiento de la UNED **317**

## NAVARRA

- Proceso Integral de Creación de Empresas en la Universidad de Navarra **349**

## NEBRIJA

- Club Emprendedores **310**
- Realización de Plan de Negocio **133**

## OBERTA DE CATALUNYA

- Asignatura de grado Iniciativa Emprendedora **115**
- Challenge UOC&PLUGGED \_ Reto ciudadano de ideas de la Universitat Oberta de Catalunya **239**
- Uso de casos audiovisuales para la adquisición de la competencia de pensamiento crítico **138**

## OVIEDO

- Pasaporte del emprendedor **82**
- Programa Estincoacher de apoyo al emprendimiento internacional **299**
- Taller de cine emprendedor **98**

## PABLO DE OLAVIDE

- Recursos Emprendimiento Orientación y Asesoramiento **181**

## PAÍS VASCO / EUSKAL HERRIKO UNIBERTSITATEA

- Convenio Universidad-Diputación Foral de Bizkaia **333**
- Creación de una Comunidad Virtual de Emprendedores **312**
- Itinerario de la Cultura Emprendedora **159**

## POLITÉCNICA DE CARTAGENA

- Estudios de mercado / Cheque tecnológico (Colaboración INFO – ADLE – UPCT) **211**

## POLITÈCNICA DE CATALUNYA

- Concurso Emprèn UPC: concurso de ideas de negocio para estudiantes UPC **261**
- MyBusinessGame: videojuego multijugador vía web de creación de empresas **126**
- Protocolo Asignaturas TOP: Technological Opportunities Projects **129**

## POLITÉCNICA DE MADRID

- Competición de Creación de Empresas, ACTÚAUPM **242**
- Formación en gestión empresarial y desarrollo de plan de negocio **70**
- Laboratorio de expertos **162**

## POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

- Antenas del Parque Científico **193**

## POMPEU FABRA

- Espacios de incubación UPF *Business Shuttle* **209**
- UPF Emprèn. Premio a la Iniciativa y a la Capacidad Empresarial **279**

## PONTIFICIA COMILLAS

- Asociación Emprendedores Comillas **321**
- Premio Proyecto Empresarial ICADE **272**
- Seminario de Emprendedores Luis Irisarri **92**

## PONTIFICIA DE SALAMANCA

- Club Universitario de Innovación **204**
- Jornada «Creación de Empresa de Base Tecnológica» **343**

## PÚBLICA DE NAVARRA

- LUCE (Laboratorio Universitario de Creación de Empresas Innovadoras) **164**

## REY JUAN CARLOS

- Foro del empleo **339**

## ROVIRA I VIRGILI

- Club del emprendedor **325**
- Coordinación en la gestión de las becas de estudiantes para trabajar en las *spin-off* **335**
- Curso «Qué hace falta saber para crear una empresa» **56**
- Jornada de capital riesgo **289**
- Programa de internalización de las *spin-offs* **297**
- Red de Emprendeduría Universitaria (XEU) **183**

## SALAMANCA

- Plan Galileo **347**

## SAN JORGE

- Becas Viveros de Emprendedores Grupo San Valero **145**
- Charlas de emprendedores **52**
- Jornadas de Emprendeduría Transfronteriza **291**

## SANTIAGO DE COMPOSTELA

- Concursos de ideas y proyectos empresariales innovadores **267**

## SEVILLA

- Concurso de iniciativas empresariales **259**

## VALÈNCIA

- Escuela de Verano para Profesores Motivadores del Espíritu Emprendedor **62**
- I Concurs de Projectes Emprenedors **270**
- Manual para redactar el Plan de Empresa de una *spin-off* **213**
- Semillero Empresarial **225**

## VIGO

- Proyecto INCUVI **179**

## ZARAGOZA

- Jornadas de Emprendeduría Transfronteriza **291**

## ÍNDICE DE BUENAS PRÁCTICAS POR COMUNIDAD AUTÓNOMA

### ANDALUCÍA

- Concurso de iniciativas empresariales (*Universidad de Sevilla*) **259**
- Herramienta informática Ícaro (*Universidad de Almería*) **315**
- Itinerario de Autoempleo (*Universidad de Jaén*) **77**
- Junior (*Universidad de Granada*) **345**
- Programa emprendedoras y emprendedores como tú (*Universidad de Cádiz*) **233**
- Programa Innogestiona (*Universidad de Cádiz*) **218**
- Programa *Spin-off* de Creación de Empresas en el Ámbito Universitario (*Universidad de Málaga*) **276**
- Proyecto CUEJ (Canalización Universitaria de Emprendimiento Juvenil) (*Universidad de Córdoba*) **174**
- Proyecto de difusión de la cultura emprendedora en la provincia de Córdoba (*Universidad Loyola Andalucía*) **177**
- Recursos Emprendimiento Orientación y Asesoramiento (*Universidad Pablo de Olavide*) **181**
- Seminario Emprende 21 (*Universidad de Málaga*) **94**

### ARAGÓN

- Becas Viveros de Emprendedores Grupo San Valero (*Universidad San Jorge*) **145**
- Charlas de emprendedores (*Universidad San Jorge*) **52**
- Jornadas de Emprendeduría Transfronteriza (*Universidad San Jorge y Universidad de Zaragoza*) **291**

### CANTABRIA

- Formación para Profesores (*Universidad de Cantabria*) **73**
- INMA (*Universidad de Cantabria*) **75**
- Módulo de Emprendimiento en Másteres Oficiales de la Universidad de Cantabria (*Universidad de Cantabria*) **124**

### CASTILLA Y LEÓN

- Atención personalizada al emprendedor (*Universidad Católica de Ávila*) **143**
- Becas para el desarrollo de prototipos comercializables (*Universidad de Burgos*) **202**
- Club Universitario de Innovación (*Universidad Pontificia de Salamanca*) **204**
- Colaboración con instituciones ya especializadas en el fomento del emprendimiento (*Universidad de León*) **331**
- Jornada «Creación de Empresa de Base Tecnológica» (*Universidad Pontificia de Salamanca*) **343**
- Plan Galileo (*Universidad de Salamanca*) **347**

- Programa de Fomento del Espíritu Emprendedor (*Universidad Europea Miguel de Cervantes*) **86**
- Talleres de emprendimiento en colaboración con profesionales de diferentes sectores (*Universidad Católica de Ávila*) **102**
- UEMCPRENDE (*Universidad Europea Miguel de Cervantes*) **185**

### CASTILLA-LA MANCHA

- Jornadas de Motivación Emprendedora (*Universidad de Castilla-La Mancha*) **80**
- Subprograma de Creación y Gestión de Empresas de Base Tecnológica (*Spin-offs*) (*Universidad de Castilla-La Mancha*) **228**
- V Curso de Generación de Ideas Innovadoras y Proyectos Emprendedores (*Universidad de Castilla-La Mancha*) **106**

### CATALUÑA

- Asignatura de grado Iniciativa Emprendedora (*Universitat Oberta de Catalunya*) **115**
- Challenge UOC&PLUGGED \_ Reto ciudadano de ideas de la Universitat Oberta de Catalunya (*Universitat Oberta de Catalunya*) **239**
- Club del emprendedor (*Universitat Rovira i Virgili*) **325**
- Concurso de ideas de negocio para jóvenes emprendedores (*Universitat de Lleida*) **250**
- Concurso Emprèn UPC: Concurso de ideas de negocio para estudiantes UPC (*Universitat Politècnica de Catalunya*) **261**
- Coordinación en la gestión de las becas de estudiantes para trabajar en las *spin-off* (*Universitat Rovira i Virgili*) **335**
- Curso «Qué hace falta saber para crear una empresa» (*Universitat Rovira i Virgili*) **56**
- Curso de Conocimiento Empresarial: Empresa, Innovación y Capacidad Emprendedora (*Universitat de Girona*) **58**
- Escuela de Verano: Gestión de la Creatividad en la Sociedad de la Innovación (*Universitat de Barcelona*) **67**
- Espacios de incubación UPF *Business Shuttle* (*Universitat Pompeu Fabra*) **209**
- Jornada de capital riesgo (*Universitat Rovira i Virgili*) **289**
- MyBusinessGame: videojuego multijugador vía web de creación de empresas (*Universitat Politècnica de Catalunya*) **126**
- Programa de internalización de las *spin-offs* (*Universitat Rovira i Virgili*) **297**
- Protocolo Asignaturas TOP: *Technological Opportunities Projects* (*Universitat Politècnica de Catalunya*) **129**
- Red de Emprendeduría Universitaria (XEU) (*Universitat Rovira i Virgili*) **183**
- Testimonio de antiguos alumnos emprendedores (*Universitat Abat Oliba CEU*) **104**
- UPF Emprèn. Premio a la Iniciativa y a la Capacidad Empresarial (*Universitat Pompeu Fabra*) **279**
- Uso de casos audiovisuales para la adquisición de la competencia de pensamiento crítico (*Universitat Oberta de Catalunya*) **138**

- *Workshop* de creación de empresas de la universidad de barcelona (*Universitat de Barcelona*) **108**
- *Xarxa d'Emprendeduria* Universitaria (*Universitat de Barcelona*) **187**

## COMUNIDAD DE MADRID

- Internacionalización de nuevas Empresas de Base Tecnológica en Brasil (acción piloto) (*Universidad Carlos III de Madrid*) **284**
- Asociación Emprendedores Comillas (*Universidad Pontificia Comillas*) **321**
- Club de Emprendedores (*Universidad CEU San Pablo*) **307**
- Club Emprendedores (*Universidad Nebrija*) **310**
- Competición de Creación de Empresas, ACTÚAUPM (*Universidad Politécnica de Madrid*) **242**
- Compluemprende (*Universidad Complutense de Madrid*) **150**
- Concurso de Ideas INNOVA para Creación de Empresas (*Universidad Francisco de Vitoria*) **254**
- Concurso de Ideas UC3M (*Universidad Carlos III de Madrid*) **256**
- Cross del Emprendedor (*Universidad Camilo José Cela*) **54**
- Escuela de Emprendedores Sociales (*Universidad Autónoma de Madrid*) **157**
- Formación en gestión empresarial y desarrollo de plan de negocio (*Universidad Politécnica de Madrid*) **70**
- Foro del empleo (*Universidad Rey Juan Carlos*) **339**
- Grupo de trabajo RMGS (Redes de Micro-organizaciones Grupo Somosaguas) (*Universidad Complutense de Madrid*) **122**
- IV Edición de *Startup Programme* (*Universidad Alfonso X El Sabio*) **341**
- Laboratorio de expertos (*Universidad Politécnica de Madrid*) **162**
- Plan de Apoyo a Distancia al Emprendimiento de la UNED (*Universidad Nacional de Educación a Distancia*) **317**
- Premio Proyecto Empresarial ICADE (*Universidad Pontificia Comillas*) **272**
- Premios Jóvenes Emprendedores Sociales de la UEM (*Universidad Europea de Madrid*) **274**
- Programa de creación acertada de un *Business Plan* (*Universidad Europea de Madrid*) **84**
- Proyecto Emprendedores Innova Social (*Universidad Europea de Madrid*) **90**
- Realización de plan de negocio (*Universidad Nebrija*) **133**
- Seminario de Emprendedores Luis Irisarri (*Universidad Pontificia Comillas*) **92**
- Seminarios de fomento del espíritu emprendedor (*Universidad de Alcalá*) **96**
- Sociedad de Alumnos Generación Empresarial (*Universidad Francisco de Vitoria*) **327**
- Taller de competencias emprendedoras (*Universidad de Alcalá*) **100**
- Trabajo Fin de Grado Emprendedor (*Universidad Carlos III de Madrid*) **135**

## COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA

- LUCE (Laboratorio Universitario de Creación de Empresas Innovadoras) (*Universidad Pública de Navarra*) **164**
- Proceso Integral de Creación de Empresas en la Universidad de Navarra (*Universidad de Navarra*) **349**

## COMUNIDAD VALENCIANA

- Antenas del Parque Científico (*Universitat Politècnica de València*) **193**
- Aprender a Emprender en la Universitat Jaume I (*Universitat Jaume I*) **49**
- Asesoramiento Integral Impulso (*Universidad de Alicante*) **195**
- Campus Emprendedores UMH (*Universidad Miguel Hernández de Elche*) **303**
- CEU Emprende (*Universidad CEU Cardenal Herrera*) **147**
- Escuela de Verano para Profesores Motivadores del Espíritu Emprendedor (*Universitat de València*) **62**
- Estudios sobre emprendimiento (*Universidad de Alicante*) **337**
- I Concurs de Projectes Emprenedors (*Universitat de València*) **270**
- Manual para redactar el Plan de Empresa de una *spin-off* (*Universitat de València*) **213**
- NETEC. Negocios Tecnológicos y Basados en el Conocimiento (*Universitat Jaume I*) **215**
- Programa *Mentoring* UMH para Emprendedores (*Universidad Miguel Hernández de Elche*) **171**
- Semillero Empresarial (*Universitat de València*) **225**
- Workshop: Enseñanza y Aprendizaje desde una Perspectiva Creativa: La Asignatura Pendiente (*Universitat Jaume I*) **110**

## GALICIA

- Concursos de Ideas y Proyectos Empresariales Innovadores (*Universidade de Santiago de Compostela*) **267**
- Proyecto INCUVI (*Universidade de Vigo*) **179**

## ISLAS BALEARES

- Programa de Internacionalización de San Francisco (*Universitat de les Illes Balears*) **294**
- Programa RESET: Espai de l'emprenedor i suport a la nova empresa tecnològica (*Universitat de les Illes Balears*) **222**

## ISLAS CANARIAS

- Ayudas para la realización de planes de negocios de nuevas empresas basadas en proyectos y resultados de grupos de investigación de la Universidad de las Palmas de Gran Canaria (*Universidad de Las Palmas de Gran Canaria*) **197**

- Competición Internacional de Ingenieros Emprendedores (*Universidad de Las Palmas de Gran Canaria*) **245**
- Emprende.ull (*Universidad de La Laguna*) **153**

### LA RIOJA

- Becas para formación (*Universidad Internacional de la Rioja*) **118**
- Club de emprendedores y de amigos de la Cátedra (*Universidad de la Rioja*) **323**
- Concurso de ideas de negocios (*Universidad de la Rioja*) **252**
- Concurso Premio al Mejor Emprendedor (*Universidad de la Rioja*) **265**

### PAÍS VASCO

- Convenio Universidad-Diputación Foral de Bizkaia (*Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea*) **333**
- Creación de una comunidad virtual de emprendedores (*Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea*) **312**
- El Emprendimiento en la Universidad de Deusto. Un Sistema Holístico (*Universidad de Deusto-Deustuko Unibertsitatea*) **206**
- Grado Oficial en Liderazgo Emprendedor e Innovación (*Mondragón Unibertsitatea*) **120**
- Itinerario de la Cultura Emprendedora (*Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea*) **159**

### PRINCIPADO DE ASTURIAS

- Pasaporte del Emprendedor (*Universidad de Oviedo*) **82**
- Programa Estincoacher de apoyo al emprendimiento internacional (*Universidad de Oviedo*) **299**
- Taller de cine emprendedor (*Universidad de Oviedo*) **98**

### REGIÓN DE MURCIA

- Concurso IDEA (*Universidad Católica de San Antonio*) **263**
- Curso en promoción de la cultura del emprendizaje (*Universidad Católica de San Antonio*) **60**
- Estudios de mercado / Cheque tecnológico (Colaboración INFO – ADLE – UPCT) (*Universidad Politécnica de Cartagena*) **211**

## ÍNDICE DE BUENAS PRÁCTICAS POR TIPO (SEGÚN LA CLASIFICACIÓN)

### A . FORMACIÓN EMPRENDEDORA NO CURRICULAR

- Aprender a Emprender en la Universitat Jaume I (*Universitat Jaume I*) **49**
- Charlas de emprendedores (*Universidad San Jorge*) **52**
- Cross del Emprendedor (*Universidad Camilo José Cela*) **54**
- Curso «Qué hace falta saber para crear una empresa» (*Universitat Rovira i Virgili*) **56**
- Curso de Conocimiento Empresarial: Empresa, Innovación y Capacidad Emprendedora (*Universitat de Girona*) **58**
- Curso en promoción de la cultura del emprendizaje (*Universidad Católica de San Antonio*) **60**
- Escuela de Verano para Profesores Motivadores del Espíritu Emprendedor (*Universitat de València*) **62**
- Escuela de Verano: Gestión de la Creatividad en la Sociedad de la Innovación (*Universitat de Barcelona*) **67**
- Formación en gestión empresarial y desarrollo de plan de negocio (*Universidad Politécnica de Madrid*) **70**
- Formación para Profesores (*Universidad de Cantabria*) **73**
- INMA (*Universidad de Cantabria*) **75**
- Itinerario de Autoempleo (*Universidad de Jaén*) **77**
- Jornadas de Motivación Emprendedora (*Universidad de Castilla-La Mancha*) **80**
- Pasaporte del Emprendedor (*Universidad de Oviedo*) **82**
- Programa de creación acertada de un *Business Plan* (*Universidad Europea de Madrid*) **84**
- Programa de Fomento del Espíritu Emprendedor (*Universidad Europea Miguel de Cervantes*) **86**
- Proyecto Emprendedores Innova Social (*Universidad Europea de Madrid*) **90**
- Seminario de Emprendedores Luis Irisarri (*Universidad Pontificia Comillas*) **92**
- Seminario Emprende 21 (*Universidad de Málaga*) **94**
- Seminarios de fomento del espíritu emprendedor (*Universidad de Alcalá*) **96**
- Taller de cine emprendedor (*Universidad de Oviedo*) **98**
- Taller de competencias emprendedoras (*Universidad de Alcalá*) **100**
- Talleres de emprendimiento en colaboración con profesionales de diferentes sectores (*Universidad Católica de Ávila*) **102**
- Testimonio de antiguos alumnos emprendedores (*Universitat Abat Oliba*) **104**
- V Curso de Generación de Ideas Innovadoras y Proyectos Emprendedores (*Universidad de Castilla-La Mancha*) **106**
- Workshop de Creación de Empresas de la Universitat de Barcelona (*Universitat de Barcelona*) **108**

- Workshop: enseñanza y aprendizaje desde una perspectiva creativa: la asignatura pendiente (*Universitat Jaume I*) **110**

## B. FORMACIÓN EMPRENDEDORA CURRICULAR

- Asignatura de grado Iniciativa Emprendedora (*Universitat Oberta de Catalunya*) **115**
- Becas para formación (*Universidad Internacional de la Rioja*) **118**
- Grado Oficial en Liderazgo Emprendedor e Innovación (*Mondragón Unibertsitatea*) **120**
- Grupo de trabajo RMGS (Redes de Micro-organizaciones Grupo Somosaguas) (*Universidad Complutense de Madrid*) **122**
- Módulo de Emprendimiento en Másteres Oficiales de la Universidad de Cantabria (*Universidad de Cantabria*) **124**
- MyBusinessGame: videojuego multijugador vía web de creación de empresas (*Universitat Politècnica de Catalunya*) **126**
- Protocolo Asignaturas TOP: *Technological Opportunities Projects* (*Universitat Politècnica de Catalunya*) **129**
- Realización de plan de negocio (*Universidad Nebrija*) **133**
- Trabajo Fin de Grado Emprendedor (*Universidad Carlos III de Madrid*) **135**
- Uso de casos audiovisuales para la adquisición de la competencia de pensamiento crítico (*Universitat Oberta de Catalunya*) **138**

## C. CENTROS DE FORMACIÓN, ASESORAMIENTO E INCUBACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO

- Atención personalizada al emprendedor (*Universidad Católica de Ávila*) **143**
- Becas Viveros de Emprendedores Grupo San Valero (*Universidad San Jorge*) **145**
- CEU Emprende (*Universidad CEU Cardenal Herrera*) **147**
- Compluemprende (*Universidad Complutense de Madrid*) **150**
- Emprende.ull (*Universidad de La Laguna*) **153**
- Escuela de Emprendedores Sociales (*Universidad Autónoma de Madrid*) **157**
- Itinerario de la Cultura Emprendedora (*Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea*) **159**
- Laboratorio de expertos (*Universidad Politécnica de Madrid*) **162**
- LUCE (Laboratorio Universitario de Creación de Empresas Innovadoras) (*Universidad Pública de Navarra*) **164**
- Programa *Mentoring* UMH Para Emprendedores (*Universidad Miguel Hernández de Elche*) **171**
- Proyecto CUEJ (Canalización Universitaria de Emprendimiento Juvenil) (*Universidad de Córdoba*) **174**
- Proyecto de difusión de la cultura emprendedora en la provincia de Córdoba (*Universidad Loyola Andalucía*) **177**
- Proyecto INCUVI (*Universidade de Vigo*) **179**

- Recursos Emprendimiento Orientación y Asesoramiento (*Universidad Pablo de Olavide*) **181**
- Red de Emprendeduría Universitaria (XEU) (*Universitat Rovira i Virgili*) **183**
- UEMCPRENDE (*Universidad Europea Miguel de Cervantes*) **185**
- Xarxa d'Emprendeduría Universitaria (*Universitat de Barcelona*) **187**

#### D. EMPRENDIMIENTO DE BASE TECNOLÓGICA

- Antenas del Parque Científico (*Universitat Politècnica de Valencia*) **193**
- Asesoramiento Integral Impulso (*Universidad de Alicante*) **195**
- Ayudas para la realización de planes de negocios de nuevas empresas basadas en proyectos y resultados de grupos de investigación de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (*Universidad de Las Palmas de Gran Canaria*) **197**
- Becas para el desarrollo de prototipos comercializables (*Universidad de Burgos*) **202**
- Club Universitario de Innovación (*Universidad Pontificia de Salamanca*) **204**
- El emprendimiento en la Universidad de Deusto. Un sistema holístico (*Universidad de Deusto-Deustuko Unibertsitatea*) **206**
- Espacios de incubación UPF *Business Shuttle* (*Universitat Pompeu Fabra*) **209**
- Estudios de mercado / Cheque tecnológico (Colaboración INFO – ADLE – UPCT) (*Universidad Politécnica de Cartagena*) **211**
- Manual para redactar el Plan de Empresa de una *spin-off* (*Universitat de València*) **213**
- NETEC. Negocios Tecnológicos Y Basados En El Conocimiento (*Universitat Jaume I*) **215**
- Programa INNOGESTIONA (*Universidad de Cádiz*) **218**
- Programa RESET: Espai de l'emprenedor i suport a la nova empresa tecnològica (*Universitat de les Illes Balears*) **222**
- Semillero Empresarial (*Universitat de València*) **225**
- Subprograma de Creación y Gestión de Empresas de Base Tecnológica (*Spin-offs*) (*Universidad de Castilla-La Mancha*) **228**

#### E. CÁTEDRAS DE EMPRENDIMIENTO

- Programa emprendedoras y emprendedores como tú (*Universidad de Cádiz*) **233**

#### F. CONCURSOS DE EMPRENDIMIENTO

- Challenge UOC&PLUGGED \_ Reto ciudadano de ideas de la Universitat Oberta de Catalunya (*Universitat Oberta de Catalunya*) **239**
- Competición de Creación de Empresas, ACTÚAUPM (*Universidad Politécnica de Madrid*) **242**
- Competición Internacional de Ingenieros Emprendedores (*Universidad de Las Palmas de Gran Canaria*) **245**
- Concurso de ideas de negocio para jóvenes emprendedores (*Universitat de Lleida*) **250**
- Concurso de ideas de negocios (*Universidad de la Rioja*) **252**

- Concurso de Ideas INNOVA para creación de Empresas (*Universidad Francisco de Vitoria*) **254**
- Concurso de ideas UC3M (*Universidad Carlos III de Madrid*) **256**
- Concurso de Iniciativas Empresariales (*Universidad de Sevilla*) **259**
- Concurso Emprèn UPC: concurso de ideas de negocio para estudiantes UPC (*Universitat Politècnica de Catalunya*) **261**
- Concurso IDEA (*Universidad Católica de San Antonio*) **263**
- Concurso Premio al Mejor Emprendedor (*Universidad de la Rioja*) **265**
- Concursos de ideas y proyectos empresariales innovadores (*Universidade de Santiago de Compostela*) **267**
- I Concurs de Projectes Emprenedors (*Universitat de València*) **270**
- Premio Proyecto Empresarial ICADE (*Universidad Pontificia Comillas*) **272**
- Premios Jóvenes Emprendedores Sociales de la UEM (*Universidad Europea de Madrid*) **274**
- Programa *Spin-off* de Creación de Empresas en el ámbito universitario (*Universidad de Málaga*) **276**
- UPF Emprèn. Premio a la Iniciativa y a la Capacidad Empresarial (*Universitat Pompeu Fabra*) **279**

## G. PROGRAMAS INTERNACIONALES PARA EMPRENDEDORES

- Internacionalización de nuevas Empresas de Base Tecnológica en Brasil (acción piloto) (*Universidad Carlos III de Madrid*) **284**
- Jornada de capital riesgo (*Universitat Rovira i Virgili*) **289**
- Jornadas de Emprendeduría Transfronteriza (*Universidad San Jorge y Universidad de Zaragoza*) **291**
- Programa de Internacionalización de San Francisco (*Universitat de les Illes Balears*) **294**
- Programa de internalización de las *spin-offs* (*Universitat Rovira i Virgili*) **297**
- Programa Estincoacher de apoyo al emprendimiento internacional (*Universidad de Oviedo*) **299**

## H. PLATAFORMAS Y REDES VIRTUALES DE EMPRENDIMIENTO

- Campus Emprendedores UMH (*Universidad Miguel Hernández de Elche*) **303**
- Club de Emprendedores (*Universidad CEU San Pablo*) **307**
- Club Emprendedores (*Universidad Nebrija*) **310**
- Creación de una Comunidad Virtual de Emprendedores (*Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibertsitatea*) **312**
- Herramienta Informática Ícaro (*Universidad de Almería*) **315**
- Plan de Apoyo a Distancia al Emprendimiento de la UNED (*Universidad Nacional de Educación a Distancia*) **317**

## I. NETWORKING PARA EMPRENDEDORES

- Asociación Emprendedores Comillas (*Universidad Pontificia Comillas*) **321**
- Club de emprendedores y de amigos de la Cátedra (*Universidad de la Rioja*) **323**
- Club del emprendedor (*Universitat Rovira i Virgili*) **325**
- Sociedad de Alumnos Generación Empresarial (*Universidad Francisco de Vitoria*) **327**

## J. COLABORACIONES Y OTRAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EMPRENDIMIENTO

- Colaboración con instituciones ya especializadas en el fomento del emprendimiento (*Universidad de León*) **331**
- Convenio Universidad-Diputación Foral de Bizkaia (*Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea*) **333**
- Coordinación en la gestión de las becas de estudiantes para trabajar en las *spin-off* (*Universitat Rovira i Virgili*) **335**
- Estudios sobre emprendimiento (*Universidad de Alicante*) **337**
- Foro del empleo (*Universidad Rey Juan Carlos*) **339**
- IV Edición de *Startup Programme* (*Universidad Alfonso X El Sabio*) **341**
- Jornada «Creación de Empresa de Base Tecnológica» (*Universidad Pontificia de Salamanca*) **343**
- Junior (*Universidad de Granada*) **345**
- Plan Galileo (*Universidad de Salamanca*) **347**
- Proceso Integral de Creación de Empresas en la Universidad de Navarra (*Universidad de Navarra*) **349**