



ريادة الأعمال

ReTSEMprende

Red transfronteriza
para el fomento
del emprendimiento
y de los consorcios
empresariales en
el territorio
transfronterizo
Andalucía y
norte de Marruecos

Réseau transfrontalier
pour la promotion
de l'entrepreneuriat
et les consortiums
d'entreprises dans
l'espace
transfrontalier
Andalousie
nord du Maroc

Estudio sobre la situación del emprendimiento en el territorio transfronterizo constituido por la región de Andalucía y las regiones del norte de Marruecos

Elaborado por:

FPM consulting



Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPLEO



Unión Europea
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional
Invertimos en su futuro



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN AL PROYECTO Y METODOLOGÍA.

BLOQUE I: SITUACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN DE ANDALUCÍA

- 1.- Actividad emprendedora.
- 2.- Perfil del emprendedor.
- 3.- Caracterización de los nuevos emprendedores.
- 4.- Oportunidades y sectores más prometedores.
- 5.- Condiciones específicas del entorno del emprendedor.
- 6.- Herramientas públicas y privadas de apoyo al emprendedor.

BLOQUE II: SITUACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO EN LAS REGIONES DEL NORTE DE MARRUECOS.

- 1.- Actividad emprendedora.
- 2.- Perfil, entorno emprendedor y sectores más prometedores.
- 3.- Herramientas públicas y privadas de apoyo al emprendedor.

BLOQUE III: CONCLUSIONES.

- 1.- Hoja de Ruta del Emprendimiento.
- 2.- Conclusiones y sinergias entre emprendedores y agentes de apoyo al emprendimiento en el territorio transfronterizo.

ANEXOS.

BIBLIOGRAFÍA.



INTRODUCCIÓN AL PROYECTO Y METODOLOGÍA.

La capacidad de los emprendedores es un recurso estratégico clave para el progreso económico y social de una región. Esta capacidad se va generando a lo largo del tiempo, a partir de numerosas variables que inciden en un proceso de cambio estructural continuado.

El Estudio sobre la situación del emprendimiento en el territorio transfronterizo constituido por la región de Andalucía y las regiones del norte de Marruecos responde a la demanda de identificar y analizar las variables que inciden en este proceso. En este sentido, el informe pone de manifiesto la capacidad de los emprendedores y de las empresas con alta capacidad competitiva y de innovación, además de las capacidades de los agentes que los asesoran en todas las provincias de Andalucía y en las regiones de Tánger- Tetuán y zona nororiental de Marruecos.

El Estudio identifica las oportunidades empresariales para emprendedores en cada región: se ha realizado siguiendo una metodología probada que permite contrastar la información entre diferentes regiones.

Los datos a partir de los cuales se ha trabajado este documento son de reconocimiento internacional que permiten la posibilidad de comparar los distintos territorios (desde provincias a regiones), a través de la medición de la calidad emprendedora, así como la calidad de los agentes que los asesoran para cada territorio de estudio.



Las fuentes secundarias se han recabado mediante una metodología similar para asegurar la comparación de los resultados en ambos territorios. De esta forma se han obtenido indicadores homogéneos para cada región que garantizan la validez y el sentido de la comparación.

Las fuentes de información que se han empleado son:

- Cuestionarios a emprendedores.
- Cuestionarios a representantes de instituciones que apoyan a los emprendedores.
- Estadísticas e informes obtenidos de fuentes contrastadas a nivel nacional.

A partir de estas tres fuentes de información se elabora este informe que sirve como base para la realización de trabajos posteriores, cuyo fin es el de realizar una hoja de ruta del emprendimiento para las zonas de estudio, que se encuentra dentro de un objetivo mayor que es el de fomentar el emprendimiento y en las regiones de Andalucía y el norte de Marruecos.

A pesar de tomar estas medidas, se han presentado dificultades debido a que la cantidad de información obtenida para ambos territorios no ha sido igual. Ha sido muy complicado conseguir información contrastada y actualizada de la parte marroquí, de forma que ha obligado a desarrollar un índice distinto para las dos regiones, adaptándose a la información obtenida a distintos epígrafes pero compenetrándose para llegar a una hoja de ruta y unas conclusiones en común.



Metodología.

Para la elaboración del “Estudio sobre la situación del emprendimiento en el territorio transfronterizo constituido por la región de Andalucía y las regiones del norte de Marruecos” se ha creído oportuno desarrollar cinco fases que han permitido identificar con éxito las cuestiones objeto del contrato.

Una primera fase relacionada con la búsqueda de los datos necesarios, donde se estudiaron las estadísticas enfocadas en Andalucía haciendo hincapié en las provincias del mediterráneo y de Marruecos sobre el norte y la región Oriental.

Las fuentes que se han utilizado han sido, entre otras: el Instituto Nacional de Estadística, *Eurostat*, Banco Mundial, Organización Mundial del Comercio, Casa Árabe, *Maroc finance*, Foro Marroquí del Turismo, Consejo Nacional de Comercio Exterior, así como la comunicación directa con los principales agentes que apoyan al emprendedor.

Por la parte de Andalucía: Asociación de Jóvenes Empresarios, Confederación de Empresarios, Andalucía Emprende, a los organismos principales de cada provincia que se encargan de asesorar a los emprendedores (de ayuntamientos y diputaciones), la universidad principal de cada provincia, y Cámaras de Comercio.

Por la parte de Marruecos: (CGEM) Confederación General de Empresas de Marruecos, Unión Regional-Norte «CGEM-NORD», (AMAPPE) Asociación Marroquí de Apoyo a la Promoción de la Pequeña Empresa, Club Jóvenes Promotores de Tánger, Unión PME/PMI y Jóvenes Emprendedores de Marruecos, (ASSPMET) Asociación de Pequeñas y Medianas Empresas de Construcción y Obra Pública de Tánger, (AEMT) Asociación Empresarios Marroquíes, (CJD) Centro de Jóvenes



Dirigentes de Empresas, (CCIS – FCMCIS) Federación de Cámaras Marroquíes de Comercio, Industria y Servicio, así como las distintas cámaras de comercio ubicadas en cada región de estudio.

La segunda fase ha contemplado una evaluación y acotación de los datos estudiados. Una vez concluida la primera fase, evaluamos la relevancia de la información y la necesidad de actualizar la misma. En caso de que la información de alguna región no existiera o no estuviese al día, se realizaron una serie de entrevistas/encuestas para actualizar los datos.

En tercer lugar, en el caso de falta de información o de datos actualizados, se realizó una entrevista al coordinador o director de las instituciones de dicha región y al mismo tiempo una encuesta a los emprendedores, con el objetivo de obtener en primera persona la información más relevante y actualizada de la región.

A continuación, una cuarta fase dedicada a la identificación de las oportunidades concretas del emprendimiento según cada región. Definiendo los siguientes puntos:

- Perfil del emprendedor.
- Los sectores más prometedores.
- Las necesidades de los emprendedores.

Esta fase la que más dificultades ha presentado debido a que la cantidad de información obtenida para ambos territorios no ha sido igual. Ha sido muy complicado conseguir información contrastada y actualizada por la parte marroquí, de forma que ha obligado a desarrollar un índice distinto para las dos regiones.



Y por último, una quinta fase que trataba sobre la elaboración final de las recomendaciones para promover el emprendimiento en las distintas regiones:

- Enumeración de las herramientas públicas y privadas de apoyo a los emprendedores.
- Realización de la Hoja de Ruta del Emprendimiento.
- Propuesta de las sinergias que se pueden producir entre los emprendedores e instituciones de ambas regiones para de esta manera promover la cooperación transfronteriza que mejore la calidad del emprendimiento en ambas zonas.



BLOQUE I: SITUACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN DE ANDALUCÍA.

1.- Actividad emprendedora.

La actividad emprendedora no se puede explicar simplemente con el dato de “número de empresas de nueva creación en el periodo de estudio”, también debemos hacer referencia a otras fases del periodo de emprendimiento, de esta manera obtenemos datos más objetivos, para ello clasificaremos al emprendedor en tres fases. Una primera fase donde el emprendedor tiene pensado montar su proyecto en los próximos seis a dieciocho meses, una segunda fase que va desde el momento en el que comienza su actividad hasta pasados tres años o tres años y medio. Y una última fase que es la de consolidación en la que se encuentran los emprendedores una vez que su proyecto pasa de los tres años¹.

Atendiendo a la primera categoría antes descrita, en torno el 15% de los andaluces tienen pensado montar su propia empresa, dato ligeramente superior a la media española, que alcanza el 12%. Esta tasa muestra una tendencia creciente desde el 2009, de la mano de uno de los momentos más críticos de la crisis.

Respecto a la segunda fase, aquella relativa al montaje de la empresa, este porcentaje se sitúa en torno al 6,5%, uno de los más altos de España, mayor que la media del país. Estos datos se han obtenido a partir de la tasa de actividad emprendedora en Andalucía, esta tasa se encuentra al mismo tiempo por debajo de

¹ Fuente: Observatorio de Clima Emprendedor, 1er semestre 2013.



la mitad de los países de la OCDE, sin embargo, se encuentra a la misma altura de países como Irlanda, Suiza y Finlandia.

Por último la tercera fase, de consolidación, Andalucía se encuentra en la media española, un 8,7%. A pesar de ser una tasa de consolidación reducida, en relación a las del resto de comunidades autónomas, es la mayor tasa de consolidación de los últimos cuatro años. Mientras tanto, en otro lado de la balanza se encuentra la tasa de cierre, que según el Informe GEM, en 2013 ha aumentado un 2% respecto a 2012, lo que representa el cierre de casi 3 de cada 4 empresas, llegando a posicionarse como una de las más altas de España, además se trata del peor dato de la región si no tenemos en cuenta los datos de 2009.

2.- Perfil del emprendedor.

En este apartado también vamos a diferenciar al emprendedor en tres categorías o fases como explicamos en el apartado anterior. Dentro de la primera fase, el perfil del emprendedor potencial en Andalucía, se trata de un varón, de aproximadamente 35 años, con al menos educación secundaria que cuenta al mismo tiempo con un nivel de renta alto, en paro y además, no tiene conocimientos previos de creación de empresas.

En segundo lugar, en el segundo grupo se encuentra el emprendedor naciente, que se corresponde con un varón de 35 años también, con educación secundaria, que trabaja a tiempo parcial o completo en su empresa con la que lleva tres años o menos, con un nivel de renta alto, de origen español y que tampoco había recibido



formación sobre creación de empresas con anterioridad a la creación de su proyecto.

Por último pero no menos importante, el perfil del emprendedor consolidado, correspondiente a la tercera fase, se trata de un varón con 46 años de media, con educación primaria, que cuenta con un nivel de renta alto y que se encuentra trabajando a tiempo parcial o completo para su empresa, además, es de origen español y tampoco recibió con anterioridad formación en creación de empresas.

Para definir el perfil del emprendedor tenemos que tener en cuenta también diferentes variables como por ejemplo: el tamaño de las empresas, la forma jurídica, el sector al que se dedican, etc...

Por lo tanto, empezando por el primero, en función del tamaño de los proyectos en Andalucía, existen 471.225 empresas (datos de marzo de 2013), de esta cantidad, el 96,38% son microempresas (0 a 9 trabajadores), y ampliando a Pymes (0 a 249 asalariados) tenemos 99,93%. El número de grandes empresas está muy por debajo de la media nacional: 0,07% frente 0,12%: éstas se concentran principalmente en Madrid, Barcelona y Bilbao, y en Andalucía se encuentran en las provincias de Almería y Sevilla.

Otro aspecto fundamental de las empresas es la condición jurídica bajo la que se forman, en el caso de Andalucía están mayoritariamente inscritas bajo la condición de persona física en un 56,31%. Le siguen las sociedades limitadas, con un 33,56% y por último las que lo hacen bajo la denominación de comunidad de bienes, 2,40%.



Atendiendo al sector de actividad, el 54,03% de los proyectos andaluces ejercen su actividad en el sector servicios, el 28,38% en el del comercio, el 11,67% en el de la construcción y el 5,92% restante en el de la industria. La mayor diferencia con relación a España se produce en el sector del comercio. En este apartado de la distribución sectorial la cifra de esta comunidad es 4,06 puntos superior a la media nacional.

Haciendo un estudio pormenorizado de los distintos sectores, podemos ver que dentro del sector servicios, destaca la hostelería con 47.353 empresas seguida de las actividades jurídicas y de contabilidad, con 26.445 empresas. Así mismo, el comercio es el sector más relevante de la economía andaluza con 133.725 empresas, de las cuales 91.910 están dedicadas al comercio al por menor. A continuación le sigue el sector de la construcción con un total de 55.003 empresas y por último, el sector industrial que es básicamente manufacturero con 24.712 empresas.

Atendiendo a la evolución de las empresas españolas, Andalucía muestra que entre 2002 y 2012 ha tenido un crecimiento neto de 54.196 empresas, lo que supone un incremento del 13%, frente al 11,75% de España. A nivel provincial, las provincias que más han crecido son Málaga y Almería con un 19,76% y un 19,30% respectivamente.

Sin embargo, se ha producido una reducción neta de empresas si atendemos a los datos de entre 2011 y 2012 cuando cerraron unas 10.701 empresas, todas pyme. La



mayor disminución relativa corresponde a las pequeñas empresas con un -8,70%. Sólo la franja de grandes empresas experimenta valores positivos con un crecimiento del 5,56%.

En cuanto a la condición jurídica, el mayor descenso lo experimenta la persona física con el cierre de 7.187 empresas, seguida de la sociedad limitada con 1.054 empresas menos en términos absolutos. La mayor disminución relativa corresponde a la sociedad anónima (-6,31%), seguida de la sociedad cooperativa (-6,17%). Por sectores, todos decrecen especialmente el de la construcción (-10,34%), seguido del de la industria (-5,15%), comercio (-0,92%) y resto de servicios (-0,63%).

3.- Caracterización de los nuevos emprendedores.

La situación económica actual ha provocado que las razones por las que los emprendedores pongan en marcha sus proyectos varíen, por tanto dicha situación caracteriza en parte a los nuevos emprendedores. La principal razón por la que los emprendedores andaluces han decidido poner en marcha su propio negocio es la falta de oportunidades en el mercado laboral español, conocido como emprendedor por necesidad, que considera esta opción como una salida a una situación problemática antes que como una opción vocacional con la que haya soñado.

La autorrealización personal y reorientar la carrera profesional son otros de los motivos por los que deciden comenzar una nueva opción profesional. Sin embargo,



ganar más dinero no es la razón principal para dar sentido al comienzo de su proyecto.

Atendiendo al sector, la mayoría de proyectos emprendedores están orientados a la oferta y demanda de servicios para otras empresas y en menor medida al sector industrial y extractivo. Se puede apreciar como estas actividades se encuentran en sectores escasamente tecnológicos: el emprendimiento en sectores de alta tecnología es por tanto muy reducido.

Por lo general, independientemente del tamaño de los proyectos, el empleo que generan es muy reducido, como pudimos ver en el apartado anterior, el perfil del emprendedor no cambia, y entre los nuevos, la característica que sigue predominando es la figura del autónomo, con pocos trabajadores que además tiene una limitada expectativa de contratación a corto y medio plazo.

En base al tipo de proyectos, la mayor parte son poco innovadoras en productos y servicios, que no hacen uso de la última tecnología para su negocio, estando la antigüedad media del equipamiento tecnológico en cinco años, además, estos nuevos emprendedores se ven sometidos a un alto grado de competencia debido al tamaño de su negocio, que al mismo tiempo cuenta con una limitada innovación y estrategias de diferenciación nulas. A todo esto hay que añadirle una limitada capacidad para exportar, generando en los emprendedores andaluces una limitada esperanza de expansión a corto y medio plazo.



Teniendo en cuenta el tipo de inversión, el 20% de los nuevos emprendedores invirtió menos de 10.000 euros en el primer año y casi la mitad de ellos, el 45%, entre 10.000 y 50.000 euros. Como en años anteriores, el hecho de ser autónomo o empresa es el factor más relevante y que marca la diferencia en el capital necesario para emprender. Por el contrario, los nuevos emprendedores cuyos proyectos requerían empleados necesitaron una mayor inversión que los que se dieron de alta como autónomos.

Desde principios de 2009 se había establecido una tendencia en la que los emprendedores comenzaban sus proyectos por necesidad debido a la situación económica, sin embargo, durante el periodo del segundo semestre de 2012 y 2013 se ha producido un incremento de los emprendedores por oportunidad, rompiendo la tendencia por necesidad que había desde 2009. No obstante, debido a la situación económica actual los emprendedores por necesidad triplican a los que comenzaban sus proyectos por este motivo, diez años atrás.

Uno de cada cuatro emprendedores andaluces iniciaron su actividad por necesidad y la razón principal es que no encontraron una alternativa profesional favorable, más que por oportunidad. Sin embargo, dentro del grupo de emprendedores por oportunidad, en Andalucía la economía personal se posiciona como la razón principal del emprendedor. Por lo tanto, para los emprendedores andaluces es más importante por ejemplo, mantener un nivel de ingresos que la independencia de la que goza un emprendedor, que justo lo contrario ocurre con la mayoría de emprendedores a nivel nacional.



4.- Oportunidades y sectores más prometedores.

Andalucía cuenta con tres pilares fundamentales para el desarrollo de nuevas ideas empresariales y de proyectos de gran envergadura, en primer lugar, cuenta con una amplia red de parques científicos-tecnológicos, en segundo lugar, es importante el peso en sectores tradicionales y por último, el potencial en sectores emergentes como el aeronáutico y el TIC.

En Andalucía, los sectores más prometedores son el aeroespacial, el biotecnológico, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), las energías renovables y el medio ambiente. En estos sectores es donde los resultados de empleabilidad y ganancia son mayores, además, cuentan con el apoyo y compromiso de las instituciones públicas para su fomento y desarrollo.

Pese a que el comercio y la hostelería son los sectores con mayor actividad, las ganancias económicas en éstos son menores y además, debido a su densidad, no cuentan con el apoyo financiero explícito de instituciones públicas. Mientras tanto, los sectores más prometedores citados anteriormente trabajan de forma conjunta para conformar un clúster basado en la Estrategia de Economía Sostenible de Andalucía, en la identificación de retos y ventajas competitivas del sistema ciencia-tecnología-empresa andaluz en el ámbito de la I+D+i. Y es que, el sector aeroespacial por ejemplo, cuenta con 130 empresas en Andalucía, que genera un empleo que está próximo a las 9.000 personas y una facturación en torno a los 1.540 millones de euros.



Por su parte, la biotecnología es uno de los sectores más prometedores para el nuevo modelo económico de Andalucía. Con más de cien empresas del sector y una facturación de más de 140 millones de euros, Andalucía está entre los primeros puestos en España en número de empresas y en creación de nuevas empresas biotecnológicas.

El total del sector de las TIC en Andalucía integra unas mil quinientas empresas que generan unos 36.000 empleos, con una cifra de negocios superior a los cuatro mil millones de euros. Este sector es el mejor organizado de entre los sectores más prometedores, su clúster nació en 1998 y está conformada por más de 380 empresas, con una facturación de unos 1.400 millones de euros, de los cuales, trescientos millones son ventas al exterior. El empleo generado está en torno a 12.000 personas.

A continuación, en el sector de las energías renovables hay que diferenciar las cuatro ramas de actividad principales: eólica, con más 132 parques eólicos instalados, la actividad termosolar con un total de ocho centrales en Andalucía, la energía fotovoltaica con más de 8.000 instalaciones y 50 grupos empresariales de diferente dimensión y finalmente, la actividad de biomasa. El total de empleo generado en este sector es de 100.000 personas.

Finalmente, el sector del medioambiente del cual hay que distinguir cinco grandes grupos: bienes y servicios medioambientales (2.000 empresas), actividades ecológicas (agricultura, ganadería y pesca) con unas 350 empresas, gestión de espacios protegidos con 150 empresas, ecoturismo con más de 1.700 empresas y, finalmente, educación y sensibilización ambiental, con algo más de 900 empresas.



La generación de empleo de estos cinco grandes grupos esta en torno a las 50.000 personas.

5.- Condiciones específicas del entorno del emprendedor.

La mayoría de los andaluces considera que no existen buenas oportunidades de negocio en la región. Un poco más de un 12% reconoce que existen circunstancias propicias para comenzar su actividad. A nivel nacional, se encuentra entre las comunidades que menos perspectiva para hacer negocios en su región genera. No obstante, los expertos consultados son más optimistas, aumentan los datos frente a 2009 y 2010 pero también apuntan que no constan oportunidades para un rápido crecimiento.

Asimismo, poco más de la mitad de la población andaluza admite que el fracaso es la razón principal para no poner en marcha sus proyectos, porcentaje que se mantiene durante los últimos años. Por otro lado, el 47,7% coincide en que los medios de comunicación tienen un papel favorable en la difusión de los emprendedores, aunque antes de la crisis, este porcentaje era más alto.

Aquellos emprendedores que solicitan ayudas públicas para poder superar los obstáculos a la hora de crear una empresa, lo hacen a organismos públicos españoles, ya sea el Estado (31% autónomos y 30% empresas), Ayuntamientos (13% autónomos y 16% empresas) o Administración autonómica (17% autónomos y 14% empresas).



Atendiendo al esfuerzo monetario que tienen que hacer los emprendedores en Andalucía para poner en marcha sus proyectos, el valor medio está en torno a los 15.000 euros, por debajo de la media española que requiere 3.000 euros más de media. Sin embargo, el volumen más frecuente de capital inicial para una start up en Andalucía está en 15.000 euros mientras que la media española es muy inferior, en torno a los 5.000 euros. Esta gran diferencia viene explicada por el tamaño de las organizaciones empezadas en Andalucía, pero no se puede confirmar debido a que la media de las inversiones de las empresas españolas está por encima de las andaluzas.

En lo que no se distancian los datos de los emprendedores andaluces de la media nacional es en el porcentaje por el que se compromete el emprendedor a invertir en su propio proyecto, que se encuentra en el 40%. Por otro lado tenemos la figura del inversor informal, que ha descendido drásticamente, no sólo en Andalucía, sino en todo el país, sigue estando definida por un familiar del emprendedor de unos 43 años de media, situación laboral estable y renta laboral alta y con conocimientos y habilidades para emprender.

6.- Herramientas públicas y privadas de apoyo a los emprendedores.

La figura del emprendedor está en boca de todos: existen una multitud de instituciones públicas y de entidades privadas que han comenzado a prestar servicios de apoyo a sus proyectos. Existe en la actualidad una amplia oferta de



centros, servicios, organismos de apoyo existentes en todo el territorio, a continuación veremos una exposición de las herramientas públicas y privadas de las que puede disfrutar un emprendedor.

En Andalucía cuentan con un completo apoyo aquellos proyectos que pertenezcan a los sectores más prometedores (mencionados en el punto cinco) independientemente de la fase de desarrollo en la que se encuentre el proyecto. Además, se ha desarrollado el sistema de apoyo a las 'spin off' universitarias, un programa de incentivos para el fomento de la innovación y el desarrollo empresarial así como un conjunto de fondos reembolsables.

Herramientas Públicas

Con carácter público, en primer lugar contamos con la herramienta más importante en la región, Andalucía Emprende que es una fundación de la Junta de Andalucía, cuya misión es promover el desarrollo de la cultura emprendedora y la actividad económica andaluza, con el fin último de contribuir a la generación de empresas competitivas y empleo de calidad en todas las provincias andaluzas. Para ello cuentan con los “CADES” Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial, una amplia y completa infraestructura compuesta en la actualidad por más de 200 centros, en los que un cualificado equipo de especialistas en creación y desarrollo empresarial presta servicios de apoyo a todo tipo de personas emprendedoras y empresas (información, formación, asesoramiento técnico especializado, búsqueda de vías de financiación y alojamiento empresarial en naves industriales y despachos para proyectos innovadores y/o generadores de empleo), dando cobertura al 100% de la región.



Aparte de los “CADES”, está CEPES, la Confederación de Entidades para la Economía Social de Andalucía, formado, principalmente, por Sociedades Cooperativas, Sociedades Laborales y Autónomos. CEPES pretende dar respuesta al fomento de la capacidad emprendedora y empresarial, ofreciendo fórmulas empresariales adecuadas para el desarrollo del espíritu emprendedor y de la iniciativa empresarial, así como dar respuesta a la cohesión e inserción social, mediante el trabajo asociativo o cooperativo se favorece la integración laboral y social de personas y grupos en riesgo de exclusión social. Y es que el sector de la Economía Social en Andalucía ha creado más de 13.000 empresas, ha generado más de noventa mil empleos directos y más de 350.000 personas han optado por el autoempleo. Representa en la actualidad el 13% del Producto Interior Bruto de Andalucía.

Siguiendo esta línea podemos contar con las Cámaras de Comercio, que ofrecen multitud de servicios, pero en lo relacionado con los emprendedores podemos señalar los siguientes: para garantizar que el proyecto es viable, asesoramiento para el desarrollo de proyectos empresariales; para legalizar y poner en marcha el negocio, soluciones de alta empresarial; para solucionar conflictos por vía extrajudicial, corte de Arbitraje y mediación en conflictos mercantiles; para optimizar la situación económica del proyecto, asesoramiento y confección del plan financiero, establecimiento de planes de tesorería y políticas de circulante entre otras y así una larga lista soluciones a cada consulta o problema que tenga el emprendedor.



Herramientas Privadas

En el ámbito privado las entidades más importantes son en primer lugar, la Confederación de Empresarios de Andalucía: una organización profesional de empresarios, constituida para la coordinación, representación, gestión, fomento y defensa de los intereses empresariales, generales y comunes; que nació en Antequera en 1979, de un reducido grupo de empresarios de las ocho provincias andaluzas. Hoy es la organización empresarial más representativa, con implantación en todos los territorios y sectores productivos, está integrada por más de 750 asociaciones empresariales de toda Andalucía que combina grandes empresas, Pymes y autónomos. La CEA desarrolla desde su creación una amplia acción formativa, dirigida a la expansión del carácter emprendedor de la sociedad y a la creación de empresas, haciendo que cada año miles de jóvenes andaluces reciban una formación de calidad y una orientación adecuada para la búsqueda de empleo y la creación de empresas.

En segundo lugar, dentro del ámbito privado se encuentra la Asociación de Jóvenes Empresarios “AJE”, con sus sedes provinciales, trabaja por los jóvenes empresarios. Buscando líneas de financiación, nuevas fórmulas para hacer negocio, asesorando y formando para conseguir que los emprendedores sean más competitivos en su sector, estableciendo relaciones con Administraciones y otras entidades empresariales.

Las redes de *Business Angels* en Andalucía son recientes, la Red de Business Angel de Málaga es la más antigua y la que más actividad tiene. En segundo lugar en importancia, se encontraría la de la provincia de Cádiz. Las otras redes existentes en



Sevilla, Almería y Granada son de reciente creación. Seguidamente analizaremos con más detalle su evolución.

Los *Business Angels* funcionan de tal manera que consiguen acuerdos de financiación que más tarde atraviesan un proceso negociador entre el inversor y emprendedor y normalmente se materializan mediante participaciones temporales de los inversores en el capital de las empresas.

Business Angels en Málaga es una iniciativa promovida por la Sociedad de Planificación y Desarrollo, SOPDE SA y cofinanciada por la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía, a través de la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA y cuyo objetivo es facilitar la financiación de proyectos empresariales en la provincia de Málaga poniendo en contacto a los promotores de los mismos con potenciales inversores.

Adicionalmente a SOPDE y la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo hay un importante número de entidades públicas y privadas que están comprometidas con el presente proyecto. Entre ellas las más relevantes son el Centro Andaluz de Emprendedores, BIC Euronova, AJE Málaga, la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Málaga, Promálaga y la Universidad de Málaga.

Además, existen múltiples herramientas de carácter privado o público-privado que pueden ofertar ayuda de forma general o se centran en algún sector en particular, por ejemplo, tenemos el caso de “Minerva” que es una iniciativa promovida por la



Junta de Andalucía y Vodafone para empresas y emprendedores interesados en impulsar y consolidar ideas en el ámbito de las comunicaciones móviles con una orientación al mercado, proporcionando una aproximación de negocio desde la concepción hasta su comercialización y puesta en marcha, ofreciendo a los proyectos seleccionados el acceso a un amplio paquete de recursos tecnológicos y una completa asesoría experta adaptada a cada una de las fases que cubren el ciclo de vida de un proyecto.



BLOQUE II: SITUACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO EN LAS REGIONES DEL NORTE DE MARRUECOS.

1.- Actividad emprendedora.

Debido a la escasa información sobre la actividad emprendedora que se ha podido recabar en Marruecos para la elaboración de este informe, se ha decidido centralizarlo en analizar la actividad de pymes y micro pymes. El objetivo es proporcionar una idea detallada de cómo se encuentra el sector emprendedor en dichas regiones.

Pequeñas y medianas empresas son el centro neurálgico de la economía de Marruecos con un 40% de la producción y el 31% de las exportaciones. Están presentes en todos los sectores de la economía marroquí: agricultura, industria, artesanía, construcción, comercio y finalmente servicios que incluyen Turismo, comunicaciones, transporte y servicios financieros.

La Agencia Nacional de Promoción de la Pequeña y Mediana Empresa (ANPME) y la CGEM (Confederación General de Empresas del Marruecos) han desarrollado una nueva definición de pyme a nivel nacional que tiene un doble propósito. Se pretende tener una definición unificada que refleje el tamaño que deben tener las empresas para hacer frente a la globalización y contribuir a la coherencia de la operación del sistema de apoyo para pymes.



Definición legal de Pyme

Tres criterios son tenidos en cuenta en la definición oficial de la “Carta de las pymes”. El primero se refiere a la gestión o la administración de la empresa que debe ser realizada directamente por las personas físicas (propietarios o accionistas). El segundo criterio es el relativo a la propiedad del capital o derecho a voto que no puede ser de más del 25% de propiedad de una empresa o conjunto de empresas que no se enmarquen dentro de la definición de pyme. El tercer criterio es el tamaño, con una distinción entre las ya existentes (más de dos años de antigüedad) y aquellas que son de reciente creación.

Para ser calificadas como pymes, las empresas existentes necesariamente deben tener un tamaño de menos de 200 empleados permanentes, una facturación anual libre de impuestos no superior a 75 millones de dírham, o un saldo límite total de a 50 millones de dírham en su balance.

Para las pymes nuevas, la ley estipula que deben tener un programa de inversión inicial menor o igual a 25 millones de dírham y mantener un ratio de capital de menos de 250.000 dírham.

Esta definición es compleja y no tiene una estimación correcta de la proporción de empresas que pueden ser calificadas como pymes. Además, elimina muchas empresas debido a que el umbral es relativamente bajo y da lugar a la exclusión de las empresas con actividades intensivas en capital.

Definición legal de Pymes según la ANPME.

La nueva definición de pymes desarrollada por ANPME considera únicamente el



criterio del volumen de negocios y no tiene en cuenta el tamaño de la empresa. De acuerdo con esta definición, se distinguen tres tipos de empresas:

- Empresas muy pequeñas: menos de 3 millones de dirhams.
- Pequeñas empresas: entre 3 y 10 millones de dirhams.
- La mediana empresa: entre 10 y 175 millones de dirhams.

Definición legal de Pymes (industria manufacturera) según el Ministerio de Industria y Comercio.

Se indican a continuación los datos de Pymes de la industria manufacturera y los criterios de catalogación de las empresas por parte del Ministerio, al tratarse de un sector de vital importancia en el tejido empresarial marroquí.

El Ministerio de Industria y Comercio se basa únicamente en los criterios de tamaño medido por el número de empleados para determinar las pymes. De acuerdo con esta selección, cualquier compañía que emplea a menos de 200 empleados permanentes es una pyme.

Según esta definición, el número de pymes podría estimarse en 7.262 sobre un total de 7.812 de empresas manufactureras, el 93% del sector. Además, el Ministerio ha optado por diferenciar entre pequeñas (menos de 50 empleados) y medianas (50-200) que permite afinar las estadísticas. Según esta diferenciación, las pequeñas empresas representan el 78% frente al 15% para las medianas y sólo el 7% para las grandes empresas del sector.



Desafíos para las Pymes marroquíes.

A pesar de su dominio en los números en el tejido económico marroquí, la contribución de la pymes marroquí en el crecimiento del país permanece por debajo de los países industrializados. El sistema estadístico actual no es capaz de permitir buena visibilidad sobre el comportamiento de las pymes, pero podríamos descifrar las orientaciones generales que pueden detectar las debilidades de aquellos negocios que son el núcleo de la economía marroquí.

De hecho, muchas limitaciones frenan la evolución de las pymes marroquí. Estas limitaciones pueden clasificarse en dos categorías: factores intrínsecos a la propia empresa y factores externos.

Factores intrínsecos

En la primera familia se podrían enumerar varios factores que no favorecen el desarrollo de las pymes locales. La fragilidad de sus estructuras y una financiación insuficiente generalizada. Además, las pymes carecen de los recursos técnicos y financieros y a menudo tienen una falta de orientación, habilidades y formación de capital humano. Esto consigue en un bajo rendimiento de la pyme marroquí, una falta de competitividad y una tasa de fracaso alto.

Factores externos

En cuanto a la segunda categoría, las fuentes de debilidad de las pymes podrían también ser debido a las cargas administrativas y fiscales que sufren dichas empresas. Los problemas de financiación también son muy importantes y a menudo, citados entre los primeros desafíos a los que se enfrenta el desarrollo de



las pymes en Marruecos. Estos retos hacen muy difícil el desarrollo de las pymes, su evolución y el empuje, para centrarse en la supervivencia en lugar de innovación, a diferencia de los países desarrollados.

El problema financiero es más visible en las pymes marroquí y un elemento importante en el bloqueo de su crecimiento. Las dificultades que enfrentan las Pymes en relación con la provisión de fondos se deben a varios factores:

La primera se relaciona con la prudencia de los bancos para financiar Pymes en un contexto de falta de liquidez y la competencia créditos altos sobre todo si es para financiar pymes en fase de creación o expansión.

El segundo se relaciona con el desconocimiento de los empresarios y las pymes de la gama de productos financieros disponibles en Marruecos. Un tercer factor puede ser la falta de adaptación de dichos instrumentos financieros a las necesidades de una gran población de las pymes, sobre todo porque la gran mayoría de las pymes de Marruecos son de hecho *TPE* (empresas muy pequeñas).

2.- Perfil, entorno emprendedor y sectores más prometedores.

Los datos disponibles no permiten identificar un perfil de emprendedor definido. Por este motivo, se analiza el perfil del emprendedor a través del tejido empresarial marroquí a través de las empresas de nueva creación por sectores.

Según datos de Inforisk, teniendo en cuenta la definición de pyme mencionada anteriormente en la “Carta de las pymes”, el número de empresas cuya facturación



es inferior a 75 millones dírham en 2008 y 2009 es alrededor 57.754 empresas². Según la misma fuente, el 96% de estas empresas tiene una facturación en los últimos dos años de menos de 3 millones de dírham. Esto demuestra claramente que el tejido económico marroquí esta, en efecto, compuesto por pequeñas empresas muy pequeñas, o incluso microempresas.

Empresas creadas en 2013 en Marruecos:

Sector de actividad	SARL	Persona física	Total
Textil y del cuero	1		1
Industria agroalimentaria	1		1
Industria química	1		1
Industria metálica y eléctrica	28	1	29
Agricultura y pesca	2	1	3
Artesanía			
Edificios y obras públicas	234	2	236
Energía y minas			
Turismo	9		9
Comercio	448	31	479
Servicios Varios	640	25	670
Total	1.365	60	1.430

Empresas creadas en 2012 en Marruecos:

Sector de actividad	SARL	Persona física	Total
Textil y del cuero	5		5
Industria agroalimentaria	2		2
Industria química	2		2
Industria metálica y eléctrica	20	1	21
Agricultura y pesca	3		3
Artesanía	1		1
Edificios y obras públicas	254	10	264

² Se indica este dato para este período porque es el único identificado que representa a todas las regiones incluidas en el alcance geográfico del proyecto.



Energía y minas			
Turismo	5		5
Comercio	327	83	410
Servicios Varios	620	56	678
Total	1.239	150	1.389

Fuentes de financiación de las Pymes en Marruecos.

Desde la década de 1990, Marruecos ha registrado relativamente un correcto desempeño para mejorar el acceso a la financiación y el desarrollo de un sector bancario y financiero fuerte y competitivo.

Varias formas de préstamos bancarios, la ayuda para el autoempleo, el fondo de garantía, micro finanzas y acceso a financiación directa se han desarrollado para satisfacer las necesidades de las empresas.

- Financiación bancaria: Los bancos marroquíes comenzaron a mostrar un mayor interés en las Pymes, desarrollando productos y servicios específicos para diferentes tipos de empresas y centros dedicados a sus clientes Pymes. Los bancos marroquíes han introducido un sistema de calificación de crédito compatible con los estándares internacionales.
- Ayuda para el autoempleo: los montos máximos son variables según el nivel educativo de los beneficiarios (créditos para jóvenes emprendedores, créditos para jóvenes promotores y ayudas para el autoempleo se han implementado con el fin de fomentar la integración de las Pymes en el mercado laboral y reducir el desempleo).
- Fondos de garantía: General (FOGAM, PAIGAM, FOGAFAM, FOMAN etc.) y sectorial (FODEP I y II, RÉNOVOTEL, FORTEX, fondo de garantía de la bolsa y fondo de garantía de las industrias culturales), se han hecho para suplir el



papel de las líneas de la banca nacional e internacional en la financiación de las pymes marroquíes. Fue requerida financiación extranjera para apoyar estos fondos.

- Micro finanzas: Marruecos se convirtió en líder de este campo en la región MED y la región de Medio Oriente. Conforme a la ley, estas instituciones pueden prestar hasta 4.500 euros.
- El número de empresas en Marruecos aumentó en parte gracias a la ayuda del BEI. El marco regulatorio tiende a mejorar gracias a una ley aprobada en 2006 para animar a los administradores de fondos de capital riesgo para invertir en pymes conforme a lo previsto en la “Carta de las pymes”.
- Mercado de valores: ha permitido la creación de un segundo compartimiento dedicado a concesionarios y gestión del servicio público y al nuevo mercado de las pymes con alto potencial de crecimiento.

3.- Herramientas públicas y privadas de apoyo al emprendedor.

A continuación se indican determinadas herramientas público privadas promovidas por instituciones radicadas en las regiones de estudio, aunque generalmente, estas herramientas son comunes a instituciones similares en todo el territorio de Marruecos.

CÁMARA DE COMERCIO, INDUSTRIA Y SERVICIOS (CCIS) DE LA WILAYA DE TÁNGER.

El papel de la CCIS de Tánger es realizar tres funciones básicas:



- Una función de asesoramiento para la formulación de información sobre los sectores económicos incluidos en su jurisdicción territorial, así como sugerencias relativas a la organización y la situación de estos sectores.
- Una función auxiliar a través de la representación de las empresas bajo su demarcación de autoridad pública; información económica, fiscal y legal; promoción de empresas locales y la vinculación de los socios.
- Una función administrativa por medio de la emisión de certificados de origen, mapas de adhesión y certificados profesionales. Estas tareas se apoyan en la publicación y distribución de folletos, boletines, revistas, folletos...

Servicios de apoyo a empresas y emprendedores.

En el marco de afirmar y demostrar su capacidad para representar el tejido empresarial y el emprendimiento y adaptarse a los cambios económicos y sociales y con el fin de reforzar su papel de dinamización de la economía local, la CCIS de Tánger en colaboración con el Ministerio, ha llevado a cabo durante los últimos años, el lanzamiento y el establecimiento de varias estructuras de apoyo a las empresas y a los emprendedores:

- Célula de ayuda y asesoramiento (CAC)
- Centro de desarrollo de comercio al por menor (CPC)
- Centro de información de economía (CIE)
- Centro de Atención a la Mujer Emprendedora (CAFE)



- Casa del joven empresario (MJE)
- Centro de Gestión Contable Autorizado (CGCA)
- Proyecto de apoyo al empresariado CCIS Tánger/ANPME

CÉLULA DE AYUDA Y ASESORAMIENTO (CAC).

El programa se ha desarrollado teniendo en cuenta las lecciones aprendidas de la experiencia piloto llevada a cabo por el Departamento del Comercio Interior incluyendo asistencia en la promoción de las pymes en áreas rurales, en la provincia de El Kelaa des Sraghna, la CCIS de la Wilaya de Tánger ha implementado desde 1995 una estructura de apoyo a las pequeñas empresas, y asesoramiento. La gran misión asignada a esta célula es particularmente ayudar, asesorar, orientar y proporcionar la capacitación necesaria para los promotores de las pymes.

CENTRO DE DESARROLLO DE COMERCIO AL POR MENOR/MINORISTAS (CPC).

Creado por la CCIS de la Wilaya de Tánger, bajo los auspicios del Ministerio de Industria, Comercio, Energía y Minas, el Centro de desarrollo de minoristas ofrece la capacidad de administrar sus negocios de una manera eficaz, racional y legal a comerciantes. A través de un programa flexible y conveniente en comparación con la actividad comercial, los comerciantes pueden ahora beneficiarse con el apoyo de la CPC para obtener información para desarrollar negocios.

Objetivos:

- Proporcionar formación gratuita adaptada a las necesidades de los comerciantes minoristas.



- Proporcionar a comerciantes minoristas un buen conocimiento del negocio y formar en materia legal, fiscal e informática.
- Dar a los comerciantes minoristas capacitación que aborda los aspectos prácticos de los derechos, obligaciones y condiciones que rigen el sector comercial.

Beneficiarios:

- Todas las personas que ejercen eficazmente la actividad.
- Cualquier empresa industrial o persona jurídica de derecho privado que ejerce actividades comerciales, industriales o de servicios.

Duración de la formación:

Se establecen programas de capacitación proporcionados por este centro en consulta con los beneficiarios en forma de cursos académicos. Formación que dura 3 meses con una frecuencia de una vez por semana. Debe permitir al comerciante adquirir la capacitación básica, según un método que se enfoca en el aspecto práctico y operacional.

Módulos de CPC: Los temas cubiertos durante esta capacitación se refieren a:

- Los poderes de la CCI.
- Derechos y obligaciones del comerciante
- Fondo de comercio.



- Contabilidad general.
- Regulación jurídica y financiera.
- Contratos.
- Actos comerciales.
- Impuestos locales.
- Cheque.

CENTRO DE ATENCIÓN A LA MUJER EMPRENDEDORA (CAFE).

Marco General:

Como parte de los esfuerzos emprendidos para el desarrollo del emprendimiento femenino; el Ministerio de Industria, Comercio, Energía y Minas, en colaboración con la Agencia sueca de desarrollo internacional ha establecido dentro de la CCIS marroquí un centro piloto.

El principal objetivo del centro es la organización de cursos de manejo básico para las mujeres empresarias que quieran iniciar o desarrollar el potencial de su negocio.

El ciclo de formación incluye diferentes módulos en manejo básico como:

- Negociación, legal, financiero y fiscal.
- Gestión de compras, inventario y producción.
- Cálculo de costos, precios y facturación.
- Contabilidad.



- Marketing.
- Gerencia de personal.

Condiciones de participación: El grupo objetivo del curso de formación deberá reunir las siguientes condiciones:

- Ser empresaria o tener un proyecto de negocio.
- Capaz de leer y escribir.
- Conocimiento de cálculos básicos.
- Tener voluntad de participar en el ciclo de manera regular y activa.

Metodología de formación: La metodología seguida en la formación se caracteriza por la adopción de métodos y técnicas educativas modernas de formación como:

- Un método interactivo y participativo.
- Estudios de caso inspirados en empresas gestionadas por mujeres.
- Doble enfoque de teoría y aplicaciones prácticas.

Propósito de la formación: Esta formación culmina con la presentación de un certificado de participación al final de cada ciclo; sin duda tendrá efectos tanto cuantitativos como cualitativos, es decir:

- La mujer adquiere un potencial de gestión para desarrollar mejor su negocio.



- La introducción de la cultura del emprendimiento entre las mujeres marroquíes y su integración en el entorno económico.
- El desarrollo del emprendimiento femenino con la optimización de su rendimiento.

CASA DEL JOVEN EMPRESARIO (MJE).

Objetivos:

- Proporcionar a los promotores servicios de calidad que satisfagan sus necesidades (ayuda, asesoramiento, capacitación, recursos materiales, salas de reuniones, compartir oficinas, acceso a Internet...);
- Implicar a tejidos asociativos y económicos en el diseño y producción de herramientas y en la implementación de la estrategia;
- Crear una red de contactos capaz de movilizarse para la promoción de la joven empresa;
- Desarrollar un nuevo concepto de administración que es abierto, flexible, cerca de los actores económicos, transparentes y eficaces.

CENTRO DE GESTIÓN CONTABLE AUTORIZADO.

Marco general:

En el ámbito de la reducción del régimen fiscal que afecta a las pequeñas empresas, incluidos los minoristas, fabricantes y proveedores de servicios sujetos al régimen de tarifa plana; el Ministerio de Industria, Comercio, Energía y Minas ha iniciado con



el Departamento de Impuestos, la profesión contable y las Cámaras de Comercio, Industria y Servicios de aplicación Centros Gestión de Contabilidad autorizados. El propósito de la creación de estos centros es la reestructuración de la pequeña empresa, ayudando a reorganizar y revitalizar su gestión.

Dispositivo Legal:

Los Centros de Gestión Contable Autorizados se establecieron por la ley n ° 57-90 promulgada por Dahir n ° 1-9-228 de 28 Yumada I (09 de noviembre de 1992) que decreta medidas fiscales (15% sobre la deducción base imponible) para los comerciantes, los fabricantes y los proveedores de servicios sujetas al impuesto sobre la renta general, bajo el régimen de renta fija o de la renta neta simplificada cuando establecen y certifican la regularidad sus declaraciones de impuestos por parte de los centros dependientes de las Cámaras de Comercio, Industria y Servicios.

Por otro lado, el decreto de aplicación de la citada ley, que establece las condiciones para la concesión de la autorización a las empresas que gestionan estos centros, en su orden n ° 1676-1698 realizada con motivo del último párrafo del artículo 2 del citado decreto, define los procedimientos para la presentación y tramitación de solicitudes de aprobación de las empresas que operan estos centros.

Además, un comité de representantes de la Secretaría de Comercio Interior, el Departamento de Impuestos, las Cámaras de Comercio, Industria y Servicios, la Asociación de Contables Públicos de Marruecos, el Instituto de Expertos Contables y el gabinete FOCS, se inclinó en que en la finalización de los documentos se debe regir el funcionamiento de los centros y el tratamiento contable de los miembros. A saber:



- El acuerdo entre la empresa que opera el centro de gestión aprobado contabilidad y departamento de impuestos que determina las modalidades de asistencia y orientación que durará centros.
- Las reglas que especifican todos los aspectos de la competencia y el funcionamiento de los centros, las obligaciones y las condiciones de la adhesión de los clientes, la composición y funciones del comité de dirección del centro, así como la responsabilidad del centro y su relación con Administración Tributaria representada por el Departamento de Impuestos.
- Manual que traza el mantenimiento de las técnicas de cuentas seguido por los centros de contabilidad de gestión aprobados.
- Acuerdo de membresía.
- El contrato entre el Director y el Gerente de la empresa el centro.
- La hoja informativa sobre el miembro y sus actividades.
- El registro de los miembros que deben realizarse por el centro.

Guía de contabilidad para los miembros del centro:

Además de los documentos antes mencionados, el Comité para la implementación de centros de gestión de contabilidad aprobadas también abogó por la elaboración de una guía para el suscriptor en árabe que tiene como objetivo popularizar las técnicas de la organización contable ofrecido por el centro.



CENTROS REGIONALES DE INVERSIÓN.

Creados el 8 de octubre de 2002 y bajo la tutela del Wali de la región, el Centro Regional de inversiones tiene amplias prerrogativas en fomento de la inversión.

Bajo el emblema de facilitador de los procedimientos, actúa como interlocutor de los inversores y creadores de empresas a través de dos enfoques:

- Asistencia la creación de empresas: Interlocutor único para los creadores de empresas información, orientación y apoyo para la creación de empresas. La implementación de establecimientos, fiscal y social de la empresa.
- Ventana de ayuda a los inversores.

El Centro Regional de inversión da la bienvenida a los nuevos inversores, proporcionando información útil para la inversión en la región y los procesos de sus solicitudes de permisos y todos los actos administrativos necesarios para la ejecución de los proyectos. También se encarga de estudiar los proyectos de acuerdos que se celebren con el Estado.

Bajo los términos de la carta real de 9 de enero de 2002, sobre la gestión descentralizada de la inversión, se decidió establecer la ventanilla para apoyar la creación de empresas. Esta ventanilla tiene como misión principal:

- Concesión del certificado negativo de nombre
- Legalización de firma
- Inscripción para el impuesto de negocio y la identificación de impuestos



- Inscripción en el registro de comercio
- Avisos legales.

FONDO DE GARANTÍA CENTRAL.

Fundado en 1949, el fondo de garantía es una institución financiera pública, comparable a una entidad de crédito.

Instrumento del estado, contribuye a dar un impulso a la iniciativa privada en el fomento de la creación, desarrollo y modernización de las empresas. También apoya el desarrollo social a través de la garantía de préstamos para la vivienda social.

Sus principales áreas estratégicas de actividad abarcan:

- La garantía de crédito de inversión, explotación, reestructuración financiera y capital de riesgo
- Cofinanciamiento con bancos de inversión y la innovación de programas
- La garantía de préstamos para la vivienda social

Con el fin de reforzar su papel en la financiación de las pymes, el fondo de garantía central adoptó un plan de desarrollo para el período 2009-2012 que se articula en torno a los siguientes ejes:

- Oferta - productos adaptados a cada fase del ciclo de vida del negocio: creación => operación => desarrollo;



- Procedimientos simplificados: velocidad, capacidad de respuesta, las delegaciones de la decisión de garantía...
- Una redistribución regional para una mayor proximidad con los bancos y las empresas a través de la creación de centros de negocios en las principales ciudades del Reino. Dos centros de negocios ya están funcionando en Tánger y Agadir.

¿Por qué utilizar una garantía?

La garantía tiene como objetivo facilitar el acceso a financiación a las empresas, en particular de las pymes.

La garantía del fondo le permite eliminar el obstáculo de la financiación para abordar la falta de seguridad, suprimiendo los riesgos asumidos por el banco.

Las garantías previstas por los presentes en el fondo reciben la garantía incondicional del estado.

Los objetivos fundamentales del fondo, condiciones y métodos de intervención están claramente definidos.

Beneficios para empresas: El fondo de garantía facilita la cobertura:

- Acceso al banco de financiación de proyectos de inversión y sus créditos de funcionamiento;
- La reestructuración financiera de sus ~~las~~ deudas bancarias.
- Sostiene, a través de productos de cofinanciación, su modernización para mejorar su competitividad frente a la competencia extranjera.



Beneficios para personas físicas: El fondo de garantía apoya:

- La vivienda propia, a través de la garantía de productos dedicados al hábitat;
- Acceso a los créditos estudiantiles.

Beneficios para los bancos: El fondo de garantía permite:

- Reducción de su exposición a las contrapartes y la mejora de sus ratios prudenciales;
- El desarrollo de sus créditos de inversión de las empresas;
- Financiar más proyectos de valor agregado y el enfoque de nuevos segmentos de clientes.

Los fondos administrados:

El fondo de garantía pone sus estructuras y sus conocimientos al servicio de la gestión empresarial y un marco de gestión profesional a menor costo.

Creación de TPE (muy pequeñas empresas): Financiación de proyectos de creación de pequeños negocios.

- ILAYKI
- Crédito Daman Express.
- Crédito Damane Crea.



Creación de Pymes y la gran empresa: Facilitar negocios y acceso a créditos de inversión necesarios para la realización de proyectos.

- Garantía de la inversión, el crédito Damane Crea.
- Garantía de aportaciones de capital o cuasi-capital Damane Venture Capital.
- Fondo de promoción de la educación privada FOFEP.

OTROS INSTRUMENTOS DE APOYO AL EMPRENDEDOR:

PROYECTO DE APOYO AL EMPRESARIADO CCIS TÁNGER/ANPME.

El Proyecto "apoyo a la empresa" dotado de 33,9 millones \$US es el quinto proyecto del programa MCA-Marruecos de un montante de 697,5 millones \$US, gestionado por la Agencia de la Alianza para el Progreso, tras la firma del Reto del Milenio el 31 de agosto de 2007, entre los gobiernos de los Estados Unidos, a través de la corporación del Reto del Milenio y el Reino de Marruecos.

Este proyecto se une a la sostenibilidad como objetivos de las empresas y la mejora de los ingresos de jóvenes empresarios y sus empleados y los titulares de las actividades generadoras de ingresos (AGR).

Para ello, propone, en una primera fase de dos años, ofrecer asistencia técnica y apoyo post-creación a un perfil de 400 empresas creadas en el marco del programa de Moukawalati y 200 AGR creadas como parte de la iniciativa nacional para el desarrollo humano (INDH).



A su fin y después de una evaluación de impacto sobre la sostenibilidad de las empresas y los ingresos de los promotores, una segunda fase del proyecto podrá ser lanzada en beneficio de otras empresas creadas en el marco del programa de Moukawalati y otro AGR, que no entraron dentro del primer corte.

En este sentido, cabe señalar que el apoyo para el post-creación ofrecido se caracteriza por dos características principales:

- Un enfoque de acompañamiento individualizado por empresa o AGR para proporcionar servicios adaptados a las necesidades de los beneficiarios;
- Apoyar la asistencia prestada a las post-creación por profesionales privados favoreciendo el logro de los resultados, la sostenibilidad de las empresas o AGR y mejora de sus ingresos.

Estos beneficios de apoyo a la post-creación consisten en la realización de un diagnóstico de la empresa o el AGR cuyo objetivo es identificar las necesidades junto con el gerente de la empresa (o el gestor AGR), que desarrollarán un plan de acción destinado a mejorar la sostenibilidad de estas entidades y de los ingresos de los jefes de estas entidades.

Al final de la diagnosis de esta entidad, se establece un plan de desarrollo para que cada entidad pueda mejorar su sostenibilidad. Este plan de desarrollo incluye:

- Formación de los jefes de entidades: estas actividades de formación consisten en la organización de sesiones de capacitación a nivel regional, siempre en beneficio de grupos homogéneos de jefes de las entidades que requieren necesidades específicas de formación, la formación que se



necesita debe ser identificada sobre la base de diagnósticos;

- Actividades de red: que consiste en la organización de eventos entre entidades o entre empresas y otros socios (institucionales, financieras, grandes empresas,...) para cumplir con nuevos clientes o proveedores, para diversificar los contactos y facilitar el intercambio de experiencias y conocimientos, etc.
- Actividades de capacitación de los jefes de entidades: Fomentar la capacidad gerencial de las entidades con el objetivo de facilitar la toma de decisiones y medidas adecuadas, en el tiempo, para lograr un objetivo predefinido;
- Actividades complementarias para la ejecución de un plan de desarrollo de la entidad a través de acciones para la búsqueda conjunta de nuevos clientes, la relación de la entidad con las instituciones financieras y de cualquier acción que pueda tener un impacto directo en el incremento del volumen de negocio y la mejora de la posición de efectivo.

Para cumplir con todas las condiciones de éxito del proyecto, sobre el terreno, su realización implica las siguientes entidades:

- La Agencia de la Alianza para el Progreso (APP), que fue responsable de implementar la experiencia piloto de diversas actividades en el marco del proyecto y también es la gestora administrativa y financiera;
- La Agencia Nacional para la Promoción de la Pequeña y Mediana Empresa (ANPME) para supervisar las medidas de apoyo post-creación de empresas que se beneficiaron de los incentivos que acompañan a la pre-creación por parte de los terrenos comprendidos Moukawalati Cámaras de Comercio, Industria y Servicios de Asociaciones y microcrédito;



- La coordinación nacional de la iniciativa nacional para el desarrollo humano (INDH CN) para supervisar y tutorizar las acciones de seguimiento post-creación realizadas en beneficio de la AGR;
- La Oficina de la Formación Profesional y Promoción del Empleo (OFPP), que tiene la responsabilidad de supervisar y coordinar el seguimiento posterior a la creación de empresas que se beneficiaron de los beneficios que acompañan a la pre-creación por parte de los terrenos comprendidos Moukawalati sus instituciones de formación.

FIRO FONDOS DE INVERSIÓN DE LA REGIÓN ORIENTAL.

Con un presupuesto de 300 millones de dirhams tiene como objetivo financiar proyectos empresariales en la zona oriental.

La creación de este fondo es parte de las altas directivas reales contenidas en el discurso de marzo de 2003. Este fondo está financiado por capital público y privado.

El Fondo Hassan II para el Desarrollo Social, la Agencia Económica para la promoción y el desarrollo económico y social de las provincias y prefecturas de las instituciones orientales y entidades bancarias, están involucrados en el proyecto.

Este fondo pretende fomentar una economía con alto crecimiento competitivo. Las inversiones se orientarán principalmente hacia proyectos que tengan un impacto en la estructuración de la región. El objetivo es contribuir a la aparición de una



■	Région de l'Oriental	20%
■	Agence de l'Oriental	20%
■	Fonds Hassan II	17%
■	Banque populaire	7,17%
■	AttijariwafaBank	7,17%
■	BMCE	7,17%
■	CDG	7,17%
■	Crédit Agricole	7,17%
■	Holmarcom	7,17%



dinámica de desarrollo sostenible mediante la promoción de sectores clave: turismo, alimentos y servicios. Las empresas que reciban esta financiación, están obligadas a cumplir con las normas de higiene, contribuir a la preservación del medio ambiente y no explotar el trabajo infantil.

Estructura legal: Sociedad Anónima con un Consejo de Administración

Tamaño del fondo: 150 millones de dirhams en el primer tramo, llegando a 300 millones de dirhams en el segundo tramo.

Plazo del Fondo: 10 años.

Objetivo:

- Fomentar la aparición de un potencial de crecimiento del tejido económico competitivo.
- Contribuir a la eclosión de un crecimiento sostenible y dinámico en sectores prometedores susceptibles de tener un impacto económico y social en el desarrollo de las empresas de la región oriental.

Criterios de Elegibilidad:

- Proyectos iniciados por empresas en la Región,
- Actuaciones en todos los sectores, con la excepción de la negociación y el comercio minorista,
- Bienes inmuebles (excluidos los proyectos de turismo) y los servicios financieros.



Inversiones:

- Inversiones realizadas en capital y cuasi-capital
- Gama de participación: 10% a 35%

Horizonte de Inversión: 5 años.

FONDOS APDN AGENCIA DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO DEL NORTE DE MARRUECOS.

Apoyo a los sectores productivos.

Con el fin de reforzar la competitividad sectorial, la APDN interviene a través de acciones de apoyo a los sectores productivos: agricultura, industria, servicios, artesanía. La APDN ha sostenido y sigue apoyando en este sentido varios proyectos relativos al fomento y/o rehabilitación de los sistemas de riego, la expansión de plantaciones frutales, el desarrollo de los sectores de ganadería, el fortalecimiento de las capacidades de las cooperativas, el acondicionamiento de locales profesionales y de zonas industriales así como el desarrollo de los oficios de artesanía con aldeas de artesanos de Taza, Ksar El Kbir, Alhucemas y Taghzout.

Desarrollo de zonas de actividades, polos de actividad y de atractivo territorial.

Las acciones de la Agencia han sido orientadas, en este contexto, hacia la construcción, la valorización y la recalificación de infraestructuras industriales relativas a zonas industriales y locales profesionales eficientes y modernos. Esta intervención concierne la valorización de zonas de actividades aptas de acoger a industriales e inversores tanto a través de los estudios de factibilidad y preliminares



(Asilah, Gueznaya, Tetuán) como a través de la valorización propiamente dicha de las zonas de (Taza, Alhucemas) o su rehabilitación (Taza, Larache).

En este marco, hace falta subrayar los esfuerzos a favor del desarrollo del espíritu empresarial mediante el lanzamiento de las obras para los viveros de empresas de Chefchauen, Alhucemas, Taza, Tánger, Tetuán, Fnidek y Taounate.

La APDN aspira también a desarrollar la iniciativa regional de la innovación tecnológica, científica e industrial.



BLOQUE III: CONCLUSIONES.

Para la elaboración de este apartado se ha considerado de utilidad, en primer lugar, y para la sección correspondiente a la Hoja de ruta del emprendimiento, recoger los principales pasos a seguir para la constitución de un proyecto emprendedor en Marruecos y en Andalucía.

En segundo lugar, hay que comentar que para la sección de sinergias entre emprendedores y agentes de apoyo al emprendedor de ambos territorios, además de la información recabada, se han utilizado las conclusiones del Primer Taller de Intercambio de Buenas Prácticas entre agentes de apoyo al emprendedor de Andalucía y Marruecos, organizado en el marco del proyecto en el mes de mayo de 2014.



Formalidad 1 Certificado negativo de nombre	Empresas afectadas	Órgano ejecutor	Documentos solicitados	Gasto
	Todas las empresas mercantiles, salvo empresas individuales sin necesidad de logo.	Centro Regional de Inversión	Impreso de solicitud Original y fotocopia de DNI o pasaporte	Denominación 230 Dh Logo 170 Dh
Observaciones: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Pasado el plazo de un mes, los certificados negativos no retirados serán anulados. ✓ Pasado el plazo de un año, los certificados negativos retirados y no depositados para inscripción al Registro mercantil serán anulados ✓ También se puede depositar en línea la demanda de certificado negativo, mediante el “DirectInfo Certificat Negative”, necesario para la inscripción de las empresas al registro mercantil: www.directinfo.ma 				
Formalidad 2: Establecimiento de los estatutos (Escritura pública o privada) y actos de constitución	Órgano ejecutor	Documentos solicitados	Gasto	
	Gabinete Jurídico, fiduciario, notarios, abogados expertos contables asesores jurídicos etc...	A definir con el gabinete jurídico encargado del expediente	Honorarios del gabinete jurídico	
Formalidad 3: Bloqueo del importe del capital liberado	Empresas afectadas	Órgano ejecutor	Documentos solicitados	
	Las empresas mercantiles particularmente SU, SARL, SAS, SNC, SCA	Banco	Estatutos, el certificado negativo, los documentos de identidad, los boletines de suscripción (para SU, SAS) y los importes del capital liberado.	



Formalidad 4: Registro de los actos de creación	Empresas afectadas	Órgano ejecutor	Documentos solicitados	Gasto
	SA, SARL, SNC, SCS, SCA	Dirección Regional de Impuestos situada en el Centro Regional de Inversión	Para todas las empresas menos la SU se debe presentar en el mes del acto (30 días) Para todas las empresas: el contrato de arrendamiento o el acto de adquisición deben ser registrados en el mes de su establecimiento.	El 1 % del capital, con un mínimo de 1000Dh más sello de 20Dh por hoja para los estatutos de la empresa 200Dh para cada PV si se efectúa allí. 200Dh para el contrato de arrendamiento.
Observaciones: ✓ El registro de los actos y debe hacerse en el mes de sus establecimiento para evitar aumentos por demora				
Formalidad 5: Inscripción Impuesto rendimientos del trabajo e identificador fiscal (IS - IR - IVA)	Empresas afectadas	Órgano ejecutor	Gasto	
	Para las empresas mercantiles: IR, IS, IVA	Dirección Regional de Impuestos situada en el Centro Regional de Inversión	N/A	
Formalidad 6: Inscripción en el Registro de Comercio	Empresas afectadas	Órgano ejecutor	Gasto	
	Todas las empresas mercantiles	Tribunal de comercio representado en el seno del Centro Regional de Inversión	Depósito de los estatutos: 200 Dhs Inscripción en el RC: 150 Dhs PV si se efectúa allí: 50 Dhs	



Formalidad 7: Afiliación en el CNSS (Caja Nacional de la Seguridad Social)	Empresas afectadas	Órgano ejecutor	Gasto
	Todas las empresas	Caja Nacional de la Seguridad Social representada en el seno del Centro Regional de Inversión	N/A
Observaciones: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ciertas formalidades no se pueden llevar a cabo por los técnicos de ayuda a la creación y deben ser cumplidas por el solicitante. Las relativas a las profesiones reglamentadas o la licencia bajo autorizaciones, por ejemplo. 			
Formalidad 8: Publicación periódico de anuncios legales y boletín Oficial	Empresas afectadas	Órgano ejecutor	Gasto
	Todas las empresas mercantiles	Periódico de anuncios legales y Boletín Oficial	Con arreglo al número de líneas.



Formalidad 1: Redacción contrato de constitución	Forma jurídica	Lugar de presentación	Documentos
	Comunidad de bienes, Sociedad Civil, SA, SRL, SLNE, Sociedad Colectiva, Sociedad Comanditaria, Sociedad Cooperativa, Sociedad Laboral, Sociedad Profesional		
Formalidad 2: Liquidación (exenta) del ITP (según normativa autonómica)	Forma jurídica	Lugar de presentación	Documentos
	Comunidad de bienes, Sociedad Civil, SA, SRL, SLNE, Sociedad Colectiva, Sociedad Comanditaria, Sociedad Cooperativa, Sociedad Laboral, Sociedad Profesional	Consejería de Hacienda y Administración Pública	
Formalidad 3: Solicitud del CIF	Forma jurídica	Lugar de presentación	Documentos
	Comunidad de bienes, Sociedad Civil, SA, SRL, SLNE, Sociedad Colectiva, Sociedad Comanditaria, Sociedad Cooperativa, Sociedad Laboral, Sociedad Profesional	AEAT Agencia Tributaria	Modelo 036 Contrato constitutivo o escritura pública NIF del solicitante



Formalidad 4: Solicitud del CIF	Forma jurídica	Lugar de presentación	Documentos
	SA, SRL, SLNE, Sociedad Colectiva, Sociedad Comanditaria, Sociedad Cooperativa, Sociedad Laboral, Sociedad Profesional	Registro Mercantil RMC Registro de Sociedades Cooperativas	Impreso de solicitud
Formalidad 5: Escritura pública de constitución	Forma jurídica	Lugar de presentación	Documentos
	SA, SRL, SLNE, Sociedad Colectiva, Sociedad Comanditaria, Sociedad Cooperativa, Sociedad Laboral, Sociedad Profesional	Notaría	Certificación negativa nombre Estatutos DNI socio(s) fundador(es) Certificación bancaria capital social Certificado calificación laboral (Soc. Laboral)
Formalidad 6: Inscripción Registral	Forma jurídica	Lugar de presentación	Documentos
	SA, SRL, SLNE, Sociedad Colectiva, Sociedad Comanditaria, Sociedad Cooperativa, Sociedad Laboral, Sociedad Profesional	RMT	Escritura de constitución CIF Certificado calificación laboral (Soc. Laboral)
Formalidad 7: Inscripción Registros Especiales	Forma jurídica	Lugar de presentación	Documentos
	Sociedad Cooperativa, Sociedad Laboral, Sociedad Profesional	Registro Sociedad Laboral Registro Sociedades Cooperativas Registro Sociedades Profesionales	



2.- Sinergias entre emprendedores y agentes de apoyo al emprendimiento en el territorio transfronterizo.

Las conclusiones a las que llegamos después de recoger la información para la elaboración de la guía de la parte de Marruecos son:

- Existen diferencias importantes tanto en asistencia como en volumen de emprendedores y/o de Pymes de reciente creación entre las tres regiones del norte de Marruecos, siendo la región de Tánger – Tetuán la que mejores indicadores está obteniendo. Para combatir este desequilibrio, se han puesto en marcha proyectos estatales como la creación de la Agencia Oriental encaminados a mejorar este problema.
- Existe una mucha literatura sobre programas de apoyo a emprendedores, pero en realidad, ya sea por falta de medios o por la poca difusión que se hace de los programas, éstos no consiguen sus objetivos. Póngase como ejemplo el programa Moukawalati que ya expiró después de una prórroga y que en el taller se puso de manifiesto que no cubrió las expectativas de apoyo a los emprendedores.
- Por parte de los emprendedores hay una gran cultura emprendedora, pero desorientada. Con esto se quiere decir que hay muchos emprendedores que desean iniciar una actividad para la que no están preparados, simplemente debido a que dicha actividad esté de moda o que requiera menos inversión.
- Marruecos está viviendo un auge importante en lo que se refiere a mujeres emprendedoras, aunque creemos que se necesitan de más ayudas para este segmento de la población.



Después de valorar las conclusiones mencionadas anteriormente, creemos que sería muy provechoso para todas las regiones, las siguientes sinergias:

- Colaboración por parte de Andalucía emprende con la ANAPEC para crear Centros de Apoyo al Empresario similares a los que existen en Andalucía.
- Realizar programas de intercambio de emprendedores entre las regiones, de manera que un emprendedor que en su plan de negocio plantee la internacionalización, pueda tener ventajas de incubación en los CADES y todo lo que ello conlleva como es el asesoramiento, red de contactos, etc.
- Colaboración entre Universidades de todas las regiones, para realizar anualmente una selección de proyectos empresariales similar al Spin off existente en España pero a nivel bilateral.
- Que todas las entidades de apoyo al emprendedor y/o Pymes tengan una base de datos común y un “feedback” trimestral o semestral, para que los emprendedores o pequeños empresarios puedan tener fácil acceso a información y contactos de cualquier región, desde la suya propia.



ANEXO : Questionnaire INSTITUTIONS

Données de contact

Nom et Prénom :

Institution :

Coordonnées :

1) Quels sont les services qu'offre votre institution ?

Conseil fiscal/légal,...

Elaboration du plan d'affaire

Elaboration du plan Marketing et ventes

Informations sur Aides et Subventions

Informations financières

Incubateur d'entreprises

Autres

2) Quelle est la fréquence de l'utilisation de vos services par les entrepreneurs ?

3) Indiquez, SVP, sur une échelle allant de 1 à 5, le degré de satisfaction des services que vous offrez aux entrepreneurs.

4) Pensez-vous que les services offerts/utilisés, ont suffi à démarrer les initiatives entrepreneuriales ?

5) Y a-t-il un service qu'une entreprise en avait besoin et que vous n'avez pas pu l'offrir ?

6) Sur la base de votre expérience personnelle, quel est le problème principal que rencontre un entrepreneur dans son environnement ?

7) Est-ce que vous considérez que votre ville est un bon lieu pour entreprendre ?

8) Quels sont les secteurs d'activité des entrepreneurs qui vous visitent dans votre bureau ? (3 secteurs).

9) Y a-t-il certains aspects qui ne figurent pas dans les questions ci-dessus que vous souhaitez commenter ?



ANEXO : Questionnaire ENTREPRENEURS

Données de contact:

Nom et Prénom:

Entreprise:

Coordonnées :

1) Connaissez-vous les services de soutien à l'entrepreneuriat fournies par les différentes entités de l'environnement? OUI/NON.

2) Quelles sont les entités que vous connaissez et qui fournissent des services à des entrepreneurs ?

3) Quels services connaissez-vous ?

Conseil fiscal/légal,...
 Elaboration du plan d'affaire
 Elaboration du plan Marketing et ventes
 Informations sur Aides et Subventions
 Informations financières
 Incubateur d'entreprises
 Autres

4) Avez-vous utilisé un de se services? OUI/NON.

5) Si votre réponse est affirmative, indiquez lequel.

6) Quelles entités ont fournis ce/ces service(s) pour vous ?

7) Indiquez, SVP, sur une échelle de 1 à 5, le degré de satisfaction de ses services. Si vous aviez recours à divers services et / ou des agents, indiquez le degré de satisfaction pour chacun d'eux.

8) Les services fournis ont été suffisants pour démarrer votre initiative entrepreneuriale ?



- 9) Y avait-il un service dont vous aviez besoin et qu'aucune de ces entités ne pouvait fournir ?
- 10) Sur la base de votre expérience personnelle, Quel est l'obstacle principal que rencontre un entrepreneur?
- 11) Considérez-vous votre ville comme un bon lieu pour entreprendre?
- 12) Quel est votre secteur d'activité?
- 13) Y a-t-il certains aspects qui ne figurent pas dans les questions ci-dessus que vous souhaitez commenter ?



BIBLIOGRAFÍA.

- ✓ Análisis de Emprendimiento en la Unidad de Creación de Empresas. Informe de Emprendimiento, Confederación de Empresarios de Málaga, 2013.
- ✓ Boletín Oficial de la Junta de Andalucía – Histórico del BOJA. Boletín nº 105, mayo de 2013.
- ✓ Canal emprendedor del Ministerio de Industria, Energía y Turismo. www.ipyme.org
- ✓ Directorio de Empresas y Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía, Junta de Andalucía CNAE9, 2013.
- ✓ Directorio de empresas y establecimientos con actividad económica en Andalucía, 2013. Consejería de Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía.
- ✓ Estadísticas pyme Evolución e Indicadores. Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa, Nº12 Marzo 2014.
- ✓ Estrategia Española de Empleo, Ministerio de Trabajo e Inmigración. 2011.
- ✓ Estudio sobre el desarrollo del Capital Privado “informal” y las redes de Business Angels en Andalucía como fuente de financiación para emprendedores y creación de nuevas empresas, Antonio de la Torre Gallegos y Félix Jiménez Naharro. Escuela Andaluza de Economía, 2011.
- ✓ Global Entrepreneur Indicator, Business Environment. Report Released April 2014.
- ✓ Global Entrepreneur Indicator, Job Indicator. April 2014.



- ✓ Observatorio de Clima Emprendedor 2013. Un estudio sobre el emprendimiento realizado por SAGE y Fundación Iniciador.
- ✓ Retrato de la pyme 2014. Subdirección General de Apoyo a la Pyme, Dirección General de Industria y la Pyme.
- ✓ Servicios Públicos Autonómicos de Apoyo a los Emprendedores, CEPES. Marzo 2014.
- ✓ Termómetro del Emprendedor, 1er semestre 2013. Instituto para la formación y el Empleo y la Asociación de Jóvenes Empresarios.
- ✓ X Encuesta Vocación Emprendedora Andalucía, ESIC & Junta de Andalucía, 2013.
- ✓ Base de datos de la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Tánger.
- ✓ Base de datos del Caja Central de Garantía de Tánger.
- ✓ Información de Técnicos del Centro Regional de Inversiones Tánger-Tetuán.
- ✓ Información de emprendedores y/o Pymes de la CGEM de Tánger.
- ✓ Encuestas realizadas a Técnicos y emprendedores de la zona de Tánger-Tetuán.