



# **Oportunidades de negocio no sector TIC**

**XUNTA DE GALICIA**

---

Elaboración e edición

Dirección Xeral de Emprego, Traballo Autónomo e Economía Social  
Consellería de Emprego e Igualdade



Esta obra está elaborada dentro das actividades do Proxecto LACES (0129\_LACES\_1\_E), Laboratorios de apoio á creación de emprego e empresas de economía social, que ten como fin último contribuir ao fomento e consolidación da economía social na Eurorrexión Galicia-Norte de Portugal para conseguir un salto cuantitativo na súa capacidade para xerar e consolidar emprego.

O proxecto LACES está cofinanciado nun 75% polo Fondo Europeo de Desenvolvemento Rexional (FEDER), no marco do programa INTERREG V-A España-Portugal (POCTEP) 2014-2020.

---

# INDICE

<b>1. O sector TIC</b> .....	6
1.1 Introdución.....	6
1.2 Contexto económico.....	6
1.3 Tendencias e retos.....	7
1.3.1 Computación na Nube.....	8
1.3.2 Big Data.....	8
1.3.3 Internet das Cousas (IoT).....	9
1.3.4 Intelixencia Artificial.....	9
1.4 Outros retos e posibilidades do sector.....	10
<b>2. A economía social e o sector TIC en la Eurorexión</b> .....	10
2.1. Que se entende por economía Social en Galicia e Portugal.....	10
2.2. O sector TIC en la Eurorexión.....	11
2.3. Economía Social e sector TIC.....	12
<b>3. Criterios de selección de oportunidades</b> .....	13
3.1 Cando unha idea de negocio representa unha oportunidade de negocio?.....	14
3.2 Método de avaliación das oportunidades de negocio.....	15
3.3 Cualificación das oportunidades detectadas.....	15
<b>4. Oportunidades de negocio detectadas</b> .....	16
4.1 Servizo de dispositivos telemáticos para coidado e monitoraxe.....	16
4.1.1 Aumento do número de persoas que viven soas.....	16
4.1.2 Solución ofrecida.....	17
4.1.3 Viabilidade da oportunidade.....	17
4.1.4 Ficha identificativa.....	18
4.2 Dixitalización da pequena empresa.....	19
4.2.1 A dixitalización da pequena empresa é unha tarefa pendente.....	19
4.2.2 Solución ofrecida.....	20
4.2.3 Viabilidade da oportunidade.....	20
4.2.4 Ficha identificativa.....	20
4.3 Rede social artesanal con tenda electrónica.....	21
4.3.1 A implantación da transformación dixital na artesanía.....	21
4.3.2 Solución ofrecida.....	22
4.3.3 Viabilidade da oportunidade.....	22
4.3.4 Ficha identificativa.....	22
4.4 Portal interactivo de valoración de profesionais.....	23
4.4.1 O auxe dos comparadores en liña.....	23
4.4.2 Solución ofrecida.....	23
4.4.3 Viabilidade da oportunidade.....	24
4.4.4 Ficha identificativa.....	24
4.5 Comunidade de makers.....	25
4.5.1 O auxe do faino ti mesmo.....	25
4.5.2 Solución ofrecida.....	26
4.5.3 Viabilidade da oportunidade.....	26
4.5.4 Ficha identificativa.....	27

---

4.6 Sistema de difusión de noticias a través de dispositivos móviles. ....	28
4.6.1 O problema dos grupos en aplicacións de mensaxería instantánea. ....	28
4.6.2 Solución ofrecida. ....	28
4.6.3 Viabilidade da oportunidade. ....	29
4.6.4 Ficha identificativa. ....	29
<b>5. Financiamento. ....</b>	<b>30</b>
5.1 Axudas y subvencións. ....	30
5.1.1 Subvencións Xunta de Galicia. ....	30
5.1.2 ENISA (Empresa Nacional de Innovación S.A.) ....	31
5.1.3 Créditos ICO. ....	31
5.1.4 Incentivos Goberno de Portugal. ....	31
5.2 Financiamento para proxectos de economía social. ....	31
5.3 Axudas e subvencións específicas para o sector TIC. ....	34
5.4 Líñas de financiamento específicas. ....	34
5.5 Outras líñas de financiamento públicas ou privadas. ....	34
5.5.1 Incubadoras e aceleradoras de startups. ....	35
5.5.2 Sociedades de capital risco. ....	35
5.5.3 Business angels. ....	35
5.5.4 Banca privada. ....	35
<b>6. Fontes consultadas. ....</b>	<b>36</b>

# 1. O sector TIC.

## 1.1 Introducción.

O sector das Tecnoloxías da Información e das Comunicacións (TIC) está formado polas industrias manufactureiras ou de servizos cuxa actividade principal está vinculada co desenvolvemento, comercialización e uso intensivo das tecnoloxías que lle dan o seu nome. É dicir, todas aquelas empresas que dedican a súa actividade principal á fabricación e á prestación de servizos TIC entre os que se atopan o comercio, as actividades informáticas e as telecomunicacións.



A rama das actividades informáticas, na que se concentran o maior número das empresas, agrupa negocios relacionados coas tecnoloxías da información e a informática, desenvolvemento web, actividades de programación de software, videoxogos e aplicacións para todo tipo de dispositivos, a consultoría informática, así como a reparación de equipos de comunicación e informáticos, a xestión de recursos informáticos e o procesamento de datos.

Na rama do comercio agrúpanse as empresas que se dedican á venda por xunto de equipos e programas informáticos, equipos electrónicos, de telecomunicacións e os seus respectivos compoñentes. Por último, na rama das telecomunicacións concéntranse as empresas dedicadas a todo tipo de comunicacións, xa sexan sen fíos, por cable ou por satélite.

Un dos obxectivos do sector é a mellora da calidade de vida das persoas, utilizando para iso servizos, redes, software e dispositivos que se integran nun sistema de información interconectado. O sector TIC contribúe ao desenvolvemento social e económico, debido ao seu carácter transversal e o seu impacto sobre a produtividade e a competitividade do resto de sectores de actividade. É dicir, trátase dun sector estratéxico para a economía.

Maioritariamente, a Eurorrexión de Galicia e norte de Portugal ten núcleos de poboación moi dispersos e a comunicación coas zonas máis poboadas é difícil, o que carrega unha dificultade implícita para xerar industria nesas zonas. As oportunidades de negocio no sector TIC, que se presentan neste informe, poden axudar a mellorar a calidade de vida das persoas e impulsar a creación de industria e postos de traballo na zona de estudo.

## 1.2 Contexto económico.

Na actualidade, España continúa con tendencia positiva de crecemento económico. No ano 2018, a taxa de variación do Produto Interior Bruto (PIB) per cápita alcanzou o 3,2%. Unha tendencia positiva que comezou no ano 2014, indicando unha mellor situación económica no país tras o período de crise iniciado no 2007. Un caso similar rexístrase en Portugal, cun PIB per cápita do 3,7% en 2018.

Centrándonos no sector TIC, podemos observar un aumento no número de empresas que se dedican ao sector, así como das cifras de negocio, o investimento e os postos de emprego activos, con respecto aos datos recollidos en anos anteriores. A finais do ano 2017, segundo datos do Observatorio Nacional das Telecomunicacións e da Sociedade da Información (ONTSI), o número de empresas españolas pertencentes ao sector TIC ascendía a máis de 24.000 compañías, un 3,4% máis que o ano anterior. Isto supón consolidar unha tendencia de crecemento por catro anos consecutivos. A rama de actividade que comprende un maior número de firmas é a correspondente ás actividades informáticas, que representa un 71% do total de empresas TIC. Dende o ano 2014, a cifra de negocios do sector TIC creceu de forma constante en España. Concretamente, en 2017 alcanzáronse os 87.627 millóns de euros. Doutra banda, o investimento das empresas tamén experimentou crecemento, superando os 15.000 millóns de euros. É destacable, ademais, o incremento rexistrado no emprego, un 6,3%, ata alcanzar os 391.001 postos de traballo.

Segundo o Informe Anual do sector TIC e dos Contidos en España, en 2016 en Galicia concentrábase un 5% das empresas TIC de España, cun total de 1.292, o que representa o sexto posto a nivel estatal. Con todo, o 83% destas empresas son microempresas con dous ou menos asalariados, e soamente un 6% teñen 10 ou máis traballadores. O valor engadido bruto das empresas TIC en Galicia durante o 2016 aumentou un 9,1%, superando os 1300 millóns de euros.

No caso de Portugal, cuxos datos publica en 2018 o diario “Jornal Económico”, o sector está maioritariamente composto polas empresas de consultoría e programación informática. Trátase maiormente de compañías de recente creación e de dimensións reducidas.

Máis da metade das empresas TIC portuguesas viron aumentar o seu volume de negocio nos últimos anos. Ademais, este segmento presenta unha maior taxa de empresas de crecemento elevado que o resto de firmas do país. O censo de empresas TIC portuguesas está conformado por 7.260 compañías, con 13.376 millóns de euros en volume de negocio e 78.360 empregados.

### 1.3 Tendencias e retos.



Ao longo das últimas décadas, o crecemento e evolución das TIC e das infraestruturas nas que se apoian foi acorde ao aumento das súas aplicacións e da difusión do seu uso nas economías desenvolvidas. Sen dúbida, o rápido desenvolvemento das TIC e seu maior uso en empresas, fogares e administracións ten un importante impacto que alcanza todos os ámbitos da economía e a sociedade. As principais tendencias no sector, na maioría dos casos xa son unha realidade, aínda que se prevé unha aceleración considerable do seu desenvolvemento nos vindeiros anos. A transformación dixital está a converterse nunha estratexia empresarial fundamental, deixando de tratarse de proxectos ou meras iniciativas para converterse en novas empresas que podemos denominar nativas dixitais. As tenden-

cias identificadas están relacionadas entre si, non son cambios illados, senón que cada unha é parte fundamental para o desenvolvemento do resto.

Segundo un estudo de Ametic (patronal representante do sector da industria tecnolóxica dixital en España) de 2017, as actividades con previsións de maior crecemento son as relacionadas co software e os servizos de tecnoloxías da información. En canto ao hardware, indica que no futuro o seu peso será menor, dado que este segmento estará cuberto polos servizos de computación na nube. Ademais, o estudo revela que a competencia será cada vez maior, á vez que xurdirán oportunidades da aparición de novos mercados e fontes de investimento para o sector.

Detallamos, a continuación, as principais tendencias no Sector TIC:

### 1.3.1 Computación na Nube.

A necesidade de almacenamento, provocada pola transformación dixital das empresas e da sociedade en xeral, está a converter aos servizos na nube en protagonistas. Estes son necesarios para o desenvolvemento doutras actividades como o Internet das Couzas (IoT), a Intelixencia Artificial ou o Big Data, xa que o utilizan como base.

Os principais retos existentes en relación á computación na nube son:

- Distribución. Os servizos na nube necesitarán de distribuidores que fagan labores de integración, xestión de datos, seguridade e adaptación ás necesidades de cada empresa.
- Servizos estandarizados. Ademais de servizos especializados, ten que existir unha oferta estándar destinada a facilitar o acceso á computación na nube a empresas pequenas.
- Interconexión. A intelixencia artificial está cada vez máis baseada na tecnoloxía na nube, por tanto, son tendencias interconectadas.
- Seguridade. Avanzar na seguridade, e en mellorar a súa percepción por parte dos clientes, é un reto fundamental para o desenvolvemento dos servizos na nube.

### 1.3.2 Big Data.

Denomínase Big Data á xestión e análise de grandes volumes de datos provenientes de diferentes fontes, canles e sistemas dixitais mediante tecnoloxías escalables de computación e almacenamento de nova xeración. O considerable aumento de dispositivos interconectados, capaces de producir un grande volume de datos, xunto coa aparición do almacenamento na nube, fan necesaria a utilización desta nova tecnoloxía para xerar información valiosa a partir dos datos en bruto. O Big Data constitúese como tendencia pola variedade de vantaxes que ofrece: incremento da produtividade, aumento do nivel de información, identificación de novos mercados ou un mellor coñecemento do consumidor.



Os principais retos existentes en relación ao Big Data son:

**Ciberseguridade.** A seguridade deberá desenvolverse ao mesmo ritmo que estas tendencias para ir cubrindo as vulnerabilidades que poidan xurdir ao longo da súa evolución.

**Metodoloxías de análise.** O enorme volume de datos que se xera require de persoal e provedores especializados no seu tratamento. A variedade de tipos de datos fai necesaria a aparición dun novo software mellorado e de persoal cualificado que o poida manexar.

### 1.3.3 Internet das Cousas (IoT).

Fai referencia á interconexión e comunicación de todo tipo de dispositivos a través da Internet. As vantaxes que reporta son inmensas, ademais de xerar un importante volume de datos e información, permite mellorar na calidade de vida da nosa sociedade.

Estes avances permiten aos dispositivos de campo comunicarse e interactuar entre eles e cos controladores centrais. O IoT tamén axuda a descentralizar a análise e a toma de decisións e permite dar respostas en tempo real.

Os principais retos aos que se enfrenta o IoT son:

- **Seguridade.** Garantir a seguridade e a privacidade dos datos almacenados.
- **Adaptación.** Conseguir a total compatibilidade con diversos sistemas xa implementados.
- **Edge Computing.** Os dispositivos modernos adoitan reaccionar mellor aos procedementos e respostas en tempo real, o cal dificulta a compatibilidade con sistemas na nube. Esta tecnoloxía permite que o procesamento dos datos producidos polos dispositivos teña lugar máis preto de onde se crearon en lugar de envialos a través de longos percorridos para que cheguen aos centros de datos e nubes de computación.

### 1.3.4 Intelixencia Artificial.

A Intelixencia Artificial (IA) ten o obxectivo de imitar o comportamento humano (aprendizaxe, comprensión, linguaxe e comunicación con persoas) e melloralo (computación cognitiva).



Pola súa banda, as tecnoloxías baseadas na IA xa se están aplicando actualmente na predición de comportamentos en contextos coñecidos (márketing, recursos humanos, operacións, vendas...). Algúns exemplos son: recoñecemento de voz, recoñecemento de obxectos e asistentes virtuais.

---

A dixitalización das actividades provocou o aumento de datos desestruturados e de pronta caducidade, o que fai necesaria a creación de sistemas intelixentes capaces de obter valor deses conxuntos de datos e ofrecer outros puntos de vista como o faría a intelixencia humana.

Os principais retos aos que se enfronta o desenvolvemento da Intelixencia Artificial son:

- **Seguridade.** Garantir a integridade, seguridade e privacidade dos datos almacenados.
- **Difusión.** Publicitar a utilidade e importancia para a sociedade das tecnoloxías baseadas na Intelixencia Artificial.
- **Persoal especializado.** Aumentar o investimento en formación de profesionais cualificados.
- **Computación cognitiva.** Desenvolvemento de ferramentas de análise para obter información e coñecemento a partir de datos desestruturados e de pronta caducidade.
- **Xemellos Dixitais.** Desenvolvemento de modelos virtuais dun proceso, produto ou servizo que permite a análise de datos e a vixilancia de sistemas para prever os problemas e así evitalos antes de que se produzan.
- **Investimento.** Destinar un maior número de recursos para o seu desenvolvemento.

#### **1.4 Outros retos e posibilidades del sector.**

Ademais dos retos específicos de cada unha das tendencias analizadas no apartado anterior, o sector das TIC debe facer fronte a outros retos de índole común:

- **Aumento da representación feminina.** Segundo a OCDE, só o 12% dos matriculados en graos TIC en España (2017) son mulleres (19% nos países pertencentes á OCDE).
- **Escaseza de talento.** Segundo unha enquisa realizada polo Grupo Adecco (2017), un 67% dos consultados pensan que existe un importante déficit de talento no sector das TIC. Percepción que aumenta aínda máis, ata o 80%, cando se pregunta aos responsables de Recursos Humanos de empresas españolas, que recoñecen ter problemas para atopar profesionais que se axusten ás súas necesidades reais. Ademais, advirten que cando conseguen o traballador ideal cústalles moito mantelo, debido á alta rotación de persoal no sector.
- **Mellora de condicións laborais.** O 86,4% dos consultados na enquisa de Adecco citada anteriormente cre que as condicións laborais neste sector son mellores no estranxeiro.
- **Unificación e validación de titulacións a nivel europeo.**

Doutra banda, o sector TIC veu consolidándose como un auténtico motor de posibilidades. A aplicación das novas tecnoloxías logrou incrementar notablemente as posibilidades das empresas, entre outras, as vinculadas á oportunidade de traballar a distancia (teletraballo).

Grazas ás peculiaridades das empresas do sector TIC, é posible facilitar que as persoas con diversidade funcional sexan incorporadas nas corporacións. Ademais, pódese facilitar a conciliación laboral e o intercambio de traballadores entre rexións e países.

## 2. A economía social e o sector TIC en la Eurorrexión.

### 2.1. Que se entende por economía Social en Galicia e Portugal.

A economía social en Galicia está regulada pola Lei 6/2016, do 4 de maio, da Economía Social de Galicia e defínese como o conxunto de actividades económicas e empresariais que no ámbito privado levan a cabo entidades que perseguen, ou ben o interese colectivo das persoas que as integran, ou ben o interese xeral económico ou social, ou ambos.

En Portugal, a economía social está regulada pola “Lei de Bases da Economía Social de Portugal 30/2013”. Esta lei define a economía social como o conxunto de actividades económico-sociais levadas a cabo libremente por un catálogo de entidades entre as que se atopan, por exemplo, as cooperativas, fundacións ou asociacións mutualistas. Ademais, as actividades que realicen estas entidades deben estar destinadas a perseguir o interese xeral da sociedade, xa sexa directamente ou a través da consecución dos intereses do seu persoal membro, usuario e beneficiario.

### 2.2. O sector TIC na Eurorrexión.

O sector das Tecnoloxías da Información e a Comunicación (TIC) é clave para o desenvolvemento e o crecemento do emprego debido á rapidez coa que avanza a tecnoloxía e esta inflúe na sociedade.

Segundo unha análise realizada no proxecto ACEint (Acelerador Transfronteirizo para a Creación de empresas TIC innovadoras orientadas a mercados internacionais) dentro do POCTEP (Programa Operativo Cooperación Transfronteiriza España-Portugal) atópanse os seguintes puntos en común no sector TIC da Eurorrexión:



- É un sector constituído por empresas de pequeno tamaño.
- Empresas orientadas máis á prestación de servizos que á fabricación de produtos.
- Empresas centradas en mercados locais, con moi pouca experiencia internacional.

Tanto Galicia como Portugal teñen obxectivos en común tanto para modernizar o tecido produtivo como para facilitar o acceso á internet de ampla á poboación da Eurorrexión e transformar as relacións entre as administracións coa cidadanía. Todo iso para proporcionar un crecemento económico, innovar e aumentar a produtividade.

Ademais, o RIS3T 2015-2020, ou Estratexia de Especialización Intelixente Transfronteiriza de Galicia e Rexión Norte de Portugal, coordinado pola Axencia Galega de Innovación (GAIN) e a Comisión de Coordinación e Desenvolvemento Rexional do Norte de Portugal (CCDRN), inclúe o emprego e creación de novas ferramentas TIC como elementos transversais en todas as súas áreas estratéxicas de colaboración:

- Aproveitamento da enerxía procedente da biomasa e do mar.
- Potenciación da competitividade das industrias agroalimentaria e biotecnolóxica.
- Industria 4.0.
- Fomento da competitividade das industrias de mobilidade.
- Modernización das industrias turísticas e creativas a través das TIC.
- Solucións avanzadas para a vida saudable centrada no envellecemento activo.

Aliñando as súas estratexias e obxectivos co exposto no RIS3T, a Axenda Dixital de Galicia confía nas TIC como medio para impulsar o crecemento, tanto como sector económico, como na súa condición de factor imprescindible para o desenvolvemento de todos os sectores.

En Portugal, unha das estratexias de especialización do RIS3, concretamente a “Estratexia Nacional de Investigación e Inovação para uma Especialização Inteligente”, presenta o país como un referente na economía dixital. Para Portugal, as TIC son un activo estratéxico transversal da sociedade contemporánea para a afirmación da lingua portuguesa e de Portugal no mundo, para a cohesión nacional e para o desenvolvemento sostido do país. Ademais, teñen un papel mobilizador que permite influenciar de forma relativamente rápida o desempeño horizontal de toda a sociedade portuguesa.

A “Agenda Portugal Digital” recolle obxectivos para 2020, como permitir que toda a cidadanía teña acceso a Internet de banda ampla, aumentar o financiamento de I+D+i no sector TIC ou promover unha maior utilización dos servizos públicos en liña.

### 2.3. Economía Social e o sector TIC.

As Tecnoloxías da Información e a Comunicación (TIC) teñen capacidade para configurar a sociedade xa que as innovacións tecnolóxicas sempre marcaron o seu ritmo de cambio. As TIC axudan a desenvolver aspectos sociais na comunidade xa que facilitan o acceso á información desde calquera lugar, en calquera momento e con grande variedade de dispositivos. Producen unha sociedade hiperconectada á vez que axudan a que as comunicacións sexan dunha maneira máis natural.

Cun enfoque de economía social, as TIC poden facernos traballar dun xeito máis social e axúdannos a relacionarnos, a innovar en rede e a construír unha sociedade máis xusta. Trátase dunha industria que vive en constante e rápida evolución, o que produce que as entidades de economía social atópanse vivindo unha rápida transformación dixital.



Nos países da Eurorrexión Galicia-Norte de Portugal, a lexislación que delimita a economía social recolle entidades moi similares, aliñándose co que a Unión Europea entende por economía social. Con todo, preséntanse matices referentes ao desenvolvemento destas entidades a cada lado da fronteira.

---

As entidades que lideran a economía social son as cooperativas, con todo, o tipo de cooperativas que se dan maioritariamente en cada país son moi diferentes. En Galicia, o cooperativismo de traballo é ao que pertence un maior número de entidades e o que máis creceu nos últimos tempos. En cambio, en Portugal a realidade é moi distinta, este modelo cooperativista case non existe, sendo as cooperativas de servizos as que experimentaron un maior desenvolvemento. Esta situación pode afectar no nacemento de novas entidades do sector TIC, ao ser o cooperativismo a fórmula de emprendemento máis utilizada en ambos os lados da fronteira.

Segundo os estudos que analizan a presenza das empresas TIC no ámbito da economía social, cabe destacar a súa escasa representación, feito que non ocorre, por exemplo, noutras empresas de base tecnolóxica. Segundo un recente estudo realizado pola CEPES (Confederación Empresarial Española de Economía Social) no que se analizan as empresas de base tecnolóxica, a economía social está presente en todos os sectores que a compoñen excepto no sector TIC, que conta cunha infrarrepresentación no conxunto do estado. Podemos dicir, en definitiva, que as entidades de economía social sofren un retardo na adopción destas tecnoloxías transformadoras.

A maioría das persoas emprendedoras dentro do sector TIC caracterízanse por unha falta de interese cara á economía social, o que se reflicte na forma xurídica que escollen na maior parte dos casos á hora de constituír a súa empresa. En calquera caso, aínda que a súa representación sexa escasa, a economía social está presente neste sector e mantén, ademais, os seus sinais de identidade: unha menor fenda salarial de xénero e entre a mocidade e rangos salariais (diferenza entre o que máis cobra e o que menos) menores que no resto do tecido empresarial.

O feito de afondar no coñecemento de como se están implantando as TIC na economía social permitirá desenvolver estratexias que revertan esta tendencia de infrarrepresentación.

### 3. Criterios de selección de oportunidades.



En grandes liñas, podemos dicir que todas as empresas con éxito comezaron sendo unha idea, con todo, esta idea debeu ter unhas características determinadas que fixeron posible a creación de tal empresa. Unha das principais características das ideas que rematan por converterse en empresas é que realmente representaban unha oportunidade de negocio.

Na maioría dos casos partimos dunha ou varias ideas de negocio, cada unha das cales adoita ser unha descrición xeral do que identificamos que se podería materializar como empresa, pero, polo xeral, resulta ser insuficiente con esta primeira aproximación para xustificar a creación dunha empresa de éxito. Por iso, é necesario avanzar na identificación da oportunidade de negocio que pode existir ao redor das ideas que nos resultaron máis atractivas, é dicir, atopar de que xeito podemos planear as nosas ideas, de modo que constitúan realmente un negocio viable.

---

### 3.1 Cando unha idea de negocio representa unha oportunidade de negocio?.

Nunha primeira aproximación, as oportunidades de negocio posúen as características que se detallan a continuación:

- Pode ser implementada.
- Agrega valor para o seu comprador ou usuario final.
- O usuario-consumidor ten predisposición para pagar por ese produto-servizo máis que o que custou produci-lo.
- Avístase unha vía, camiño ou patrón de crecemento para o proxecto.
- Contén un compoñente de innovación ou novidade relevante respecto de outras ofertas ou negocios de características similares.
- É posible construír unha barreira competitiva ou aspecto diferenciado permanente do proxecto.

Por último, non hai que deixar de considerar a viabilidade nos termos de que non existan impedimentos técnicos para poñer en marcha o negocio nin impedimentos legais. Manter contacto con expertos do sector, referentes da industria ou emprendedores con experiencia, é tamén unha boa ferramenta para detectar as oportunidades de negocio.

Richard H. Buskirk, profesor da Universidade do Sur de California, propúxose deseñar unha ferramenta de análise que axuda a avaliar as fortalezas e debilidades de calquera idea á que se queira medir o seu potencial como oportunidade de negocio. Para iso, o profesor Buskirk definiu un conxunto de atributos ou características do que denominou o negocio ideal ou negocio modelo. Baseándonos na súa formulación e facéndolle algúns axustes, podemos concluír que o negocio ideal debería reunir as seguintes características:

1. Non require investimento.
2. Ten un mercado xa establecido.
3. Está claramente identificada a necesidade e o produto requirido.
4. Conta cunha fonte confiable de provisión de materias primas.
5. Non ten regulacións gobernamentais adversas.
6. Non require dunha gran cantidade de traballadores.
7. Proporciona unha ganancia bruta do 100%.
8. A demanda é frecuente e continua.
9. As condicións tributarias son favorables.
10. Existe un sistema de distribución e comercialización, sólido e de confianza.
11. Os clientes pagan por adiantado o produto ou servizo ofrecido.
12. É fácil lograr un gran impacto a través dunha tarefa de publicidade sinxela.
13. Está exento de responsabilidade civil (non afecta os usuarios).
14. Non hai risco de obsolescencia. As modas e avances tecnolóxicos non lle impactan.
15. As condicións ambientais non lle afectan.
16. Pódense posuír algúns dereitos de propiedade intelectual.
17. Non hai competidores que o despracen a curto prazo.
18. Pódese establecer un prezo que os clientes pagarían.
19. Non esixe a necesidade dunha tecnoloxía sofisticada.
20. Sábese con precisión onde están os clientes e cantos hai.

Evidentemente, todas estas características seguramente non poderían ser cumpridas por negocio ningún (incluíndo aqueles que xa tiveron éxito no pasado), pero do que se trata é de comparar canto se parece unha idea de negocio ao modelo ideal exposto.

Canto maior sexa a coincidencia entre as características do modelo ideal e as ideas, estas últimas terán maiores posibilidades de ser consideradas como unha oportunidade de negocio e en consecuencia, ser desenvoltas con boas probabilidades de éxito.

### 3.2 Método de avaliación das oportunidades de negocio.

Para validar o potencial das oportunidades detectadas utilizouse un método de puntuación en comparación con cada unha das características do negocio ideal definido no apartado anterior.

As ideas de negocio estudadas foron avaliadas na escala do 1 ao 10 para cada unha das características expostas no apartado anterior, de forma que se a idea cumpre ao 100% coa característica sinalada asígnaselle un 10; pola contra, se a idea non cumpre en absoluto coa característica avaliada, entón asígnaselle un 1.

Asumindo que poden existir matices, e que o método de asignación de puntuacións pode ter un compoñente subxectivo, elaborouse unha escala con valores intermedios para que a avaliación poida axustarse mellor á realidade.

Interpretación das puntuacións:

- 160 - 200 puntos. Ten todas as características dunha oportunidade de negocio de éxito.
- 130 - 159 puntos. Ten moito potencial para ser unha oportunidade de negocio con éxito.
- 100 - 129 puntos. Fáltalle claridade para considerarse como oportunidade de negocio.
- 0 - 99 puntos. A idea de negocio non é válida.

### 3.3 Cualificación das oportunidades detectadas.

Utilizando os criterios de selección e validación de ideas negocio descritos en apartados anteriores, recompilouse unha lista coas oportunidades de negocio emerxentes no sector das TIC, que se poden materializar polas empresas de economía social dentro da Eurorrexión Galicia-Norte de Portugal.

A táboa amosada a continuación contén a relación das puntuacións conseguidas por cada unha das oportunidades segundo o criterio de selección descrito.

Oportunidade de negocio detectada	Puntuación
Servizo de dispositivos telemáticos para coidado e monitoraxe.	169
Dixitalización da pequena empresa.	173

Rede social artesanal con tenda electrónica.	162
Portal interactivo de valoración de profesionais.	160
Comunidade de makers.	176
Sistema de difusión de noticias a través de dispositivos móbiles.	180

## 4. Oportunidades de negocio detectadas.

As oportunidades de negocio seleccionadas dentro do sector TIC descríbense nos seguintes apartados:

### 4.1 Servizo de dispositivos telemáticos para coidado e monitoraxe.

#### 4.1.1 Aumento do número de persoas que viven solas.

Xa sexa porque as circunstancias persoais obrigan a iso ou porque así o desexa a persoa, o vivir sen compañía é un fenómeno que crece entre os habitantes da Eurorrexión cada ano.

En 278.000 dos máis dun millón de fogares galegos soamente reside unha persoa. Estes datos foron recompilados da Enquisa Continua de Fogares que elabora o INE (Instituto Nacional de Estatística, 2018), que revela que no último lustro este tipo de fogares unipersoais creceu máis dun 11 %, sumando case 28.000 casos dende o 2013.



O perfil da persoa que vive soa en Galicia é dunha muller de máis de 80 anos, viúva, coa vivenda xa paga e que vive nun edificio nunha localidade de máis de 100.000 habitantes.

En Portugal, segundo o censo de 2011, no 21,4% dos fogares vive unha persoa en soidade. Ademais, no 46,9% dos casos, trátase dunha persoa maior de 65 anos.

A soidade causa numerosos problemas de saúde mental e física, por exemplo, o aumento da tensión arterial, problemas cardiovasculares, problemas de insomnio ou outros problemas como a depresión. A soidade está vinculada a un risco máis alto de padecer demencia e Alzheimer, debido á ausencia de interaccións persoais e a menor actividade que realiza o cerebro estando en soidade. Ademais, as persoas que viven soas teñen unha menor percepción do seu estado de saúde e, por tanto, o risco de mortalidade destas persoas aumenta.

---

Algúns problemas que experimentan estas persoas tamén teñen que ver coa mobilidade, reducida e con limitacións na maioría dos casos, dado que a actividade diaria baixa moi notablemente.

Doutra banda, segundo as Forzas e Corpos de Seguridade do Estado (FFCCSE) hai un incremento de delitos cara a persoas de avanzada idade que viven soas en lugares apartados, como calotes, vendas fraudulentas ou roubos.

Finalmente, segundo un estudo realizado polo Instituto Español de Estatística en 2018, o 5,5% da poboación europea coida de forma non remunerada persoas adultas, o que conleva dificultades para a conciliación da vida persoal, familiar e profesional e mesmo deriva en problemas de saúde para os cuidadores.

#### **4.1.2 Solución ofrecida.**

Esta oportunidade céntrase no desenvolvemento de pequenos dispositivos de teleasistencia e a súa posterior comercialización na Eurorrexión Galicia - Norte de Portugal. Estes dispositivos estarían dirixidos a persoas con problemas de mobilidade, problemas de memoria, persoas de idade avanzada que viven soas, etc. Consistiría nun servizo de comunicación bidireccional (posibilidade de teleasistencia), ademais, dun sistema de comunicación en caso de emerxencias adaptado ás necesidades de persoas con discapacidade.

A vantaxe deste servizo radica en empregar dispositivos de última tecnoloxía, xa dispoñibles no mercado, que permiten monitorar a localización e as constantes vitais da persoa, á vez que, facendo uso dos datos recompilados da persoa e aplicando tecnoloxías de Big Data e de Intelixencia Artificial poder predicir comportamentos e detectar posibles accidentes antes de que teñan lugar. Mediante este servizo poderíase monitorar o usuario e ofrecer, de maneira simultánea, un servizo de axuda personalizado. Os avances tecnolóxicos fan que cada vez os sistemas para monitorar persoas teñan mellores prestacións, maior autonomía e acheguen datos máis fiables.

Doutra banda, é conveniente destacar que esta oportunidade de negocio podería encaixarse nunha cooperativa formada por persoal con formación sanitaria.

#### **4.1.3 Viabilidade da oportunidade.**

A viabilidade desta oportunidade radica en que existe un grande número de posibles clientes dado que a Eurorrexión é unha das zonas europeas coa idade media da súa poboación máis alta e con poboación envellecida que vive soa.

Este servizo é así mesmo moi útil para todas aquelas persoas que coidan a familiares en situación de dependencia e teñen dificultades para conciliar a súa vida persoal coa familiar e a laboral.

O desenvolvemento deses dispositivos coa tecnoloxía actual ten un custo moi baixo. Poderíanse utilizar dispositivos xa existentes no mercado, como pulseiras de actividade. O modelo de negocio consiste en ofrecer mediante subscripción, a través de pequenas cotas mensuais, tanto os dispositivos como o servizo de control e xestión incorporado.

#### 4.1.4 Ficha identificativa.

##### **Produto o servizo.**

Servizo de dispositivos telemáticos para coidado e monitoraxe de persoas.

##### **Necesidade que satisfacer.**

O número de persoas que viven soas aumenta na Eurorrexión cada ano, ademais, son moitas as persoas que coidan a familiares en situación de dependencia e teñen dificultades para conciliar a súa vida persoal coa familiar e a laboral.

Mediante este servizo poderíase monitorar ao usuario e ofrecer, de xeito simultáneo, un servizo de axuda personalizado.

##### **Sector onde se encadra.**

Esta oportunidade de negocio encádrase na rama de actividades informáticas do sector. Ademais, está vinculada coas tendencias de Big Data e Intelixencia Artificial.

##### **Cientes obxectivos.**

Persoas maiores ou con problemas de mobilidade que viven soas, así como os seus familiares.

Persoas que coidan doutras persoas en situación de dependencia.

En xeral tratarase de persoas pouco familiarizadas coa tecnoloxía.

##### **Barreiras de entrada (normativa, tecnoloxías, financiamento...).**

As principais barreiras de entrada son a necesidade de financiamento. Ademais, os clientes poden apreciar este tipo de dispositivos como unha intromisión na súa intimidade.

##### **Tecnoloxía necesaria.**

Computadores, teléfonos móbiles, tabletas e software para programación. Dispositivos de monitoraxe, por exemplo, pulseiras de actividade.

##### **Recursos humanos necesarios - cualificación asociada.**

Persoal cualificado para a programación de software, aplicacións web e aplicacións móbiles.

Persoal cualificado para a programación de aplicacións baseadas en Intelixencia Artificial.

Persoal especializado en atención ao cliente e en teleasistencia, con formación sanitaria.

Un equipo de entre 6 e 8 profesionais sería suficiente para levar as tarefas de programación e mantemento do software e hardware, así como dar soporte aos clientes nun primeiro momento. En caso de conseguir un gran número de clientes deberíase incrementar o persoal dedicado ao servizo de teleasistencia.

##### **Necesidade de inversión para a posta en marcha.**

Ao redor de 200.000 € para investir no equipamento necesario, formado por: computadores, dispositivos de teleasistencia e vehículos para os desprazamentos ata o lugar de instalación e para levar a cabo as tarefas de asistencia e soporte técnico.

##### **Entidades colaboradoras / socios.**

As entidades colaboradoras para esta oportunidade son os servizos públicos de saúde e os servizos sociais de cada territorio.

## 4.2 Dixitalización de la pequena empresa.

### 4.2.1 A dixitalización da pequena empresa é unha tarefa pendente.

O 94,8% das empresas españolas ten menos de 10 empregados e as empresas familiares supoñen o 89% do total das empresas do país. Soamente un 26% das empresas familiares contan cunha estratexia sólida de transformación dixital (segundo estudo de Deloitte en 2016); por tanto, a transformación dixital da pequena empresa é un asunto de elevada importancia e que non podemos pasar por alto. Un dato preocupante sobre a transformación destas empresas é que o 52% da nova xeración admite ter escasos coñecementos para levar a cabo esta transformación dixital. Esta situación revela a importancia de que os directivos destas pequenas empresas reflexionen sobre como integrar os avances tecnolóxicos.



Segundo un estudo de Vodafone, en 2018, o número de pequenas empresas e profesionais con plans de dixitalización aumentou dun 14 a un 29%. Para algo máis dun 60% das empresas españolas, a seguridade e a conectividade son as áreas de investimento en dixitalización máis destacadas, á vez que crece a relevancia da Internet das cousas e o Big Data.

Os datos son similares en Portugal, onde 95,5% das empresas ten menos de 10 traballadores (Eurostat, 2017). Segundo o “Estudo da maturidade digital das empresas em Portugal” (Ernst & Young, 2018), a transformación dixital non é nova para a gran maioría de empresas, só o 5% non comezou o proceso e o 10% atópase nunha etapa temperá. A pesar diso, poucas empresas portuguesas levaron a cabo a dixitalización de maneira integral. As empresas de Portugal asumen un déficit xeneralizado de competencias internas na área da transformación dixital, aínda que recoñecen que a transformación dixital crea oportunidades para experimentar con novos produtos e modelos comerciais, así como para a activación dixital cruzada das organizacións.

A era dixital é todo un reto tanto para profesionais como para as empresas, sexa cal for o seu tamaño, que deben afrontar tanto a dixitalización do seu negocio como un constante cambio nas súas estratexias para adaptarse á contorna. No caso das pequenas empresas, poden aproveitar o seu carácter tradicional na planificación a longo prazo para ir implementando a transformación dixital, á vez que aproveitan o cambio para redefinir completamente a súa organización con vista a un futuro totalmente dixitalizado. Isto permitiralles ser líderes da súa contorna competitiva, e por suposto, seguir crecendo. Está demostrado que a transformación dixital, ademais de aumentar os ingresos do 70% das empresas, tamén aumenta a satisfacción dos empregados.

O networking (intercambio de contactos) tamén é un factor clave no desenvolvemento do negocio, e máis nas pequenas empresas. Ampliar a rede de contactos con empresas do mesmo ou de diferente sector, é moi proveitoso para establecer sinerxias e compartir experiencias, tarefas que parecen complicarse no caso das pequenas empresas.

---

Un dos principais impedimentos que atopan os empresarios para a súa dixitalización é o custo e o elevado investimento necesario, ademais, alertan doutros retos como a ausencia de persoal cualificado na empresa, a resistencia dos empregados #ante as tarefas de dixitalización e o descoñecemento da oferta de novas tecnoloxías.

#### **4.2.2 Solución ofrecida.**

A oportunidade de negocio detectada consiste na dixitalización da pequena empresa, ofrecendo produtos adaptados ás necesidades de cada negocio, formación de empregados e outros servizos, por exemplo, dixitalización de documentos e o seu posterior almacenamento en repositorios dixitais.

Esta empresa axudará a xerar valor, xestionando as axudas para a innovación, dixitalización e a implantación de novas fórmulas de comercialización e expansión do sector comercial e artesanal.

#### **4.2.3 Viabilidade da oportunidade.**

A particularidade da rexión, cun índice tan alto de pequenas empresas con necesidade de transformación dixital, as axudas da administración para realizar esta actualización e o escaso investimento necesario para poñer en funcionamento esta empresa, fan que sexa viable con moi alta probabilidade.

#### **4.2.4 Ficha identificativa.**

##### **Produto ou servizo.**

Servizo para a dixitalización da pequena empresa, ofrecendo produtos adaptados ás necesidades de cada negocio, formación de empregados e outros servizos relacionados.

##### **Necesidade que satisfacer.**

Actualmente, máis dun 70% das pequenas empresas, negocios familiares e profesionais non dispoñen dunha estratexia sólida de transformación dixital. Ademais, a maioría de empresarios e traballadores teñen escasos coñecementos para levar a cabo esta transformación dixital.

##### **Sector onde se encadra.**

Esta oportunidade de negocio encádrase na rama de actividades informáticas do sector.

##### **Clientes obxectivos.**

As pequenas empresas da zona da Eurorrexión que, no seu maior parte, teñen pendente a súa transformación dixital, representan os clientes obxectivos desta oportunidade de negocio.

##### **Barreiras de entrada (normativa, tecnoloxías, financiamento ...).**

A principal barreira de entrada son os custos que poden supoñer os procesos de transformación dixital, así como a falta de convencemento por parte de moitos empresarios e profesionais da necesidade de dixitalización.

**Tecnoloxía necesaria.**

Computadores, teléfonos móbiles, tabletas para levar a cabo a xestión e as tarefas formativas.

**Recursos humanos necesarios - cualificación asociada.**

Persoal cualificado con coñecementos de informática para levar a cabo os labores formativos.

Un equipo de entre 2 e 3 profesionais sería suficiente poñer a funcionar a iniciativa.

**Necesidade de investimento para a posta en marcha.**

Ao redor de 30.000 € para a adquisición de equipos e licenzas.

**Entidades colaboradoras / socios.**

Compañías de telecomunicacións.

Gobernos locais, rexionais e autonómicos.

Asociacións de empresarios.

### 4.3 Rede social artesanal con tenda electrónica.

#### 4.3.1 A implantación da transformación dixital na artesanía.

Podemos definir un produto artesanal como aquel que, principalmente, foi realizado coas mans do seu creador, é dicir, producido por un artesán. Actualmente, están a desaparecer antigos oficios artesanais como olería, cantería, xoiería, elaboración de cosméticos naturais e elaboración de xabón. Para reverter o proceso, a artesanía estase reinventando da man de mozos creadores e deseñadores, así como de mestres artesáns, que coa súa frescura e ousadía, a converten nun laboratorio de experiencias sensoriais, emocionais e simbólicas.



As características do proceso produtivo artesanal apártannos nun primeiro momento de todo proceso mecanizado e tecnolóxico, pero, deixando dun lado a parte simplemente produtiva, non podemos esquecer que as TIC son unha grande axuda á hora de xestionar, deseñar e vender os produtos do taller. Aínda que as TIC comezan a ter unha presenza máis relevante nos procesos de relación co cliente (márketing e comercialización), o grao de penetración de elementos das TIC no sector artesanal como páxinas web, correo electrónico ou redes sociais, é máis lenta que noutros sectores produtivos. Ademais, trátase dun gremio moi atomizado, constituído en gran medida por profesionais illados que normalmente non contan con axuda especializada en asesoramento tecnolóxico, que lles poida facilitar a promoción dos seus produtos ou a venda dos mesmos por Internet.

A actividade económica artesanal adquire especial relevancia pola conexión que ten con outras actividades e sectores económicos, por exemplo a cultura (comprar unha peza de artesanía é comprar unha peza de arte). Incluír o sector artesán dentro das industrias das tecnoloxías da información e comunicación, supón unha revitalización importante para o sector.

---

Polo carácter técnico do artesanía resulta moi interesante que poida transmitir a súa experiencia e sabedoría mediante a publicación das súas vivencias e técnicas, polo que unha rede social pode ser a ferramenta perfecta para iso e para asegurar a súa interacción con outros artesáns e/ou clientes.

#### **4.3.2 Solución ofrecida.**

Mediante o uso dunha plataforma social conxunta, os artesáns poden dar a coñecer o seu traballo ao mundo, ensinar o oficio para que non se perda e, ademais, vender os seus produtos empregando un sistema de comunicación novo e aberto ao mundo.

Adicionalmente, poderíanse organizar talleres e demostracións en liña (vídeos en directo) que aumentarían o interese polos produtos de artesáns á vez que servirían como un sistema didáctico e de difusión cultural.

#### **4.3.3 Viabilidade da oportunidade.**

A forma de monetización sería mediante a cobranza dunha pequena comisión por cada unha das transaccións entre usuarios, é dicir, as vendas que os artesáns fan dos seus produtos a través da plataforma de e-commerce incorporada na rede social.

Non se precisa un grande número de traballadores para xestionar a plataforma, maioritariamente empregados para dar soporte técnico informático e mantemento do software da rede social.

Actualmente, o interese polos produtos locais e feitos a man impulsan un sector que afronta retos como a falta de substitución xeracional ou a necesidade de incorporar tecnoloxía e innovación.

#### **4.3.4 Ficha identificativa.**

##### **Produto ou servizo.**

Servizo de rede social de artesanía con tenda electrónica.

##### **Necesidade que satisfacer.**

Os artesáns necesitan promocionar e vender os seus produtos utilizando as novas tecnoloxías, á vez que difunden o seu labor para impedir que quede no esquecemento. Ademais, demandan unha plataforma axustada ás súas necesidades, adaptada ás peculiaridades dos seus produtos.

##### **Sector onde se encadra.**

Esta oportunidade de negocio encádrase na rama de actividades informáticas do sector.

##### **Cientes obxectivos.**

Todas as persoas que comercian produtos de artesanía na rexión.

##### **Barreiras de entrada (normativa, tecnoloxías, financiamento ...).**

A principal barreira de entrada é a necesidade de formación dos clientes no uso das tecnoloxías da información e comunicación.

**Tecnoloxía necesaria.**

Computadores, teléfonos móbiles, tabletas e software para programación web. Cámaras de fotografía para elaborar elementos gráficos.

**Recursos humanos necesarios - cualificación asociada.**

Persoal cualificado para a utilización de ferramentas de edición web. Persoal especializado en atención ao cliente e márketing.

Un equipo de entre 3 e 5 profesionais sería suficiente para manter a web, así como dar soporte aos clientes nun primeiro momento.

**Necesidade de investimento para a posta en marcha.**

Ao redor de 25.000 € para a posta en marcha da plataforma en concepto de compra de equipos informáticos e accións de márketing dixital.

**Entidades colaboradoras / socios.**

Organismos públicos de promoción artesanal.

**4.4 Portal interactivo de valoración de profesionais.****4.4.1 O auxe dos comparadores en liña.**

Os comparadores en liña están en auxe. Prova diso é a gran presenza publicitaria que están a ter nos medios de comunicación. Os comparadores en liña están a resultar tan útiles que se expandiron a numerosos sectores ademais do sector seguros e o sector viaxes.

As estatísticas demostran que os compradores en liña son cada día máis cautos á hora de elixir en que empresa van depositar a súa confianza. A tendencia dos compradores é analizar as cualificacións dunha empresa ou dos seus produtos na internet antes de realizar a compra. Ademais de estudar a calidade dos produtos ou servizos ofertados, os compradores en liña tamén desexan comparar os prezos, e esta é a necesidade que trataron de cubrir, con éxito, os comparadores en liña.



Pero aínda hai importantes baleiros en terreos como as comparación dos servizos ofrecidos por profesionais de diferentes sectores industriais (fontanería, electricidade, carpintería, albanelaría,...).

**4.4.2 Solución ofrecida.**

A solución consiste nun portal web interactivo e aplicacións para dispositivos móbiles onde os usuarios finais poderán acceder a un amplo directorio de profesionais que desenvolven a súa actividade en diferentes sectores industriais (fontanería, electricidade, carpintería, albanelaría,...).

---

Os profesionais que desexen aparecer no directorio estarán ordenados pola reputación que irán adquirindo mediante as críticas dos usuarios, a medida que estes requiran dos seus servizos, achegando, por tanto, un sistema de xestión de calidade. Ademais, os clientes poderán comparar o prezo dos servizos ofrecidos e solicitar orzamentos.

Trátase dunha oportunidade de negocio, ademais, cun importante impacto na comunidade, xa que ademais de potenciar o emprego na zona, convértese nunha ferramenta de axuda para liquidar problemas cotiáns dunha maneira sinxela e eficaz.

Ás veces, non é suficiente con presentar unha grande oferta de profesionais, senón que é necesario aconsellar ao usuario de que profesional é o máis adecuado para a resolución do problema. Por iso, a plataforma poderá incorporar unha sección de consultoría e asesoramento que, a través de expertos en diferentes campos, axudará activamente ao usuario.

Esta oportunidade parte coa vantaxe competitiva de que, hoxe en día, os directorios aos que recorre a xente para buscar profesionais están obsoletos. Levan moitos anos funcionando do mesmo xeito, como unha simple listaxe telefónica, sen aproveitar todo o potencial que ofrece a rede. Ademais, posibilita o acceso de profesionais do outro país dentro da Eurorrexión.

#### **4.4.3 Viabilidade da oportunidade.**

A principal fonte de ingresos nesta oportunidade de negocio son as cotas provenientes das membresías dos profesionais e a venda de espazos de publicidade no portal. Ademais, o servizo de asesoramento a usuarios tamén sería de pagamento.

Adicionalmente, poderíase cobrar, ademais da membresía, unha pequena comisión polo traballo realizado por profesionais e empresas en función do volume de carga de traballo.

Tamén se pode considerar como fonte de ingresos a venda de información agregada e venda de estudos estatísticos de xestión de calidade.

Para levar a cabo esta oportunidade de negocio non se necesitan demasiados medios, basta coa contratación dun servidor web e un equipo técnico dunhas catro ou cinco persoas con coñecementos de programación e márketing.

#### **4.4.4 Ficha identificativa.**

##### **Produto ou servizo.**

Servizo web interactivo e aplicacións para dispositivos móbiles onde os usuarios finais poderán acceder a un amplo directorio de profesionais que desenvolven a súa actividade en diferentes sectores industriais.

##### **Necesidade que satisfacer.**

Hoxe en día, no medio do auxe dos comparadores en liña, os directorios aos que recorren os usuarios para buscar profesionais están obsoletos. Estes directorios levan moitos anos funcionando do mesmo xeito, como unha simple listaxe telefónica, sen aproveitar todo o potencial que ofrece a rede.

**Sector onde se encadra.**

Esta oportunidade de negocio encádrase na rama de actividades informáticas do sector. Ademais, está vinculada coas tendencias de Computación na Nube e Big Data.

**Cientes obxectivos.**

Profesionais de diferentes ámbitos industriais na Eurorrexión Galicia-Norte de Portugal, con posibilidade de incorporar a profesionais do resto do territorio.

**Barreiras de entrada (normativa, tecnoloxías, financiamento ...).**

A principal barreira é a falta de coñecemento de moitos profesionais das tarefas necesarias para unha correcta promoción e difusión do seu negocio nas novas canles dixitais, así como a falta de convencemento da necesidade de implementar estes cambios.

Maioritariamente, os profesionais da Eurorrexión carecen de formación en informática e no uso das novas tecnoloxías.

**Tecnoloxía necesaria.**

Computadores, teléfonos móbiles ou tabletas para levar a cabo a xestión da plataforma.

Servidores para aloxar a aplicación web.

**Recursos humanos necesarios - cualificación asociada.**

Un equipo de entre 4 e 5 profesionais con coñecementos de programación web sería suficiente para poñer a funcionar a iniciativa.

**Necesidade de investimento para a posta en marcha.**

Ao redor de 30.000 € para a adquisición de equipamentos e desenvolvemento da plataforma.

**Entidades colaboradoras / socios.**

Asociacións de empresarios e asociacións profesionais.

## 4.5 Comunidade de makers.

### 4.5.1 O auxe do faino ti mesmo.

Os mañosos volven estar de moda. Crear dispositivos, facerse a propia roupa, restaurar mobles, elaborar pasteis caseiros, cultivar un horto propio, regalar obxectos creados por un mesmo ou facer reparacións domésticas é tendencia. Os talleres de repostería, cociña, manualidades, cultivos caseiros e unha infinidade de artesanías súmanse aos miles de manuais que circulan na rede.



---

A cultura do faino ti mesmo (DIY, das súas siglas en inglés Do It Yourself) triunfa. Neste sentido Youtube tivo un papel esencial en que podemos aprender uns dos outros. Actualmente, (ano 2019) hai máis de 1.340 millóns de vídeos facendo a procura “DIY” en Google Vídeos.

Tamén hai razóns psicolóxicas que explican o auxe do faino ti mesmo. Hai varias investigacións do ámbito da psicoloxía e do márketing que corroboran o pracer e a satisfacción que proporciona o crear ou armar algo persoalmente. Aseguran os psicólogos que un aumenta o valor dun produto que crea coas súas propias mans pola experiencia persoal que proporciona, porque ese obxecto leva algo dun mesmo, e porque facer as cousas un mesmo reforza o noso sentimento de orgullo, de ser capaces e a nosa autoestima.

Segundo o editor da revista Maker, Dálle Dougherty: “a tecnoloxía cada vez é máis barata e máis aberta. Pódense compartir os coñecementos para desenvolver os nosos propios dispositivos e resolver problemas colaborativamente”. Moitos mozos ansían poder adquirir o control de facer ou conseguir o que un queira, creando unhas instrucións e engánchase a crear, construír e fabricar produtos innovadores.

As placas programables de baixo custo ou as Impresoras 3D representan recursos tecnolóxicos que son e serán xeradores de múltiples inventos. Actualmente, o coñecemento asociado á tecnoloxía está a democratizarse, e está, na súa inmensa maioría, dispoñible de forma gratuíta, así que podemos imaxinar moitos ámbitos nos que construír os nosos propios produtos.

Por outra banda, na actualidade, debido á obsolescencia programada está a desenvolverse un movemento maker de auto-reparación, reutilización de dispositivos e compoñentes en desuso e configuración de sistemas.

#### **4.5.2 Solución ofrecida.**

A oportunidade de negocio, neste caso, sería a prestación de servizos de axuda a particulares para configuración, reutilización e reparación de dispositivos e sistemas.

A actividade levaríase a cabo nun café-taller con boxes equipados con ferramentas especializadas para o arranxo e creación de dispositivos. Un usuario podería alugar un box para poder arranxar, inventar ou configurar cousas. Tamén se pode ofrecer soporte especializado e impartir formación.

#### **4.5.3 Viabilidade da oportunidade.**

A viabilidade queda patente ao comprobar os datos estatísticos de xeración de residuos electrónicos (por exemplo, só en Vigo xérase unha tonelada diaria) e moitos dos aparellos refugados son reparables ou se poden reutilizar para outras cousas. Ademais, o auxe do DIY xera demanda destes servizos.

A monetización desta oportunidade de negocio radica nas cotas polos cursos ofrecidos polos makers, venda de compoñentes electrónicos necesarios para as reparacións, a utilización de boxes de traballo e ferramentas dispoñibles no café-taller, así como as consumicións dos clientes no propio café.

#### 4.5.4 Ficha identificativa.

**Produto ou servizo.**

Servizo de talleres de auto-reparación de dispositivos electrónicos.

**Necesidade que satisfacer.**

Na actualidade, debido á obsolescencia programada, está a desenvolverse un movemento maker de auto-reparación, de reutilización de dispositivos e configuración de sistemas.

Nun mundo cada vez máis dixitalizado, existe a necesidade de adquirir coñecementos básicos de reparación de dispositivos electrónicos.

**Sector onde se encadra.**

Esta oportunidade de negocio encádrase na rama de actividades informáticas e electrónicas do sector TIC.

**Cientes obxectivos.**

Usuarios da Eurorrexión con interese pola cultura do “faino ti mesmo”, con afección á electrónica e ganas de coñecer xente coas súas mesmas inquietudes. Esta idea pode exportarse con facilidade a outros lugares fóra da zona de estudo.

**Barreiras de entrada (normativa, tecnoloxías, financiamento ...).**

A principal barreira de entrada é a necesidade de formación tecnolóxica dos xestores do negocio; nalgúns casos pódese requirir un nivel alto coñecemento de programación, informática e electrónica.

**Tecnoloxía necesaria.**

Computadores, teléfonos móbiles ou tabletas para levar a cabo a xestión do taller, os labores formativos e consultar manuais técnicos.

Equipos audiovisuais (proxectores, pantallas, encerados interactivos, etc) como material de apoio en labores formativos.

Boxes de traballo equipados con ferramentas para a reparación.

**Recursos humanos necesarios - cualificación asociada.**

Persoal cualificado con coñecementos de electrónica para levar a cabo os labores formativos e a asistencia nos talleres de reparación.

Un equipo de entre 2 e 4 profesionais sería suficiente para manter o taller.

En caso de orientar a oportunidade de negocio cara á hostalería, necesitaríase de persoal adecuado para servir os clientes do café.

**Necesidade de investimento para a posta en marcha.**

Ao redor de 50.000 € para a posta en marcha do taller e compra de materiais e mobiliario. Ademais, unha partida para o aluguer do local duns 20.000 €.

**Entidades colaboradoras / socios.**

Entidades dedicadas á xestión de residuos e empresas de reciclaxe.

## 4.6 Sistema de difusión de noticias a través de dispositivos móviles.

### 4.6.1 O problema dos grupos en aplicacións de mensaxería instantánea.

Diferentes organizacións veñen utilizando aplicacións de mensaxería tipo Whatsapp para a comunicación cos seus membros. En moitas ocasións créanse grupos de contactos sen pedir unha autorización expresa ao titular do número de teléfono.

A Axencia Española de Protección de Datos (AEPD) resolveu que as organizacións que inclúan números de teléfono en grupos sen consentimento expreso do titular da liña estarán a violar a Lei de Protección de Datos (LOPD).



Por tanto, crear grupos en aplicacións de mensaxería instantánea sen consentimento expreso das persoas integrantes constitúe un incumprimento grave da normativa de protección de datos. Para que esta acción se realice conforme a normativa deberá respectar que:

- O tratamento dos datos sexa pertinente para o obxectivo.
- A finalidade sexa determinada e informada ao titular do dato persoal que vai ser tratado polo responsable do ficheiro.
- O titular dos datos consinta expresamente o tratamento dos datos para esa finalidade concreta.
- O responsable do ficheiro ou calquera persoa que interveña no tratamento dos datos ten a obrigaçión de gardar secreto dos mesmos.
- Os datos persoais non poden ser comunicados a terceiros sen consentimento do seu titular, a non ser que exista unha autorización legal para iso.

O exposto nos parágrafos anteriores é a orixe da necesidade de canles de comunicación apropiadas entre organizacións sociais e os seus membros, que, pola súa vez, simplifiquen o proceso e cumpran o esixido pola normativa de protección de datos.

### 4.6.2 Solución ofrecida.

Esta oportunidade de negocio consiste nun sistema de difusión de información entre os membros de entidades e organizacións sociais situados en poboacións da Eurorrexión Galicia-Norte de Portugal. O medio de comunicación empregado consiste nunha aplicación para dispositivos móbiles moi fácil de utilizar e cunha interface amigable e intuitiva tanto para os usuarios finais como para os provedores de contidos.

A zona de estudo ten núcleos de poboación moi dispersos. Esta oportunidade proporcionaría comunicación bidireccional entre, por exemplo, membros de comunidades de veciños, asociacións de pais de alumnos ou a Administración cos habitantes dunha determinada localidade. Serían posibles usos para difusión de información, noticias, avisos e normativas.

Os usuarios finais dispoñerán dunha canle de comunicación fiable coa administración da súa organización social sen necesidade de concertar cita previa nin desprazarse e así aforrar tempo e mellorar a calidade de vida.

### 4.6.3 Viabilidade da oportunidade.

Trátase dun sistema que require dun desenvolvemento sinxelo cun investimento mínimo. Fai uso dos terminais móbiles dos usuarios finais, polo que non se necesita comprar ningún dispositivo.

O modelo de negocio consiste no pagamento dunha cota mensual por parte do colectivo que queira integrar o sistema de comunicación bidireccional cos seus membros.

A peculiaridade da zona de estudo, con núcleos de poboación moi dispersos, favorece a penetración dun sistema de comunicación deste tipo. Trátase, ademais, dun sistema inclusivo que favorece o acceso á información e comunicación de persoas que viven en núcleos illados.

As similitudes nas necesidades de comunicación das diferentes organizacións sociais fan que o servizo sexa facilmente adaptable para as necesidades de novas entidades, podendo desta maneira captar un grande abanico de clientes potenciais.

### 4.6.4 Ficha identificativa.

**Produto ou servizo.**

Servizo de difusión de información e de comunicación bidireccional fundamentado na utilización de aplicacións móbiles conectadas por un servizo na nube.

**Necesidade que satisfacer.**

A maneira máis habitual de comunicación entre os membros de diferentes organizacións é a utilización de grupos en aplicacións de mensaxería instantánea. En numerosas ocasións, este tipo de grupos atópanse diante dun problema legal, xa que infrinxen a lei de protección de datos. Necesítase unha solución para este tipo de comunicacións.

**Sector onde se encadra.**

Esta oportunidade de negocio encádrase na rama de actividades informáticas do sector. Ademais, está vinculada coas tendencias de Computación na Nube e Big Data.

**Cientes obxectivos.**

Administracións locais, asociacións de veciños, colexios, comunidades e todo tipo de agrupacións sociais que queiran difundir dunha maneira rápida, sinxela e fiable información e comunicacións de interese entre os membros da súa organización.

**Barreiras de entrada (normativa, tecnoloxías, financiamento ...).**

Non se identificaron barreiras de entrada.

**Tecnoloxía necesaria.**

Computadores, teléfonos móbiles, tabletas e software para programación e xestión así como os kits de desenvolvemento (SDK) apropiados para cada plataforma.

**Recursos humanos necesarios - cualificación asociada.**

Persoal cualificado para a programación de software, aplicacións web e aplicacións móbiles

para os principais sistemas operativos do mercado.

Persoal especializado en atención ao cliente.

Un equipo de entre 4 e 6 profesionais sería suficiente para levar as tarefas de programación e mantemento do software, así como dar soporte aos clientes.

**Necesidade de investimento para a posta en marcha.**

Ao redor de 30.000 € necesarios para a adquisición dos equipamentos que se empregarán nas tarefas de programación, así como a compra de dispositivos de proba para a fase de desenvolvemento.

**Entidades colaboradoras / socios.**

Organizacións que poidan necesitar a adaptación desta nova tecnoloxía de mensaxería ás peculiaridades da súa actividade, conseguindo unha aplicación moito máis robusta e global.

A Administración, que pode converter esta tecnoloxía nun das súas canles de comunicación oficiais, promovendo así o seu uso.

## 5. Financiamento.

Para a posta en marcha de calquera modelo de negocio será preciso contar con financiamento e este pode ser con recursos propios -achegas de capital das propias persoas socias emprendedoras- ou con recursos alleos, entre os que nos podemos atopar con préstamos, subvencións ou acceso a fondos de capital risco entre outros.



### 5.1 Axudas e subvencións para o emprendemento.

Actualmente, os emprendedores teñen á súa disposición numerosas axudas dos organismos públicos estatais e rexionais.

#### Financiamento Portugal.

O goberno portugués concede a axuda denominada como Vale Emprendemento cuxo obxectivo é proporcionar apoio a proxectos para as empresas menores de 2 anos na área de emprendemento. É compatible cos servizos de consultoría necesarios para a creación de empresas.

#### Financiamento España.

Entre as axudas ofertadas polo Estado español destacan as das entidades:

---

## ENISA (Empresa Nacional de Innovación S.A.)

Enisa ofrece financiamento a mozos emprendedores en forma de préstamo. Esta organización conta con tres liñas de financiamento:

Mozos emprendedores. Desde os 25.000 euros ata os 75.000 euros

Emprendedores. 25.000 euros a 300.000 euros

Creceamento. 25.000 euros ata os 1.500.000 euros.

Para solicitar un préstamo Enisa é necesario ser unha peme domiciliada en España e contar cun proxecto innovador.

### Créditos ICO

Os créditos do Instituto de Crédito Oficial (ICO) consisten nun tipo de financiamento orientado a autónomos e pequenas e medianas empresas. Entre as opcións de financiamento ofrecidas por esta entidade, as que se axustan ás oportunidades detectadas son as liñas de mediación de crédito, onde o ICO encárgase de determinar os acordos coas entidades crediticias. O ICO encargarase de estudar os proxectos e definirá as características do préstamo, pero as entidades de crédito serán as que asuman o risco da operación.

### Financiamento Galicia.

O goberno autonómico galego dispón de diferentes subvencións para o apoio de iniciativas emprendedoras entre as que podemos destacar:

- IG408A - Axudas aos proxectos de investimento empresarial, cofinanciadas polo Fondo Europeo de Desenvolvemento Rexional, no marco do programa operativo FEDER Galicia 2014-2020.
- IG243 - Préstamos IFI Emprime. Apoian economicamente a pequenas empresas promovidas por emprendedores mediante préstamos, para acometer os investimentos necesarios para a posta en marcha do negocio en Galicia.
- IG253 - Axudas a proxectos de investimento empresarial. Pretenden estimular a posta en marcha de proxectos de investimento empresarial en Galicia, coa finalidade principal de dinamizar a actividade económica, mellora das empresas existentes, así como a creación e posta en marcha de novas iniciativas empresariais.

## 5. 2 Financiamento para proxectos de economía social

A continuación móstranse financiamentos propios da economía social, ou pensados para ela, que se poden atopar tanto en Galicia como no Norte de Portugal.

### Financiamento Portugal.

Podemos distinguir entre iniciativas de impulso público e de impulso privado ou mixtas. Entre as de impulso público atópase **Portugal Inovação Social**<sup>1</sup>. É unha iniciativa

---

<sup>1</sup><https://inovacaosocial.portugal2020.pt/>

---

pública que ten por obxectivo promover a innovación social e dinamizar o mercado de investimento social en Portugal. Este programa canalízase a través de 4 instrumentos de cofinanciamento:

- *Capacitação para o investimento social*.- Financia programas de capacitación para o desenvolvemento das competencias organizativas e de xestión dos equipos implicadas na implantación de proxectos de innovación social.
- *Parcerias para o Impacto*.- Financia a creación, implementación e crecemento de proxectos de innovación social, asegurando o 70% das súas necesidades de financiamento, o resto proporcionado por investidores sociais (públicos ou privados).
- *Títulos de Impacto Social*.- Financia, mediante un mecanismo de contratación e pago por resultados, proxectos innovadores en áreas prioritarias da política pública, nos campos de emprego, protección social, educación, saúde, xustiza e inclusión dixital.
- *Fundo para Inovação Social*.- Facilita o acceso ao crédito e co-investimento en organizacións con proxectos de innovación e emprendemento social, abordando a resposta insuficiente do sector financeiro ás necesidades específicas de financiamento destes proxectos.

No eido das **iniciativas privadas**, en Portugal hai unha rede de cooperativas de crédito implantadas por todo o territorio que están asociadas e agrupadas baixo a **Caixa Central de Crédito Agrícola**<sup>2</sup>. Nun principio estas cooperativas de créditos, chamadas Caixas, estaban centradas no sector agrícola do país, mais a partir do ano 1991, por unha modificación legal, permitiúselles poder ofrecer crédito noutros sectores. A Caixa Central ten liñas de crédito de apoio a empresas e ademais nestes momentos ten unha liña de crédito específica para entidades de economía social.

Neste eido privado, tamén en Portugal moitas grandes empresas teñen proxectos de responsabilidade social coas que financian e apoian a iniciación de proxectos de economía social polo que é conveniente fixarse nestas convocatorias xa que poden ser de interese para a posta en marcha de proxectos de emprendemento.

Por último, existe unha **iniciativa mixta** apoiada por instrumentos públicos e privados que é a Cooperativa **António Sérgio para Economía Social**<sup>3</sup>. Conta con varios programas de financiamento a cooperativas e outras entidades de economía social. Os máis importantes son:

- *Sou Mais*, é un programa nacional de microcrédito que facilita o acceso ao crédito a través dun financiamento de pequeno montante, destinado a apoiar a realización de proxectos cun límite máximo de investimento e de financiamento de 20.000 €.
- *Social Investe*, é un programa de apoio á Economía Social, que se concreta nunha liña de crédito, que ten por obxecto facilitar o acceso ao financiamento por parte das entidades que integran o sector.

---

<sup>2</sup><https://www.creditoagricola.pt/para-a-minha-empresa/financiar/linha-de-credito-de-apoyo-a-economia-social-social-investe>

<sup>3</sup><https://www.cases.pt/>

---

## Financiamento Galicia.

No caso galego as opcións son dúas: de impulso privado ou público. Así nas primeiras podemos atopar:

**Cooperativas de Crédito.** Dentro da economía social galega existe a figura das cooperativas de crédito, porén con domicilio social en Galicia só existe unha: a Caixa **Rural Galega**<sup>4</sup>, Sociedade cooperativa de crédito galega. Esta entidade presta todos os servizos da banca tradicional incluído todo tipo de financiamento a curto ou longo prazo para empresas.

Dentro da categoría das cooperativas de crédito pero con domicilio fiscal en Madrid e operativa en Galicia tamén atopamos a Fiare **Banca Ética**<sup>5</sup>. De orixe italiana, trátase dun banco con fórmula xurídica de sociedade cooperativa que opera en España coa integración da Fundación Fiare, co obxecto de fomentar, entre outras, a economía social e os seus valores e principios, facilitando financiamento. Inclúese dentro das denominadas finanzas éticas e solidarias.

Por último, no eido privado, atopámonos con **Coop57**<sup>6</sup>. Cooperativa de servizos financeiros éticos e solidarios que ten como obxectivo contribuír á transformación social da economía e da sociedade. Recolle e capta o aforro da sociedade civil para poder canalizalo ao financiamento de entidades da economía social e solidaria que promovan a ocupación, fomenten o cooperativismo, o asociacionismo e a solidariedade en xeral, e promovan a sustentabilidade sobre a base de principios éticos e solidarios. Poden recibir financiamento todas aquelas entidades pertencentes á economía social e solidaria que sexan socias de servizos de Coop57 e que acheguen algún tipo de valor engadido para a súa contorna e para o conxunto da sociedade.

No eido **público** podemos atoparnos con medidas que emanan do goberno central, como pode ser a posibilidade de capitalización da prestación do desemprego, e do goberno autonómico.

Centrando o estudo no que nos queda máis próximo destaca un instrumento específico de financiamento das fórmulas de autoemprego:

- **Programa APROL Economía Social**<sup>7</sup>. É unha liña de subvencións destinada a cooperativas e sociedades laborais centrada principalmente no acceso á condición de persoas socias e ao fomento do emprego.

Nas restantes fórmulas de emprendemento, centros especiais de emprego e empresas de inserción, tamén existen liñas de subvención específicas que atenden á fundamentalmente á creación e mantemento de emprego.

---

<sup>4</sup><https://www.ruralvia.com/galega/>

<sup>5</sup><https://www.fiarebancaetica.coop/gl>

<sup>6</sup><https://www.coop57.coop/que/galiza>

<sup>7</sup><http://www.eusumo.gal/axudas-y-subvencions>

---

### 5.3 Axudas e subvencións específicas para o sector TIC.

#### Financiamento Portugal.

- Vale Industria 4.0: o seu obxectivo é proporcionar apoio ás PEME que desexen centrarse na transformación dixital a través da adopción de tecnoloxías que permitan cambios disruptivos nos modelos de negocio. Subvenciona gastos de servizos de márketing dixital, deseño de sitios web, aplicacións móbiles, tendas de comercio electrónico, CRM, publicidade en liña, etc.
- Vale Innovación: o seu obxectivo é apoiar proxectos de PEMES relacionados coa adquisición de servizos de consultoría para a innovación. Subvenciónanse os servizos de consultoría empresarial esenciais para a creación de empresas, consultoría de economía dixital, consultoría de xestión, creación de marcas e patentes, etc.
- Cualificación SI: o seu obxectivo é apoiar os proxectos de creación de capacidade organizativa e de xestión das PEMES, incluída o investimento no desenvolvemento de capacidades de xestión estratéxicas e competitivas, redes modernas de distribución e o uso das TIC.

#### Financiamento Galicia.

- IG236 - Programa Reacciona TIC. Axudas aos servizos de asistencia, diagnóstico e soporte na implantación de solucións de empresa dixital e Industria 4.0.
- IN848C - Programa Principia. Axudas para a contratación de persoal, por un período mínimo dun ano, para realizar actividades de I+D+i.
- IN848D - Programa InnovaPEME. Axudas ás pemes destinadas ao financiamento do custo das actividades integradas en Plans de innovación, que lles permitan sistematizar os procesos de innovación da empresa e estean aliñadas coas prioridades establecidas na RIS3 para Galicia.

### 5.4 Liñas de financiamento específicas.

A oportunidade denominada “servizo de dispositivos telemáticos para coidado e monitoraxe”, polo seu marcado carácter innovador e a súa base tecnolóxica, pode ser cualificada como IEBT (Iniciativa Emprendedora de Base Tecnolóxica) e acceder á liña de axudas dispoñibles para este tipo de iniciativas.

As empresas cualificadas como IEBT poderán solicitar as seguintes modalidades de axudas: Subvención á creación directa de emprego estable, subvención para a contratación de persoal técnico de alta cualificación, axuda para o inicio e posta en marcha da actividade.

### 5.5 Outras liñas de financiamento públicas ou privadas.

Ademais das axudas públicas, cabe ter en conta outras formas de financiamento como poden ser as incubadoras e aceleradoras de emprendemento, sociedades de capital risco e as entidades financieras.

---

## **Incubadoras e aceleradoras de startups.**

A diferenza entre incubadoras e aceleradoras de Startups que radica na fase en que se atopa o negocio para financiar. As incubadoras acompañan ás iniciativas antes do seu lanzamento e as aceleradoras oriéntanse preferentemente a negocios xa postos en marcha.

En ambos os casos, estas organizacións buscan acelerar o crecemento e asegurar o éxito de proxectos emprendedores a través dunha ampla gama de recursos e servizos empresariais que pode incluír renda de espazos físicos, capitalización, coaching ou networking (é dicir, o acceso a unha rede de contactos). Estas organizacións están normalmente patrocinadas por compañías privadas, entidades gobernamentais ou universidades. Algúns exemplos de aceleradoras de startups na zona son: ViaGalicia, Vodafone Connecting for Good Galicia, aceleradora LACES.

## **Sociedades de capital risco.**

Son entidades financeiras de investimento directo ou fondos de investimento que toman participacións temporais no capital das empresas en distintas etapas do seu ciclo de vida. O obxectivo é que coa axuda do capital risco, a empresa aumente o seu valor e unha vez madurada o investimento, o capitalista retírese obtendo un beneficio. Unha vez que o valor da empresa investida incrementouse o suficiente, os fondos de risco retíranse do negocio xa consolidado.

Un exemplo deste tipo de entidades é XES Galicia.

## **Business angels.**

Os Business Angels son investidores privados, normalmente, empresarios experimentados e con grandes coñecementos na xestión de compañías. Achegan recursos financeiros a cambio dunha participación. Trátase de colaboracións temporais, de poucos anos, polo que obteñen o seu beneficio ao vender a participación pasado este tempo.

## **Banca privada.**

As entidades de banca privada dispoñibles na eurrerrexión teñen diferentes plans de financiamento adaptados ás necesidades dos emprendedores. A oferta é moi variada.

---

## 6. Fontes consultadas.

- Axencia de datos de Europa Press, [www.epdata.es](http://www.epdata.es)
- Anuarios y estadísticas del Ministerio del Interior, [www.interior.gob.es/web/archivos-y-documentacion/documentacion-y-publicaciones/anuarios-y-estadisticas](http://www.interior.gob.es/web/archivos-y-documentacion/documentacion-y-publicaciones/anuarios-y-estadisticas)
- Axenda TIC LACES, [www.laceseconomiasocial.com](http://www.laceseconomiasocial.com)
- Deloitte, Auditoría e Consultoría de Servizos Profesionais, [www2.deloitte.com/es](http://www2.deloitte.com/es)
- “El hipersector TIC en Galicia”. OSIMGA edición 2018, <http://www.osimga.gal/es/informes/el-hipersector-tic-en-galicia-edicion-2018>
- Enquisa Modis sobre Emprego no sector TIC, Grupo Adecco  
<https://www.adecogroup.es/wp-content/uploads/2018/10/NdP-Encuesta-Modis-sobre-Empleo-en-el-sector-TIC.pdf>
- “Estudio de las Tendencias del Sector de las Tecnologías de la Información”, AMETIC e Madison Market Research (2017).
- “Estudo da maturidade digital das empresas em Portugal”, Ernst & Young, 2018.
- “Fomento de la presencia de la economía social en el emprendimiento de base tecnológica y otras actividades emergentes”. CEPES 2016,  
<http://www.cepes.es/files/publicaciones/92.pdf>
- Google Videos, <https://video.google.es/>
- “Informe Anual del sector TIC y de los Contenidos en España 2016”. Observatorio Nacional das Telecomunicacións e da Sociedade da Información.
- Informe da asociación eAPyme de 2017, [Informe-eAPyme\\_ESADE\\_Dic2017.pdf](http://www.igape.es/files/publicaciones/Informe-eAPyme_ESADE_Dic2017.pdf)
- Instituto Galego de Estatística (I.G.E.), [www.ige.eu](http://www.ige.eu)
- Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE), [www.igape.es](http://www.igape.es)
- Instituto Nacional de Estatística (I.N.E.), [www.ine.es](http://www.ine.es)
- Instituto Nacional de Estatística de Portugal, [www.ine.pt](http://www.ine.pt)
- “O Jornal Económico”, 20 maio 2018,  
<https://jornaleconomico.sapo.pt/noticias/informa-db-conclui-ainda-que-54-das-empresas-de-tecnologias-de-informacao-cresceram-em-volume-de-negocios-309883>
- Oficina de Medioambiente da Universidade de Vigo, [oma.webs.uvigo.es](http://oma.webs.uvigo.es)
- Organización para a Cooperación e o Desenvolvemento Económicos (OCDE).
- Real Decreto 1720/2007, do 21 de decembro, polo que se aproba o Regulamento de desenvolvemento da Lei Orgánica 15/1999, do 13 de decembro, de protección de datos de carácter persoal, <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2008-979>
- Resolución do Parlamento Europeo, do 19 de febreiro de 2009, sobre economía social (2008/2250(INI)).

