

MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

El papel de los viveros de empresas en el impulso de iniciativas empresariales en Canarias: Estudio del caso de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación.

The role of business incubators in promoting business initiatives in the Canary Islands: Case study of the Chamber of Commerce, Industry and Navigation.

Autor/a: D^a Yara Emilia Lorenzo García

Tutor/a: Dra. M^a Olga González Morales

Grado en Administración y Dirección de Empresas
FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO
Curso Académico 2014 / 2015

San Cristóbal de La Laguna, 29 de junio de 2015

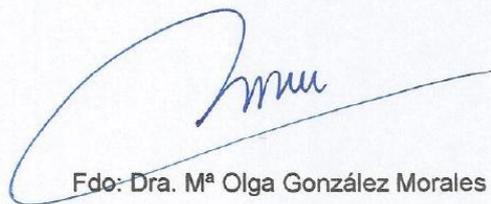
Dña. M^a Olga González Morales del Departamento de Economía Aplicada y Métodos Cuantitativos

CERTIFICA:

Que la presente Memoria de Trabajo Fin de Grado en Administración y Dirección de Empresas, titulada *El papel de los viveros de empresas en el impulso de iniciativas empresariales en Canarias: Estudio del caso de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación* y presentada por la alumna Dña. Yara Emilia Lorenzo García, realizada bajo mi dirección, reúne las condiciones exigidas por la Guía Académica de la asignatura para su defensa.

Para que así conste y surta los efectos oportunos, firmo la presente en La Laguna a 27 de junio de dos mil quince

La tutora



Fdo: Dra. M^a Olga González Morales

San Cristóbal de La Laguna, 29 de junio de 2015

[Índice]

1. Introducción y justificación.	4
2. Emprendedor y miedo a emprender.	5
3. Políticas de impulso de la actividad emprendedora.	6
4. Instrumentos de desarrollo de las políticas de apoyo al emprendimiento.	11
5. Los viveros de empresas.	12
5.1. Objetivos	14
5.2. Clasificación	14
5.3. El proceso de incubación y servicios que ofrecen.	16
6. Principales organismos que albergan viveros en la Comunidad Autónoma de Canarias.	17
7. El caso de los viveros de la Cámara de Comercio de la provincia de Santa Cruz de Tenerife.	20
7.1. Requisitos de entrada al vivero.	20
7.2. Metodología.	21
7.3. Perfil de los emprendedores de los viveros de la Cámara de Comercio de la provincia de Santa Cruz de Tenerife.	23
8. Recomendaciones y futuro tema de estudio.	27
9. Conclusiones.	29
10. Bibliografía.	30

Índice de tablas, cuadros, figuras y gráficos.

Tablas

Tabla 7.2.1: Variables objeto de estudio. Categoría y modalidad.	22
Tabla 7.2.2: Análisis del nivel de estudio por sexo.	25
Tabla 7.2.3: Distribuciones de frecuencia y porcentajes de la variable forma jurídica	26
Tabla 7.2.4: Distribuciones de frecuencia y porcentajes de la variable sector de actividad	27

Cuadros

Cuadro 3.1: Plan de acción sobre emprendimiento 2020. Resumen.	7
Cuadro 3.2: Ley 14/2013 de apoyo al emprendedor y su internacionalización. Resumen.	8
Cuadro 4.1: Instrumentos de fomento de las nuevas iniciativas empresariales	11
Cuadro 5.1: Definiciones de viveros de empresas	12
Cuadro 5.2: Definiciones de viveros de empresas de instituciones Canarias.	13
Cuadro 5.1.1: Clasificación de los viveros de empresas.	15
Cuadro 5.3.1: Modelos del proceso de incubación.	16
Cuadro 6.1: Viveros agrupados por islas con el organismo que los alberga.	17

Figuras

Figura 6.1: localización geográfica de los viveros de la Cámara de Comercio en el Archipiélago Canario.	19
---	----

Gráficos

Gráfico 7.3.1: Distribución por Sexo.	23
Gráfico 7.3.2. Distribución por Edad.	24
Gráfico 7.3.3. Distribución por Nivel de Estudios.	24

Resumen: El objetivo de este trabajo es doble. Por un lado, resaltar la importancia de los viveros de empresas en la creación de un ambiente óptimo para el fomento de la actividad emprendedora, y por otro, crear el perfil de los emprendedores de las treinta y nueve empresas de los viveros de la Cámara de Comercio de la provincia de Santa Cruz de Tenerife llevando a cabo, para ello, un análisis estadístico descriptivo. Los viveros de empresas se configuran como instrumentos de política de fomento al emprendimiento útiles para la economía, pues generan riqueza, empleo y fomentan el desarrollo local. Asimismo, el estudio del perfil del emprendedor de los viveros analizados pone de manifiesto que se trata principalmente de hombres de entre 35 y 44 años, con estudios universitarios, que emprenden como trabajadores autónomos en actividades profesionales, científicas y técnicas.

Palabras clave: viveros de empresas, emprendedor, creación de empresa, creación de empleo.

***Abstract:** The aim of this paper is twofold. On the one hand, stand out the importance of business incubators in creating an optimal environment for the promotion of entrepreneurial activity, and secondly, to create the profile of entrepreneurs of the thirty-nine nascent business from la Chamber of Commerce of the province of Santa Cruz de Tenerife carry out to this end, a descriptive statistical analysis. Business incubators are set up as instruments of policy to encourage entrepreneurship useful for the economy because they create wealth, jobs and promote local development. Furthermore, the study of the entrepreneurial profile shows that they are mainly men between 35 and 44 years old, with university studies undertaken as self-employed in professional, scientific and technical activities.*

Keywords: business incubators, entrepreneur, business creation, job creation.

1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN.

Los viveros de empresa, tema a tratar en el presente trabajo, aparecen en la realidad económico-empresarial de hoy en día desarrollando una función de apoyo y protección a las empresas mediante la creación de un ambiente de percepción de seguridad y reducción de riesgos. Se trata de un papel importante, una función significativa y conveniente si se tiene en cuenta que cerca del 50% de los negocios fracasan en sus cinco primeros años de vida (Comisión Europea, 2013).

Pero su relevancia va mucho más allá. Tal y como se desarrollará en posteriores epígrafes, los viveros de empresas son una medida basada en el apoyo al espíritu emprendedor, incentivando la creación de empresas y de empleos y, en consecuencia, el desarrollo local y regional. De esta forma, los viveros inciden en la economía, pues la creación de esas nuevas empresas y, colateralmente, de puestos de trabajo, hará que se generen beneficios en forma de impuestos y cargas sociales, convirtiendo a los viveros de empresas en instalaciones rentables, tanto para la sociedad, como para el Estado (Ferreiro y Vaquero, 2010).

El emprendimiento es un importante motor de crecimiento económico y creación de empleo, abre nuevos mercados y favorece nuevas competencias y capacidades, pero a las empresas les falta a menudo un contexto que les permita crecer (Comisión Europea, 2013). Actualmente y debido a la crisis económica en la que España se ha visto sumida en los últimos años, aquellos que han tenido ideas de negocios y han querido ponerlas en práctica no han contado con un óptimo ambiente para el desenvolvimiento de las mismas. En general, los potenciales emprendedores se encuentran en Europa con un entorno duro y los viveros de empresa son una pieza clave para el desarrollo y el funcionamiento eficiente de un verdadero ecosistema emprendedor.

Por todo ello, se entiende que los viveros de empresas pueden ser una herramienta interesante a tener muy en cuenta en los difíciles tiempos económicos por los que pasa toda España, y en concreto, la Comunidad Autónoma de Canarias.

El trabajo constará de dos partes que recogerán los principales objetivos que se quieren alcanzar. El primer objetivo se centrará en explicar la importancia y el papel de los viveros de empresas para apoyar las iniciativas empresariales, el desarrollo de la comunidad y la creación de empleo, así como las principales medidas de política económica que los respaldan. El segundo objetivo es crear el perfil de los emprendedores de los viveros de la Cámara de Comercio de la provincia de Santa Cruz de Tenerife. Para ello, el trabajo tendrá una primera parte teórica que reflejará el primer objetivo y una segunda parte en la que ya se centrará en el conjunto de viveros que se va a analizar.

De esta manera, se hará, en primer lugar, una breve referencia al concepto emprendedor, su relevancia para la sociedad y el miedo a emprender en España. En segundo lugar, se hará un repaso por algunas líneas de actuación públicas de impulso de la actividad emprendedora comenzando a escala europea, para continuar a nivel nacional y finalmente centrarnos en la Comunidad Autónoma de Canarias. Posteriormente, se estudia el concepto de vivero de empresa, la clasificación de los viveros, sus objetivos y los servicios que ofrecen, señalando previamente que existen instrumentos similares que no deben confundirse por su similitud con los viveros de empresas.

El segundo bloque se inicia señalando los principales organismos que albergan viveros de empresas en Canarias y específicamente se detallan los viveros de la Cámara de

Comercio. Se llevará a cabo el análisis de treinta y nueve empresas que han comenzado su actividad en los viveros de la Cámara. Se aplicará un análisis estadístico descriptivo de las variables a estudiar (sexo, edad, nivel de estudios, forma jurídica y sector de actividad), análisis del cual se obtendrán las conclusiones finales.

Por último se señalarán las recomendaciones y posibles líneas de estudio y se resumirán las conclusiones generales del trabajo.

2. EMPRENDEDOR Y MIEDO A EMPRENDER.

El concepto de emprendedor se define en la ley de apoyo a emprendedores como “aquellas personas, independientemente de su condición de persona física o jurídica, que van a desarrollar o están desarrollando una actividad económica productiva” (España. Ley 14/2013: 78792).

Pero, además, se entiende por emprendedor aquella persona que adopta un comportamiento proactivo, que crea oportunidades para emprender. El emprendedor como agente del cambio. Audretsch (1998) ligó el concepto de emprendedor por primera vez con el de vivero de empresas, considerando al emprendedor como agente del cambio que mediante la toma de una posición de riesgo acelera la generación y aplicación de las ideas innovadoras de la economía, debiendo estar la actividad de la empresa ligada a un contexto local vinculado con los viveros de empresa como instrumentos de política económica que pretenden fomentar la actividad emprendedora.

La cultura emprendedora aporta muchos beneficios sociales: a) Fomenta el crecimiento económico porque el emprendedor incentiva la creación de negocios propios, sobre todo, pequeñas empresas, que son el pilar de la economía en España, lo que se traduce en la generación de un gran volumen de empleo. b) Aumenta la tasa de productividad. c) Los emprendedores apuestan, en general, por las nuevas tecnologías, lo que lleva a un desarrollo y actualización en materia de Tecnología de la Información y Comunicación (TIC). d) Introducen cambios competitivos y el aumento del número de competidores lleva a las empresas a buscar la mejor manera de ofrecer la mejor relación calidad-precio para lograr la supervivencia (Ferreiro y Vaquero, 2010).

Interesa, por tanto, un cierto tipo de emprendimiento. Aquel que sea productivo, innovador y sostenible.

Sin embargo, existe, en Europa y especialmente en España, una cultura muy extendida que no reconoce ni recompensa suficientemente las iniciativas empresariales. Para invertir esta situación es necesario un cambio de mentalidad en el que la sociedad valore más la actividad emprendedora y la asunción de riesgos.

Se ha demostrado que diferentes entornos institucionales dan lugar a diferentes tasas de emprendimiento. Así lo recogen Blanco et al. (2014).

El contexto regulatorio y normativo de un país modera la relación de la nueva actividad empresarial. Las actuaciones de un país pueden reducir el temor al fracaso de sus emprendedores y la cultura nacional, como conjunto más amplio de referencias sociales, influirá también sobre la intención de emprender.

El resultado del estudio de Blanco et al. (2014: 66) pone de manifiesto que:

“Mientras más se reduce el porcentaje de individuos que consideran deseable emprender en España, menor es también el miedo a fracasar con un proyecto

empresarial”. Esto podría explicarse porque “cada vez más, la población se da cuenta de la dificultad de emprender, reduciéndose el número de personas que lo consideran deseable. Sin embargo, al conocer mejor el proceso de emprendimiento, también se dan cuenta de que el fracaso es una consecuencia bastante probable, asumiéndolo y perdiéndole el miedo que puede provocar”

Así pues, un país puede favorecer o limitar la actividad emprendedora actuando sobre la cultura, las normas, los valores, el entorno jurídico e incluso los incentivos económicos. Estas actividades, que los emprendedores desean que los países realicen, son las que les motiva a continuar con sus proyectos empresariales, y cuando los recursos públicos son escasos, es de vital importancia canalizarlos de manera eficiente, equilibrada y sostenible orientándolos hacia una mejora de las condiciones del entorno que favorezcan la actividad emprendedora, sus aspiraciones y que además se refuercen los valores, percepciones y aptitudes de la población española.

Basado en lo anterior, las líneas de actuación públicas en materia de fomento de la iniciativa empresarial son un objetivo estratégico. En esta línea se analizarán en el punto siguiente algunas de las políticas que se realizan desde la Unión Europea y desde el Estado español para crear un ambiente emprendedor.

3. POLÍTICAS DE IMPULSO DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA.

Tal y como recoge la Comisión Europea (2014a:1), “la política regional es una política de inversión estratégica dirigida a todas las regiones y ciudades de la UE con el fin de impulsar el crecimiento económico y mejorar la calidad de vida de sus habitantes”.

Para ello, la Comisión se apoya en determinados instrumentos, entre los que se encuentra, como instrumento de gran relevancia el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

El FEDER invierte en los sectores que fomentan el crecimiento para favorecer la competitividad y la creación de empleo en todas las regiones y ciudades de la UE. “El objetivo de las acciones del FEDER es hacer frente a los distintos retos económicos, ambientales y sociales, con un enfoque particular hacia el desarrollo urbano sostenible” (Comisión Europea, 2014a:7). El FEDER presta especial atención a las regiones ultraperiféricas de la UE (entre ellas, Canarias) para hacer frente a las posibles desventajas derivadas de su lejanía.

Según la Comisión Europea (2014a), en Europa el tamaño empresarial es relativamente pequeño, pues las pequeñas y medianas empresas (PYME) representan alrededor del 99% del total de empresas, por lo que son claves para los objetivos de crecimiento y empleo. Por su papel relevante, el FEDER trata de mantener y mejorar la competitividad de las PYME. Asimismo, promueve e invierte en el espíritu empresarial para aumentar la creación de nuevas empresas y facilitarles el acceso a un abanico de nuevos instrumentos de financiación como préstamos y microfinanciación.

En última instancia, la Unión Europea (UE) con todos sus miembros pretende llevar a cabo inversiones estratégicas y meditadas para alcanzar el máximo impacto posible, así como “garantizar un efecto multiplicador por cada euro invertido” (Comisión Europea, 2014a: 15).

Una de las líneas de actuación más importantes elaborada para los próximos años es el **Plan de acción sobre emprendimiento 2020**. Relanzar el espíritu emprendedor en Europa (Comisión Europea, 2013). Este plan se encuentra dentro de la Estrategia Europa 2020, que responde a los cambios que se han producido en los últimos años, cambios estructurales para la competitividad y el crecimiento, crisis económicas y financieras y obstáculos al emprendimiento de manera inteligente, integrada y sostenible. “Este plan es un programa de acciones conjuntas decisivas para liberar el potencial del emprendimiento en Europa, eliminar los obstáculos y revolucionar la cultura del emprendimiento. Su objetivo es facilitar la creación de empresas y crear un entorno más favorable para que los emprendedores puedan prosperar y crecer” (Comisión Europea, 2013: 5).

Este plan de acción sobre el emprendimiento comienza reforzando la idea de que, “para recuperar el crecimiento y un alto nivel de empleo, Europa necesita más emprendedores” (Comisión Europea, 2013: 3). Se basa en tres pilares con los que se pretende plantear una visión renovada y establecer medidas de apoyo al emprendimiento: el pilar nº 1 apuesta por educar y formar en materia de emprendimiento, el pilar nº 2 se centra en crear un entorno en el que los emprendedores puedan desarrollarse y crecer, y el pilar nº 3 tiene como objetivo llegar a grupos específicos (Ver Cuadro 3.1).

Todo ello, hace hincapié en la idea de que el emprendimiento crea nuevas empresas y empleo, abre nuevos mercados y favorece nuevas competencias y capacidades pero en cualquier caso ha de ser apoyado por acciones concretas coordinadas entre todas las administraciones a todas las escalas.

Cuadro 3.1: Plan de acción sobre emprendimiento 2020. Resumen.

Pilar nº 1.	Educar y formar en materia de emprendimiento
	<ul style="list-style-type: none"> - Modelos prácticos de aprendizaje. - Creatividad, iniciativa, conocimiento del riesgo, mentalidad emprendedora - Universidades emprendedoras.
Pilar nº 2.	Crear un entorno en el que los emprendedores puedan desarrollarse y crecer
	<ul style="list-style-type: none"> - Acceso a la financiación. - Apoyo en las fases más importantes del ciclo vital. - Aprovechamiento de la era digital. - Facilitar el traspaso de negocios. - Convertir los fracasos en éxitos: segunda oportunidad para empresarios. - Carga normativa: más claras y sencillas.
Pilar nº 3.	Llegar a grupos específicos
	<ul style="list-style-type: none"> - Los emprendedores como modelo. Cambio de percepción de los emprendedores mediante una comunicación positiva. - Llegar a las mujeres, los mayores, los inmigrantes, los desempleados y los jóvenes.

Fuente: Comisión Europea (2013). Elaboración propia.

El Plan de Acción puntualiza que “es importante aumentar la calidad y rentabilidad de los proyectos de empresas emergentes. Algunas áreas en las que la actuación es posible incluyen los viveros de empresas” (Comisión Europea, 2013: 10). Por lo que ya desde la Unión Europea se hace mención a esta herramienta.

Siguiendo el guión europeo, a nivel estatal tiene gran relevancia La **Ley 14/2013 de apoyo al emprendedor y su internacionalización**. Esta Ley tiene como objetivo reformar la normativa favoreciendo al crecimiento y a la reactivación económica, buscando reforzar todo el entramado empresarial de una forma útil y duradera.

Por su relación directa con este tema se procederá a hacer un breve resumen, que se recoge en el Cuadro 3.2 para facilitar su lectura, de los puntos que recoge la nueva ley 14/2013 de apoyo a los emprendedores y su internacionalización. Se hará una mención, sin entrar en detalle, de los aspectos más importantes de cada política de apoyo al emprendimiento para facilitar una visión global del conjunto de la ley. Es necesario señalar que el último apartado de la ley “Internacionalización de la economía española” no se incluye en este resumen por no tener una relación directa con el tema del trabajo.

Cuadro 3.2.: Ley 14/2013 de apoyo al emprendedor y su internacionalización. Resumen.

Título I. Apoyo a la iniciativa emprendedora	
Cap. I Educación en emprendimiento	Se incorporan medidas para que los jóvenes adquieran, a través del sistema educativo, las competencias y habilidades requeridas para emprender. En las universidades se fomentará la iniciación de proyectos empresariales. Es esencial que el profesorado reúna las competencias y habilidades necesarias para cumplir de forma eficaz tal objetivo.
Cap. II El Emprendedor de Responsabilidad Limitada	Se crea una nueva figura, el Emprendedor de Responsabilidad Limitada, gracias a la cual las personas físicas podrán evitar que la responsabilidad derivada de sus deudas empresariales afecte a su vivienda habitual bajo determinadas condiciones.
Cap. III Sociedad Limitada de Formación Sucesiva	Su objetivo es abaratar el coste inicial de constituir una sociedad. Para garantizar una adecuada protección de terceros, se prevé un régimen especial para este subtipo societario.
Cap. IV Inicio de la actividad emprendedora	Medidas para agilizar el inicio de la actividad de los emprendedores. Se crean los Puntos de Atención al Emprendedor, que serán ventanillas únicas electrónicas o presenciales a través de las que se podrán realizar todos y cada uno de los trámites para el inicio, ejercicio y cese de la actividad empresarial.
Cap. V Acuerdo extrajudicial de pagos	Prevé un mecanismo de negociación extrajudicial de deudas de empresarios, ya sean personas físicas o jurídicas, con el objeto de garantizar que el fracaso no cause un empobrecimiento y una frustración tales que inhiban al empresario de comenzar un nuevo proyecto y pase a ser un medio para aprender y progresar. Establecer una medida que pueda favorecer una segunda oportunidad empresarial.
Título II: Apoyos fiscales y en materia de Seguridad Social a los emprendedores	
Régimen especial de criterio de caja	Para paliar los problemas de liquidez y de acceso al crédito de las empresas se crea, en el ámbito del Impuesto sobre el Valor Añadido, un régimen especial del criterio de caja.

Deducción por inversión de beneficios
Con el objeto de fomentar la capitalización empresarial y la inversión en activos nuevos del inmovilizado material o inversiones inmobiliarias, afectos a actividades económicas, una nueva deducción por inversión de beneficios para aquellas entidades que tengan la condición de empresas de reducida dimensión. Supone la tributación reducida para aquella parte de los beneficios empresariales que se destine a la inversión.
Deducción por actividades de I+D e innovación tecnológica
Mejorar la aplicación de los actuales incentivos fiscales vinculados a las actividades I+D e IT. Esta posibilidad requiere un mantenimiento continuado en la realización de estas actividades de investigación y desarrollo y del nivel de plantilla empresarial, con el objeto de resultar disponible para aquellas entidades que son auténticas precursoras de este tipo de actividades en nuestro país.
Patent Box
Se modifica el régimen fiscal aplicable a las rentas procedentes de determinados activos intangibles. Favorecer la cesión de patentes y otros derechos de explotación derivados de la propiedad industrial.
Fomento de la inversión por los <i>business angels</i>
Con el objeto de favorecer la captación por empresas, de nueva o reciente creación, de fondos propios procedentes de contribuyentes que, además del capital financiero, aporten sus conocimientos empresariales o profesionales adecuados para el desarrollo de la sociedad en la que invierten, se tendrá derecho a una deducción en la cuota estatal del IRPF con ocasión de la inversión realizada en la empresa de nueva o reciente creación.
Pluriactividad
Se reducen las cuotas de la Seguridad Social de forma que aliviará la actual penalización y se incentivará la pluriactividad, estimulando nuevas altas en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos.
Título III: Apoyo a la financiación de los emprendedores
Acuerdos de refinanciación
Para regular de una manera más completa y a la par más flexible el procedimiento registral de designación de los expertos, de suerte que pueda solicitarse del registrador su nombramiento y seguirse el procedimiento sin necesidad de que el acuerdo esté concluido o el plan de viabilidad cerrado.
Cédulas de internacionalización
Como medida para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad, se introdujo un nuevo instrumento financiero a emitir por las entidades de crédito conocido como «cédulas de internacionalización». Se trata de un activo garantizado por préstamos concedidos por la entidad que están destinados a la internacionalización de empresas.
Título IV: Apoyo al crecimiento y desarrollo de los proyectos empresariales
Cap. I Simplificación de cargas administrativas
Medidas de reducción de cargas administrativas a las que se enfrentan los emprendedores.

<p>Cap. II Medidas para impulsar la contratación pública con emprendedores</p> <p>Medidas para eliminar obstáculos al acceso de los emprendedores a la contratación pública. Poner en contacto a pequeños emprendedores que se dediquen a una misma actividad. El objetivo de estas medidas es fomentar la creación de uniones de empresarios con el fin de que en conjunto alcancen las condiciones que se les exigen en los pliegos de contratación.</p>
<p>Cap. III Simplificación de los requisitos de información económica financiera</p> <p>Se flexibilizan las exigencias de contabilidad de las empresas de menor dimensión. Además de la elevación de los umbrales para la formulación del balance abreviado, de forma que más empresas puedan optar por formular también la memoria abreviada y estén exentas de elaborar el Estado de Flujos de Efectivo.</p>

Fuente: España. Ley 14/2013. Elaboración propia.

En resumen y así queda recogido en el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) España 2013, esta nueva normativa supone una mejora en cuanto a reducción de costes iniciales de los emprendedores, que agiliza los procesos de creación y tramitación de las empresas y remueve algunas trabas burocráticas. También señala como aspecto positivo que pretende favorecer el espíritu emprendedor en la sociedad, prestando atención al impulso del mismo en el ámbito educativo.

En la misma línea que la ley estatal, se aprueba en Canarias la Ley 5/2014, de 25 de julio, de **Fomento y Consolidación del Emprendimiento, el Trabajo Autónomo y las Pymes en la Comunidad Autónoma de Canarias**, en la que se pone especial énfasis, entre otras cosas, de la necesidad de tutorización de las empresas de nueva creación para acompañarlas, no solo en su proceso de creación, sino en los primeros años de andadura, y en la necesidad de formación de los empresarios (Covisa, 2015).

Esta ley pretende fomentar el espíritu emprendedor y promover la creación y consolidación de estas empresas, a través de un sistema de incentivos económicos y fiscales y la simplificación administrativa que reduzca las trabas burocráticas injustificadas. Para ello pretende: a) fomentar y el espíritu emprendedor y la formación empresarial en la educación a todos los niveles. b) Plantear un plan de tutorización y formación empresarial a través de las Cámaras Oficiales de Comercio de Canarias, entre otros organismos, para mejorar la gestión y facilitar la consolidación de autónomos y PYME. c) Plantear actuaciones para facilitar la financiación de las PYME canarias. Se regula y fomenta la figura del business angel y se establecen otras medidas de carácter fiscal, además de las subvenciones, la capitalización íntegra de la prestación por desempleo, la reducción de los plazos de pago de las administraciones públicas, la compensación de las tasas municipales de puesta en marcha y la aplicación del criterio de caja en el pago del IGIC. Finalmente, se establece crear el Consejo de Apoyo al Emprendimiento, al Trabajo Autónomo y a las PYME Canarias, un órgano colegiado que asiste a la comunidad autónoma en la elaboración de las políticas de emprendimiento y de apoyo a los autónomos y las PYME.

En definitiva, lo importante es incentivar la constitución de sociedades sin que para ello los empresarios vean afectados sus intereses personales, creándose un mercado atractivo incentivando, animando e, incluso, apoyando a todas aquellas personas que se encuentran o quieren encontrarse al frente de una empresa. Crear, en consecuencia, puestos de trabajo.

4. INSTRUMENTOS DE DESARROLLO DE LAS POLÍTICAS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO.

Para analizar el papel de los viveros de empresas primero se debe delimitar su funcionamiento, ya que existen iniciativas de naturaleza similar, pero no por ello deben ser consideradas como viveros de empresas.

Esta clasificación sigue el programa SPRINT¹ (Comisión Europea, 1994) y se recoge en el Cuadro 4.1 tal y como lo hacen Ferreiro y Vaquero (2010):

Cuadro 4.1: Instrumentos de fomento de las nuevas iniciativas empresariales

Los parques científicos	Son iniciativas desarrolladas en zonas próximas a instituciones de enseñanza e investigación superior, en especial, en el campo de la Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+I). Su objetivo es potenciar el desarrollo de las nuevas tecnologías y el conocimiento en todas las etapas del proceso productivo.
Los parques de investigación	Son instalaciones próximas a un campus universitario o de investigación, que buscan el desarrollo de un producto y/o la investigación básica. Los parques de investigación comparten con los parques científicos la proximidad a las universidades y a los centros de investigación pero, a diferencia de estos, su principal objetivo es la investigación más que el desarrollo.
Los parques tecnológicos.	Son instalaciones donde se localizan empresas dedicadas a la búsqueda de aplicaciones comerciales de alta tecnología. A diferencia de los parques científicos y de investigación, en los parques tecnológicos no resulta necesaria la presencia de instituciones académicas.
Los centros de investigación	Entidades que proporcionan servicios y apoyo a las empresas que desarrollan y venden nuevos productos o procesos tecnológicos con un alto grado de riesgo.
Parques de negocios	Son instalaciones que garantizan un entorno de alta calidad para el desarrollo de actividades empresariales en sus diferentes fases (producción, montaje o ventas), pero que no precisan proximidad ni relación con instituciones académicas.
Viveros de empresas	Son emplazamientos donde se concentran empresas de reciente creación para el desarrollo en las primeras etapas. A diferencia del resto de las categorías, los viveros de empresas buscan sobre todo la es la generación de puestos de trabajo el desarrollo económico a nivel local del territorio en el que se ubican.

Fuente: Ferreiro y Vaquero (2010).

Una vez se ha identificado el tipo de instrumento que nos ocupa de entre los diferentes tipos de actuaciones de desarrollo local y ha quedado delimitada su clasificación, se procede a profundizar en el concepto de vivero de empresas.

¹ El programa SPRINT es un proyecto europeo que pretendió fortalecer la capacidad de innovación de las empresas europeas, fomentar la rápida penetración de las nuevas tecnologías y la difusión de las innovaciones, aumentar la eficacia y la coherencia de los instrumentos y de las políticas existentes en materia de innovación y transferencia de tecnología a los distintos niveles: regional, nacional y comunitario.

5. LOS VIVEROS DE EMPRESAS.

Los primeros antecedentes de incubadoras de empresas se localizan en el entorno universitario de Estados Unidos en 1942. El fenómeno tomó fuerza en la década de los años cincuenta, en Silicon Valley, al amparo de la Universidad de Stanford (Uribe y Valenciano, 2009). En Europa no será hasta la década de los ochenta, comenzando en Reino Unido, cuando se constata un desarrollo similar. Y así, los viveros de empresas comienzan a expandirse por Europa, apoyados y promovidos por medidas, como las nombradas anteriormente, que pretenden impulsar la creación e integración de las empresas en el mercado, además de eliminar los obstáculos al desarrollo empresarial.

Hoy en día, la definición de viveros de empresas contempla varias aproximaciones dependiendo de a qué persona, entidad u organismo atendamos para su definición. Las diferentes definiciones se recogen en el Cuadro 5.1 y el Cuadro 5.2.

Cuadro 5.1: Definiciones de viveros de empresas.

Comisión Europea (2014a), (2014b)	
	<p>Los viveros, como generadores de nuevas iniciativas empresariales, han sido fuertemente promovidos y financiados por la Unión Europea, a través de la Dirección de Política Regional de la Comisión de las Comunidades Europeas (DG XVI), que describió los viveros de empresas es una organización que acelera y sistematiza el proceso de creación de empresas exitosas proporcionándoles una gama completa e integrada de apoyo, incluyendo: espacio físico, los servicios de apoyo a las empresas, y la agrupación y oportunidades del networking.</p> <p>Se trata de una organización concebida para prestar apoyo a la creación y el posterior desarrollo satisfactorios de una empresa, que con frecuencia ofrece acceso a infraestructuras empresariales físicas, a servicios, a medidas de apoyo a las empresas y a oportunidades de contactos.</p> <p>Al proporcionar a sus clientes servicios sobre una base de «ventanilla única» y permitir reducir los gastos generales al compartir los costos, las incubadoras de empresas mejoran significativamente las perspectivas de supervivencia y crecimiento de las nuevas empresas</p>
European Business Incubation Center Network (EBN) (2015)	
	<p>Los viveros son organizaciones de ayuda a las PYME innovadoras y a los empresarios. Son instaladas por los operadores económicos principales en un área o una región en aras del interés público, para ofrecer una gama de los servicios integrados de dirección y de ayuda para proyectos realizados por las pymes innovadoras, contribuyendo de tal modo al desarrollo local y regional.</p>
Vaquero y Ferreiro (2010)	
	<p>Un vivero de empresa sería aquel lugar, de propiedad pública, privada, que oferta una serie de servicios y asistencias a nuevos proyectos emprendedores, con la finalidad de generar nuevas empresas que sean capaces de mantenerse en el tiempo y contribuir a la economía de una región. Los viveros tienen como principal finalidad explorar el marco más adecuado para la creación, desarrollo y madurez de las experiencias empresariales de cierta zona, favoreciendo una serie de servicios a sus clientes e instaurando un contexto que aumente las probabilidades de éxito y supervivencia del negocio.</p>

Haciendo una aproximación a los organismos de la Comunidad Autónoma de Canarias, quedan recogidas en el Cuadro 5.2. la definición de vivero de empresas del Gobierno de Canarias y de la Fundación INCYDE, así como la de la Cámara de Comercio de Tenerife, que parece apropiado resaltar, pues acoge el grupo de viveros que van a ser analizados.

Cuadro 5.2: Definiciones de viveros de empresas de instituciones Canarias.

Gobierno de Canarias (2015)	
	<p>Los viveros o centros de empresas son infraestructuras de apoyo a emprendedores y empresas, y servicios de valor añadido para favorecer la implantación de iniciativas empresariales que diversifiquen y desarrollen el tejido productivo.</p> <p>Ofrecen un espacio físico para la ubicación temporal de empresas y unos servicios de apoyo que permitan cubrir las necesidades básicas de las actividades de nueva creación hasta su consolidación y posicionamiento en el mercado.</p>
Fundación INCYDE² (2015)	
	<p>Los viveros de empresa son una estructura de acogida temporal para ubicar a empresas en sus primeros pasos en el mercado, acompañarlas y prestarles determinados servicios adaptados a las necesidades de cada proyecto empresarial, con el fin de que se facilite el desarrollo de iniciativas empresariales de interés local y contribuir a la dinamización de la zona en la que se ubican. En estos viveros, las empresas se instalan durante los dos primeros años de su existencia, como máximo, soportando solamente los gastos generales de mantenimiento de las instalaciones.</p>
Cámara de Comercio de Tenerife (2015)	
	<p>Los Viveros de Empresas son espacios cedidos a nuevos emprendedores para el inicio de su actividad empresarial, acompañándoles y prestándoles determinados servicios adaptados a las necesidades de cada proyecto, con el fin de que, mediante una gestión sin ánimo de lucro, se facilite el desarrollo de iniciativas empresariales de interés local o comarcal, apoyando la creación de empresas y el autoempleo. Constituyen, pues, un espacio físico que, combinando el ofrecimiento de locales, formación, asesoramiento y prestación de servicios, trata de cubrir las necesidades básicas de pequeñas y medianas empresas, permitiendo mejorar sus expectativas de supervivencia. En definitiva se trata de estructuras de acogida temporal de empresas en sus primeros pasos en el mercado, con el fin de acompañarlas y prestarles servicios especializados y adaptados a sus necesidades.</p>

La evolución histórica del concepto establece que hay tres generaciones de incubadoras. (Carvalho y Galina, 2014). La primera generación estaba limitada a la infraestructura y a revitalizar áreas poco desarrolladas. La segunda ya prestaba servicios y conocimientos y representaban algo más que un lugar físico donde comenzar la actividad. Finalmente, la tercera generación, que comienza aproximadamente en los años noventa, presta

² La Fundación INCYDE (Instituto Cameral para la Creación y Desarrollo de la Empresa) es una institución creada en 1999 a iniciativa de las Cámaras de Comercio, dedicada al fomento y a la formación del espíritu empresarial, a la mejora de la cualificación de los empresarios y a la creación y consolidación de empresas.

especial atención en proveer acceso a diferentes servicios a través de redes externas, redes que facilitan el acceso a potenciales clientes, tecnología o inversores e incluso conectarse a programas de emprendimiento. Las redes permiten un acceso más rápido al desarrollo y a oportunidades de aprendizaje y acelerar el crecimiento. “La adquisición de conocimientos y *know-how* e información en tiempo real es especialmente importante en los grandes mercados” (Carvalho y Galina, 2014:92).

Según Aernoudt (2004:128), “los viveros de empresa en un principio eran instrumentos para promover la economía de las regiones, pero más tarde pasaron a ser una herramienta para mejorar la competitividad de las regiones”

Se ha de resaltar que los viveros de empresa van más allá de la simple oferta de espacios a precios económicos para emprendedores. Tratan de buscar un entorno eficaz para vincular tecnología, *know-how* y capital, para fomentar la habilidad empresarial. (Mayer y Jimenez, 2011). Son, en definitiva, espacios que han de actuar además como elementos de asesoramiento, transferencia de información, nuevas ideas y proyectos entre los propios emprendedores, un espacio para emprender y crecer en red.

Actualmente son muchos los organismos públicos, privados e instituciones educativas que albergan viveros en España, intentando acoger el mayor número de empresas posibles, y respaldar mediante éste instrumento, la idea de la importancia de apoyar el emprendimiento para reflotar la situación económica y de desempleo en nuestro país.

5.1. OBJETIVOS.

A lo largo del trabajo se han comentado los objetivos de los viveros de empresas, pero es necesario hacer un resumen de los mismos, obtenidos de los autores Thierstein y Wilhelm (2001), Ferreiro y Vaquero (2010) Fernández et al. (2011) y Blanco (2012):

1. Favorecer el desarrollo de proyectos empresariales.
2. Apoyar a las nuevas iniciativas empresariales a través de la oferta de instalaciones y consultoría especializada.
3. Incrementar la tasa de éxito de nuevas empresas especialmente cuando son más vulnerables.
4. Contribuir al cambio estructural de las economías locales o regionales
5. Promover o incrementar el desarrollo regional y revitalizar las zonas en las que se encuentran situados
6. Promover transferencia de tecnología, *know-how*, e información mediante redes de colaboración empresarial.
7. Contribuir a las metas del mercado de trabajo generando nuevos empleos
8. Desarrollo empresarial a través de la creación de instituciones que aglutinan intereses comunes.
9. Fortalecimiento de la capacidad emprendedora en un ambiente apropiado y apoyo a las nuevas iniciativas empresariales.

5.2. CLASIFICACIÓN.

Blanco (2012) resume en el Cuadro 5.1.1 la clasificación de los viveros de empresas. Junto a la división clásica, también establece diferencias en función de los objetivos o según la fuente de financiación.

Cuadro 5.1.1: Clasificación de los viveros de empresas.

Según las fuentes de financiación:		
1) Públicos	2) Corporativos	3) Público- privados o mixtos
Pertencen a las administraciones públicas o entidades mediadoras que reciben fondos directamente para la gestión del centro. Ofrecen equipamientos físicos, información y asesoramiento a emprendedores.	Los viveros corporativos promovidos por empresas o empresarios con la finalidad de obtener beneficios o favorecer la innovación dentro de la empresa apoyándose en los emprendedores.	Surgen de acuerdos de colaboración. Entre grandes empresas o sus asociaciones y la administración pública (universidades, ayuntamientos etc.)
Según la temática o el sector al que se dirigen:		
1) Generales	2) Industriales	3) Tecnológicos
Alojan a pequeñas y medianas empresas de cualquier sector, dotándolas de la infraestructura básica para su desarrollo en el inicio de su actividad.	Contribuyen al desarrollo económico local a través de la creación de pequeñas industrias en un determinado sector, ofreciendo laboratorios o maquinaria necesaria para su puesta en marcha.	Especializados en I+D+I y en la ayuda a las Empresas de Base Tecnológica, recogen las empresas dedicadas a la tecnología. Suelen necesitar un periodo mayor de maduración.
4) Microempresa	5) Servicios	6) Virtuales
Promueve la creación de empresas en regiones desfavorecidas con grandes desafíos económicos, en donde el sector privado difícilmente llegaría, sobre todo para convertir la economía informal en formal	Desarrollan programas para las empresas dedicadas al sector servicios.	Ofrecen servicios de forma virtual, conectando empresas y clientes a través de plataformas tecnológicas u otros medios de telecomunicación.
Según la estructura operativa:		
1) Tutores o Mentores	2) Participativos	3) Libres
Mantienen su influencia en el desarrollo y la estrategia de las empresas que amparan durante un periodo de tiempo determinado mediante la tutela o seguimiento de un plan formativo.	El vivero influye en el capital social de la empresa mediante la participación en la estructura financiera de la misma a través de la adquisición de acciones o participaciones, y una sociedad de capital de riesgo.	Actúan como arrendadores de espacios, sin dar mayor valor añadido a las empresas que se alojan en ellas.

Fuente: Blanco (2012)

5.3. EL PROCESO DE INCUBACIÓN Y SERVICIOS QUE OFRECEN.

Normalmente el proceso de incubación contempla tres fases: la pre-incubación, la incubación y la post-incubación. Cada fase implica diferentes servicios. Carvalho y Galina (2014) establecen tres modelos diferentes del proceso de incubación que se recogen en el Cuadro 5.3.1.

Los servicios que ofrecen los viveros variarán dependiendo del tipo de vivero y del modelo de proceder establecido. Consistirán en líneas generales, en servicios logísticos y administrativos (espacio físico y el material de oficina necesario para desarrollar la actividad), así como un servicio de asesoramiento, orientación e información. Además, algunos viveros ofrecen también acciones formativas para los viveristas y formación continua para los trabajadores. Más adelante se profundizará en los productos y servicios que ofrece, en concreto, el vivero que se analizará, pero queremos resaltar en este apartado que un vivero no debe considerarse como un mero alquiler de un local a un precio subvencionado, sino que se trata de un punto de arranque de los proyectos empresariales con el asesoramiento y la ayuda necesarias para poner en marcha un negocio con la tutela de los viveristas que aumenten las probabilidades de supervivencia a largo plazo.

Cuadro 5.3.1: Modelos del proceso de incubación.

Modelo 1.	Pre-incubación	Convertir ideas innovadoras en potenciales negocios
	Incubación:	Los emprendedores usan las infraestructuras, servicios y otros recursos para desarrollar la actividad
	Des incubación	Mantener la empresa y crear las condiciones para establecerse fuera del vivero
Modelo 2.	Desarrollo del emprendedor	Se informa al futuro emprendedor acerca de los principios de emprender, las capacidades necesarias y los posibles riesgos. Se le imparte la formación necesaria
	Establecimiento del negocio:	El emprendedor aprende como comenzar un negocio poniendo en práctica los conocimientos adquiridos anteriormente
	Desarrollo de mercado:	Los emprendedores aprenden como transformar su idea en un producto de mercado y llevarla a cabo.
Modelo 3.	Entrada:	Entrada de los interesados y presentación de su proyecto
	Proceso:	Los diferentes viveristas comparten el espacio físico y los servicios estableciendo relaciones entre ellos.
	Salida:	Salida del vivero de aquellas empresas preparadas y que producirán un impacto positivo en la economía local en términos de desarrollo y empleo.

Fuente: Carvalho y Galina (2014). Elaboración propia.

Para los viveros de empresas el éxito depende de la fusión entre el modelo de dirección y la capacidad para atender y satisfacer las demandas de los viveristas. Combinar servicios e infraestructura son los elementos más apreciados por las empresas usuarias de los viveros (Carvalho y Galina, 2014).

6. PRINCIPALES ORGANISMOS QUE ALBERGAN VIVEROS EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS.

Tal y como recoge el Gobierno de Canarias (2015) en su apartado “Emprender en Canarias”, existen en las islas 18 viveros de empresas repartidos por todo el archipiélago.

Las Palmas de Gran Canarias (8)	Fuerteventura (1)
Tenerife (5)	El Hierro (2)
La Palma (1)	Lanzarote (1)

Hay que señalar que no han sido incorporados aún a la página del Gobierno de Canarias dos viveros de reciente creación que se enmarcan en la red de viveros de la Cámara de Comercio, los de las islas de La Palma y Lanzarote, pero que serán objeto de estudio de este trabajo.

Los viveros de las islas, que se reflejan en el Cuadro 6.1 son promovidos por diferentes sociedades u organismos, todas con el objetivo último de impulsar la creación de empresas y el desarrollo de su localidad.

Cuadro 6.1: Viveros agrupados por islas con el organismo que los alberga.

Viveros	Organismos que los albergan
Las Palmas de Gran Canarias (8)	
Centro de Emprendedores de Las Palmas de Gran Canarias	Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canarias
Unidad de Promoción de Empresas de Gran Canaria	Universidad de las Palmas de Gran Canarias
Cámara de Comercio de Gran Canaria	Cámara de Comercio
Vivero de Empresas La Cantonera	Ayuntamiento de la Villa De Ingenio
Centro de Empresas Rurales de Valsequillo	Ayuntamiento de Valsequillo de Gran Canarias
Vivero de Empresas de Arucas	Mancomunidad de Ayuntamientos del Norte de Gran Canarias
Vivero de Empresas Casa de la Enredadera	Ayuntamiento Santa Lucía
Vivero de Empresas Casa de la Condesa	Ayuntamiento de Telde
Tenerife (5)	
InnovaParq Recinto Ferial	Parque Científico y Tecnológico de Tenerife. (PCTT)
InnovaParq ULL	Parque Científico y Tecnológico de Tenerife. (PCTT) y Universidad de La Laguna

Vivero de Empresas “Olympo Creativo”	Cámara de Comercio
Centro de Empresas “Suárez Guerra”	Sociedad de desarrollo de Santa Cruz de Tenerife
Centro de Empresas “La Noria”	Sociedad de desarrollo de Santa Cruz de Tenerife
La Palma (2)	
UPE La Palma	Red Upe. Unidad de Promoción de Empresas.
Vivero de Empresas Ignacio González Martín	Cámara de Comercio
Fuerteventura (1)	
UPE Fuerteventura	Red Upe. Unidad de Promoción de Empresas
El Hierro (2)	
UPE El Hierro	Red Upe. Unidad de Promoción de Empresas
Vivero de Empresas de “El Hierro”	Cámara de Comercio
Lanzarote (2)	
UPE Lanzarote	Red Upe. Unidad de Promoción de Empresas
Vivero de Empresas de Lanzarote	Cámara de Comercio

Fuente: Gobierno de Canarias (2015). Elaboración propia.

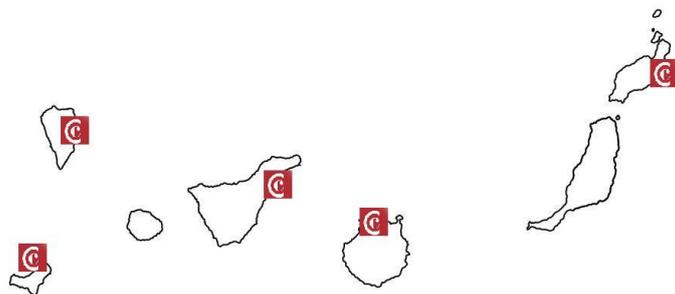
Localización geográfica de los viveros de la cámara de comercio.

Pese a que son varios los organismos que albergan viveros en Canarias, se centrará a partir de ahora el estudio únicamente en aquellos promovidos por las Cámaras de Comercio.

Se han elegido concretamente los viveros de empresas de la Cámara de Comercio por ser el organismo que cuenta con mayor representación en el Archipiélago, ya que cuenta con cedes en 5 de las 7 islas, tal como se muestra en la Figura 6.1.

Además de lo señalado anteriormente, este estudio se ha centrado, por su notable implicación y su expansión, en los viveros de empresas de las Cámaras de Comercio, por su importante papel y su relación directa con el mundo empresarial, sin desmerecer, de ninguna manera, la labor del resto de entidades u organismos.

Figura 6.1: localización geográfica de los viveros de la Cámara de Comercio en el Archipiélago Canario.



Llegados a éste punto, se explica qué es la Cámara de Comercio. Tal y como se define en la propia página web de la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife:

“La Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Santa Cruz de Tenerife es una institución de representación, promoción y defensa de los intereses generales del comercio, de los servicios, la industria, la navegación y la consolidación del tejido económico de la provincia. Su naturaleza de Corporación de Derecho Público y el hecho de integrar a todas las empresas refuerzan el carácter representativo de los intereses generales de las empresas.

Uno de sus objetivos prioritarios es el de permanecer cerca de la empresa por partida doble: a través de los servicios que ofrecemos de forma individual, empresa a empresa; y a través de las actuaciones que favorecen, desde una perspectiva global a la promoción de la actividad económica de nuestra provincia.

Para ello, la Cámara ofrece la información, el asesoramiento y la formación tanto a los nuevos emprendedores como a los empresarios, que tienen a su total disposición el Servicio de Creación de Empresas, la Ventanilla Única Empresarial, Comercio Exterior, Formación y Desarrollo Laboral, Corte de Arbitraje, Servicios Jurídicos, Nuevas Tecnologías, etc.”

Por tanto, se ha de destacar que la Cámara no solamente tiene un servicio de viveros de empresas, sino todo un conjunto de servicios que pueden enriquecer y complementar la propia herramienta que son los viveros.

Atendiendo a la clasificación expuesta anteriormente, los viveros de la Cámara de Comercio, según la fuente de financiación, son viveros públicos financiados por los Fondos FEDER y el Gobierno de Canarias. Se trata de viveros con una temática general, pues alojan PYME de cualquier sector, dotándolas de la infraestructura básica para su desarrollo en el inicio de su actividad, con una estructura operativa de tutores o mentores.

En cuanto al proceso de incubación, siguen el modelo 3, con una “entrada” en el que la Cámara facilita los trámites y proporciona información sobre ayudas o subvenciones de las que se pueden beneficiar, un “proceso” donde se crean sinergias entre los viveristas, y una “salida” con la idea de que cuando las empresas salgan del vivero puedan emprender su camino.

7. EL CASO DE LOS VIVEROS DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LA PROVINCIA DE SANTA CRUZ DE TENERIFE.

Una vez se ha expuesto la importancia de los viveros de empresas y su utilidad como herramienta de política pública, así como justificado por qué los viveros pueden ser un medio de creación de empresas y empleo que se tiene que tener en cuenta para contribuir al desarrollo de una región, se procederá a centrar el estudio en los viveros de la Cámara de Comercio de la provincia de Santa Cruz de Tenerife, para mostrar el proceso de funcionamiento, en primer lugar, y en segundo lugar, para crear el perfil de los emprendedores de los viveros de la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife.

Se debe señalar que, en un principio, se iba a llevar a cabo un análisis de los viveros de la Cámara de Comercio a nivel de la Comunidad Autónoma de Canarias, pero por dificultad de acceso a los datos, finalmente este análisis quedará restringido a los viveros de la provincia de Santa Cruz de Tenerife, que incluye los viveros de Tenerife, La Palma y El Hierro.

La información que se expondrá a continuación ha sido facilitada por el responsable de los viveros de empresas de la provincia de Santa Cruz de Tenerife, aprovechando la ocasión para agradecer su colaboración y su disposición a facilitar esta información, que ha posibilitado la elaboración de este trabajo.

7.1. REQUISITOS DE ENTRADA AL VIVERO.

Para que el vivero funcione es necesario que se garanticen dos requisitos: debe apoyar la cultura emprendedora y seleccionar aquellas ideas con oportunidades de futuro. Para ello es necesario disponer de personal experto en los viveros que analicen los diferentes proyectos. La selección de proyectos debe ser lo más rigurosa posible para alcanzar el éxito del vivero.

La Cámara considera emprendedoras a aquellas empresas que tienen menos de dos años de haberse constituido legalmente como sociedad (cualquier tipo de sociedad o autónomo) o estén en proceso de constitución a falta de terminar ciertos trámites burocráticos.

La comisión encargada del estudio de las solicitudes analizará qué empresas serán las más idóneas para formar parte del vivero. Para ello se tienen en cuenta múltiples factores, como por ejemplo, la disponibilidad de espacio físico del vivero, innovación del proyecto, o que la nueva empresa no haga competencia con alguna ya existente en el vivero. De darse este último caso, la comisión plantea a la empresa ya existente la situación y es ésta última la que decide si le parece apropiado aceptar la entrada de la nueva empresa. El objetivo principal del comité es proponer sinergias entre empresas similares con actividades complementarias entre sí, favorecido por el espacio abierto del vivero, o también al contrario, con empresas completamente contrarias que puedan crear sinergias al ofrecerse servicios unas a otras.

Lo que más valora la comisión de los viveros de la Cámara de Tenerife es que los proyectos tengan un carácter innovador porque creen que así la empresa va a tener una longevidad y una promoción mayor que una idea de proyecto menos innovador. Se considera innovadora una idea de negocio con un componente creativo en sus métodos, en procesos, en productos, canal de ventas, en comunicación, etc., no solo innovador en

tecnología. Un proyecto que se diferencie de los demás. Se valora también que genere o pueda generar empleo en el futuro.

En los viveros de la Cámara de Comercio son admitidas empresas de cualquier actividad, tipo o edad del emprendedor, lo que engloba un amplio abanico de empresas. Sin embargo hay ciertas restricciones entre las que se encuentran las siguientes. Las franquicias no pueden acceder a los viveros, ni asociaciones ni confederaciones de empresarios, al igual que tampoco lo pueden hacer empresas ya consolidadas que quieran tantear otro mercado a menor precio. No se permiten actividades de venta directa al público, como tiendas de ropa, por ejemplo, pues las limitaciones y características físicas de los viveros no están diseñadas para que entren los clientes a ver el producto. Así mismo, se intenta que se trate de personas y proyectos con perfil de negocio (por ejemplo una ludoteca no parece la empresa más apropiada para ocupar un espacio en el vivero). Queda limitada, por último, la entrada de proyectos con mala reputación o controvertidos.

El periodo de estancia máximo en el vivero es de dos años, renovándose el contrato cada 6 meses. Se entiende que tras haber transcurrido dos años la empresa ya sabrá si su negocio es rentable y fructífero y habrá cogido confianza y fortaleza suficiente para lanzarse al mercado abandonando la protección y estabilidad que ofrece el vivero. Además, se espera también, que transcurrido ese tiempo la empresa sienta la necesidad de ampliar sus fronteras y de comenzar a crecer fuera del vivero.

Antes de acceder al vivero habrá que cumplimentar un formulario de solicitud (que valorará la comisión en base a las características mencionadas), firmar un contrato y aceptar las normas de convivencia en el vivero (Reglamento de Régimen interno). Así mismo se tendrá que pagar una fianza de dos meses por adelantado a devolver al final del contrato si el comité estima que el espacio cedido se devuelve en las mismas condiciones que fue entregado.

7.2. METODOLOGÍA.

Los datos que se utilizaron para el análisis han sido proporcionados por la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife, obtenidos de las solicitudes de petición de acceso al vivero que han formulado las empresas, respetando, en todo caso, los datos personales y el nombre de la entidad. De esta manera, para el análisis, se dispone de 39 empresas de las islas de Tenerife, La Palma y El Hierro que han comenzado su andadura empresarial apostando por las ventajas de los viveros.

Asimismo, se realizó una entrevista al Técnico responsable del programa de viveros de empresas de la Cámara quién podía proporcionar una visión global de las empresas.

Para configurar el perfil del emprendedor de los viveros de la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife se analizaron las variables: sexo, edad, nivel de estudios, forma jurídica y sector de actividad al que pertenece la empresa. En la Tabla 7.2.1 se recogen las variables con sus categorías y modalidades. Esta codificación se ha llevado a cabo atendiendo a los criterios del Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

La variable “nivel de estudios” se encontraba desglosada en siete categorías que se han agrupado a su vez en cuatro categorías. La primera de ellas “1. Analfabetos y educación primaria” engloba los analfabetos, los estudios primarios incompletos y la educación primaria. La segunda categoría “2. Educación secundaria primera etapa” engloba la primera etapa de educación secundaria y similar. La tercera categoría “3. Educación

secundaria segunda etapa.” engloba la segunda etapa de educación secundaria con orientación general y la segunda etapa de educación secundaria con orientación profesional. Finalmente la última categoría “4. Educación superior” engloba los estudios de educación superior.

La variable “sector de actividad” se agrupará según la clasificación de las actividades económicas del Directorio Central de Empresas (DIRCE) del INE utilizando la Clasificación Nacional de Actividades Económicas CNAE 2009.

Para variable “forma jurídica” también se iba a atender a los criterios de clasificación del INE, sin embargo, en éste caso, la clasificación aparecía muy agregada, por lo que pareció conveniente, atendiendo a los datos que teníamos, buscar una clasificación un poco más amplia y desagregada. Se va a utilizar para ello las formas jurídicas que establece la Dirección General de Industria y de la PYME del Gobierno de España (2015).

Tabla 7.2.1: Variables objeto de estudio. Categoría y modalidad.

Variable	Categoría /Modalidad
Sexo	1. Hombre 2. Mujer
Edad	1. 16-24 2. 25-34 3. 35-44 4. 45-54 5. 55 y más años
Nivel de estudios	1. Analfabetos y educación primaria 2. Educación secundaria. Primera etapa 3. Educación secundaria. Segunda etapa 4. Educación superior
Sector de actividad	1. Construcción 2. Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de residuos y descontaminación 3. Información y comunicaciones 4. Actividades profesionales. científicas y técnicas 5. Actividades administrativas y servicios auxiliares. 6. Educación 7. Actividades sanitarias y de servicios sociales 8. Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento
Forma jurídica	1. Empresario individual (Autónomo) 2. Emprendedor de Responsabilidad Limitada 3. Comunidad de bienes 4. Sociedad civil 5. Sociedad de Responsabilidad Limitada 6. Sociedad de Responsabilidad Limitada Laboral 7. Sociedad cooperativa

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (2015). Dirección General de Industria y de la pequeña y mediana empresa del Gobierno de España (2015). Elaboración propia.

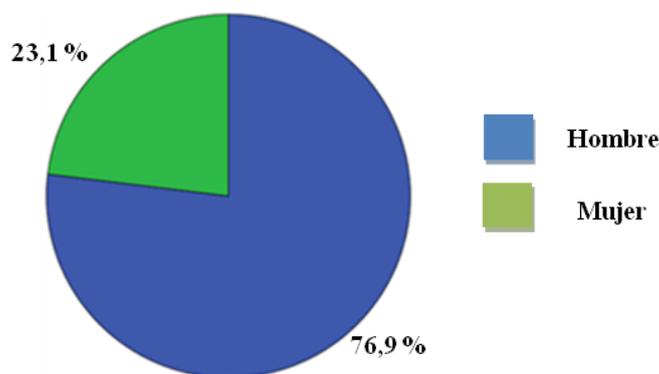
En definitiva, para la realización de este trabajo se han buscado y escogido los viveros a analizar, se han conseguido los informes de solicitud y se han recopilado los datos a utilizar. Asimismo, como ya se ha comentado anteriormente, se ha realizado una entrevista que se utilizará para completar el análisis cuantitativo. El vaciado de los datos se ha realizado haciendo uso de la herramienta EXCEL y el análisis estadístico con los dos programas informáticos SPSS-Statistics 19 y EXCEL, obteniéndose las distribuciones de frecuencias de cada variable y distribución de porcentajes de las mismas atendiendo a la codificación de las variables anteriormente explicada.

7.3. PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES DE LOS VIVEROS DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LA PROVINCIA DE SANTA CRUZ DE TENERIFE.

Este apartado se centrará en analizar las características de los emprendedores de los viveros de la Cámara de Comercio de la provincia de Santa Cruz de Tenerife. Los resultados se compararán con los del informe Global Entrepreneurship Monitor (2014).

El análisis por sexo de los emprendedores pone de manifiesto que los hombres son mayoría en la actividad emprendedora de los viveros (76,9%). Pese a que cada vez son más las mujeres que se aventuran como emprendedoras, siendo este fenómeno una realidad social emergente, en general las mujeres emprenden menos por “una menor propensión psicológica a emprender por una mayor aversión al fracaso, a la vez que busca más la estabilidad y la conciliación familiar” (Ferreiro, 2013: 97). Pese a todo ello se sabe, de la información proporcionada en la entrevista con el responsable de los viveros, que hay una mayor propensión a emprender por parte de la mujer respecto a años anteriores, lo que se explica por la falta de expectativas laborales que hace que aumente la necesidad de emprender en épocas de crisis.

Gráfico 7.3.1. Distribución por Sexo

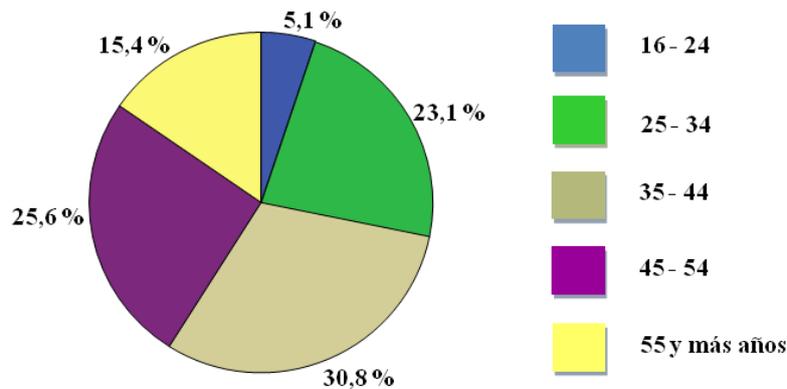


Se ha comprobado, por tanto, que el hombre utiliza más que la mujer este instrumento para desarrollar su iniciativa emprendedora.

La segunda variable para configurar el perfil del emprendedor es la edad. Los emprendedores ubicados en los viveros tienen una media de edad de 41,7 años. La mayoría de los emprendedores (30,8 %) se encuentran entre los 35 y 44 años, seguido de los que tiene entre 45 y 54 años (25,6 %). Se puede observar que, en general, el

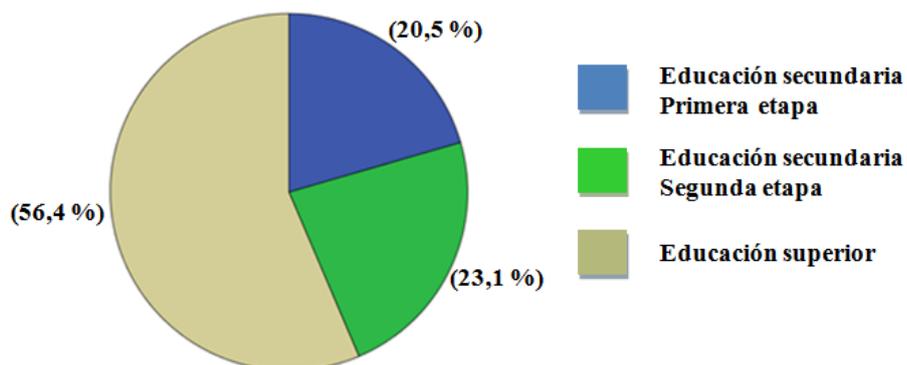
emprendedor no es una persona joven que se aventura a montar un negocio, sino que suele tener una amplia experiencia detrás. Además sabemos, por la información que nos han suministrado desde la dirección de los viveros, que normalmente los emprendedores tienen experiencia previa como trabajadores y se lanzan a crear su propio negocio, casi siempre en el mismo sector en el que ya tienen experiencia como empleados. Se da el caso también de personas que ya tenían un proyecto en mente pero lo han adaptado para comenzar de nuevo al amparo de la estabilidad del vivero.

Gráfico 7.3.2. Distribución por Edad



El nivel de Estudios es una variable relevante. Estudios como los de Cooper et al. (1994) consideran que un mayor nivel educativo permite al empresario enfrentarse a los problemas que surgen en la actividad diaria de la empresa o los de Hisrich (1990), que, aunque no considera necesario disponer de un nivel educativo alto para crear una empresa, éste puede suponer una ventaja. Para el caso de España, Veciana (2005) estimó que el nivel de formación de los empresarios ha sido relativamente bajo, pero los nuevos empresarios han ido aumentando en las últimas décadas su nivel educativo. En este análisis de los viveros hay un número similar de personas que emprenden, ya que poseen formación universitaria el 56,4%, siendo el resto personas que no han cursado estudios de educación superior.

Gráfico 7.3.3. Distribución por Nivel de Estudios



Además, se ha comentado en la entrevista que la presencia importante de personas que se aventuran a emprender sin estudios universitarios (20,5% de personas con “Educación Secundaria. Primera etapa” y un 23,1% de personas con “Educación

Secundaria. Segunda etapa”) puede explicarse, especialmente en Canarias, por el fenómeno de emprender por necesidad más que por espíritu emprendedor. Con esta distinción se reconoce que no todas las personas tienen el mismo motivo para emprender. Algunas veces las personas se involucran en actividades emprendedoras como forma de autoempleo debido a que en el mercado existen pocas oportunidades de trabajo remunerado. En este sentido,

“un emprendedor por necesidad es aquel que se encuentra inmerso en un proceso emprendedor por no tener una mejor opción en el mercado laboral, mientras que un emprendedor por oportunidad es aquel que escoge crear una empresa basándose en la percepción de que existe una oportunidad de negocio no aprovechada por la empresas existentes”(Global Entrepreneurship Monitor, 2014:57)

El emprendedor por oportunidad busca innovar pero no solo en recursos, sino también en factores organizativos para no repetir factores de sectores ya maduros.

En Canarias se emprende por necesidad más que por espíritu emprendedor. El impacto de esta actividad emprendedora puede verse disminuido debido a que éste tipo de emprendedores suelen abandonar la actividad emprendedora en cuanto encuentran un trabajo remunerado por cuenta ajena. Además, normalmente las empresas creadas por necesidad duran poco porque se crean buscando una solución a una situación personal. Se tratan de empresas para sobrevivir día a día y no suelen tener un plan de futuro. Por esta peculiaridad que presenta Canarias, se han puesto en marcha medidas específicas tras analizar la realidad emprendedora que se recogen en el Plan Insular de emprendimiento que ya mencionamos en el apartado de políticas de apoyo al emprendimiento (Pereira, 2015).

Del análisis desagregado del nivel de estudio por sexo se comprueba que la inversión en capital humano es superior en las mujeres que en los hombres. Las mujeres con título universitario suponen el 66,6% de las mujeres, frente al 53,3% de los hombres con títulos universitarios del total de hombres. Por tanto podemos concluir que, aunque las mujeres emprenden menos, las que lo hacen están respaldadas por estudios universitarios mayoritariamente.

Tabla 7.2.2: Análisis del nivel de estudio por sexo.

			Sexo		Total
			Hombre	Mujer	
Nivel de estudios	Educación secundaria. Primera etapa	Recuento	5	3	8
		% dentro de Sexo	16,7%	33,3%	20,5%
	Educación secundaria. Segunda etapa	Recuento	9	0	9
		% dentro de Sexo	30,0%	,0%	23,1%
	Educación superior	Recuento	16	6	22
		% dentro de Sexo	53,3%	66,7%	56,4%
Total	Recuento	30	9	39	
	% dentro de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%	

En cuanto a la forma jurídica de las empresas, si bien el 48,7% de emprendedores se constituyen en sociedades mercantiles, predominando la Sociedad de Responsabilidad Limitada, el 51,3% de los emprendedores se constituyen como Empresario Individual (Autónomo).

El número de emprendedores que se establecen como Autónomos ha aumentado, atendiendo a la información proporcionada en la entrevista con el responsable de los viveros, fomentado por la ley 20/2007 del Estatuto del trabajador Autónomo, actualizada recientemente con la aprobación del proyecto de ley de Fomento del Trabajador Autónomo y de la Economía Social (2015) en la que destaca la tarifa plana por autónomos. La nueva ley fija la cuantía por contingencias comunes en 50 euros exactos durante seis meses, medida de la que se benefician a día de hoy aproximadamente 377.061 emprendedores (Gobierno de España, 2015).

En cuanto a las sociedades mercantiles, destaca la Sociedad de Responsabilidad Limitada que tiene la ventaja de que los emprendedores no responden personalmente de las deudas sociales.

En las empresas objeto de estudio, normalmente coincide la propiedad con su gestión. Se trata de pequeñas empresas de uno o dos socios, los mismos que la gestionan y trabajan en ella, al menos al comienzo.

Tabla 7.2.3: Distribuciones de frecuencia y porcentajes de la variable forma jurídica.

Forma jurídica	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
Empresario individual (Autónomo)	20	51,3
Emprendedor de Responsabilidad Limitada	1	2,6
Comunidad de bienes	2	5,1
Sociedad Civil	3	7,7
Sociedad de Responsabilidad Limitada	11	28,2
Sociedad de Responsabilidad Limitada Laboral	1	2,6
Sociedad Cooperativa	1	2,6
Total	39	100,0

Por último, el sector de actividad de las empresas de los viveros de la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife que predomina (48,7%) son las actividades profesionales, científicas y técnicas, dentro de las que se encuentran principalmente empresas de asesorías y consultorías, así como servicios jurídicos y de arquitectura.

A continuación, se sitúan con el mismo porcentaje (12,8%) las actividades de Comercio al por mayor y al por menor, y las actividades de información y comunicación. En estas últimas destacan las empresas relacionadas con el diseño y la comunicación web.

Tabla 7.2.4: Distribuciones de frecuencia y porcentajes de la variable sector de actividad

Sector de actividad		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Construcción	2	5,1
	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos	5	12,8
	Información y comunicaciones	5	12,8
	Actividades profesionales, científicas y técnicas	19	48,7
	Actividades administrativas y servicios auxiliares	4	10,3
	Educación	1	2,6
	Actividades sanitarias y de servicios sociales	1	2,6
	Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento	2	5,1
	Total	39	100,0

Una vez obtenido el perfil de los emprendedores de los viveros que han sido analizados, se ha acudido al Global Entrepreneurship Monitor (2014) que aporta anualmente información sobre la actividad emprendedora. Del análisis que se recoge en este informe se desprende que, en España, los emprendedores en fase inicial tienen una edad media de 40.2 años, encontrándose mayoritariamente los emprendedores entre los 35 y 44 años de edad. Esta población parece más tendente a emprender que el resto. El análisis por género constata que la población adulta de hombres es con diferencia más propensa a emprender que la de mujeres, por lo que destaca que la actividad emprendedora es una actividad mayoritariamente masculina. Atendiendo al nivel de educación, es mayor la proporción de emprendedores con formación superior. Finalmente, la actividad emprendedora en España se centra en los sectores de servicio a empresas y al consumidor final.

Por lo tanto, atendiendo a lo que se recoge en el Global Entrepreneurship Monitor (2014), podemos concluir que los emprendedores de los viveros de la Cámara de Comercio de la provincia de Santa Cruz de Tenerife se ajustan al perfil nacional de emprendedores en España.

8. RECOMENDACIONES Y FUTURO TEMA DE TRABAJO.

En primer lugar, se debe formular la cuestión de si resultan necesarios nuevos viveros en la provincia.

El primer vivero de la Cámara de Comercio en Canarias se abrió en El Hierro en 2009 por demanda de los empresarios como ayuda a su retirada situación de los mercados más grandes de Canarias. En 2012 abrió sus puertas el vivero de Tenerife y en la isla de La Palma en 2013. Esta evolución es reflejo del aumento de demandas de este tipo de servicios, de lo que sabemos, además, como parte del cuestionario que se ha realizado, que las demandas han aumentado durante el periodo de crisis (emprender por necesidad), fomentadas también por las políticas de apoyo al emprendimiento nombradas anteriormente. Por tanto, atendiendo al número de demandas que se reciben en comparación con el tamaño de los viveros se podría plantear **ampliar el espacio de viveros** para así poder absorber este exceso de solicitudes, siendo el objetivo único de la ampliación el seguir fomentando la creación de empresas con todos los efectos que esto desencadena.

En segundo lugar, cabe destacar que los viveros de la Cámara no están vinculados con la universidad, si bien lo hace con la fundación INCYDE, institución dedicada al fomento y la formación del espíritu empresarial. Sin embargo se propone la idea de **vincularlos con la universidad**, al menos para que de esta manera se haga una promoción de lo que son, para qué se utilizan y cómo funcionan los viveros de empresas pues si bien es cierto que cada vez son más las personas que demandan y usan este servicio, los estudiantes recién egresados y la sociedad en general no saben de la existencia de los viveros de empresas. Quizás si hubiera más información sobre el tema, serían más los que se aventurarían en comenzar su aventura emprendedora, y que mejor sitio para informar, promocionar y despertar el espíritu empresarial que en las propias universidades, además de apostar por la formación de grupos de investigadores universitarios que permitan el desarrollo de proyectos conjuntos entre empresas y universidades.

En tercer lugar, en el trascurso de este trabajo, se ha reparado en que son muchos los organismos que cuentan con viveros en Canarias, pero de manera independiente entre los mismos, lo que ha suscitado la idea de la necesidad de crear una **asociación de todos los viveros canarios** para compartir sinergias, información, así como crear una única página web que recoja todos los tipos, instituciones y posibilidades así como una base de datos común de viveros de empresas, buscando la coordinación y mejora de los viveros canarios.

A esta idea viene asociada la siguiente. Sería muy interesante crear proyectos de valor, crear programas de fomento coordinados en los cuales los viveristas trabajaran conjuntamente y de manera coordinada entre provincias. Se trataría de una puesta en común de diferentes puntos geográficos que mejoraría el *networking* entre ellos. Hablamos de promocionar el *Business tu business* basado en crear y fortalecer de manera duradera relaciones con otros viveristas cuyas empresas estén interesadas y puedan apoyar sus negocios o ser clientes, pero también relaciones de apoyo logístico, estratégico, de cooperación etc. Fomentar, en definitiva, los viveros entre sí.

Además los **viveros en red** facilitan el flujo de conocimientos y talentos entre las empresas, acceso a fuentes de información relevantes para el negocio, o la posibilidad de supervivencia de la empresa (Ferreiro, 2013). “Bien diseñadas, los viveros en red combinan la escala y el alcance de las grandes empresas establecidas y el espíritu aventurero de las pequeñas empresas” (Hansen et al., 2000: 76).

Finalmente, atendiendo al perfil del emprendedor que se ha obtenido del análisis, se propone llevar a cabo, desde la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife, iniciativas para incentivar el emprendimiento femenino y el de los jóvenes. Se trata de dos grupos de población numerosos que pueden suponer una importante fuente de impulso y que pueden aportar una visión renovada del espíritu emprendedor.

En este trabajo se recoge la importancia y el papel de los viveros de empresas y el perfil de los emprendedores de los viveros analizados, pero se podría profundizar e ir mucho más allá en el análisis, por lo que se propondrán futuros temas de estudio que complementarán y ampliarán el presente trabajo.

Sería interesante analizar si las iniciativas empresariales que han surgido y que han sido objeto de análisis son viables y competitivas fuera del vivero mediante el estudio de la **tasa de supervivencia empresarial** de las empresas que han comenzado su aventura en los viveros de la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife, es decir, medir el porcentaje de empresas que siguen funcionando después de cuatro años desde el inicio

de su actividad, y reforzar así la idea que sostiene Monkman, D. Presidente de la National Business Incubation Association. “Los viveros de empresas han de estar diseñados para conducir a las empresas a la autosuficiencia” (Monkman, 2010:3) seleccionando a las débiles pero prometedoras empresas en el proceso de incubación.

Por último, se podría reforzar la idea de los viveros de empresas como inversiones muy rentables como instrumentos de generación de empleo, frente a la alternativa de subvenciones directas a las empresas para fomentar la contratación directa. Consistiría, en última instancia, en un análisis más en profundidad de la **creación de empleo** derivada de los viveros de empresas.

9. CONCLUSIONES.

Los viveros de empresas garantizan el funcionamiento eficiente de un entorno emprendedor, asistiendo a las empresas en servicios y conocimientos en la fase inicial del desarrollo de su actividad, periodo en el que son normalmente más vulnerables. Pero además del importante papel de los viveros de empresas en la supervivencia empresarial, aceleran la curva de aprendizaje de las empresas, pues la posibilidad de utilizar infraestructuras dadas permite a la empresa y sus empresarios centrarse en el desarrollo de su negocio o actividad.

Un vivero debe entenderse como una red de emprendedores que comparten mucho más que instalaciones. Para que tengan el impacto positivo esperado, los viveros de empresas han de ser considerados como instrumentos para la gestión de los proyectos empresariales que aporten riquezas. Dicho de otro modo, han de entenderse como un instrumento generador de valor añadido.

Pero además de generar valor añadido para las empresas y los emprendedores, los viveros de empresas también son una inversión rentable para el Estado y la sociedad. De esta manera, se recoge en la literatura que los viveros pueden contribuir al emprendimiento y el desarrollo regional, fomentan la transferencia de innovación y tecnología y crean empleo, empleo que a su vez incide en la economía aumentando las condiciones económicas, el consumo y la demanda. Incluso, las empresas nacidas en los viveros recaudan impuestos que repercuten en sus ventas, el beneficio empresarial, que tributa en el impuesto sobre sociedades, o sobre el rendimiento de actividades económicas del impuesto de la renta de las personas físicas si la actividad se formaliza como empresario individual. Sin olvidar también las cotizaciones a la seguridad social y los impuestos locales.

Por todo ello, desde las instituciones a todos los niveles: Europeo, Nacional y local, se han puesto en marcha políticas para el desarrollo de la iniciativa empresarial. Estas políticas quedan recogidas en planes y leyes de entre los que destacan El Fondo Europeo de Desarrollo Regional y el Plan de acción sobre emprendimiento 2020 (a nivel europeo), la ley 14/2013 de apoyo al emprendedor y su internacionalización (a nivel estatal), y la ley 5/2014 de fomento y consolidación del emprendimiento, el trabajo autónomo y las PYME en Comunidad Autónoma de Canarias.

Una vez ha quedado establecido el marco normativo y la importancia de los viveros, se ha procedido utilizar los viveros de la Cámara de Comercio de la provincia de Santa Cruz de Tenerife como caso de estudio con el objetivo de destacar el perfil de los emprendedores de las treinta y nueve empresas analizadas. De este análisis se desprende, que los emprendedores de los viveros de la Cámara de Comercio de Santa

Cruz de Tenerife son mayoritariamente hombres, de entre 35 y 44 años de edad, con estudios universitarios, que se aventuran a comenzar su negocio con cierta experiencia, estableciéndose sobre todo como autónomos, dirigidos principalmente a actividades de servicios a otras empresas, tales como servicios jurídicos, asesorías o consultorías, perfil que encaja con el que a nivel estatal emite el Global Entrepreneurship Monitor (2014), observatorio internacional que con carácter anual analiza el fenómeno emprendedor de los diferentes países.

En base a todo lo expuesto, y como se ha venido reiterando a lo largo del trabajo, no queda sino concluir animando a apostar por los viveros de empresa como instrumento para relanzar la actividad económica y empresarial, el emprendimiento y estimular la creación de empleo.

10. BIBLIOGRAFÍA.

- Aernoudt, R. (2004). Incubators: Tool for Entrepreneurship? *Small Business Economics*. Vol.23. pp.127-135. Kluwer. Academic Publishers.
- Audretsch, B. (1998). Agglomeration and the location of innovative activity. *Oxford Review of Economic Policy*, 14(2), pp.18-29.
- Blanco, A., Díez, F. y Prado, C., (2014). La legitimidad y el miedo a emprender España vs Francia. Conferencia Ibérica de emprendimiento. CIEM2014-4º.
- Blanco, F.J (2012). Los viveros de empresas. *Revista Economistas. Colegio de economistas de Madrid*. Vol. 30. pp. 45-52. iss: 132.
- Cámara de Comercio, Industria, Navegación y Servicio (2000-2015). Recuperado de: <https://www.camaratenerife.com>
- Cámara de Comercio, Industria, Navegación y Servicio (2000-2015). Viverosantacruz. Recuperado de <https://www.camaratenerife.com/viverosantacruz.cfm>
- Carvalho, L. y Galina, S. (2014). Business services and business incubators. A theoretical approach. Conferencia ibérica de Emprendimiento. CIEM2014-4º.
- Comisión Europea (1994). Decisión del consejo de 20 de diciembre de 1993. Programa SPRINT. Diario oficial de las Comunidades Europeas. 8 de enero de 1994. N.L 6/25- 6/29.
- Comisión Europea (2013). Plan de acción sobre emprendimiento 2020. Relanzar el espíritu emprendedor en Europa. Bruselas, 9.1.2013 COM (2012)795 final.
- Comisión Europea (2014a). Política Regional “Comprender las políticas de la Unión Europea. Hacer que las regiones y ciudades europeas sean más competitivas, fomentar el crecimiento y crear empleo”. ISBN 978-92-79-41289-9.
- Comisión Europea (2014b). ¿Ha apoyado satisfactoriamente el FEDER el desarrollo de los viveros de empresas? Tribunal de cuentas europeo. ISSN 1831-0842

- Cooper, A.; Woo, C. Y. y Gimeno-Gascón, F. J. (1994). Initial Human and Financial Capital as Predictors of New Venture Performance, *Journal of Business Venturing*, Vol. 9, Núm. 5, pp. 351-395
- Covisa, M. (2015). Líneas de actuación públicas relacionadas con planes de emprendimiento en Canarias. Conferencia de la Subdirectora de Promoción de la Economía social. Servicio Canario de Empleo. Comunicación presentada en el *I Seminario: Políticas de fomento de la iniciativa empresarial innovadora*. Universidad de la Laguna. 9 de junio 2015.
- España. Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización. Boletín Oficial del Estado. Sábado 28 de septiembre de 2013. Núm. 233. sec. I., pp. 78787-78882.
- España. Ley 20/2007, de 11 de julio, del Estatuto del trabajo autónomo. Boletín Oficial del Estado. 12 de julio de 2007. Núm. 166. sec. pp. 29964-29978
- España. Ministerio de empleo y seguridad social. Gobierno de España (2015). “El Gobierno aprueba el proyecto de ley de Fomento del Trabajo Autónomo y de la Economía Social y el proyecto de Sociedades Laborales”. *Gabinete de comunicación*. 14 mayo 2015.
- European Business Incubation Center Network (EBN) (2015). Recuperado de <http://www.ebn.eu>
- European Commission Enterprise Directorate-General. Centre for Strategy & Evaluation Services (2002). Benchmarking of Business Incubators. Recuperado de <http://www.cses.co.uk/upl/File/Benchmarking-Business-Incubators-main-report-Part-1.pdf>
- Fernández, P., Blanco. F.J., Alonso. A.M., Santos, M. González. J.M., Romero. A., González. L. y Berenguer. D. (2011). El papel de los viveros de empresa en la creación de empleo. (Crear trabajo, ayudando a desarrollar empresas). Panorama Laboral 2011. Consejería de educación y empleo. Comunidad de Madrid.
- Ferreiro, F. J. y Rios, D. (2014). El concepto de emprendedor y la empresa familiar. Conferencia ibérica de Emprendimiento. CIEM2014-4º.
- Ferreiro, F.J (2013). Mujer y emprendimiento. Una especial referencia a los viveros de empresas de Galicia.
- Ferreiro, F.J. y Vaquero, A. (2010). El papel de los viveros de empresa en Galicia como agentes de promoción económica y generación de empleo. Xunta de Galicia, Consellería de Traballo e Benestar, Santiago de Compostela.
- Ferreiro, F.J. (2013). Mujer y emprendimiento. Una especial referencia a los viveros de empresas en Galicia. *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*. Vol. 12, núm. 3 pp. 81-101.
- Fundación INCYDE (2015). Recuperado de <http://www.incyde.org/index>

- Global Entrepreneurship Monitor (2013). Informe GEM España 2013. ISSN 1695-9302.
- Global Entrepreneurship Monitor (2014). Informe GEM España 2014. ISSN 1695-9302.
- Gobierno de Canarias (2015). Emprender en Canarias. Recuperado de <http://www.emprenderencanarias.es/innovacion/centros-empresas/>
- Gobierno de Canarias (2014). Ley 5/2014, de 25 de julio, de Fomento y Consolidación del Emprendimiento, el Trabajo Autónomo y las Pymes en la Comunidad Autónoma de Canarias. Boletín Oficial de Canarias. 7 de agosto 2014. Nº.152
- Gobierno de España (2015). Dirección General de Industria y de la pequeña y mediana empresa. Elección de la forma jurídica. Recuperado de <http://www.ipyme.org/ES/DesarrolloProyecto/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas.aspx>
- Hansen, T., Chesbrough, W., Hohria, N. y Sull, N. (2000). Networked Incubators. Hothouses or the New Economy. Harvard Business Review. pp.74-84
- Hisrich, R. D. (1990). Entrepreneurship/Intrapreneurship, *American Psychologist*, Vol. 45, Núm 2, pp. 209-222.
- Instituto Nacional de Estadística (2015). Recuperado de <http://www.ine.es/>
- Marimon, F. y Alonso, J.M (2005). Viveros de empresas en Cataluña: Tradicionales y especializados, Boletín económico del ICE, núm. 2860, pp. 31-46.
- Mayer, E.L. y Jimenez, K.P (2011). Las incubadoras de negocios en México: una análisis descriptivo. *Revista CienciaUAT. Vol.6 No 2: Octubre-Diciembre 201*, pp 9-13
- Monkman, D. (2010). Business Incubators and their role in job creation. National Business Incubation Association. Washington, D.C.
- Pereira, J (2015). Servicio Técnico de Empleo, Desarrollo Económico y Comercio. Cabildo Insular de Tenerife. Plan Insular de Fomento del Emprendimiento del Cabildo Insular de Tenerife. Conferencia. Comunicación presentada en el *I Seminario: Políticas de fomento de la iniciativa empresarial innovadora*. Universidad de la Laguna. 9 de junio 2015.
- Thierstein, A. y Wilhelm, B. (2001). Incubator, technology and innovation centers in Switzerland: features and policy implications. *Entrepreneurship and Regional Development. Vol. 13*. pp. 315-331.
- Uribe, J. y Valenciano, J. (2009). Aproximación al modelo europeo de viveros de empresas. Estudio de casos. Boletín económico de ICE Nº2973 septiembre 2009.
- Veciana, J. M. (2005). La creación de empresas. Un enfoque gerencial, *Colección Estudios Económicos, Servicios de Estudios La Caixa*, Barcelona.