


# EMPRENDE LOCAL

 **Bizkaia**

*enplegua, gizarte kohesioa eta  
berdintasuna sustatzeko saila*  
departamento de empleo,  
cohesión social e igualdad

# Proceso participativo para el diseño de un catálogo de datos útiles que de respuesta al microemprendimiento en Bizkaia

Bizkaian mikroekintzailtzari erantzuteko datu  
erabilgarrien katalogo bat diseinatzeko prozesu  
parte-hartzailea

## Objetivo del proyecto

El objetivo principal de este proyecto es

**reforzar la colaboración entre los agentes**


**locales y DEMA para aumentar el impacto en el territorio de Bizkaia y en las empresas**

**locales.** A través de una evaluación exhaustiva y el diseño del "Observatorio", pretendemos optimizar la toma de decisiones estratégicas mediante la recolección y análisis de datos locales y comarcales.

- Fomentar un entorno empresarial más dinámico y colaborativo, beneficiando a todos los sectores involucrados en el desarrollo regional, y promoviendo una mayor cohesión entre los agentes locales y DEMA.
- Ofrecer visibilidad pública y fortalecer la identidad de la Red Sarekin, alineando el proyecto con los compromisos de la red y garantizando el cumplimiento de los objetivos establecidos.
- Introducir una nueva metodología para recibir y compartir información sobre proyectos locales, creando una base sólida para futuras acciones y desarrollos en la región.



**urbegi**   
Social  
Impact

An aerial photograph of a dense urban skyline, likely New York City, viewed from a high angle. The image is heavily filtered with a blue color, creating a monochromatic effect. The buildings are packed closely together, and the overall composition is centered around the text.

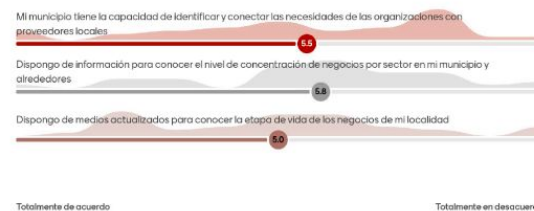
Identificación y diseño  
Proceso participativo  
Catálogo de datos  
Informe final

# Proceso participativo: Sesión con agentes para la Identificación de las necesidades

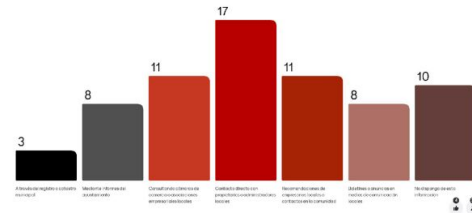
SESIÓN 8 DE OCTUBRE: Agentes de la Red Sarekin (40 asistentes)

- Capacidad limitada para conectar necesidades:**  
 Los encuestados perciben que sus municipios tienen una capacidad limitada para identificar y conectar las necesidades de las organizaciones con proveedores locales.  
 Margen de mejora en la creación de redes y facilitación de relaciones comerciales entre empresas.
- Información limitada sobre concentración de negocios:**  
 Los encuestados tienen una percepción similar respecto a la disponibilidad de información sobre la concentración de negocios por sector en el municipio y sus alrededores.  
 Falta información detallada sobre el tejido empresarial local, lo cual es esencial para identificar oportunidades de negocio y nichos de mercado.
- Falta de información sobre el ciclo de vida de los negocios:**  
 Los encuestados consideran que existe una carencia significativa de información actualizada sobre la etapa de vida de los negocios locales. Esta información es crucial para entender la dinámica del mercado y detectar posibles riesgos o oportunidades.

Valora del 1 al 10



¿Cómo obtienes información sobre las infraestructuras disponibles en tu municipio (talleres, noves, oficinas) según el tipo de actividad?



# Proceso participativo: Focus Group orientado a la recogida de datos cualitativos

SESIÓN 27 DE NOVIEMBRE: Agentes de la Red Sarekin (11 asistentes)

## 1. Herramientas y procesos más eficientes:

Existe una clara demanda de herramientas y procesos que agilicen el trabajo y permitan una atención más eficiente a los emprendedores. Esto incluye tanto herramientas de gestión interna como herramientas que faciliten la interacción con los emprendedores.

## 2. Más tiempo:

La falta de tiempo suficiente es un problema comúnmente mencionado. Los profesionales que atienden a emprendedores necesitan más tiempo para dedicar a cada caso y ofrecer un servicio de mayor calidad.

## 3. Información centralizada y actualizada:

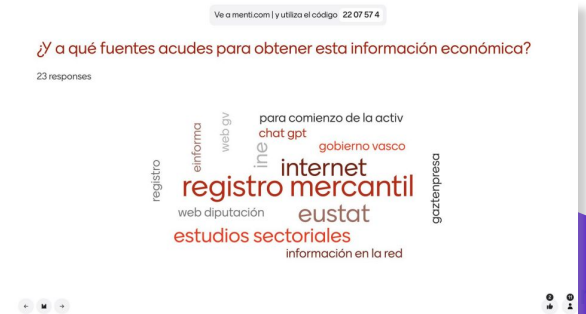
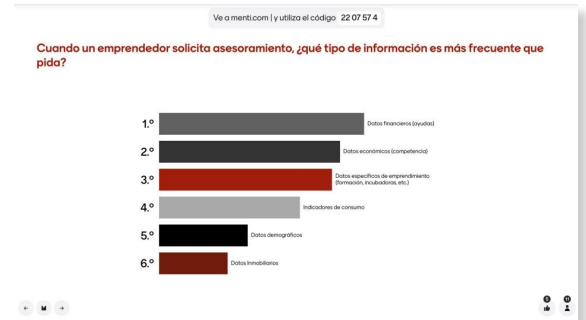
Se busca una fuente única y confiable de información para los emprendedores, que les permita acceder a todos los recursos y trámites de manera sencilla.

## 4. Personalización del servicio:

Se destaca la necesidad de adaptar los servicios y procesos a las necesidades específicas de cada tipo de emprendedor.

## 5. Simplificación administrativa:

Hay urgencia en simplificar los trámites administrativos y replantear ciertas normativas que dificultan el desarrollo empresarial.



# Identificación y diseño: Replanteamiento

**Inicialmente**, se encomendó al equipo de Urbegi la tarea de construir un **observatorio de microemprendimiento** en la región de Bizkaia, con el objetivo de recopilar, analizar y dar difusión a datos relacionados con el ecosistema emprendedor local. Pero en una primera fase del trabajo ya se detecta una gran **dispersión de los datos relevantes y sobre todo la escasez de datos desagregados a nivel local**. La información disponible está, en su mayoría, agrupada a nivel de comunidad autónoma, lo que constituye un obstáculo insalvable para cumplir con los objetivos planteados en el proyecto original.

Ante esta situación, se procedió a una **redefinición del alcance del proyecto**. En lugar de centrarnos en la creación de un observatorio, se optó por desarrollar el paso previo que en un futuro permitirá la evolución a Observatorio: un **catálogo de datos (o Núcleo de conocimiento) preliminar de microemprendimiento**. Este catálogo tendría como objetivo principal el desarrollo de una base de datos e indicadores caracterizados e identificados (pendientes de validación de su disponibilidad) exhaustiva y real de la información vinculante al microemprendimiento y definir la estructura del catálogo matriz.



# Propuesta de solución: Catálogo de Datos. Núcleo de Conocimiento

## ¿Qué es un Catálogo de Datos o un Núcleo de Conocimiento?

Un catálogo de datos dedicado al microemprendimiento constituye una base de datos centralizada que aglutina, organiza y expone de manera sistemática información relevante vinculada al ecosistema emprendedor de un territorio específico, como Bizkaia.

Dato (fuente de Indicadores)	Entidad	Fuente de datos	Enlace a la Fuente	KPI/Indicador	Descripción	Dimensiones	Tipo de Dato	Métd
Demográfico	Observatorio del Comercio en Euskadi (erfokamer)	Barómetro del comercio	<a href="https://www.euskadi.eus/barometro-de-comercio/web01-a2/shmeris/">https://www.euskadi.eus/barometro-de-comercio/web01-a2/shmeris/</a>	Porcentaje de nivel formativo de las personas empleadas en los comercios de Araba, dentro de la franja de Profesionales (FP)	Porcentaje de nivel formativo de las personas empleadas en los comercios de Araba, dentro de la franja de Profesionales (FP)		Porcentaje	
Demográfico	Observatorio del Comercio en Euskadi (erfokamer)	Barómetro del comercio	<a href="https://www.euskadi.eus/barometro-de-comercio/web01-a2/shmeris/">https://www.euskadi.eus/barometro-de-comercio/web01-a2/shmeris/</a>	Porcentaje de nivel formativo de las personas empleadas en los comercios de Bizkaia, dentro de la franja de Profesionales (FP)	Porcentaje de nivel formativo de las personas empleadas en los comercios de Bizkaia, dentro de la franja de Profesionales (FP)		Porcentaje	
Demográfico	Observatorio del Comercio en Euskadi (erfokamer)	Barómetro del comercio	<a href="https://www.euskadi.eus/barometro-de-comercio/web01-a2/shmeris/">https://www.euskadi.eus/barometro-de-comercio/web01-a2/shmeris/</a>	Porcentaje de nivel formativo de las personas empleadas en los comercios de Gipuzkoa, dentro de la franja de Profesionales (FP)	Porcentaje de nivel formativo de las personas empleadas en los comercios de Gipuzkoa, dentro de la franja de Profesionales (FP)		Porcentaje	
Demográfico	Observatorio del Comercio en Euskadi (erfokamer)	Barómetro del comercio	<a href="https://www.euskadi.eus/barometro-de-comercio/web01-a2/shmeris/">https://www.euskadi.eus/barometro-de-comercio/web01-a2/shmeris/</a>	Porcentaje de nivel formativo de las personas empleadas en los comercios de Araba, dentro de la franja de Secundarios	Porcentaje de nivel formativo de las personas empleadas en los comercios de Araba, dentro de la franja de Secundarios		Porcentaje	
Demográfico	Observatorio del Comercio en Euskadi (erfokamer)	Barómetro del comercio	<a href="https://www.euskadi.eus/barometro-de-comercio/web01-a2/shmeris/">https://www.euskadi.eus/barometro-de-comercio/web01-a2/shmeris/</a>	Porcentaje de nivel formativo de las personas empleadas en los comercios de Bizkaia, dentro de la franja de Secundarios	Porcentaje de nivel formativo de las personas empleadas en los comercios de Bizkaia, dentro de la franja de Secundarios		Porcentaje	
Demográfico	Observatorio del Comercio en Euskadi (erfokamer)	Barómetro del comercio	<a href="https://www.euskadi.eus/barometro-de-comercio/web01-a2/shmeris/">https://www.euskadi.eus/barometro-de-comercio/web01-a2/shmeris/</a>	Porcentaje de nivel formativo de las personas empleadas en los comercios de Gipuzkoa, dentro de la franja de Secundarios	Porcentaje de nivel formativo de las personas empleadas en los comercios de Gipuzkoa, dentro de la franja de Secundarios		Porcentaje	
Demográfico	Observatorio del Comercio en Euskadi (erfokamer)	Barómetro del comercio	<a href="https://www.euskadi.eus/barometro-de-comercio/web01-a2/shmeris/">https://www.euskadi.eus/barometro-de-comercio/web01-a2/shmeris/</a>	Porcentaje de nivel formativo de las personas empleadas en los comercios de Araba, dentro de la franja de Primarios (o meros)	Porcentaje de nivel formativo de las personas empleadas en los comercios de Araba, dentro de la franja de Primarios (o meros)		Porcentaje	
Demográfico	Observatorio del Comercio en Euskadi (erfokamer)	Barómetro del comercio	<a href="https://www.euskadi.eus/barometro-de-comercio/web01-a2/shmeris/">https://www.euskadi.eus/barometro-de-comercio/web01-a2/shmeris/</a>	Porcentaje de nivel formativo de las personas empleadas en los comercios de Bizkaia, dentro de la franja de Primarios (o meros)	Porcentaje de nivel formativo de las personas empleadas en los comercios de Bizkaia, dentro de la franja de Primarios (o meros)		Porcentaje	
Demográfico	Observatorio del Comercio en Euskadi (erfokamer)	Barómetro del comercio	<a href="https://www.euskadi.eus/barometro-de-comercio/web01-a2/shmeris/">https://www.euskadi.eus/barometro-de-comercio/web01-a2/shmeris/</a>	Porcentaje de nivel formativo de las personas empleadas en los comercios de Gipuzkoa, dentro de la franja de Primarios (o meros)	Porcentaje de nivel formativo de las personas empleadas en los comercios de Gipuzkoa, dentro de la franja de Primarios (o meros)		Porcentaje	
Demográfico	Ertzaritza	Estadísticas de Seguridad Pública	<a href="https://www.ertzaritza.euskadi.eus/it/web/ertzaritza/estadisticas-de-elicivias">https://www.ertzaritza.euskadi.eus/it/web/ertzaritza/estadisticas-de-elicivias</a>	Tasa de criminalidad	Índice de seguridad pública en la localidad (crímenes por 1000 habitantes)		Número	Revisk crimina la Ertz Euskadi comer Comer
Económico (competencia)	Cámara de Comercio de Bilbao, agencias inmobiliarias	Cámara de Comercio de Bilbao - Informe de Ocupación Comercial	<a href="https://www.camaraibilbao.com/wp-content/uploads/2023/12/informe-ocupatura-economica-diciembre-2023.pdf">https://www.camaraibilbao.com/wp-content/uploads/2023/12/informe-ocupatura-economica-diciembre-2023.pdf</a>	Índice de ocupación comercial	Proporción de locales ocupados frente a vacantes		Porcentaje	
Económico (competencia)	Porcentaje de empresas que exportan o tienen operaciones en el extranjero.	Banque Trade & Investment - Informe de Internacionalización Empresarial	<a href="https://www.euskadi.eus/elementos/le0005800/empresas-y-personas-empleadas-en-la-ca-de-euskadi-super-ventes-en-2-023-analis-en-ese-critico-ano-anteriores-por-territorio-y-com-rea-de-sect-social-ib0005853_u.html">https://www.euskadi.eus/elementos/le0005800/empresas-y-personas-empleadas-en-la-ca-de-euskadi-super-ventes-en-2-023-analis-en-ese-critico-ano-anteriores-por-territorio-y-com-rea-de-sect-social-ib0005853_u.html</a>	Internacionalización de las empresas (%)	Proporción de empresas que realizan actividades comerciales en el extranjero. Muestra el grado de apertura de las empresas al mercado global.		Porcentaje	Revisk Cámar
Económico (competencia)	Porcentaje de empresas que siguen operando después de un período específico.	Eustat	Tasa de Supervivencia Empresarial	Tasa de supervivencia de empresas	Porcentaje de nuevas empresas que sobreviven después de 1 año		Porcentaje	Estadist super medic Confer Cámar
Económico (competencia)	Número de negocios por kilómetro cuadrado.	Cámara de Comercio de Bilbao, Lanbide	Cámara de Comercio - Densidad de Negocios	Densidad de negocios	Número de negocios similares en la misma zona		Número	Revisk Cámar
Económico (competencia)	Número de nuevos emprendimientos y su éxito relativo.	Cámara de Comercio de Bilbao	Barque - Observatorio de la innovación en Bizkaia	Índice de emprendimiento	Nuevas empresas creadas anualmente por sector		Número	Revisk Cámar
Económico (competencia)	Incremento porcentual en los ingresos de las empresas.	Cámara de Comercio de Bilbao	Encuesta de coyuntura industrial	Tasa de crecimiento de la facturación (%)	Incremento porcentual de los ingresos de las empresas en un período determinado. Indica el dinamismo y el potencial de crecimiento de las empresas.		Porcentaje	Análisis para m factura

# Propuesta de solución: Catálogo de Datos. Núcleo de Conocimiento

## Elaboración del catálogo

**+50 fuentes distintas de formación:**  
INE, EUSTAT, GEM, Cámaras de Comercio, Diputaciones, etc.

Cuadro con **+300 indicadores**

Divididos en **6 áreas temáticas:**  
Datos demográficos, económicos, financieros, indicadores de consumo, datos específicos de emprendimiento y datos inmobiliarios.

	Dato (fuente de Indicadores)	Entidad
Demográfico	Número total de habitantes.	Eustat (Instituto Vasco de Estadística), INE (Instituto Nacional de Estadística)
Económico (competencia)	Porcentaje de locales comerciales ocupados versus disponibles.	Cámara de Comercio de Bilbao, agencias inmobiliarias
Financiero	Cantidad de dinero invertido en proyectos de infraestructura.	Diputación Foral de Bizkaia
Indicador de consumo	Porcentaje de venta online de comercios actividad Alimentación	Departamento de Turismo, Comercio y Consumo
Inmobiliario	Distancia promedio a puntos de interés.	GeoEuskadi, Google Maps
Específico de emprendimiento	Número y tipo de redes de colaboración.	Euskadi Emprende



## Conclusiones:

1. A lo largo del análisis y durante la elaboración del catálogo hemos evidenciado que, a pesar de la importancia crucial de contar con datos detallados y actualizados para fomentar el crecimiento del microemprendimiento en Bizkaia, hay una **carencia significativa de información a nivel municipal y, más específicamente, a nivel de código postal**, lo que resta efectividad a cualquier análisis y, en particular, a la toma de decisiones informadas en el ámbito del microemprendimiento.
2. Dicha carencia de datos con la granularidad necesaria obliga a llegar a **acuerdos a nivel institucional**, desde entidades fuente de datos (Eustat, INE, etc.), a diputaciones y ayuntamientos, para que recopilen los datos con esa precisión requerida, lo que se traduce, entre otras cosas, en que estas entidades cambien los procesos de recogida de datos para ampliar las muestras y descender en el nivel de detalle, haciendo nuevas encuestas, etc., lo que sin duda excede del marco inicial de este proyecto.

# ANÁLISIS Y TRABAJO CON EL CATÁLOGO DE DATOS BASE DEL FUTURO OBSERVATORIO



# TRABAJO ACTUAL CON EL CATÁLOGO DE DATOS

## Primera fase: Análisis del contexto actual

1

Se está llevando a cabo un análisis exhaustivo del conjunto de fuentes de datos identificadas por Urbegi, con el objetivo de seleccionar aquellas más relevantes. Este proceso implica afrontar diversas complejidades, tales como:

- La **variedad de procedencias** y los distintos niveles de acceso a los datos.
- Los diferentes **niveles de granularidad** en la información recopilada.
- La **heterogeneidad** en los formatos de los datos disponibles.

## Tercera fase: Desarrollo de un prototipo base

3

Se diseñará un prototipo inicial que permitirá realizar pruebas, identificar oportunidades de mejora y **recopilar feedback por parte de consultores/as y técnicos/as de DEMA**, con el fin de garantizar su aplicabilidad práctica.



2

## Segunda fase: Cruce y análisis de datos

Una vez identificadas las fuentes de datos más relevantes, se procederá al desarrollo de los **cruces necesarios para obtener las respuestas** que deberá proporcionar el futuro observatorio.

4

## Fase piloto: Implementación a nivel municipal

Finalmente, se desarrollará un modelo de **prueba piloto a nivel municipal**, el cual se integrará y coordinará con el análisis prospectivo llevado a cabo por IKERTALDE, permitiendo así la potencial adaptabilidad a **los contextos y estrategias municipales** con el emprendimiento.



## BUSCADOR DE DATOS DE EMPRESARIOS

7 de marzo de 2025

Elaborado por:



## BUSCADOR DE DATOS

- Dimensión 1: datos estadísticos; datos administrativos
- Dimensión 2: escucha local a la ciudadanía
- Dimensión 3: ...

### DIMENSIÓN: ESCUCHA LOCAL A LA CIUDADANÍA (propuesta metodológica)

#### ÁMBITOS APLICABLES

La escucha a la ciudadanía traslada la mirada a los servicios a las personas: al comercio, la hostelería, el ocio y el entretenimiento, la salud y el bienestar corporal, la belleza, el aprendizaje,...; en última instancia a la economía urbana.

#### CONDICIONANTES

Input de valor indudable para el emprendimiento pero que debe ser encuadrado y completado con otros inputs tanto cualitativos como cuantitativos:

- Información de tendencias microsectoriales
- Contraste local / espacial de ciudad

#### USUARIOS

- Nivel Macro: Facilitadores públicos del ámbito del emprendimiento (Ayuntamientos, Agencias de Desarrollo...)
- Nivel Micro: Personas Emprendedoras

<b>ESCUCHA LOCAL (MACRO)</b> Encuadre de oportunidades		Personas usuarias: (+) Facilitador/a público/a                      (-) Emprendedores/as	
			CHEQUEO VÍA - CASOS PILOTO
1	ENCUESTA A LA POBLACIÓN de hábitos de consumo y Oportunidades de negocio	Piloteo	Definición de <b>MAPA DE OPORTUNIDADES MUNICIPALES</b> localizadas en sectores / subsectores / formatos...
2	TENDENCIAS MICROSECTORIALES informes breves de tendencias	Piloteo	<b>CREACIÓN PROGRESIVA DE BIBLIOTECA DE TENDENCIAS</b> al servicio de los facilitadores/analistas/emprendedores/as.
3	CONTRASTE LOCAL Observación directa del espacio urbano		<b>VALIDACIÓN, AJUSTE SOBRE EL TERRENO</b>
<b>ESCUCHA LOCAL (MICRO)</b> Toma de decisiones emprendedor/a		Persona usuaria: (-) Facilitador/a público/a                      (+) Emprendedores/as	
4	CÁMARA DE TESTEO con consumidores/as		Metodología de Focus Group con personas consumidoras locales para el apoyo al emprendedor/a para la toma de decisiones / ajuste de la idea / modelo de negocio