

Mercè ADELL ALMUDEVE

ESTUDIO DE LA ACTITUD EMPRENDEDORA:
ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ABAT OLIBA
CEU Y CATALUNYA.

*Trabajo final de carrera
dirigido por
Eva PEREA MUÑOZ*

Universidad Abat Oliba CEU
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas

2013

“Tu tiempo es limitado, no lo malgastes viviendo la vida de alguien distinto. No quedes atrapado en el dogma, que es vivir como otros piensan que deberías. No dejes que los ruidos de las opiniones de los demás acallen tu voz interior. Y, lo que es más importante, ten el coraje para hacer lo que te dicen tu corazón y tu intuición. De algún modo ellos ya saben lo que tú realmente quieres ser. Todo lo demás es secundario”

Steve Jobs

Resumen

La sociedad catalana en general vive un momento de relevo generacional. Una nueva promoción de emprendedores está continuamente llamando a la puerta.

Los empresarios catalanes reivindican el perfil emprendedor del país y confían que estos nuevos valores añadidos, combinados con los de la tradicional sociedad empresarial, permitirán afrontar con garantías estos momentos económicamente adversos para el conjunto de la sociedad.

En el presente trabajo se tiene por objetivo el estudio de la actitud emprendedora de los alumnos universitarios, para el cual se realiza una encuesta entre los estudiantes de la Universidad Abat Oliba CEU en el período académico 2012-2013. Además de analizar la actitud emprendedora de dichos alumnos también se estudia la percepción que tienen de sus habilidades, formación y capacidad para la creación de una empresa, su experiencia, la percepción de la figura del emprendedor, así como sus posibles contactos con el mundo empresarial, siendo estos algunos elementos que influyen en el espíritu emprendedor.

Finalmente, a grandes rasgos, se ofrece un panorama de la actividad emprendedora en Catalunya. Más concretamente, se presenta información relacionada con la iniciativa emprendedora y las actitudes de los catalanes hacia el emprendimiento.

Resum

La societat catalana en general viu un moment de relleu generacional. Una nova promoció d'emprenedors estan contínuament cridant a la porta.

Els empresaris catalans reivindiquen el perfil emprenedor del país i confien que aquests nous valors afegits, combinats amb els de la tradicional societat empresarial, permetran afrontar amb garanties aquests moments econòmicament adversos per al conjunt de la societat.

En el present treball es té com objectiu principal l'estudi de l'actitud emprenedora dels alumnes universitaris; per la qual cosa es realitza una enquesta entre els estudiants de la Universitat Abat Oliba CEU durant el període acadèmic 2012-2013. A més a més d'analitzar l'actitud emprenedora dels estudiants també s'estudia la percepció que tenen de les seves habilitats, formacions i capacitat per la creació d'una empresa, la seva experiència, percepcions de la figura d'emprenedors, així com els possibles contactes amb el món empresarial, sent aquest alguns elements que influeixen en l'esperit emprenedor.

Finalment, a grans trets s'ofereix un panorama de l'activitat emprenedora a Catalunya. Més concretament, es presenta informació relacionada amb la iniciativa emprenedora i les actituds dels catalans per ser emprenedor.

Abstract

Catalan society in general is experiencing a time of generational change. A new promotion of entrepreneurs is constantly knocking at the door.

Catalan business owners claim the entrepreneurial profile of the country and they trust that those new added values, combined with the traditional corporate society, will successfully handle this adverse economic times for the whole of society.

In this work, the main objective of the study is the entrepreneurial spirit of students at Abat Oliba CEU University, during the academic period 2012-2013. In addition, to analyze the entrepreneurial attitude of this students, also is studied the perceptions of their abilities, training and ability to create a company, their experience, perception of the entrepreneur and their possible contacts with the business world is also studied, this are the elements that influence entrepreneurship.

Finally, it provides an overview of entrepreneurship in Catalonia. In this work, has presented information about the catalonia's enterprising initiative, and their attitudes toward entrepreneurship

Palabras claves / Keywords

Emprendedor - Empresa –Autoempleo – Innovación – Idea – Crear – Economía.

Sumario

Introducción.....	7
1. Iniciativa emprendedora.....	9
1.1. Importancia del emprendimiento.....	9
1.2. La sociedad emprendedora	9
1.3. ¿Cómo se puede llegar a ser un emprendedor?.....	11
1.3.1. La idea de negocio.....	12
1.3.2. Crear empresas.....	14
1.3.2.1. Plan de empresa	15
1.3.2.2. Guía práctica de modelos de negocio.....	16
2. Metodología y datos.....	17
2.1. Metodología y alcance del estudio.....	17
2.1.1. Población y Muestra.....	18
2.2. Encuesta en la Universidad Abat Oliba CEU.....	20
2.3. Resultados de la encuesta.....	22
2.4. Conclusiones	36
3. Actividad emprendedora en Catalunya	39
3.1. Iniciativa emprendedora en Catalunya.....	40
3.2. Actitudes del emprendedor catalán.....	41
3.3. Estructura empresarial catalana.....	42
3.3.1. Número de empresas y densidad empresarial.....	43
3.3.2. Distribución sectorial.....	44
3.3.3. Dimensión en número de empleados.....	45
3.3.4. Forma jurídica.....	46
3.4. Formación en emprendimiento.....	47
3.5. Financiación de nuevas empresas en Catalunya.....	47
3.6. Preferencias por el autoempleo.....	48
3.7. Innovación en Catalunya.....	49
3.8. Un cambio de mentalidad.....	49
Conclusiones.....	55
Bibliografía.....	59
Lista de gráficos.....	63
Lista de tablas.....	63
Anexo I.....	65
Anexo II.....	66

Introducción

En el contexto actual, donde se considera que el conocimiento es lo primordial, es importante que en las aulas universitarias se estén incubando nuevas ideas, que contribuyan al futuro desarrollo del país.

Hasta el momento, el emprendimiento y las personas emprendedoras no habían tenido tal popularidad. La crisis económica que se está padeciendo en la actualidad, (en concreto los altos niveles de desempleo existentes sobre todo en la población menor de 25 años) ha provocado que surjan nuevas corrientes ideológicas, como la aparición de personas con nuevas ideas, u otras que apoyan el lanzamiento o la consolidación de nuevos proyectos empresariales.

No cabe duda, que es necesario un cambio de actitud de la sociedad; es decir, aplicar prácticas de emprendimiento y creación de empleo para poder ver la luz de la crisis que se está padeciendo. Pero, ¿Sólo se necesitan personas emprendedoras en épocas de crisis? o ¿Es posible que el crecimiento económico de la sociedad catalana pueda desarrollarse sin emprendedores? En la actualidad, se vincula el comportamiento del emprendedor con los resultados de la creación de riqueza y empleo además del progreso de la sociedad, pero tan solo con el paso del tiempo se podrá dar respuesta a estas preguntas de forma clara y se confirmará si han sido los emprendedores los que han ayudado a aportar una luz al final del túnel.

Este trabajo tiene como principal objetivo el estudio de la actitud emprendedora de los alumnos de la Universidad Abat Oliba CEU. Para ello se realizara una encuesta entre los estudiantes universitarios en el período académico 2012-2013. Con los resultados se pretende obtener la percepción que tienen de sus habilidades, formación, capacidad para la creación de una empresa, experiencia, la apreciación de figura de emprendedor y sobretodo analizar la actitud e intención emprendedora de dichos alumnos. El trabajo de campo, se ha realizado durante el año académico 2012-2013, para ser más concretos desde el mes de marzo al mes de junio de 2013. El presente estudio ha sido realizado tomando como base el 100% de los estudiantes de la Universidad Abat Oliba CEU, es decir, 823 alumnos de Grado y 563 alumnos en estudios de licenciatura. El total de alumnos del curso 2012-2013 fueron 1.386 de los cuáles 218 personas fueron las que contestaron, es decir, un 15%.

Finalmente, en el presente estudio se compararán los resultados obtenidos de la encuesta con datos actuales sobre la iniciativa emprendedora de Catalunya, y en especial se pretenderá identificar los factores clave que permitirían fomentar el espíritu emprendedor entre los jóvenes de esta comunidad.

Los datos para analizar el último punto del trabajo, referente a la actitud emprendedora en Catalunya, serán obtenidos del proyecto de investigación Global Interpreneurship Monitor del año 2012. Este documento tiene como principal misión explorar y evaluar el papel que juega el emprendimiento en el desarrollo de las economías y en la creación de empresas, en este caso, estará enfocado en Catalunya. Gracias a éste estudio, podremos concluir cómo a lo largo de la última década la política orientada a la creación de nuevas empresas se vincula al crecimiento económico de los países.

Por otra parte, también se tendrá en cuenta el Informe de la estructura empresarial de Catalunya. Dicho documento es un estudio donde se detalla la estructura empresarial catalana y también se analiza la evolución de la sociedad catalana a nivel sectorial, territorial y general.

Para finalizar, se espera que con los resultados obtenidos en éste trabajo, sirvan para identificar nuevos aspectos influyentes en la determinación e identificación de nuevas oportunidades profesionales para los jóvenes universitarios. Con los resultados obtenidos y una visión más clara de la economía actual, se pretenderá animar a los estudiantes a que asuman riesgos y se desarrollen nuevos proyectos generadores de empleo, así pues cuando salgan al mercado laboral puedan obtener un futuro acomodado.

1. Iniciativa emprendedora

1.1. La importancia del emprendimiento

El constante cambio social y económico que está sucediendo hoy en día en la sociedad, ha dejado claro que, la solución para paliar la situación económica del país es el cambio de mentalidad. La creación de nuevas empresas, también conocido como emprendimiento, es uno de los principales motores de la generación de empleo.

El trabajo tradicional está cambiando constantemente, la causa de todo esto es por el elevado desempleo que está sufriendo la sociedad española. Tanto el sector público como el privado se han visto afectados de forma económica. Lo que importa en la actualidad es tener iniciativa y tener ideas buenas para crear nuevos posibles empleos, así pues esto se considera una de las soluciones para paliar la crisis.

Ser emprendedor se ha considerado hasta el momento un trabajo arriesgado, tanto a nivel económico como laboral. Las personas con espíritu emprendedor poseen, claramente, la capacidad de innovar. Para ser un buen emprendedor es necesario tener voluntad de probar cosas nuevas o las ya existentes tener la capacidad de hacerlas de manera diferente, sin miedo al fracaso. No se trata de emprender porque no hay remedio, porque no encuentro empleo o por otros factores exógenos a la persona, es una actitud personal, una inquietud, una forma de ser y estar.

En el futuro, ser emprendedor, apunta a generar más oportunidades de empleo, diversificar el trabajo, favorecer el crecimiento económico, crear empleo y ayudar al desarrollo de la sociedad.

1.2. La sociedad emprendedora

La iniciativa de ser emprendedor se considera importante en varios ámbitos de la sociedad, sobretodo entre los jóvenes. Dicho colectivo está considerado como el sector de personas más creativas, innovadoras, con mayor espíritu emprendedor y aventurero. Los jóvenes son los que suelen tener menor aversión al riesgo y además son los que se adaptan mejor a la actualidad en términos de tecnología. Por este motivo y muchos más, se considera que éste colectivo es el más idóneo para generar nuevos proyectos.

Tal y como dice Amar Bhide en sociedad de emprendedores “Para la gran mayoría de los emprendedores, el mayor reto no consiste en recaudar dinero sino en tener el ingenio y el empuje para arreglarse sin él”.¹

Como bien es sabido, durante el transcurso de los años, el hecho de ser emprendedor y tener iniciativa ha sido y es considerada como la impulsora en términos de innovación. Por otra parte, también se considera que facilita el desarrollo tanto a nivel económico como social.

Tener iniciativa y ser emprendedor facilitan que la creatividad y la innovación forjen nuevas ideas, con la finalidad de introducirse en mercados existentes para cambiarlos, mejorarlos o bien crear de nuevos.

Durante el transcurso de los años, han existido y existen personas emprendedoras. Algunos autores han considerado la iniciativa emprendedora como una actividad específica, otros decían que se centra en la creación de empresas nuevas, o en la generación de proyectos nuevos.

Aquí pues, se observa como ha evolucionado la palabra emprendedor en la sociedad:²

Tabla 1: Evolución definición emprendedor 1756 – 2004.

Definición	Autor
El emprendedor compra productos a un precio determinado en el presente, los combina de forma acertada para obtener un nuevo producto y luego lo vende a precios inciertos en el futuro. No posee un retorno seguro y debe asumir los riesgos y la incertidumbre presentes en el mercado.	Cantillon (1756)
Los emprendedores intentan predecir y actuar sobre el cambio en los mercados. El emprendedor carga con la incertidumbre de la dinámica del mercado.	Knight (1921, 1942)
El emprendedor es un innovador que implementa el cambio en los mercados a través de la realización de nuevas combinaciones que pueden tomar varias formas: <ul style="list-style-type: none"> • Introducción de un nuevo bien o de una nueva calidad del mismo. • Introducción de un nuevo método de producción. • Apertura de un nuevo mercado. • Conquista de una nueva fuente de abastecimiento de nuevos materiales o de sus partes. • Creación de una nueva organización. 	Schumpeter (1934)

¹ BHIDE AMAR en <http://sociedademprendedora.com/drupal/?q=blog>

² Varios autores. *Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España*. Esade Entrepreneurship Insitute.

<ul style="list-style-type: none"> • Reorganización de una organización existente. 	
El emprendedor reconoce las oportunidades y toma acciones para aprovecharlas. Es aquel que tiene habilidades para aprovecharse de las imperfecciones del mercado.	Kirzner (1973)
Creación de nuevas empresa.	Gartner (1985)
La iniciativa emprendedora incluye el estudio de las fuentes de oportunidades, los procesos de descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades, y las personas que las descubren, evalúan y explotan. La iniciativa emprendedora no requiere, pero puede incluir, la creación de nuevas organizaciones.	Shane y Venkataraman (2000)
La iniciativa emprendedora es la actitud y el proceso para crear y desarrollar una actividad económica, combinando la toma de riesgos, la creatividad y/o la innovación con una gestión sólida, en una organización nueva o en una existente.	Comisión de las Comunidades Europeas (2003)
La iniciativa emprendedora es, sobre todo, una forma de pensar o una mentalidad. Incluye la motivación y la capacidad del individuo, bien sea de forma independiente o dentro de una organización, para identificar una oportunidad y luchar por ella y así producir nuevo valor o éxito económico.	
La iniciativa emprendedora incluye la propensión a inducir cambios en uno mismo, la capacidad de aceptar y apoyar la innovación provocada por factores externos, de dar la bienvenida al cambio, de asumir la responsabilidad por las propias acciones (sean positivas o negativas), de terminar lo que se empieza, de saber en qué dirección se está yendo, de establecer objetivos y cumplirlos, y de tener la motivación necesaria para el éxito.	Comisión Europea (2004).

Fuente: Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España. ESADE INTERPRENEURSHIP INSTITUTE.

1.3. ¿Cómo se puede llegar a ser un emprendedor?

Ser emprendedor, se relaciona con la creatividad, la innovación y la asunción de riesgo, así como la habilidad de la persona en planificar y gestionar proyectos con el fin de alcanzar objetivos. Cómo define la Unión Europea, el espíritu de empresa se considera la habilidad de la persona en transformar las ideas en actos.

A menudo se oye que emprendedor se nace pero no se hace. La realidad ha de situarse entre éstos dos extremos: algo de innato, pero también algo de aprendizaje.

Así pues, la características que diferencian a un buen emprendedor, según el Ministerio de Economía de España, serían:

- Ser creativo. Facilidad para ser capaz de imaginar nuevas ideas y proyectos, proponer soluciones originales y diferentes.
- Ser autónomo. Autonomía para planificar y organizar el trabajo sin necesidad

de pautas previas y saber tomar decisiones adecuadas en cada momento.

- Confiar en uno mismo. Confianza en sí mismo, percibirse de forma positiva y apostar por las propias ideas y decisiones.
- Ser tenaz. Constante en aquello que emprendes, perseverante con la finalidad de conseguir todo lo propuesto.
- Ser responsable. Cumplir las obligaciones contraídas con uno mismo y con los que le rodean.
- Asumir riesgos. Estar predispuesto a actuar con decisión, ante situaciones que requieren cierta dificultad.
- Ser líder. Implica que los demás crean en tus propuestas, ser influyente y convincente, saber sacar las mejores cualidades de las personas que le rodean.

Para ser un buen emprendedor, ha quedado claro que no basta con tener iniciativa propia, sino que hay que poner en marcha todas y cada una de las características nombradas anteriormente.

Para que un proyecto de empresa pueda tener éxito, la primera premisa es ser el emprendedor adecuado. Se han visto fracasar muchos proyectos que se consideraban viables, por el simple hecho de no tener detrás a un equipo adecuado con los conocimientos, habilidades y capacidades suficientes para llevarlo a la práctica.

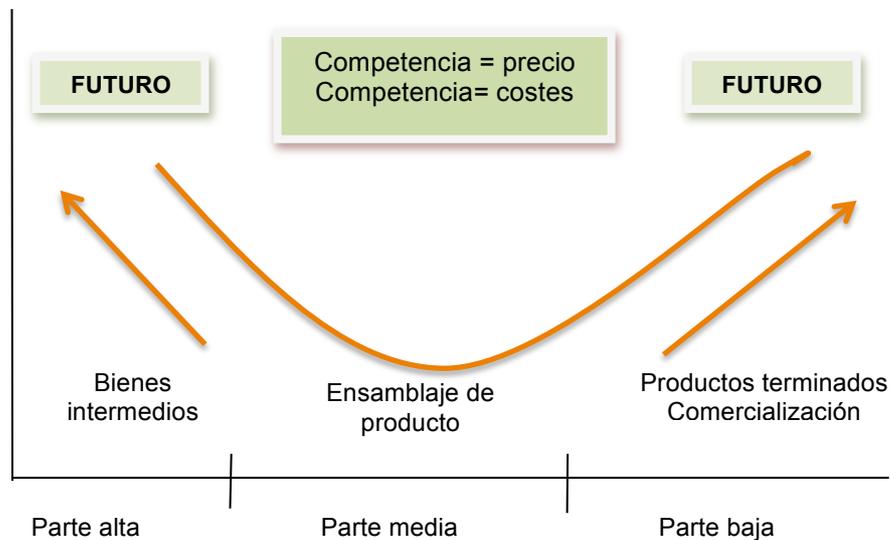
En conclusión, un emprendedor es aquel que empieza nuevos proyectos con autonomía, es responsable de sus actos, está capacitado para asumir riesgos y de resolver los problemas. Además de ser capaz de innovar en nuevos proyectos con responsabilidad y eficacia.

1.3.1. La idea de negocio

Según mi opinión, las personas suelen tener buenas ideas que, por no seguir el camino adecuado, nunca llegan a ver la luz y algunas acaban muriendo.

Cualquier negocio está estructurado por partes, a grandes rasgos quedaría de la siguiente forma. Se representa a través de la curva "SMILEY".

Gráfico 1: Curva SMILEY



Fuente: Autor Stan Shih. Apuntes curso CISCO para Emprendedores.

Una empresa se estructura, según el siguiente esquema, en parte alta, parte media y baja. Todas y cada una de las partes, aportan, de algún modo u otro, valor añadido a la empresa. La cadena de valor se refiere al valor añadido que aporta en términos económicos cada actividad. El valor añadido es el aumento de riqueza generada por la actividad de una empresa en un período determinado. El valor añadido te ayuda a diferenciarte de la competencia y esto se valora en el mercado.

Valor añadido = Valor producción de bienes y servicios – valor compra adquisiciones

O bien,

Valor añadido = Mayor salario + Mayor Beneficio

Se entiende pues que, un mayor salario y un mayor beneficio facilitan una mayor calidad, mayor singularidad del producto.

El mayor valor añadido se encuentra en la parte alta y la baja del gráfico. El bajo valor añadido está en la parte media del gráfico. En este caso, en la parte media, es donde se han dedicado las empresas españolas, hasta la actualidad. Se han especializado con mano de obra barata y poco cualificada, en esta parte existe la competencia por costes y precios. En la parte alta se dedican a los bienes intermedios como por ejemplo las aplicaciones para móviles. En la parte baja existe el producto final es la comercialización y la distribución, el diseño del producto.

Es recomendable especializarse en cualquier actividad tanto de la parte baja como de la parte alta, esto implica una elevada especialización. Para sobrevivir al futuro es necesario dedicarse a actividades específicas, es posible que en el país la demanda sea baja porque el mercado es estrecho, por tanto se verá forzado a internacionalizarte. Esto es básico para poder abrir puertas en mercados superiores.

En los mercados es posible que existan barreras de entrada muy fuertes pero esto obliga a innovar. Para esto es necesario:

1. Encontrar nicho de mercado
2. Especificar el sector y la actividad
3. Especialización
4. Internacionalización: buscar países donde nuestra actividad no esté formada.

Un empresario se encuentra en la parte alta o baja del negocio porque es quien lleva la estrategia, en cambio el contable se encuentra en la parte media es el que ensambla los productos. Tal y como nos indicaba el profesor Joan Ripoll “Un negocio es una idea viable económicamente lo otro son solo ideas.”

Por tanto para generar buenas ideas, se aconseja especializarse en bienes intermedios o productos terminados, que tan sólo sea necesario la comercialización.

1.3.2. Crear empresas

Cuando el emprendedor ya ha tenido la idea y desea realizar el primer paso para crear la empresa, el proceso de constitución y la puesta en marcha de una empresa es una tarea difícil, por lo laborioso que es la formalización de la documentación necesaria.

Los pasos principales a seguir serían:

Gráfico 2: Crea tu empresa “paso a paso”



Fuente: Documento Ministerio de Industria, energía y turismo.

A la hora de decidir crear una empresa, hay que tener en cuenta, entre otros, los siguientes factores: la definición de la actividad a desarrollar, la planificación global y a largo plazo, la valoración de riesgos, la capacidad financiera, la viabilidad del negocio, el estudio de mercado... Todos estos aspectos conviene recogerlos en lo que se denomina Plan de Empresa.

El siguiente paso es la elección de la forma jurídica teniendo en cuenta una serie de factores clave: el número de socios, la cuantía del capital social y la responsabilidad frente a terceros. Dependiendo de la forma jurídica escogida, habrá que llevar a cabo los trámites para la adopción de la personalidad jurídica y los correspondientes al ejercicio de la actividad. Por otra parte, el sistema de tramitación electrónica ofrece una mayor agilidad en la creación de empresas.

1.3.2.1 Plan de empresa

El plan de empresa es una herramienta de trabajo para todas aquellas personas o colectivos que quieren desarrollar una iniciativa empresarial. En un Plan de empresa se recogen los diferentes factores y los objetivos de cada una de las áreas que intervienen en la puesta en marcha de una negocio.

La utilidad de un plan de empresa es doble:

- Por una parte, obliga a los emprendedores del proyecto a iniciar su aventura empresarial con coherencia, rigor, eficacia y posibilidades de éxito, y contribuye de manera relevante a minimizar los riesgos inherentes a la generación de un proyecto empresarial.
- Por otra parte, es una carta de presentación del proyecto a terceros, que puede servir para solicitar apoyo financiero, buscar nuevos socios, contactar con proveedores o solicitar subvenciones.

Es una herramienta de trabajo para todas aquellas personas o colectivos que quieren desarrollar una iniciativa empresarial. En el plan de empresa se recogen los diferentes factores y los objetivos de cada una de las áreas que intervienen en la puesta en marcha de una empresa. Es importante que en la elaboración del plan de empresa participen todos los que formaran parte de él. Así, se garantiza la plena implicación de todos los componentes en los objetivos de la empresa y en la manera de conseguirlos.

1.3.2.2 Guía práctica de modelos de negocio

Un emprendedor, antes de empezar un proyecto tiene que sentarse y pensar qué es lo que quiere y cómo lo va a hacer. Para esto, como bien hemos comentado previamente, se aconseja seguir una serie de pasos que se podrían resumir en los siguientes puntos, que trataremos a continuación.

Uno de los objetivos fundamentales cuando el emprendedor empieza a desarrollar un negocio es cuestión de agregar valor añadido a la idea inicial. La metodología desarrollada por Alexander Osterwalder, se considera la alternativa real para agregar el valor a la idea de negocio.

El modelo Canvas³ es una herramienta sencilla para aplicar en cualquier idea de negocio, es decir, pequeñas, medianas y grandes empresas, independientemente de la estrategia de negocio. En el modelo Canvas, se pueda observar un resumen real de la metodología de la empresa. La ruta a seguir durante la creación y desarrollo del negocio se resumiría con nueve pasos, tales como:

1. Segmentar los clientes, conocer el nicho de mercado y las oportunidades del negocio deseado.
2. Definir la propuesta de valor, saber porqué somos innovadores y qué nos diferenciad de la competencia y qué nos acerca a los clientes.
3. Delimitar los canales de distribución, comunicación y estrategia de marketing que se desarrollara durante la creación y funcionamiento de la empresa. Para fortalecer la marca e idea de negocio.
4. Establecer la relación que se mantendrá con el cliente.
5. Identificar las fuentes económicas de la idea de negocio.
6. Identificar los activos y recursos clave que se necesitaran como piezas imprescindibles en el engranaje de la idea empresarial.
7. Conocer las actividades clave que darán valor a la marca, y saber las estrategias necesarias para potenciarlas.
8. Tener en cuenta los socios clave con los que establecer contacto y alianzas para el negocio, es decir, definir las estrategias de networking con potenciales socios o proveedores.
9. Marcar estructuras de costes, para poder saber el precio que tendrá que pagar el cliente por adquirir el bien o servicio que se ofrecerá en nuestra empresa.

³ Ver en Anexo I, gráfico CANVAS.

2. Metodología y datos

2.1. Metodología y alcance del estudio

El presente estudio ha sido realizado tomando como base el 100% de los estudiantes que componen la Universidad Abat Oliba CEU, es decir, 823 alumnos de Grado y 563 alumnos en estudios de licenciatura, de los cuales 203 cursaron las asignaturas como semipresenciales. Es decir, el total de alumnos del curso 2012-2013 fueron 1.386 de los cuáles 218 personas fueron las que contestaron, es decir, un 15%.

La información a través de la cual se ha elaborado el estudio ha sido obtenida por medio de una encuesta (en soporte virtual) que se ha facilitado a todos los alumnos de la Universidad. Dicha información, de carácter cuantitativo, ha proporcionado datos objetivos sobre cuántos alumnos se consideran emprendedores. La información previa se ha completado con otra más cualitativa extraída también de otro bloque de la encuesta.

El informe muestra los resultados que se han obtenido de forma general entre los estudiantes de la Universidad Abat Oliba CEU, de todas las carreras y titulaciones posibles. Los resultados se presentan según el orden establecido en la encuesta y se analizarán durante todo el trabajo.

Tabla 2: Población total alumnos Universidad Abat Oliba CEU.

Estudio	Matriculados
Grado en Criminología y Seguridad	17
Grado en Derecho	105
Grado en Derecho + Ciencias Políticas	5
Grado en Derecho + Criminología y Seguridad	7
Grado en Derecho y Dirección de Empresas	8
Grado en Dirección de Empresas	96
Grado en Economía y Gestión	25
Grado en Educación Infantil	46
Grado en Educación Infantil y Educación Primaria	26
Grado en Educación Primaria	81
Grado en Marketing y Dirección Comercial	69
Grado en Periodismo	45

Grado en Periodismo y Ciencias Políticas	6
Grado en Psicología	198
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	89
Licenciados matriculados	563
Licenciados semipresenciales	203

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada en la Universidad Abat Oliba.

El cuestionario, como bien hemos comentado previamente, ha sido contestado por alumnos de la Universidad. El trabajo de campo, se ha realizado durante el año académico 2012-2013, para ser más concretos desde el mes de marzo al mes de junio de 2013.

La siguiente encuesta se realizó para elaborar el trabajo de final de carrera de la Licenciatura de Administración y Dirección de Empresas. La finalidad de la encuesta ha sido identificar las barreras que limitan la puesta en marcha de empresas u otras alternativas emprendedoras, y ofrecer acciones y posibles alternativas que puedan fomentar el espíritu emprendedor entre los estudiantes y egresados.

2.1.1. Población y muestra

La población que se ha tenido en cuenta es el conjunto total de individuos que poseían unas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Para escoger la población se han tenido en cuenta las siguientes características:

- Homogeneidad: todos los miembros de la población tenían una misma característica, según las variables que posteriormente se han tenido en cuenta para la investigación. Todos ellos eran estudiantes
- Tiempo: es el período de tiempo donde se ubicará la población en la que estamos interesados. Alumnos de la Universidad durante el curso académico 2012-2013.
- Espacio: el lugar donde se ubica la población en la que estamos interesados. Estudiantes del curso académico 2012-2013 en la Universidad Abat Oliba CEU.
- Cantidad: tamaño total de la población es importante ya que afectaba al tamaño de la muestra que se seleccionaría posteriormente. La población total era de : 1.386 personas.

Por otra parte, la muestra es un subconjunto representativo de la población. La muestra ha sido todos aquellos alumnos que han contestado la encuesta. La encuesta puede ser de varios tipos:

- Aleatoria: se selecciona al azar y cada miembro tiene igual oportunidad de ser incluido.
- Estratificada: cuando se subdivide en subgrupos por ejemplo por variables que se desean investigar.
- Sistemática: se establece un patrón o criterio a seleccionar la muestra.

Se envió a toda la población y las personas que contestaron fueron 218, en este caso nuestra tasa de respuesta ha sido de un 15%.

Hemos considerado que las muestras aleatorias nos garantizaba mejor el poder extrapolar los resultados a posteriori. Las muestras aleatorias proporcionan mayor seguridad de que se encuentren mejor representadas las características más importantes de la población en la proporción que se corresponda. Durante el trabajo se ha considerado que si el 15% de la población tiene una característica determinada, se espera que en la muestra habrá en torno a un 15% con dicha característica. Si la muestra no hubiera sido aleatoria (no probabilística) podría haber sucedido que estuviera sesgada y que por lo tanto no fuera representativa de la población total porque predominarían determinados sujetos y otros no.

Suponiendo que la muestra es la adecuada, el tamaño necesario de la muestra para extrapolar los resultados a la población depende básicamente de:

- Nivel de confianza o riesgo que hemos aceptado de equivocarnos al presentar los resultados. Suponemos que si se realizara otra encuesta se obtendrían resultados similares.
- Varianza estimada en la población es la diversidad de opiniones.
- Margen de error que hemos decidido aceptar.

Por tanto, teniendo en cuenta todo lo comentado previamente y asumiendo el riesgo. Se considera que la muestra es representativa. Del número de respuestas esperadas, ha superado con creces las expectativas, es decir, un 15% de los estudiantes matriculados en la Universidad han contestado a la encuesta, se esperaba un nivel de participación menor.

2.2. Encuesta en la Universidad Abat Oliba CEU

Desde el Vicerrectorado de Alumnos de la Universidad Abat Oliba CEU se ha desarrollado una investigación sobre emprendimiento empresarial en el ámbito universitario durante el transcurso del curso académico 2012-2013. Los datos se han utilizado, tal y como se ha comentado previamente, para realizar el trabajo final de carrera de la Licenciatura de Administración y Dirección de Empresas.

Consideramos que la colaboración ha sido una vía fundamental para intercambiar conocimientos y experiencias en torno a la actitud emprendedora de los estudiantes de ésta Universidad.

En este trabajo se presentan los resultados de las encuestas realizadas a 218 estudiantes de la Universidad Abat Oliba CEU. Los estudios que cursan dichos alumnos son los siguientes:

- Grado en Criminología y Seguridad
- Grado en Derecho
- Grado en Derecho y Ciencias Políticas
- Grado en Derecho y Criminología y Seguridad
- Grado en Derecho y Dirección de empresas
- Grado en Dirección de Empresas
- Grado en Economía y Gestión
- Grado en Educación Infantil
- Grado en Educación y Educación Primaria
- Grado en Educación Primaria
- Grado en Marketing y Dirección Comercial
- Grado en Periodismo
- Grado en Periodismo y Ciencias Políticas
- Grado en Psicología
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
- Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas
- Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas y Economía
- Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas y Derecho
- Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas y Publicidad
- Licenciatura en Derecho
- Licenciatura en Derecho y Periodismo
- Licenciatura en Derecho y Ciencias Políticas

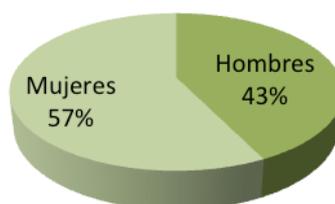
- Licenciatura en Periodismo
- Licenciatura en Periodismo y Ciencias Políticas
- Licenciatura en Publicidad

Las encuestas que se han realizado han sido a un total de 218 personas de las cuáles 125 han sido mujeres y el resto hombres, es decir, a 93. El año de nacimiento de dichos estudiantes varía entre 1984 y 1994. Y son de varios municipios, aunque todos residentes en Catalunya.

El hecho de haber realizado la encuesta de forma virtual, independientemente de los problemas o retos que se plantea al momento de realizarlo con dicho formato, ha sido evidente que se ha tratado de un avance muy positivo en la comunicación humana, ha abierto un mundo de posibilidades y un campo de alcance mayor.

Las posibilidades que me ha ofrecido el formato virtual hacia los usuarios son variadas. Por una parte, a la hora de realizar una encuesta online ha facilitado el ahorro de tiempo al realizar la acción de encuestar aula por aula. Se ha dado un mayor tiempo al usuario, se le ha dado la posibilidad de realizar la encuesta cuando le ha ido bien, ya que se considera que muchas veces, las encuestas en la calle no son de tal calidad porque el encuestado contesta de forma desinteresada. Por otra parte, gracias a la encuesta de forma online se ha dado al encuestado la total confidencialidad de los datos, así pues los alumnos se considera que han contestado con mayor sinceridad.

Gráfico 3: Población total analizada



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada en la Universidad Abat Oliba.

La principal vía de acceso a la Universidad para 95 de cada 100 personas ha sido cursando el Bachiller, en cambio el resto ha realizado los cursos de Formación Profesional.

La encuesta se ha estructurado en diferentes apartados o bloques de preguntas:

- Bloque A: Perfil del Encuestado

- Once preguntas de clasificación de perfil (sexo, edad, año de nacimiento, municipio de residencia habitual, vía de acceso a la Universidad, estudios cursados actualmente o si ha realizado otros previamente, los estudios y ocupación tanto del padre y madre y también la experiencia propia del entrevistado en el mundo laboral.
- Bloque B: Motivación empresarial y emprendedora
 - Este punto se focaliza en saber cómo se ve el entrevistado dentro de unos años en el mundo laboral, las ganas de trabajar, de montar su negocio, es decir, si se ve posible emprendedor. Se le ha cuestionado de si ha empezado a realizar acciones para formarse en lo que quiere ser en el futuro, o bien si los estudios que esta cursando han despertado el interés en la creación de empresas.
- Bloque C: Formación y emprendimiento
 - El siguiente bloque, se ha realizado para contrastar si los alumnos consideran importante la formación para ser emprendedores, y en qué consideran que es mejor formarse para ser buenos empresarios en un futuro.

2.3. Resultados de la encuesta

BLOQUE A: Valoraciones del perfil del encuestado:

Un 57% de las encuestas realizadas ha sido contestada por mujeres, frente a un 43% de hombres. Todos ellos han dado soporte de alguna forma en la realización del siguiente trabajo. Los alumnos han dedicado un momento de su tiempo para poder plantearse el futuro, y pensar si bien les gustaría ser, esa palabra que últimamente se ha puesto de moda, “EMPRENDEDOR”.

Los años de nacimiento de dichos estudiantes, como bien se ha comentado previamente, es bastante variado: son alumnos nacidos entre los años 1984 y 1994, es decir, sus edades oscilan entre 18 y 29 años. El principal municipio que residen los estudiantes es Barcelona.

Todos ellos para poder entrar en la Universidad han tenido que hacerlo por alguna vía de acceso, que podía ser cursando el Bachiller, Formación Profesional o bien curso de acceso a la Universidad para mayores de 25 años. Pues bien, un 95% del total ha entrado por la vía del Bachiller, frente a un 5% que ha sido realizando el curso de Formación Profesional.

Gráfico 4: Vía de acceso a la Universidad.



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada en la Universidad Abat Oliba.

Los estudios que cursan los alumnos que han contestado ésta encuesta son:

- Grado en Criminología y Seguridad (0 personas)
- Grado en Derecho (32 personas)
- Grado en Derecho y Ciencias Políticas (2 personas)
- Grado en Derecho y Criminología y Seguridad (1 persona)
- Grado en Derecho y Dirección de Empresas (4 personas)
- Grado en Dirección de Empresas (21 personas)
- Grado en Economía y Gestión (1 persona)
- Grado en Educación Infantil (8 personas)
- Grado en Educación y Educación Primaria (0 personas)
- Grado en Educación Primaria (5 personas)
- Grado en Marketing y Dirección Comercial (21 personas)
- Grado en Periodismo (6 personas)
- Grado en Periodismo y Ciencias Políticas (1 persona)
- Grado en Psicología (26 personas)
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (23 personas)
- Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas (7 personas)
- Licenciatura en ADE y Economía (23 personas)
- Licenciatura en ADE y Derecho (9 personas)
- Licenciatura en ADE y Publicidad (9 personas)
- Licenciatura en Derecho (4 personas)
- Licenciatura en Derecho y Periodismo (2 personas)
- Licenciatura en Derecho y Ciencias Políticas (3 personas)
- Licenciatura en Periodismo (4 personas)
- Licenciatura en Periodismo y Ciencias Políticas (2 personas)

- Licenciatura en Publicidad (4 personas)

Por otra parte, cuando se les ha cuestionado si bien tenían más titulaciones, 214 alumnos han dicho que no. En cambio, tan sólo 4 han contestado que sí: uno de ellos realiza un postgrado de International Business, otro alumno ha confirmado de que esta cursando un Grado Superior en Economía, entre otras más que no han especificado.

Respecto a los estudios del padre de cada uno de los alumnos, afirman que el 50% tiene una titulación superior, un 15% tan sólo el Bachiller, el 14% una titulación media, y con un 10% el graduado escolar, el resto que es un 11% tienen o bien la formación profesional, estudios primarios o sin estudios. En contrapartida, un 47% de las madres tienen una titulación superior, frente a el 16% que tienen una titulación media, o bien un 12% el bachiller, el 11% formación profesional y finalmente el 14% restante tienen o bien el graduado escolar o estudios primarios o no han estudiado.

Tabla 3: Estudios del padre y la madre.

Estudios	Padre	Madre
Titulación superior	50%	47%
Titulación media	14%	16%
Bachiller	15%	12%
Formación profesional	6%	11%
Graduado escolar	10%	10%
Estudios primarios	3%	3%
Sin estudios	2%	1%

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada en la Universidad Abat Oliba.

Respecto a la experiencia profesional del entrevistado, un 38% de los entrevistados no tienen experiencia en el mundo profesional, en cambio un 37% dicen haber realizado las prácticas en alguna empresa, un 20% dicen ser empleados por cuenta ajena y finalmente tan solo un 5% dicen ser empresarios, es decir, un porcentaje muy bajo dicen tener su propia empresa o negocio.

Gráfico 5: Experiencia profesional del entrevistado.



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada en la Universidad Abat Oliba.

Para finalizar el bloque A, se ha preguntado por la ocupación tanto del padre como de la madre. Así pues, los entrevistados han contestado que respecto a la ocupación del padre, un 64% son empresarios, un 30% son empleados por cuenta ajena y finalmente un 6% están sin actividad profesional. Por otra parte, la ocupación de las madres, dicen que 87 de ellas son empresarias, en cambio 83 son empleadas por cuenta ajena y finalmente 48 están sin actividad profesional.

Tabla 4: Ocupación del padre y de la madre.

Ocupación	Padre	Madre
Empresario/a	64%	40%
Empleado por cuenta ajena	30%	38%
Sin actividad profesional	6%	22%

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada en la Universidad Abat Oliba.

BLOQUE B: Motivación empresarial y emprendedora

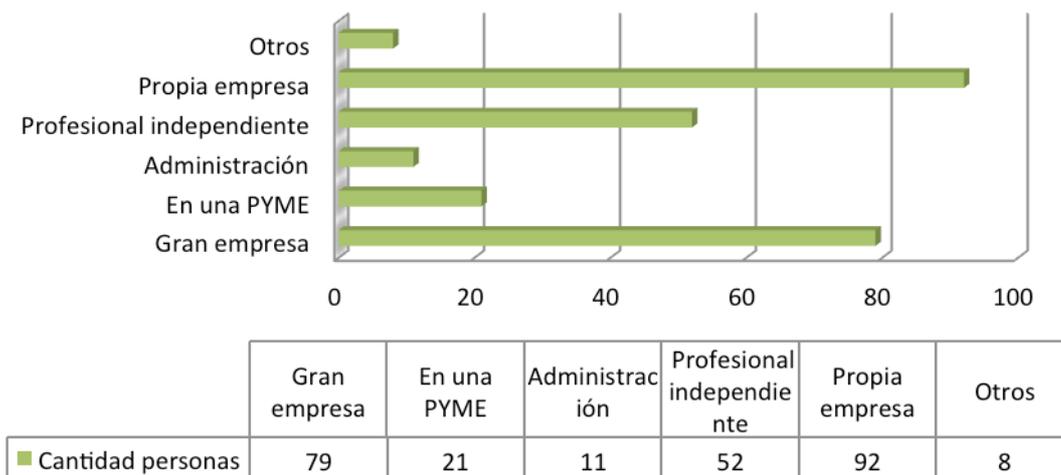
A la pregunta de qué tipo de trabajo les gustaría desarrollar en su vida profesional han contestado lo siguiente:

- Crear su propia empresa les gustaría a 92 de los encuestados
- Trabajar en una gran empresa, lo preferirían 79 encuestados.
- Trabajar como profesionales independientes les interesa a 52 estudiantes
- Trabajar en una pequeña o mediana empresa, lo preferirían 21 encuestados.

- 11 de ellos preferirían trabajar para la administración
- El resto que serían 8 les gustaría otro tipo de trabajo.

Se puede observar mejor en la siguiente tabla:

Gráfico 6: Si pudiese elegir, ¿qué tipo de trabajo le gustaría desarrollar?



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada en la Universidad Abat Oliba.

Por otra parte se preguntó también si se habían planteado seriamente poder crear su propia empresa en un período corto/ medio plazo. Una amplia mayoría contestó que efectivamente, sí se habían planteado dicha pregunta, es decir, fueron 142 personas. El resto, aún no se lo ha planteado o bien considera que el período sería más bien a largo plazo.

Considerando la pregunta anterior, y sabiendo que muchos alumnos sí se han planteado crear su empresa. Se consideró interesante también, formular la pregunta de si bien habían realizado acciones para crear la empresa. Pues los resultados han sido sorprendentes, debido a que esta vez una amplia mayoría ha contestado que no, es decir, exactamente 160 personas (parte de ellas se habían planteado montar su empresa) no han realizado ninguna acción para su creación. En cambio, si que 58 personas han empezado a realizar acciones para montar la empresa.

Además, a la pregunta de si han realizado algún curso formativo de creación de empresas, 152 alumnos dicen no haber realizado ninguno. En cambio, 66 encuestados dicen que sí.

De los alumnos encuestados de la Universidad Abat Oliba CEU, 130 dicen que sus

estudios sí les han despertado el interés por crear su propia empresa. En cambio, 88 dicen que su carrera no les ha despertado ningún interés por la creación de empresas.

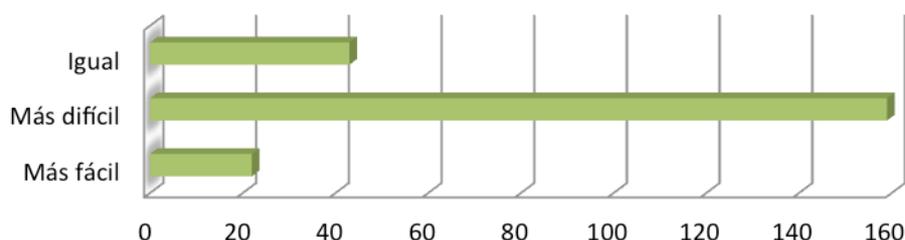
Gráfico 7: Los estudios que realiza, ¿han despertado interés por la creación de su propia empresa?



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada en la Universidad Abat Oliba.

Sabiendo los encuestados la situación crítica que esta padeciendo la economía de nuestro país en la actualidad, 159 opinan que es más difícil crear una empresa nueva en estos momentos que en las anualidades pasadas. En cambio, 22 encuestados creen que no, que existen más facilidades para la creación. Por otra parte, los restantes, que en este caso serían 43 alumnos, opinan que existen las mismas oportunidades y no lo consideran ni más fácil ni más difícil.

Gráfico 8: ¿Considera usted que es más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en años anteriores?



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada en la Universidad Abat Oliba.

La creación de una nueva empresa en la actualidad, la adaptación de las empresas existentes a los cambios del entorno, la dirección del proceso de combinación y organización de factores, así como el ser creativo e innovador, supone actuar en la incertidumbre. La incertidumbre implica riesgo. Dicho riesgo, reduce el emprendimiento ya que el entorno económico no favorece al éxito.

Tal y como podemos observar en el gráfico anterior, la mayoría de respuestas ponen de manifiesto el convencimiento social de que es más difícil crear una nueva empresa en la actualidad que en épocas pasadas. Los argumentos que se suele asociar a dichos resultados son la fuerte competencia existente en los mercados y la falta de los recursos financieros. Algunos factores que se consideran como obstáculo en la creación de nuevas empresas, además de los comentados anteriormente serían: ⁴

- Fuerte competencia existente en los mercados
- Falta de recursos económicos
- Incertidumbre
- Saturación del mercado
- Falta de idea o proyectos
- Barreras de trámites administrativos
- Dificultades para encontrar financiación
- Falta de información
- Cargas fiscales
- Globalización de la economía
- Falta de preparación

Los encuestados consideran que es su nivel de preparación en algunos campos del conocimiento para poder crear su propia empresa es bajo o alto depende de que requisito. Lo podemos resumir de la siguiente forma:

Tabla 5: ¿Qué nivel de preparación considera que posee usted para crear su propia empresa?

Nivel	Bajo	Medio bajo	Medio	Medio Alto	Alto
Conocimientos	8%	28%	37%	23%	5%
Experiencia	41%	33%	15%	7%	4%
Contactos	11%	22%	29%	25%	13%
General	8%	23%	50%	15%	3%

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada en la Universidad Abat Oliba.

⁴ Fuente Colección estudios económicos de “La Caixa”. Creación de empresas. Un enfoque gerencial Jose María Veciana.

Los encuestados consideran que su conocimiento para poder crear una empresa no es ni alto ni bajo. Es decir, el 37% de los alumnos considera que sus conocimientos son medios para poder crear su empresa. Por otra parte, respecto a la experiencia en el mundo laboral y la creación de empresas, su nivel es más bien bajo, esto es debido a que la mayoría no ha creado nunca ninguna empresa. Además, los contactos que tienen consideran que más bien son importantes para la creación de su negocio, un 29% considera que tiene unos contactos que le podrían ayudar en la creación de la empresa. Y finalmente, su nivel general, respecto la creación de su empresa, un 50% más bien lo consideran medio, y un 23% medio bajo.

Cuando se les ha preguntado por cuál consideran que es su carencia formativa para la puesta en marcha de una empresa propia, han contestado lo siguiente:

Tabla 6: ¿Cuáles considera que serían sus carencias formativas en la puesta en marcha de una empresa propia?

Nivel	Bajo	Medio bajo	Medio	Medio Alto	Alto
Experiencia y organización empresarial	11%	28%	28%	26%	6%
Economía y finanzas	14%	28%	24%	21%	13%
Marketing	14%	21%	28%	28%	8%
Producción y operaciones	14%	31%	32%	19%	5%
Recursos Humanos	11%	25%	36%	22%	6%
Aspectos Legales	22%	22%	17%	22%	18%
Fiscalidad	22%	24%	17%	21%	17%
Fórmulas de financiación	16%	27%	31%	19%	8%
Habilidades sociales	19%	20%	27%	22%	12%
Idiomas	12%	24%	34%	19%	11%
Nuevas Tecnologías	18%	19%	28%	22%	12%

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada en la Universidad Abat Oliba.

La siguiente pregunta considero que no se ha entendido la intención de la pregunta, ya que posteriormente conversando con los encuestados sus respuestas eran contrarias a las que se muestra en los resultados. Aún así, se analiza la respuesta según los datos obtenidos pero no se tendrá en cuenta en las conclusiones finales.

Los alumnos de la Universidad Abat Oliba consideran que sus principales carencia

formativa principal en experiencia y organización de nuevas empresas o ya creadas es media, es decir consideran que consideran que se ven capacitados para organizar una empresa, aunque la experiencia por la edad que tienen no sea muy elevada. Respecto a la carencia en temas relacionados con economía y finanzas consideran que no existe ninguna carencia respecto a dicho tema, es posible porque no lo consideren un tema relativo frente a la creación de una empresa y que simplemente opinen que afecta al entorno. Por otra parte, el marketing opinan que su carencia es elevada, es decir, cabe la posibilidad que necesitarían mayor formación. Respecto a la relación entre carencia formativa con la formación en recursos humanos opinan que es media, esto implica que se ven capacitados de gestionar personas en el entorno de la empresa. Frente a la fiscalidad y temas legales se puede observar como es equitativo, es decir, algunos opinan que necesitarían formación relacionada con éstos temas en cambio, el mismo porcentaje opina que se ven capacitados para operar con dichos temas. También, podemos observar como los alumnos, dicen que respecto a temas de financiación se ven fuertemente capacitados. Y finalmente opinan que respecto a idiomas y nuevas tecnologías se considera que no se ven ni muy formados ni poco, es decir, consideran que su formación es media.

Para el éxito en el desarrollo de una idea empresarial, existe un factor imprescindible, ser emprendedor. Pero para ello, conviene reflexionar de las propias carencias. No siempre la persona que tiene la idea es quien está más capacitado para realizarla. Es aconsejable rodearse de personas, socios o colaboradores. También es bueno la formación y el asesoramiento previo.

Ninguna carencia es, a priori insalvable. Con voluntad y ganas de aprender se puede reducir en gran medida dicha dificultad. Por ejemplo existen múltiples vías para solucionarlo:

- Formación en habilidades emprendedoras
- Formación en gestión y dirección de empresas
- Adquirir, mejorar o ampliar conocimientos técnicos con los que ya se cuenta
- Formar un buen equipo de trabajo, ser polivalentes
- Experiencia en el mundo laboral
- Observar el entorno
- Saber escuchar y aprender de los errores de los conocidos

Por otra parte se les preguntó también por cuáles eran los aspectos que consideraban con mayor valor para la creación de un negocio, y contestaron lo

siguiente:

Tabla 7: ¿Cuáles serían sus aspectos a valorar para crear un negocio propio?

Nivel	Muy Poco	Poco	Medio	Importante	Muy Importante
Encontrar empleo	5%	13%	33%	29%	19%
Independencia económica	3%	8%	23%	29%	37%
Autonomía	2%	7%	18%	37%	35%
Posibilidad de obtener ingresos elevados	3%	11%	27%	35%	25%
Dirigir a un grupo de personas	6%	14%	32%	30%	19%
Frustración trabajando por cuenta ajena	19%	29%	32%	15%	5%
Experiencia enriquecedora en lo profesional y/o personal	2%	4%	23%	34%	37%
Probarse a uno mismo	2%	6%	23%	33%	36%
Ayudar a los demás	5%	12%	26%	29%	28%

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada en la Universidad Abat Oliba.

Los alumnos encuestados opinan que para la creación de un negocio, se valora más los siguientes aspectos:

- La independencia económica
- Autonomía
- Posibilidad de obtener ingresos elevados
- Experiencia enriquecedora en lo profesional y/o personal
- Probarse a uno mismo
- Ayudar a los demás

Una de las principales metas como emprendedor es lograr la independencia económica y financiera, ser autónomo y tener la posibilidad de obtener unos ingresos elevados. Pero lograr esto no siempre es fácil, requiere tiempo. Se considera que la independencia económica y los objetivos comentados anteriormente, deben ser la ruta del emprendedor pero no su principal camino. Es importante ser realista y marcar unos objetivos elevados, pero también se deben

tomar medidas necesarias para conseguirlo. Es posible que el emprendedor se tropiece en el camino y que requiera hacer cambios en su hoja de ruta o su principal estrategia .

Por otra parte opinan que para la creación de un negocio, lo que menor valor tiene son los siguientes aspectos:

- Encontrar empleo
- Dirigir a un grupo de personas
- Frustración trabajando por cuenta ajena

Y para terminar el bloque B, se les pidió opinión sobre los obstáculos que consideraban o no relevantes en la puesta en marcha de una empresa propia. Que contestaron lo siguiente:

Tabla 8: Valore los siguientes obstáculos para poner en marcha una empresa propia. Puntúelos según su grado de importancia.

Nivel	Muy Poco	Poco	Medio	Importante	Muy Importante
Tener que trabajar demasiadas horas	25%	33%	22%	16%	4%
Falta de formación teórica	7%	22%	30%	30%	11%
Dificultades para reunir el capital inicial	2%	11%	22%	30%	35%
Falta de creatividad para encontrar ideas originales o innovadoras	8%	21%	30%	25%	16%
Gran responsabilidad	14%	26%	29%	19%	12%
Falta de experiencia	3%	15%	34%	26%	22%
Problemas para dirigir personas	16%	28%	27%	20%	11%
Cargas fiscales excesivas	6%	11%	24%	31%	28%
Riesgo elevado	6%	12%	28%	37%	18%
Temor al fracaso	12%	22%	23%	26%	17%
Ingresos irregulares	9%	18%	35%	28%	10%
Imagen negativa del empresario	23%	29%	22%	16%	11%
Estar trabajando en la actualidad	26%	21%	29%	13%	11%

Aspectos familiares	27%	22%	22%	18%	12%
Desconocimiento del sector de actividad	9%	17%	31%	25%	18%
Trámites burocráticos para la puesta en marcha de una empresa propia	5%	16%	33%	26%	20%

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada en la Universidad Abat Oliba.

Continuando con el análisis de los resultados, los alumnos consideran como que obstáculos muy relevantes en la puesta en marcha de una empresa propia, son los siguientes:

- Dificultades para reunir el capital inicial
- Cargas fiscales excesivas
- Riesgo elevado
- Temor al fracaso
- Ingresos irregulares
- Trámites burocráticos para la puesta en marcha de una empresa propia

No es el fracaso lo que lastra el avance sino el miedo al fracaso, el hecho de encontrarse con dificultades, elevados riesgos y difíciles trámites burocráticos. Es normal, que la mayoría tenga miedo a fracasar. El problema se general cuando el miedo nos impide crear o aprovechar oportunidades.

Los emprendedores quiere lograr el éxito, pero tan sólo los que son capaces de auto superarse a sí mismos conseguirán lograr cualquier meta. Aquellos que no sepan como superar el miedo al fracaso, se dice que están inhibiendo todo el potencial de realización.

Por otra parte, los alumnos consideran que existen obstáculos poco relevantes que serían los siguientes:

- Tener que trabajar demasiadas horas
- Imagen negativa del empresario
- Estar trabajando en la actualidad
- Aspectos familiares

Finalmente, existen algunos obstáculos que no se consideran ni muy importantes ni poco, es decir, son relativos, en este caso estamos hablando de los siguientes:

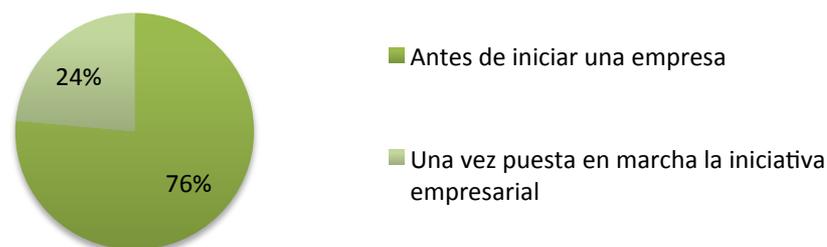
- Falta de formación teórica
- Falta de creatividad para encontrar ideas originales/innovadoras
- Gran responsabilidad
- Falta de experiencia
- Problemas para dirigir personas
- Estar trabajando en la actualidad
- Desconocimiento del sector de actividad

Todo emprendedor, a lo largo de su andadura hacia la creación y la realización de su empresa se encuentra con muchas pruebas y peligros que debilitan su resistencia tanto psíquica como económica, que le pueden llevar a abandonar. La falta de experiencia a nivel de creación de empresas, de encontrarse con situaciones y no saber como enfrentarlas pueden llevar a la frustración del emprendedor. Pero es bien sabido, que un porcentaje elevado de emprendedores se enfrentan a la misma situación, sobre todo en la iniciación de sus proyectos.

Cuando el emprendedor se embarca en un nuevo negocio, es consciente de que las cosas pueden torcerse y no acabar como se espera. Para evitar esta angustia de no saber qué puede pasar, es imprescindible establecer un plan de empresa, una hoja de ruta, como bien se ha comentado previamente. En ésta hoja de ruta o plan de empresa, se establecen los límites a los cuáles no se pueden sobrepasar, por ejemplo, límites máximos de endeudamiento, plazos para conseguir objetivos u otros. El emprendedor, es consciente del riesgo al que se enfrenta y tiene que estar dispuesto a aguantarlo. Todo plan de empresa, ayudará al emprendedor a saber a lo que se enfrenta, porque le permitirá identificar y medir los riesgos previamente. Así pues, se reducirá la incertidumbre y se evitará posibles errores.

BLOQUE C: Valoraciones de Formación y Emprendimiento

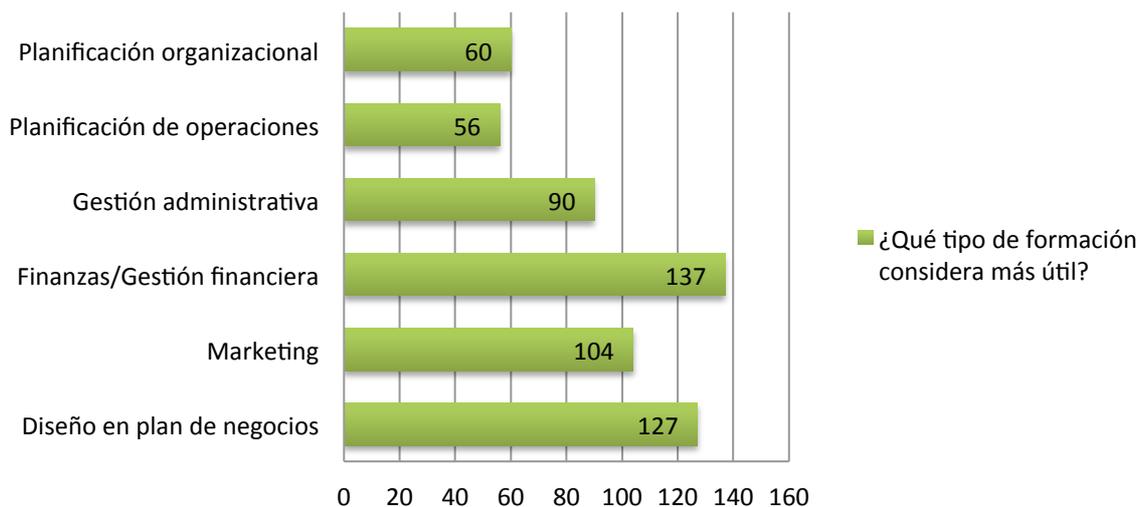
Gráfico 9: ¿Consideras necesaria o interesante la formación?



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada en la Universidad Abat Oliba.

Una amplia mayoría de los encuestados, es decir, un 76% de estos consideran necesaria y muy importante la formación previa a la creación de empresas; en cambio, el 24% opinan que es mejor formarse cuando se ha puesto en marcha la iniciativa empresarial.

Gráfico 10: ¿Qué tipo de formación considera más útil?



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada en la Universidad Abat Oliba.

Se considera que la formación más útil para crear una empresa, es realizar un curso de finanzas o gestión financiera, esto lo opinan 137 personas. En cambio, 127 alumnos opinan que la formación más útil es en diseño en plan de negocios, 104 consideran que el marketing es la mejor opción en formarse, el resto consideran que es necesario formarse en gestión administrativa, planificación de operaciones, o bien en planificación organizacional.

Algunos alumnos dicen no haber asistido a algún curso de formación asociado a la actividad emprendedora, para ser exactos son 163 alumnos, en cambio el resto dicen haber asistido en dichos cursos. Los que sí han asistido a cursos de formación dicen haberlo realizado por necesidad de actualización en un área de conocimiento (38%), otros por falta de formación específica en el proceso de formación superior (30%), el resto o bien no opta por seguir una formación superior normal o por otras causas no comentadas.

Cuando se ha preguntado a los alumnos que puntuaran del 1 al 5 sobre las formas de aprendizaje y cuáles considera que son más efectivas de cara al desarrollo de habilidades emprendedoras, opinan que:

Tabla 9: En cuanto a las siguientes formas de aprendizaje. ¿Cuáles considera que son más efectivas de cara al desarrollar de habilidades emprendedoras?

Nivel	Muy Poco	Poco	Medio	Importante	Muy Importante
Clases teóricas	7%	26%	41%	21%	5%
Ejercicios prácticos	0%	2%	14%	32%	52%
Estudios de caso	0%	3%	14%	39%	45%
Diseño del proyecto	1%	3%	32%	63%	53%

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada en la Universidad Abat Oliba.

- Clases teóricas: un 41% no las considera ni muy importante ni poco dichas clases. Buena parte de ellos han puntuado en 2 y 3 puntos.
- Ejercicios prácticos: el 52% lo considera muy importante, la mayoría vota entre 4 punto y el 5 puntos de importancia.
- Estudios de caso: un 45% opina que son muy importantes. Aunque el 84% lo han puntuado entre los valores 4 y 5.
- Diseño de proyectos: el 53% considera que es básico realizar dichos proyectos, el 72% lo puntúan entre los valores 4 y 5.

Finalmente decir que el 91% de los estudiantes considera seguir estudiando y formándose en la Universidad con algún máster o Curso de Posgrado. De los que desean continuar estudiando, 117 opinan que no están interesados de realizar un Master en Creación y Puesta en Marcha de empresas.

Los datos según el informe de Global Entrepreneurship Monitor, informa de que la actividad emprendedora es la más reputada a nivel mundial, desde hace ya muchos años la intención de ser emprendedor no ha cesado de aumentar en nuestro país.

En el marco de formación para emprendedores, es bueno saber que en la actualidad existe un boom. Se están creando numerosos programas de formación. Cada vez más existen nuevas iniciativas de ayuda a los emprendedores, esto es debido a que la población esta cambiando su mentalidad, el emprendedor es el futuro y necesita formación. Existen múltiples máster, cursos específicos para emprendedores, son de formación de conocimientos necesarios para crear o consolidar empresas.

2.4. Conclusiones y limitaciones

No existe ninguna verdad absoluta para el éxito. El ser emprendedor es tener una

idea y la capacidad de darla a conocer a todos. En la actualidad no estamos en tiempos tranquilos, pero si que existen infinidad de oportunidades.

En el mundo del emprendedor tan sólo existen dos opciones, estar o no estar, es decir, ser el protagonista o el espectador. La acción que se decida dependerá de uno mismo.

Los alumnos encuestados de la Universidad Abat Oliba CEU, son conscientes de esto, así pues se ha podido observar durante el análisis de la encuesta. Las conclusiones más relevantes y a modo de resumen que exponemos a continuación son las siguientes:

A los estudiantes mayoritariamente les gustaría trabajar o bien en una empresa grande o tener la suya propia. De forma global perciben la experiencia de ser emprendedores como positiva a pesar de que existe incertidumbre en los riesgos que deben aceptar. De forma genérica sólo tienen una titulación universitaria.

Como bien hemos estado comentado, desde el inicio para ser un buen emprendedor ha quedado claro que no basta con tener iniciativa propia, sino que hay que poner en marcha todas y cada una de las características nombradas anteriormente. Para que un proyecto de empresa pueda tener éxito, la primera premisa es ser el emprendedor adecuado. Se han visto fracasar muchos proyectos que se consideraban viables, por el simple hecho de no tener detrás a un equipo adecuado con los conocimientos, habilidades y capacidades suficientes para llevarlo a la práctica.

En conclusión, un emprendedor es aquel que empieza nuevos proyectos con autonomía, es responsable de sus actos, esta capacitado para asumir riesgos y de resolver los problemas. Además de ser capaz de innovar en nuevos proyectos con responsabilidad y eficacia.

Los puntos fuertes se centran en que una mayoría de estudiantes son conscientes de que es importante la formación previa antes de la creación de su propia empresa. Para ello, es necesario la mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje y la adecuación de la docencia a los objetivos marcados. En cambio la mayoría de éstos no han realizado cursos de formación enfocados en la actividad emprendedora, y la minoría que si ha realizado cursos han sido para actualizarse en algún tema concreto.

La formación es la clave del éxito. La creencia popular es que se puede crear una

empresa siendo autodidacta pero sin lugar a duda, la formación es necesaria, tener unos pilares básicos de formación y a partir de estos ir construyendo la estructura, la empresa. Aunque haya veces que funcione la creación sin formación no siempre es clave del éxito. Para que una empresa arranque y funcione es necesario saber y conocer. Los emprendedores bien formados poseen un índice de fracaso mucho menor, los errores serán diferentes a los de un emprendedor sin formación.

Los alumnos encuestados son conscientes de que es fundamental la motivación, el conocimiento y rodearse de un equipo de personas adecuado. Para crear un proyecto empresarial es adecuado tener un equipo con ganas y conocimientos. Rodearse de las personas adecuadas aportará un valor añadido a la realización de la idea.

Respecto a los resultados obtenidos en el bloque de Motivación empresarial y emprendedora hay que señalar que los propios estudiantes consideran relevante el hecho de poder crear su propia empresa a corto/medio plazo aunque no han realizado acciones encaminadas al desarrollo de las ideas y tampoco han realizado ningún curso de iniciación de empresas.

Por otra parte, en los resultados se indica que la experiencia en el mundo laboral se considera importante, muchos de ellos ya se ven preparados en experiencia y en contactos, esto se reflejara en los gráficos posteriormente.

Como bien, se ha ido comentando durante todo el trabajo, tener experiencia es un pilar fundamental en la creación de un negocio. El empresario no nace, se hace. Así pues, aunque exista una serie de características innatas la persona emprendedora hay rasgos que se adquieren con la experiencia y el conocimiento del día a día.

Por último, decir que para que un emprendedor cree su propia empresa hay recursos y medios tanto sociales como políticos que se deben mejorar, ya que generan debilidades del proceso de creación y crecimiento de la economía de cualquier país.

3. Actividad emprendedora en Catalunya

En la actualidad, como se ha comentado hasta el momento, se sabe que existe un creciente interés hacia el emprendimiento, tanto desde el ámbito académico como empresarial.

En las últimas décadas, se ha hecho evidente la importancia que tiene el fenómeno emprendedor en la económica y la sociedad actual, tanto por el desarrollo económico y social que supone para las regiones, como por su contribución para paliar los problemas de desempleo y de mejora de la competitividad de cada región.

En el contexto económico actual, las administraciones públicas necesitan de la ayuda de los emprendedores para poder atenuar los efectos de la crisis, que se está padeciendo el país desde inicios del año 2008. La actividad emprendedora y la creación de nuevas empresas se entiende que es una de las salidas para revitalizar la economía.

Aunque las administraciones públicas no facilitan a la creación de nuevos empleos a través de ayudas políticas y programas de creación de nuevos proyectos, se entiende que dicha actividad es necesaria y útil para el desarrollo del país.

El análisis realizado por el Group Entrepreneurship Monitor de Catalunya recomienda que las administraciones públicas deberían brindar un soporte a largo plazo, es decir, durante el ciclo de vida de un nuevo proyecto engendrado por un emprendedor

En este tercer apartado, se ofrece un panorama de la actividad emprendedora en Catalunya. En concreto se presentará información relacionada con la iniciativa emprendedora y las actitudes hacia el emprendimiento, la estructura y demografía empresarial, la formación en emprendimiento, la innovación en Catalunya y la financiación de nuevas empresas. Además, se presentarán algunos indicadores relevantes sobre la actividad emprendedora en Catalunya.

El primero de estos indicadores, es la tasa de actividad emprendedora (TEA) del GEM. Estados Unidos es uno de los países que presenta tasas más altas de iniciativa emprendedora. El emprendimiento ha ido aumentando en los últimos tiempos, como respuesta para paliar la crisis económica y financiera mundial.

Finalmente, decir que el estudio de la actividad emprendedora en Catalunya indica que “la creación de empresas tiene que ser entendida como una herramienta de

corte transversal que sirva a la efectiva realización de objetivos trazados des de las diferentes áreas de interés de la administración pública.

3.1. Iniciativa emprendedora en Catalunya

Durante el siguiente punto, se presentarán algunos indicadores sobre la iniciativa del emprendedor en Catalunya. Tal y como se ha comentado previamente, son datos extraídos del Global Intrepreneurship Monitor; concretamente, se presentarán datos sobre la actividad emprendedora catalana. La finalidad de este apartado es realizar un resumen general del panorama emprendedor catalán.

El estudio GEM define la actividad emprendedora como “el conjunto de iniciativas de negocio de cualquier tipo y sector, incluido el autoempleo, que llevan en el mercado un periodo no superior a 42 meses. Superado dicho periodo, la actividad se considera como consolidada.”

Durante el año 2012 la actividad emprendedora en Catalunya ha seguido una tendencia alcista. El número de emprendedores en el año 2012, de edad adulta representa un 7,88% , aumentó un 15% respecto la anualidad anterior.

Tal y como se indica en el GEM “la actividad emprendedora ha representado, durante los últimos tiempos, ser el catalizador del proceso empresarial, que empieza con la intención emprendedora de los emprendedores potenciales y culmina con el afianzamiento de los Empresarios Consolidados.”

Los adultos catalanes cada vez más se ven involucrados en el proceso de la nueva creación de empresas, uno de cada tres adultos forma parte de un proceso empresarial.

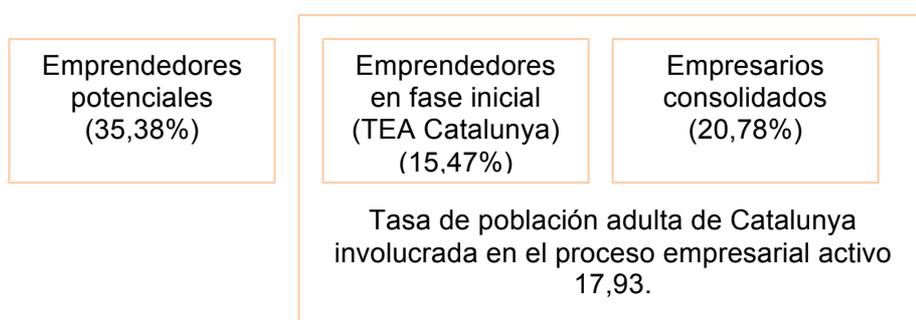
Durante el 2009, la proporción de emprendedores potenciales entre la población adulta catalana aumentó de forma considerable. En cambio en el año 2012, la proporción de adultos que declaraban tener la intención de crear su propia empresa dentro de los próximos tres años era de 14,10% lo cual significa un incremento del 35,38% respecto del año anterior.

Durante la anualidad pasada, es decir, en el año 2012 en Catalunya había aproximadamente 385.900 personas emprendedoras en fase inicial de creación de empresas. Aun así, el número de empresarios noveles que han creado una empresa entre 2011 y 2012 es de aproximadamente 89.400 personas, cantidad que es inferior a la observada el año anterior.

El aumento de emprendedores potenciales es importante para Catalunya porque parte de las ideas se acaban convirtiendo en el futuro en proyectos seguros. Pero es necesario tener claro, que no toda idea llega a su creación a corto plazo.

En el presente estudio, indica que si se tiene tan sólo en cuenta los catalanes que están activos en el proceso de creación o que ya son amos de una empresa, el número de emprendedores aumenta un 18,39% durante el año 2012, así pues lo podemos ver representado en la siguiente imagen:

Gráfico 11: Tasa de población adulta de Catalunya involucrada en el proceso empresarial: 32,04%.



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor de Catalunya.

Aún así, la actividad emprendedora catalana no ha mejorado durante el transcurso del año 2012, porque la tasa de nuevos emprendedores, ha disminuido un 10,37%.

El contexto económico es bien sabido que tampoco no ha contribuido al desarrollo de nuevos proyectos, más bien todo lo contrario. Ha favorecido de algún modo el aumento del abandono empresarial, es decir, ha aumentado el paro.

3.2. Actitudes del emprendedor catalán

En los últimos años el adjetivo emprendedor ha pasado de ser una palabra olvidada del lenguaje corriente a ser una expresión que está de moda entre la sociedad catalana. Empresario emprendedor, emprendedor social, emprendedor político, entre otros, son expresiones cada vez más frecuentes.

Es bien cierto que la figura del emprendedor se ha asociado al mundo de la empresa, con la imagen de una persona joven que tiene una idea innovadora que quiere desarrollar y llevarla a la práctica. Pero durante este tiempo la visión ha quedado superada. En las múltiples definiciones que se pueden llegar a encontrar

de emprendedor, hay dos ideas clave que explican, en buena parte, el motivo de su auge: la ilusión por iniciar un proyecto o una empresa, y la superación de riesgos y dificultades.

El emprendedor está capacitado con una serie de actitudes que le llevan a desarrollar su proyecto. A continuación se presentan algunos datos relativos a las actitudes hacia el emprendimiento obtenidos de la una encuesta realizada por el GEM.

Cuando se pregunta a los encuestados del GEM respecto al tipo de trabajo que les gustaría desarrollar, específicamente sería: “Entre diferentes tipos de trabajo, cuál preferiría: a) Ser empleado, b) Ser autoempleado c) Ninguno de los anteriores”. La iniciativa emprendedora en Catalunya presenta una tendencia decreciente. Mientras que en el año 2000 el 62% de los españoles prefería el autoempleo frente a un 33% que optaba por el empleo, en el año 2009 se invierten dichas preferencias y un 40% prefiere el autoempleo frente a un 52% que opta por el empleo.

Según los estudios de la Caixa en el año 2013 el número de personas que se consideran emprendedores ha aumentado, aunque muchos proyectos aún no han visto la luz. Existe un elevado número de personas que están a la espera de encontrar el momento adecuado para lanzar su producto, ya que los tiempos de recesión en la economía no ayudan.

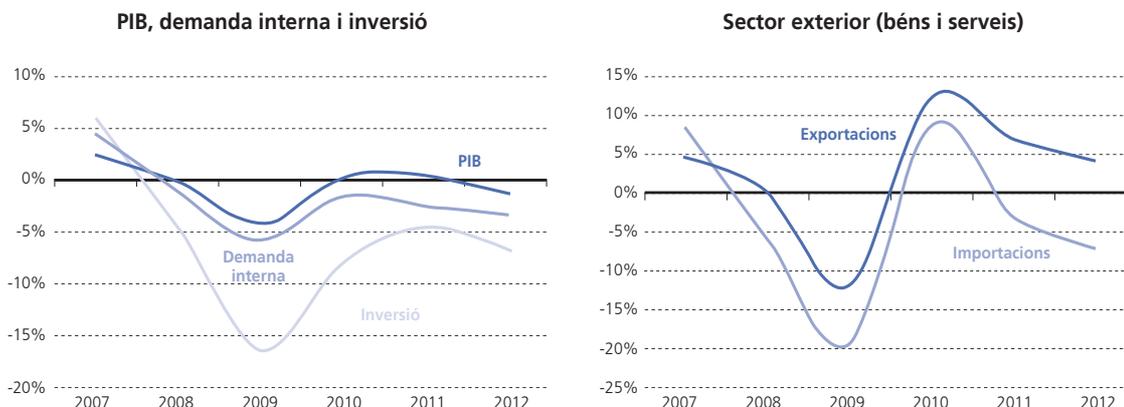
3.3. Estructura empresarial catalana

El siguiente apartado, permite conocer la estructura del tejido empresarial catalán y de su mercado de trabajo, a grandes rasgos.

La situación de crisis en la economía catalana y española durante el año 2012, en cuanto al desempleo no ha hecho más que aumentar. Los ajustes estructurales, que se prometieron pero no se han aplicado, no han hecho más que castigar la actividad y credibilidad de los mercados internacionales.

Desde el año 2007, fue el último año con un crecimiento substancial del PIB catalán, que a partir de ese momento, se vio afectado por caídas y estancamientos. La anualidad anterior, el año 2012, ha continuado con la misma tendencia. Las demandas tanto internas como la inversión han seguido con registros negativos. Gracias a las exportaciones, el PIB catalán ha podido compensar los efectos negativos de la economía interna.

Gráfico 12: Evolución del PIB, de la demanda interna, de la inversión y del sector exterior en Catalunya 2007-2012.



Fuente: PIMEC (2013) a partir de los datos de IDESCAT.

Durante el siguiente punto se analizará en términos generales el número de empresas con sede en Catalunya. Además de cómo están distribuidos por sectores empresariales y de la dimensión según número de empleados. Por otra parte, también se puede observar la distribución en forma jurídica y cómo han evolucionado el crecimiento de empresas desde inicios de la crisis. Durante este punto, se detallará de forma más concreta la explicación del cuadro resumen.

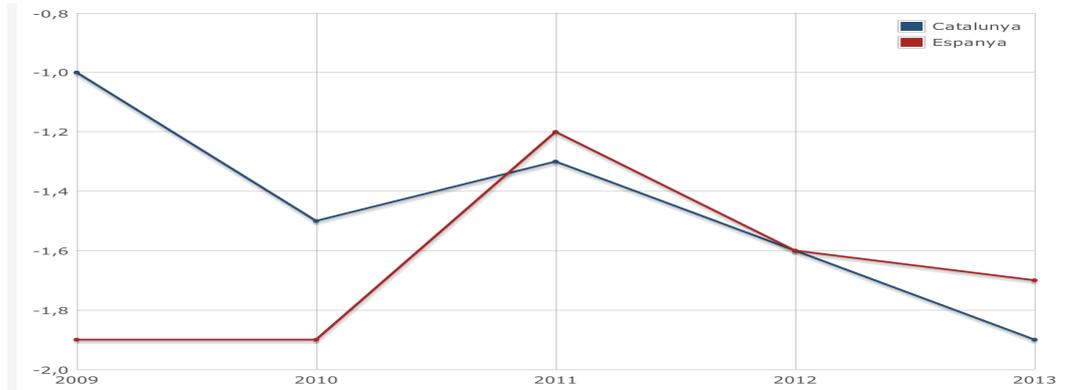
3.3.1. Número de empresas y densidad empresarial

En el siguiente cuadro podemos observar cómo Catalunya está distribuida por número de empresas y dividida por sector de actividad, nombre de asalariados y condición jurídica que durante el transcurso de este apartado se irá describiendo.

Catalunya en el año 2011 tenía un total de 611.751 empresas pero debido a la recesión de la economía se ha visto afectado y durante el transcurso de estos tres últimos años la tendencia ha sido de descenso, es decir, el cierre de empresas ha aumentado.

En el siguiente gráfico se observa, la tendencia de evolución del panorama de empresas en Catalunya. Durante el año 2010 existió un crecimiento en el número total de empresas, aunque no tan pronunciado como en España, finalmente volvió a disminuir hasta la actualidad.

Gráfico 13. Variación del nombre de empresas. Catalunya y España 2008-2013.



Fuente: IDESCAT a partir del Directorio Central de Empresas (DIRCE del INE).

3.3.2. Distribución sectorial

Como hemos comentado en el apartado anterior, el sector servicios es el más desarrollado en la economía catalana. Buena parte de la población, se dedica al sector servicios, con una representación del 78,9%, seguido de la construcción y de la industria, 14,3% y 6,8% respectivamente. El boom inmobiliario ha impactado en la economía con un constante cierre de empresas en el sector de la construcción.

Respecto como se ha distribuido a nivel de sectores empresariales, tal y como se observa en la tabla, el sector servicios siempre es el que predomina, aunque también tiene una tendencia bajista durante los últimos tres años.

Respecto al sector de la Industria, es más bien el que Catalunya no está tan especializada, hay un menor número de empresas dedicadas a dicho sector. En cambio, el sector de la construcción aún habiendo sufrido el boom inmobiliario continua siendo el segundo sector de actividad.

Tabla 10: Distribución sectorial de Catalunya

	Valor			Variació (%)		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Total	611.751	602.161	590.629	-1,3	-1,6	-1,9
Indústria	42.584	41.152	38.962	-4,9	-3,4	-5,3
Construcció	91.087	86.094	78.180	-6,1	-5,5	-9,2
Serveis	478.080	474.915	473.487	0,0	-0,7	-0,3
Sense assalariats	346.093	339.345	322.783	0,9	-1,9	-4,9
1-9	230.541	229.583	236.266	-4,1	-0,4	2,9
10-49	27.417	25.702	24.295	-3,8	-6,3	-5,5
50-199	5.511	5.387	5.148	-1,5	-2,3	-4,4
200 o més	2.189	2.144	2.137	-0,1	-2,1	-0,3
Persones físiques	303.572	294.292	286.791	-2,5	-3,1	-2,5
Societats anònimes	26.912	26.195	24.228	0,8	-2,7	-7,5
Societats limitades	212.036	211.722	211.849	-0,7	-0,1	0,1
Altres	69.231	69.952	67.761	2,0	1,0	-3,1

Unitats: Nombre d'empreses.

Font: Idescat, a partir del Directori central d'empreses (DIRCE) de l'INE.

No s'inclouen les següents divisions de la CCAE-09: 01-03 (Agricultura, ramaderia i pesca), 84 (Administració pública, defensa i Seguretat Social obligatòria) i 97-99 (Activitats de les llars i organismes extraterritorials).

Fuente: IDESCAT a partir del Directorio Central de Empresas (DIRCE) del INE.

Desde el inicio de la crisis en el año 2008, el número de empresas con establecimiento en Catalunya se ha reducido un 5,2%. La baja interanual del número de empresas se mantiene, año tras año, entre el 1% y el 1,6%. En cuanto a los sectores hay que destacar que, por primera vez desde que empezó la crisis, se reduce interanualmente el número de destrucción en el sector servicios (-0,7%). Esta tendencia es diferente a la de los sectores de la industria y la construcción, donde la destrucción de empresas se está desacelerando.

Desde el 1 de enero del año 2008, el número total de empresas con sede en Catalunya ha disminuido un 5,4%.

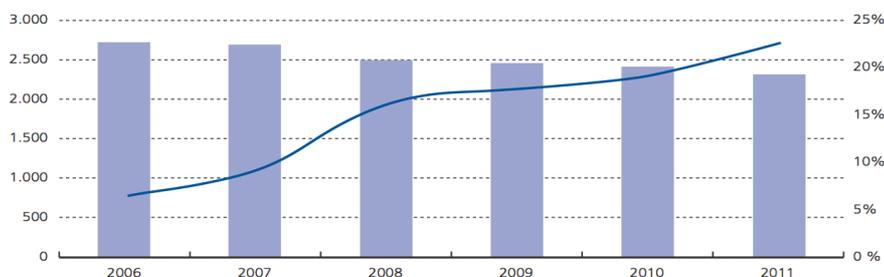
Por sectores económicos, desde inicios de la crisis, el sector de la construcción ha sido el que más ha sufrido en cuanto a cierres de empresas y su tendencia es negativa constantemente, su bajada interanual es del 5,5%. Además, el sector de la industria mantiene el crecimiento negativo desde el año 2008. Por otra parte, el sector servicios, en el año 2012 es la única vez que se ha visto afectado con el cierre de empresas (-0,7%).

3.3.3. Dimensión en número de empleados

La evolución del mercado del trabajo en Catalunya durante el año 2012 ha sido negativa. Durante el 2012 el nombre de afiliados a la Seguridad Social era inferior a

2.340.000 personas mientras que la tasa de paro se situaba en un 22,6%. Entre 2007 y 2012 el número de afiliados ha caído en 400.000 personas y la tasa de paro ha aumentado en más de 16 puntos.

Gráfico 14: Evolución de la afiliación y de la tasa de desempleo en Catalunya 2007-2012



Fuente: PIMEC 2013 a partir de datos del IDESCAT.

3.3.4. Forma jurídica

También en el siguiente tabla, se observa la evolución de cómo se dividen las empresas en la distribución de forma jurídica.

Tabla 11: Forma jurídica Catalunya 2011-2012.

	Valor			Variació (%)		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Total	611.751	602.161	590.629	-1,3	-1,6	-1,9
Indústria	42.584	41.152	38.962	-4,9	-3,4	-5,3
Construcció	91.087	86.094	78.180	-6,1	-5,5	-9,2
Serveis	478.080	474.915	473.487	0,0	-0,7	-0,3
Sense assalariats	346.093	339.345	322.783	0,9	-1,9	-4,9
1-9	230.541	229.583	236.266	-4,1	-0,4	2,9
10-49	27.417	25.702	24.295	-3,8	-6,3	-5,5
50-199	5.511	5.387	5.148	-1,5	-2,3	-4,4
200 o més	2.189	2.144	2.137	-0,1	-2,1	-0,3
Persones físiques	303.572	294.292	286.791	-2,5	-3,1	-2,5
Societats anònimes	26.912	26.195	24.228	0,8	-2,7	-7,5
Societats limitades	212.036	211.722	211.849	-0,7	-0,1	0,1
Altres	69.231	69.952	67.761	2,0	1,0	-3,1

Unitats: Nombre d'empreses.

Fuente: IDESCAT a partir del Directorio Central de Empresas (DIRCE) del INE

Respecto a la forma jurídica de las empresas, un 49,4% son personas físicas, el 34,9% son sociedades limitadas, el 8,3% son asociaciones y por último el 4% restante son sociedades anónimas. En cuanto a la condición jurídica, tanto las

personas físicas como las sociedades anónimas y las limitadas pierden empresas respecto el 2011, mientras que el resto de formas jurídicas aumentan un 1%.

3.4. Formación en emprendimiento

Gracias al estudio GEM, sabemos que existe una tendencia creciente en los emprendedores con estudios primarios, que representaban un 23% en el 2003, un 25% en el 2006 y han llegado hasta el 30% en el 2009, continuando con un crecimiento constante hasta el año 2013. Contrariamente a la tendencia anterior, el porcentaje de emprendedores con nivel de estudios secundarios se ha reducido entre el 2003 y el 2009, pasando del 44% al 34%. Lo positivo es que el porcentaje de emprendedores con estudios superiores ha ido creciendo y ha pasado del 33% en el 2005 al 36% en el 2012.

En cuanto a la formación específica para emprender, según datos del proyecto GEM, en el 2009 en España, el 31% de la población activa (entre 18 y 64 años) afirmaba tener formación, frente a un 69% que decía no tenerla (ver Figura 31). Si se considera únicamente el grupo de emprendedores, se observa que el 49% afirmaba tener formación para emprender, frente a un 51% que decía no tenerla. Los resultados anteriores muestran la importancia de la formación para el emprendimiento en el fomento de la iniciativa emprendedora en España.

3.5. Financiación de nuevas empresas en Catalunya

Para la creación de una nueva empresa, la mayoría de las veces se requiere una aportación de capital para poder ponerla en marcha. Es decir, siempre es necesario, comprar un local, una máquina, o adecuar las instalaciones a las necesidades de la nueva empresa.

Aún así y todo se considera que la clave del éxito de un proyecto empresarial radica en la correcta planificación y la oportunidad de la idea. Las ayudas y subvenciones pueden contribuir a tu proyecto, pero no deben ser determinantes.

Un emprendedor, aparte de los ahorros propios que suelen ser muy escasos, suele recurrir en busca de financiación a las entidades financieras y, en el caso de empresas más tecnológicas y de rápido crecimiento, al capital riesgo o a los inversores privados conocidos como business angels.

Las nuevas y pequeñas empresas tienen dificultades para acceder a financiación. La Comisión Europea está trabajando con los Estados miembros para mejorar el

entorno de financiación para las pequeñas empresas europeas y apoyar, de ese modo, la innovación y el crecimiento. Este apoyo se canaliza tanto a través de políticas propias como mediante la ayuda a los Estados miembros para que compartan buenas políticas y se beneficien de las experiencias de otros. La Comisión ayuda igualmente a las pequeñas empresas a superar la debilidad de los mercados financieros sobre todo trabajando junto con diversas instituciones financieras para proporcionarles financiación. El objetivo es incrementar las oportunidades de las pequeñas empresas para obtener financiación de bancos, proveedores de garantías y fondos de capital riesgo.

La Unión Europea proporciona fondos a pequeñas empresas a través de diferentes vías: subvenciones, préstamos y, en algunos casos, garantías. Se puede acceder a las ayudas directamente o indirectamente a través de programas de ámbito nacional o regional, como los Fondos Estructurales de la Unión Europea. Las PYME también pueden beneficiarse de una serie de instrumentos de asistencia de carácter no financiero, en forma de programas y servicios de apoyo a las empresas.

La Unión Europea ha establecido un sistema integral de políticas e instrumentos financieros para apoyar a las PYME, con las fuentes y tipos de financiación más apropiados en cada etapa del ciclo de vida de la empresa. Principalmente se intenta mejorar el entorno para que, por una parte, los nuevos empresarios puedan acceder a préstamos, y por otra, puedan aumentar el capital riesgo, sobre todo en las fases iniciales de creación de la empresa (capital semilla).

3.6. Preferencias por el autoempleo

Una de las principales características de una sociedad emprendedora, es la preferencia por el autoempleo. En los países con tasas de emprendimiento elevadas, las personas tienden a crear su propio empleo y ser el propio jefe, en cambio los países con tasas de emprendimiento inferiores, su tendencia principal es buscar la seguridad en el empleo por parte de un tercero.

En el informe GEM Mundial, indica que España es la que tiene el menor porcentaje de personas que optan por el autoempleo frente al empleo (40% vs. 52%). En Estados Unidos, en cambio, los porcentajes se invierten, pues es mayor el porcentaje de personas que optan por el autoempleo (55%) frente al empleo (36%).

Los anteriores resultados evidencian la fuerte cultura emprendedora que existe en Estados Unidos y reflejan el reto de la Unión Europea, y en especial de España,

para fomentar actitudes positivas frente al emprendimiento.

3.7. Innovación en Catalunya

La investigación y el desarrollo experimental (I+D) comprenden el trabajo creativo llevado a cabo de forma sistemática para incrementar el volumen de conocimientos incluido el conocimiento de las personas, la cultura y la sociedad- y el uso de estos conocimientos para derivar nuevas aplicaciones. La I+D engloba tres tipos de actividades: investigación básica, investigación aplicada y desarrollo tecnológico.

Tabla 12: Gasto en I+D total 2011.

	Valor		
	2009	2010	2011
Catalunya	3.284,5	3.227,2	3.103,7
España	14.581,7	14.588,5	14.184,3
Zona Euro	184.102,6	189.406,9	196.863,1
Unión Europea	237.406,3	246.786,8	256.922,9

Fuente: IDESCAT y EUROSTAT

Se puede observar en la tabla como la inversión a nivel europeo ha aumentado en los últimos años. La Unión Europea está concienciada en ayudar y proporcionar herramientas necesarias para crear e innovar. Se puede observar como a nivel de España y sobretodo Catalunya la tendencia de reducción en inversión de investigación y desarrollo ha sido constante en los últimos tiempos.

Aún así, se considera que la investigación es el elemento clave para el desarrollo de un país. Para el crecimiento de una economía necesita desarrollarse en la investigación, de nuevos proyectos, productos, conocimientos, procesos, métodos y sistemas.

3.8. Un cambio de mentalidad

Entendiendo que la actividad emprendedora es toda aquella actividad empresarial, incluyendo el autoempleo, que se pone en marcha en cualquier sector y que no sobrepasa los 42 meses de vida, la tasa de actividad emprendedora registrada por el GEM (Global Entrepreneurship Monitor) a la población catalana de entre 18 a 64 años es del 6,9% a finales de 2012.

La comparación de la actividad emprendedora de Catalunya con el resto de comunidades autónomas de España, nos deja una imagen positiva de la salud emprendedora catalana. La posición de Catalunya entre las comunidades respecto la actividad de creación de empresas a la fase inicial muestra que la tasa catalana (6,9%) se sitúa la primera de España. En comparación en Europa, en que la media es de 7,5% destacando en los Países Nórdicos, como Finlandia con un 6,3%, se puede ver como Catalunya se encuentra en una elevada posición.

El desempeño emprendedor de los residentes en Catalunya indica que, aunque la crisis frenó el impulso emprendedor los últimos años, el nivel de emprendeduría en Cataluña sigue estando entre los más elevados del Estado.

Las mujeres que cuentan con una empresa de reciente creación, el 55,7% tiene menos de 35 años (el 35,5% en el caso de los hombres), y el 59,2% cuenta con formación universitaria frente el 44,8% en el caso del hombres.

Desde hace algunos años, estamos asistiendo a una tendencia creciente de globalización, incluso, de las economías locales. En este contexto, se consolida el hecho que estas economías quieran buscar hechos diferenciales o valor añadido para dinamizar el territorio.

La potenciación del desarrollo social y económico necesita herramientas que permitan el desarrollo socioeconómico del ámbito local de acuerdo con las necesidades y potencialidades del territorio, que superen las desigualdades y desequilibrios existentes, dinamicen el tejido económico industrial, comercial y de servicios, faciliten la integración de todos los colectivos al mercado de trabajo, ayuden a crear condiciones que posibiliten innovar y ser más competitivos a la empresa local, propicien acuerdos permanentes de los agentes actuantes, en especial la administración local, y ayuden así al crecimiento integral del municipio.

Cada vez son más las personas que optan por la creación de su propia empresa, ya sea individualmente o colectivamente, como forma de desarrollar su carrera profesional.

Crear una empresa, es una actividad que requiere de una gran dosis de ilusión e imaginación que sirvan de motor y que permita superar los obstáculos y salir adelante cuando las cosas se pongan difíciles, así como enfrentarse a situaciones que parecen irresolubles, sobre todo cuando la falta de recursos se hace evidente.

Ser empresario/a es un oficio que hay que aprender y perfeccionar para tener éxito.

La creación de una empresa nace de una idea inicial, todavía poco definida y poco concreta, junto con una primera voluntad de establecerse por cuenta propia.

La futura ley de soporte a los emprendedores y su internacionalización, actualmente en estudio, facilitará la creación de nuevas empresas, y dará una respuesta integral a los autónomos y a las pymes.

La esperada Ley de apoyo al emprendedor y su internacionalización se ha presentado al Consejo de Ministros con fecha 24 de mayo, dentro del Programa Nacional de Reformas de 2013. Este Anteproyecto tendrá que pasar por el trámite parlamentario y previsiblemente se aprobará durante el primer trimestre del 2014.

El Anteproyecto de Ley complementa el Real decreto ley de 22 de febrero de 2013, de medidas laborales de apoyo al emprendedor y de estímulo del crecimiento y de la creación de puestos de trabajo, a través del cual se aprobaron determinadas medidas de apoyo al emprendedor.

El objeto de la Ley es apoyar al emprendedor y la actividad empresarial, favorecer el desarrollo, el crecimiento y la internacionalización, y fomentar la cultura emprendedora y un entorno favorable a la actividad económica. Tiene un ámbito de aplicación amplio, al considerarse emprendedores todas las personas físicas y jurídicas que ejerzan una actividad económica productiva.

A continuación se puede ver de forma más detallada:

1. Emprendedor de responsabilidad limitada. La figura llega al rescate de los pequeños empresarios y autónomos, que, hasta ahora, respondían a sus posibles deudas con su propio patrimonio personal. Con la nueva ley, por ejemplo, un pequeño empresario nunca perderá su casa (siempre que no supere los 300.000 euros de valor) a causa de las deudas. De este modo, sus atribuciones se asimilan a las de una Sociedad Limitada.
2. Montar una empresa por cero euros. Inspirado en las políticas existentes en Alemania o Bélgica, el Gobierno crea la figura de la Sociedad Limitada de Formación Sucesiva, un tipo de empresa muy similar a la tradicional Sociedad limitada, pero con ciertas restricciones en las retribuciones a los socios (no podrán superar el 20% del patrimonio neto de la empresa) y en el reparto de dividendos (solo se podrán repartir si el patrimonio neto restante no es inferior al 60% del mínimo legal).
3. Segunda oportunidad. Debido a las quejas de diversos colectivos de

autónomos, que aseguraban que cuando un empresario fracasa en un negocio le es imposible intentarlo de nuevo por las deudas contraídas con el anterior negocio, el nuevo Estatuto de los Trabajadores amplía hasta en dos años el plazo para asumir las deudas en caso de que se enfrenten a un posible embargo. La medida viene apoyada por autoridades como el comisario de Industria y Emprendimiento de la Unión Europea, Antonio Trajini, para quien “el fracaso de un emprendedor no debe ser una condena de muerte”.

4. Cuota reducida para todos los nuevo autónomos. En su momento se aprobó la cuota reducida de 50 euros al mes para los nuevos autónomos menores de 30 años. Con la nueva ley, este descuento se aplica a todos los nuevos autónomos, sea cual sea su edad. También podrán adherirse a esta medida los trabajadores que fueron autónomos y que en la actualidad están dados de baja.
5. Devengo en el IVA. Mientras en la actualidad una empresa ha de liquidar trimestralmente el IVA de las facturas independientemente de si las ha cobrado o no, a partir del 1 de enero de 2014 se podrá posponer dicha liquidación al momento del cobro de la factura.
6. Deducciones fiscales para los business angels. La principal intención de dicha medida es poder apoyar a las pequeñas empresas de nueva creación. Los pequeños inversores obtendrán una deducción en la cuota anual del IRPF. Además, si al desinvertir en la empresa destinan los beneficios a invertir en una nueva compañía, su ganancia se suma a la iniciativa del ICO de crear un fondo público de inversión en entidades de capital riesgo.
7. Visado para emprendedores. Es una autorización especial de residencia y permanencia durante un período mínimo de un año para aquellas personas extranjeras que inicien una actividad empresarial en nuestro país.
8. Incentivos por inversión de beneficios. Los beneficios obtenidos en una actividad empresarial obtendrán una deducción fiscal íntegra del 10% siempre que ese dinero sea reinvertido en la propia empresa.
9. Facilidad para contratar talento extranjero. Muchas empresas españolas (sobre todo tecnológicas) se quejaban de los trámites a la hora de contratar a un trabajador extranjero. Con la nueva ley se podrá solicitar un permiso especial de residencia para estos empleados siempre que la empresa supere los 50 millones de euros de facturación anual, entre otros requisitos.
10. Emprendimiento en la educación. La nueva ley ordena que los centros de educación primaria y secundaria incentiven el espíritu emprendedor. Además, regula las llamadas miniempresas o empresas de estudiantes, que

podrán durar hasta dos años y se adscribirán a un seguro de responsabilidad civil.

Para finalizar, nos gustaría decir que cada vez es más evidente y más amplio el número de profesionales que dan el paso y comienzan a establecerse como autónomos, además desde el Gobierno central se están dando más facilidades para ello. Aunque el proceso de ser emprendedor, a priori parece complejo cada vez existen más recursos que nunca para hacer frente a este reto y se cuenta con infinidad de herramientas que pueden permitir aprovechar las habilidades y conocimientos.

Conclusiones

La clase empresarial catalana en la actualidad vive un momento de relevo generacional. Una nueva promoción de emprendedores llaman a la puerta con mucho ímpetu y el tejido económico bendice dicha renovación. Además de dar el visto bueno a éste nuevo y alentador panorama, los empresarios catalanes reivindican el perfil emprendedor del país y confían que estos nuevos valores añadidos, combinados con los de la tradicional sociedad empresarial, permitan afrontar con garantías estos momentos económicamente adversos para el conjunto de la sociedad.

Cada vez son más las personas que optan por la creación de su propia empresa, ya sea individualmente o colectivamente, como forma de desarrollar su carrera profesional.

Crear una empresa es una actividad que requiere de una gran dosis de ilusión e imaginación que sirvan de motor y que permita superar los obstáculos y salir adelante cuando las cosas se pongan difíciles, así como enfrentarse a situaciones que parecen irresolubles, sobre todo cuando la falta de recursos, se hace evidente.

Los nuevos y antiguos emprendedores coinciden en señalar la dificultad de financiación como uno de los principales problemas para hacer crecer su negocio. Más allá de las cifras, también hay un acuerdo generalizado que para paliar esta frustrante situación pasa por aprender a emprender de una manera diferente, apostando por la cultura de la innovación y reforzar las relaciones entre sectores empresariales e instituciones formativas.

Precisamente, fomentar la iniciativa emprendedora en las escuelas es uno de los retos principales para la nueva cultura. Es una de las principales ambiciones del gobierno catalán, han decidido incluir asignaturas de emprendimiento en las etapas escolares. Así pues, se dará a conocer, conceptos económicos básicos y casos de éxito de emprendedores, a demás se presentarán herramientas que facilitan la creación de empresas y se inculcarán los beneficios de iniciar un proyecto propio.

Y si tan importante es el apoyo institucional directo a los emprendedores e indirecto en el caso de los más jóvenes, también es importante contar con la colaboración de las cámaras de comercio, unas instituciones que en Catalunya han tejido una auténtica red empresarial, útil y activa para los emprendedores que piensan en iniciar su proyecto, consolidar su negocio o exportar su empresa.

Para concluir el trabajo se presentan las principales opiniones, así como sus limitaciones y posibles líneas futuras de investigación.

Como se ha comentado en apartados anteriores, más de un 35% de los estudiantes encuestados ha pensado alguna vez en crear su propia empresa, pero la mayoría no se lo ha planteado en un período de corto/medio plazo.

Como conclusiones generales y después de haber realizado una comparativa, entre los alumnos de la Universidad Abat Oliba y los habitantes de Catalunya, se considera que:

- Las variables como género, edad, estudios y ocupación de los progenitores no influyen en la decisión de crear una empresa por parte de los estudiantes.
- Los alumnos que tienen el firme propósito de crear su propia empresa le dan una valoración mayor a la satisfacción personal que les supondría ser empresarios, al hecho de tener la oportunidad y los recursos necesarios para llevar a cabo sus ideas de negocio.
- Ofreciendo a los encuestados las profesiones de asalariado, profesional independiente y empresario la opción más valorada resulta ser la de empresario.
- En general los universitarios encuestados se ven a sí mismos bastante capacitados para desarrollar aquellas habilidades necesarias para la puesta en marcha y mantenimiento de su propia empresa.
- En lo que a formación y experiencia respecta se han encontrado relaciones significativas entre el hecho de pensar seriamente en crear una empresa y el curso en que se encuentra el alumno, la experiencia profesional y su relación con el autoempleo.
- Entre los motivos y frenos que más pueden condicionar la intención emprendedora del alumnado nos encontramos con las recompensas económicas y el riesgo económico. Este último se demuestra además que tiene una relación significativa, aunque débil, con la decisión de crear una empresa.
- Los alumnos que han participado en algún curso relacionado con el emprendimiento dicen que mejoran sus conocimientos generales empresariales tras la realización del mismo.
- Una amplia mayoría de los encuestados consideran necesaria y muy importante la formación previa a la creación de empresas

- Se considera que la formación más útil para crear una empresa, es realizar un curso de finanzas, plan de negocios o marketing.
- La formación se considera necesaria, así pues el Gobierno establece para el año 2014 un plan de negocios para enseñar a las escuelas. Así se demuestra en el trabajo, las clases teóricas son útiles pero son más necesarios los ejercicios prácticos, casos de estudio y diseño de proyectos
- En el marco de formación para emprendedores, es bueno saber que en la actualidad existe un boom. Se están creando numerosos programas de formación. Cada vez más existen nuevas iniciativas de ayuda a los emprendedores, esto es debido a que la población esta cambiando su mentalidad, el emprendedor es el futuro y necesita formación. Existen múltiples máster, cursos específicos para emprendedores, son de formación de conocimientos necesarios para crear o consolidar empresas.
- El emprendimiento empresarial es una acción solitaria, difícil, retadora, llena de obstáculos y de riesgos para el emprendedor y para su grupo familiar.
- Las principales características personales del emprendedor empresarial son la persistencia, la motivación, innovación, liderazgo y compromiso.
- Los factores de mayor relevancia para el éxito de un emprendimiento empresarial son los contactos, la educación, el capital y la capacidad de negociación.
- Los factores de mayor relevancia para el sostenimiento del negocio son el mercadeo y ventas, el capital de trabajo, la investigación y desarrollo, el desarrollo de productos y las alianzas y convenios.
- Las mayores dificultades que tiene el emprendedor empresarial para planear, montar y poner en marcha una nueva empresa son por falta de capital, estados de desanimo, falta de apoyo y el sentimiento de soledad.

Ser emprendedor no es fácil pero si hay facilidades puede ser un trayecto diferente que te ofrece la vida, y a veces es necesario subir al tren e intentarlo. El que no arriesga no gana.

Bibliografía

A. Fuentes primarias

- Libros

ALEXANDRE OSTERWALDER & YVES PIGNEUR. *Generación de modelos de Negocio. 1ª Edición. Barcelona: Grupo Planeta, 2011.*

GUY KAWASAKI. *El arte de empezar. 1ª Edición. Barcelona: Kantolla, S.L. 2013.*

MARC VIDAL. *Una hormiga en París. 2ª Edición. Barcelona: Alienta, 2013.*

PAU GARCIA-MILÀ PUJOL. *Optimismamente. 1ª Edición. Barcelona: Espasa, 2012.*

Varios autores. *Padre rico, padre pobre. Barcelona: Aguilar Taurus Alfaguara, 2004.*

- Páginas web

ALBERT BUSCATÓ CEO de Albus Golf “*Atrévete a ir contra-corriente, siempre que tengas confianza absoluta en tu proyecto*”. Escuela Emprendedores. <http://escolaempnedors.org/es/entrevista-a-albert-buscato/>

ANA FERNANDEZ-LAVIADA. “*Estudios de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la facultad de CCEE y empresariales de Cantabria*” Presentación en Congreso AECA. Facultad de CCEE Empresariales, Cantabria.

CLEMENTE CEBRIÁN: “En los negocios no está todo inventado, siempre hay algún nicho por descubrir”. Revista Emprendedores 27 Noviembre 2013. <http://www.emprendedores.es/casos-de-exito/el-ganso-2>

COMISIÓN EUROPEA (2012). Crecimiento y Empleo: próximos pasos. Presentación del Sr. D. J.M. Barroso, Presidente de la Comisión Europea, al Consejo Europeo informal de 30 de enero de 2012, Bruselas. http://ec.europa.eu/europe2020/documents/documents-and-reports/subject/employment-and-social-affairs/index_es.htm

COMISIÓN EUROPEA (2006). La nueva definición de PYME. Guía del usuario y ejemplo de declaración (disponible en: http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/sme_definition/sme_user_guide_es.pdf).

CREA TU EMPRESA “PASO A PASO”. Ministerio de Industria, Energía y turismo. <http://www.creatuempresa.org/es-ES/PasoA Paso/Paginas/Creatuempresapasoapaso.aspx>

CUATRECASAS GONÇALVES PEREIRA. “*Análisis de la Ley de apoyo a los emprendedores y su Internacionalización*”. Ministerio de Industria, Energía y turismo. Madrid 2013. <https://www.dropbox.com/s/1u8gme8kgtz1f81/ANÁLISIS%20DE%20LA%20LEY%20DE%20APOYO%20A%20LOS%20EMPRENDEDORES%20Y%20SU%20INTERNACIONALIZACIÓN.pdf>

DAVID URGANO Y NURIA TOLEDANO. “*El espíritu emprendedor y las actitudes hacia la actividad emprendedora*”. Universidad Oberta de Catalunya. <http://cvapp.uoc.edu/autors/MostraPDFMaterialAction.do?id=146502>

EVA FORCADELL CEO Memoryteca. *“El apoyo psicológico online es la única herramienta disponible para cierta parte de la población”* Siquia. <http://www.siquia.com/2013/11/apoyo-psicologico-online-memoryteca/>

EL ESPIRITU EMPRENDEDOR MOTOR DE FUTURO. Presentación Sr. Santiago Ramón y Cajal http://www.ipyme.org/NR/rdonlyres/18E40A4F-9398-4C3A-8D37-96305C6F549F/0/folleto_esp_emprendedor.pdf

FERNANDO GINER “PRINCIPIOS PARA EMPRENDER.” Centro formación capitol de Valencia. http://issuu.com/fernandoginer/docs/emprendedores_fernandoginer/

FERRAN MARTÍ. Director General de Tarannà Club de Viatges. *“Vaiajar es aprender, integrar en el alma vivencias que nos conectan con nuestros ancestros, con la diversidad y la pluralidad”*. Escuela Emprendedores. <http://escolaemprenadors.org/es/entrevista-ferran-marti/>

IGNASI BRUNET. *“Teorías sobre la figura del emprendedor”* Universidad Rovira y Virgili Departamento de Sociología. http://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n73/02102862_n73p81.pdf

INFORME DE ESTRUCTURA EMPRESARIAL 2012. Generalidad de Catalunya, Departamento de Empresa y Ocupación. Observatorio de Empresa y Ocupación. www.gencat.cat/empresaiocupacio

IVAN CABALLERO, Co-Fundador de The Social Coin. *“Definir un propósito, planificarlo y realizarlo es un proceso más reflexivo que puede hacer que el altruismo se convierta en un hábito”*. Escuela Emprendedores. <http://escolaemprenadors.org/es/entrevista-a-ivan-caballero/>

JOSE MARÍA VENCIANA. “LA CREACIÓN DE EMPRESAS, Un enfoque gerencial.” Colección Estudios Económicos de la Caixa. Edición electrónica disponible en www.estudios.lacaixa.es

JUAN A. MORIANO. “UN ESTUDIO DESCRIPTIVO SOBRE LOS EMPRENDEDORES EN ESPAÑA, LA REPÚBLICA CHECA Y BULGARIA.” <http://www.uv.e/motiva/libromotiva/10MorianoSanchezPalaci.pdf>

LA CAIXA. “2014: MÁS LUZ Y MENOS SOMBRA”. Resumen ejecutivo. <http://lacaixaresearch.com/documents/10180/70102/03+Resumen+ejecutivo+CAST+%7BCAST%7D.pdf/c7f9d557-731d-4d13-8de6-bb43eedab05>

MARC VIDAL. *“En el Blog de Carlos Guerrero”*. Blog Marc Vidal de 25 Noviembre 2013. <http://marcvidal.net/2013/11/en-el-blog-de-carlos-guerrero.html>

MARC VIDAL. *“Entrevista con Laura Ribas.”* Blog Marc Vidal 19 de Noviembre de 2013. <http://marcvidal.net/2013/11/entrevista-con-laura-ribas.html>.

Marc Vidal. *“¿Quién teme a un rebaño?”* .Blog Marc Vidal 30 de Octubre de 2013. <http://marcvidal.net/2013/10/reverte.html>

MARC VIDAL. *“Entrevista en TVE”*. Blog Marc Vidal 25 de Octubre de 2013. <http://marcvidal.net/2013/10/entrevista-en-tve.html>

MARC VIDAL. *“Entrevista en Exportnews”* .Blog Marc Vidal 15 de Julio de 2013. <http://marcvidal.net/2013/07/entrevista-en-exportnews.html>

MARC VIDAL “Claves del negocio en internet”. Blog Marc Vidal 24 de Octubre de 2012.

<http://marcvidal.net/2012/10/claves-del-negocio-en-internet.html>

MARC VIDAL. “En el “#tincunaidea” de TVE”. Blog Marc Vidal 18 de Enero de 2013.

<http://marcvidal.net/2013/01/en-el-tincunaidea-de-tve.html>

MODEST GUINJOAN “ANUARIO DE LA PIME CATALANA (2013). Resultados económicos y financieros 2007-2011.” Presentación del Sr. Modest Guinjoan i Ferré, Director del Observatorio de la PIME. <http://www.idescat.cat/es/>

PAU GARCIA-MILÀ PUJOL. “Cualquier persona que se ducha tiene una idea”. La contra de la Vanguardia 18 de Febrero de 2013. http://paugarciamila.com/contentPAU/18022013_LaVanguardia.pdf

PAU GARCIA-MILÀ PUJOL. “Actúa ya, que mañana puede atropellarte un camión”. La contra de la Vanguardia 29 de marzo 2011. http://paugarciamila.com/contentPAU/29032011_lavanguardia.pdf

PAU GARCIA-MILÀ PUJOL. “España es un país disuasorio de ideas y de proyectos”. La contra de ABC. <http://paugarciamila.com/entrevistas/>

PILAR ALCÁZAR. “Piensa siempre en el futuro”. Blog Emprendedores. <http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/consejos-para-emprendedores-de-los-expertos/bill-gates-da-consejos-a-los-emprendedores>

URBANO, D.; Toledano, N. (2008). “Creación de empresas y dinamismo empresarial: un análisis comparativo entre Andalucía y Cataluña”. Consejo Andaluz de Relaciones Laborales. Jornadas sobre la actividad empresarial y el desarrollo económico en Andalucía.

XAVIER SALA-I-MARTIN. “No entiendo por qué la gente no hace una revolución”. Jot Down. <http://www.jotdown.es/2012/12/xavier-sala-i-martin-no-entiendo-por-que-la-gente-no-hace-una-revolucion-deberian-estar-en-la-puerta-del-ministerio-quemandolo-todo/>

XAVIER SALA-I-MARTIN .“Si Alemania no cede, el euro se rompe”. La Vanguardia 8 Julio 2012. http://www.salaimartin.com/media/pdf/xsm_krugman/ Krugman_ESP_Portada.pdf

XAVIER VERDAGUER. Emprendedor y fundador de TMT Factory e INNOVALLEY. “Renacer en Silicon Valley.” La Vanguardia 3 de Abril de 2011. <http://www.xaviervedaguer.com/2011/04/entrevista-en-la-vanguardia.htm>.

XAVIER VERDAGUER. “Emprendedor en serie en Silicon Valley” Entrevista Exclusive Magazine nº10. 1 Octubre 2013. <http://www.xaviervedaguer.com/2013/10/entrevista-exclusive-magazine.html>

Xavier Verdaguer. “Un català a Silicon Valley”. L’econòmic 26 Octubre, 2013. <http://www.xaviervedaguer.com/empresa/>

XAVIER VERDAGUER. “Celebrities para emprendedores” L’econòmic 8 Octubre 2013. <http://www.xaviervedaguer.com/empresa/>

YANCY VAILLANT. Director UAB entre otros autores. “GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Informe ejecutivo Catalunya 2012.” <http://www.gem-cat.com/?q=presentacion-informe-2012>

B. Fuentes secundarias

- Videos

BUSSINES MODEL CANVAS: l'eina per dissenyar el teu model de negoci. Publicado por Acció10. Barcelona 2013. http://www.anella.cat/web/portal/estudis-i-tendencies/-/custom_publisher/r/lwB4/28478970/Que-es-el-Business-Model-Canvas

ESMORZAR DE FINANÇAMENT. [Vídeo]. Editado por Antoni Rami y Pilar de Torres. Barcelona 2013. Acció 10. http://www.anella.cat/web/portal/experiencies/-/custom_publisher/yB90/28777489/Puentis-i-Kantox-son-dues-alternatives-financeres-per-a-les-empres
es?__utma=1.725049039.1384456363.1388243604.1388316506.6&__utmb=1.1.10.1388316506&__utmc=1&__utmz=1.1388316506.6.3.utmcsr=google|utmccn=(organic)utmcmd=organic|utmctr=(not%20provided)&__utmv=-&__utmk=175962146

HOW TO BE AN ENTREPRENEUR.[Vídeo]. Publicado por Michael Gerver's. Youtube 2012: ca 1.27 min. <http://www.youtube.com/watch?v=0JaPaeFYE5U>

PERFIL EMPRENEDOR. [Vídeo]. Publicado a Catalunya emprèn: Barcelona 2012. <http://inicia.gencat.cat/inicia/ca/t/perfilEmprenedor.do>

TINC UNA IDEA.. [Video]. Publicado en Radio Televisión Española.12 de enero de 2012. <http://www.rtve.es/television/tinc-una-idea/>

Lista de gráficos

Gráfico 1: Curva SMILEY

Gráfico 2: Crea tu empresa “paso a paso”

Gráfico 3: Población total analizada

Gráfico 4: Vía de acceso a la Universidad

Gráfico 5: Experiencia profesional del entrevistado

Gráfico 6: Si pudiese elegir, ¿qué tipo de trabajo le gustaría desarrollar?

Gráfico 7: Los estudios que realiza, ¿han despertado interés por la creación de su propia empresa?

Gráfico 8: ¿Considera usted que es más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en años anteriores?

Gráfico 9: ¿Consideras necesaria o interesante la formación?

Gráfico 10: ¿Qué tipo de formación considera más útil?

Gráfico 11: Tasa de población adulta de Catalunya involucrada en el proceso empresarial: 32,04%

Gráfico 12: Evolución del PIB, de la demanda interna, de la inversión y del sector exterior en Catalunya 2007-2012

Gráfico 13. Variación del nombre de empresas. Catalunya y España 2008-2013

Gráfico 14: Evolución de la afiliación y de la tasa de desempleo en Catalunya 2007-2012

Lista de tablas

Tabla 1: Evolución definición emprendedor 1756 – 2004

Tabla 2: Población total alumnos Universidad Abat Oliba CEU

Tabla 3: Estudios del padre y la madre

Tabla 4: Ocupación del padre y de la madre

Tabla 5: ¿Qué nivel de preparación considera que posee usted para crear su propia empresa?

Tabla 6: ¿Cuáles considera que serían sus carencias formativas en la puesta en marcha de una empresa propia?

Tabla 7: ¿Cuáles serían sus aspectos a valorar para crear un negocio propio?

Tabla 8: Valore los siguientes obstáculos para poner en marcha una empresa propia. Puntúelos según su grado de importancia

Tabla 9: En cuanto a las siguientes formas de aprendizaje. ¿Cuáles considera que son más efectivas de cara al desarrollar de habilidades emprendedoras?

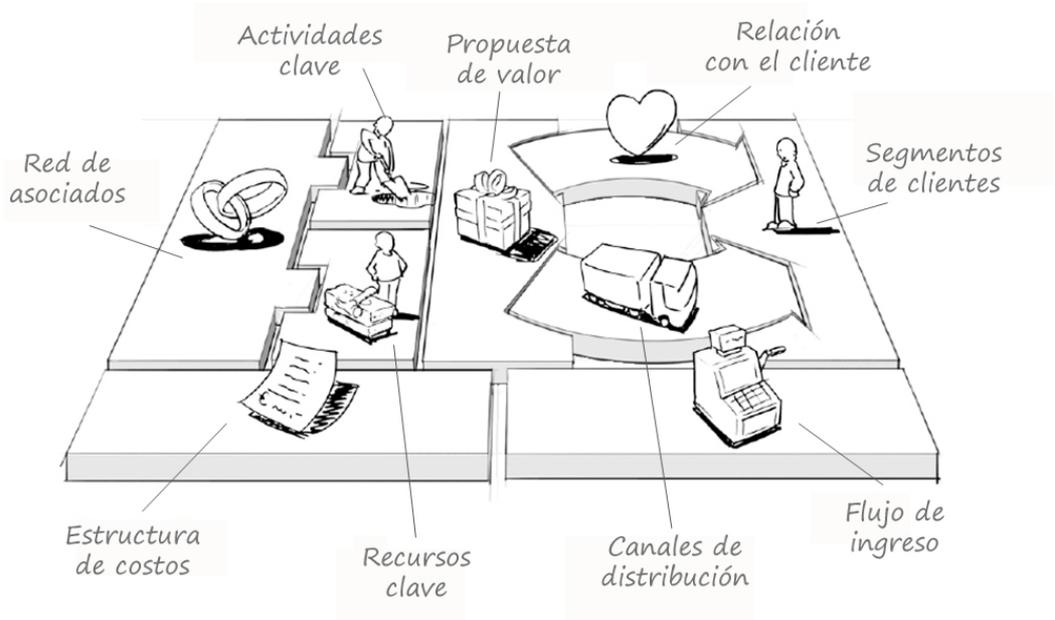
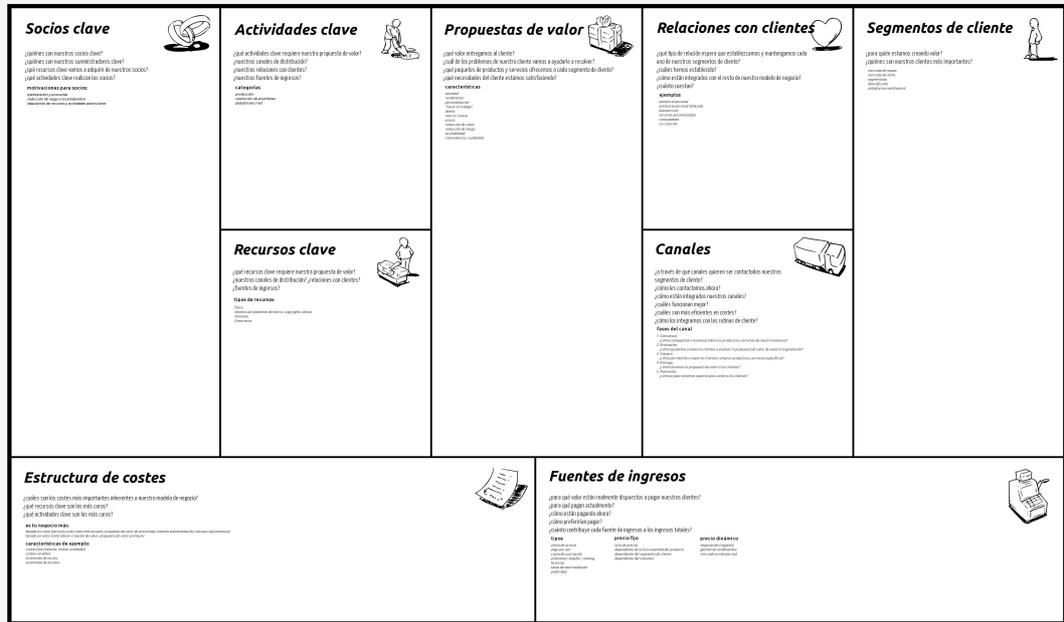
Tabla 10: Distribución sectorial de Catalunya

Tabla 11: Forma jurídica Catalunya 2011-2012

Tabla 12: Gasto en I+D total 2011

Anexo I

Modelo Canvas

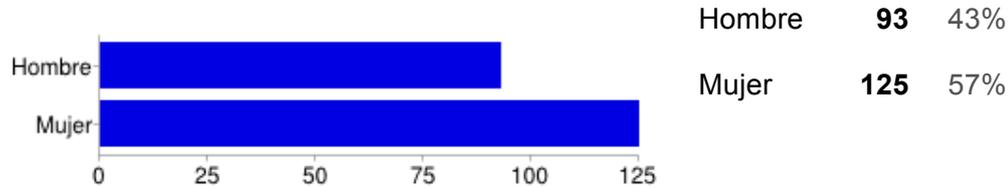


Anexo II

Resultados encuesta Universidad Abat Oliba CEU

BLOQUE A: Perfil del encuestado

1. Sexo



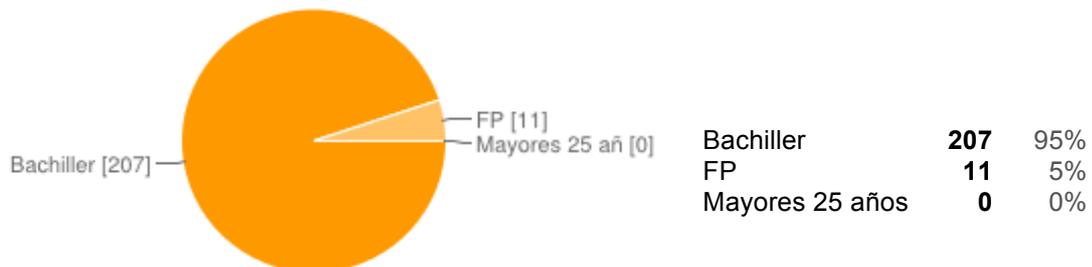
2. Año de Nacimiento

18/8/1992 1978 20-08-1992 1990 1983 17-02-1986 1986 1987 1984 1985 1988 1989
1991 1992 29/07/1992 1993 1994 6/8/1994 30/09/1989 88 22/05/1990 11/1/1993
11/02/1992-18/8/1992 1978 20-08-1992 1990 1983 17-02-1986 1986 1987 1984
1985 1988 1989 1991 1992 29/07/1992 1993 1994 6/8/1994 30/09/1989 88
22/05/1990 11/1/1993 11/02/1992

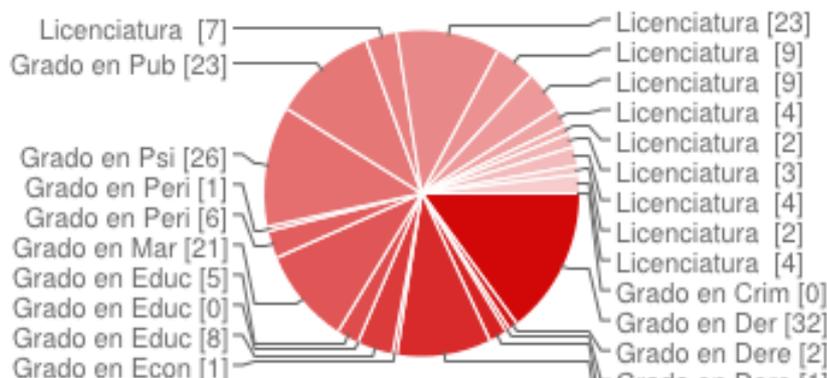
3. Municipio de residencia actual

Cubelles barcelona vilassar de dalt, barcelona Sant Cugat del Valles, Barcelona Molins de Rei Hospitalet de Llobregat, Barcelona Tiana, Barcelona Santa coloma de gramenet Barcelona barcelona Malgrat de mar Alcanar, Tarragona Matadepera (Barcelona) SANT ANDREU DE LA BARCA Sant Celoni, Barcelona Queens, New York Sant Cugat del Valles (Bcn) palafolls kristianstad, Suecia Barcelona, Barcelona barcelona, barcelona mataro BCN Sitges, Barcelona Ametlla del Valles, Barcelona Barcelona CALELLA (Barcelona) Barcelona, Barcelonès Montgat Burgos L'Hospitalet de Llobregat Cerdanyola del Vallés (Barcelona) Sant Cugat del Vallés Sant Cugat del Valles Sitges Tiana Bcn Sant Boi de Llobregat Matadepera Sant Just Desvern (Barcelona) Esplugues Llobregat, Barcelona barcelon BARCELONA Tortosa (Tarragona) Sant Cugat Sarrià, Barcelona castellví de Rosanes Barcelona, Barcelona. Vilanova i la Geltrú, Barcelona New York Serinyà, Girona Santa Coloma de Gramenet Vilassar de Dalt(Barcelona) Blanes, Girona Barcelona (Barcelona) Sabadell, Barcelona Vilassar de Mar, barcelona Terrassa, Barcelona Alpicat Mataró (Barcelona) Tarragona sentmenat, barcelona Vallromanes/Barcelona Esparreguera, Barcelona Ciutadella de Menorca, Balears Gualta Vic Barcelona sant pere de ribes Barcelona Sant Carles de la Ràpita (Tarragona)

4. Vía de acceso a la Universidad

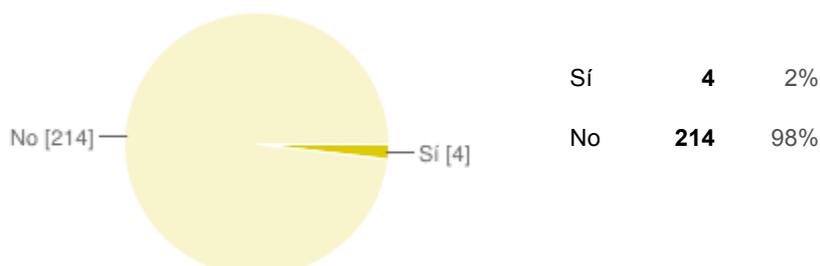


5. ¿Qué estudios cursa actualmente?



Grado en Criminología y Seguridad	0	0%
Grado en Derecho	3	15%
Grado en Derecho + Ciencias Políticas	2	1%
Grado en Derecho + Criminología y Seguridad	1	0%
Grado en Derecho + Dirección de Empresas	4	2%
Grado en Dirección de Empresas	2	10%
Grado en Economía y Gestión	1	0%
Grado en Educación Infantil	8	4%
Grado en Educación Infantil +Educación Primaria	0	0%
Grado en Educación Primaria	5	2%
Grado en Marketing y Dirección Comercial	2	10%
Grado en Periodismo	1	3%
Grado en Periodismo + Ciencias Políticas	6	0%
Grado en Psicología	2	12%
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	6	11%
Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas	2	3%
Licenciatura en ADE +Economía	3	11%
Licenciatura en ADE+ Derecho	9	4%
Licenciatura en ADE+ Publicidad	9	4%
Licenciatura en Derecho	4	2%
Licenciatura en Derecho+ Periodismo	2	1%
Licenciatura en Derecho + Ciencias Políticas	3	1%
Licenciatura en Periodismo	4	2%
Licenciatura en Periodismo + Ciencias Políticas	2	1%
Licenciatura en Publicidad	4	2%

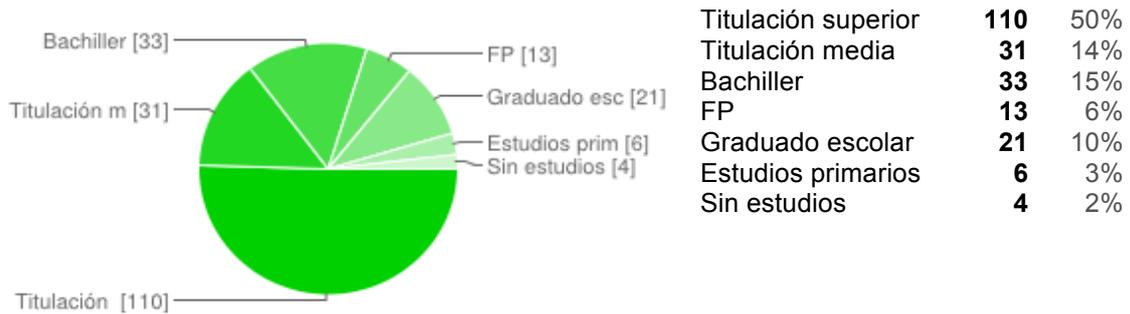
6. ¿Posee alguna otra titulación universitaria?



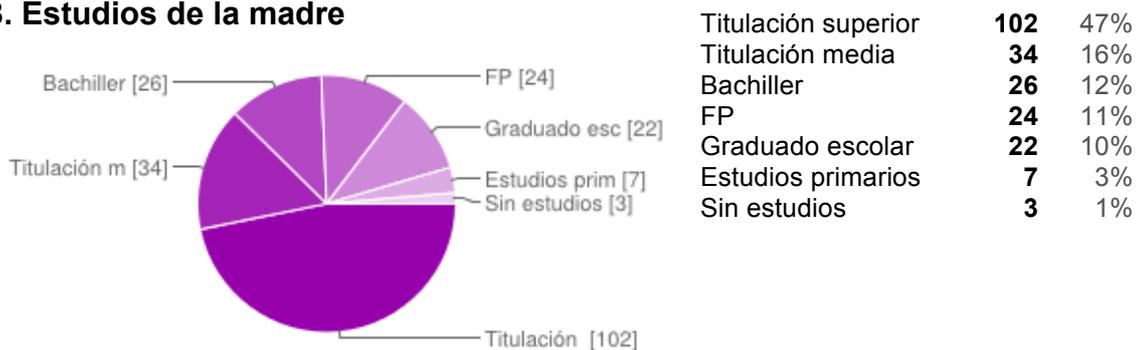
6.a. ¿Posee alguna otra titulación universitaria?

- No
- Pero estoy cursando un Posgrado en International Business
- No
- Economía Grado Superior licenciatura en periodismo, una de las combinadas de la UAO, que no he visto como opción

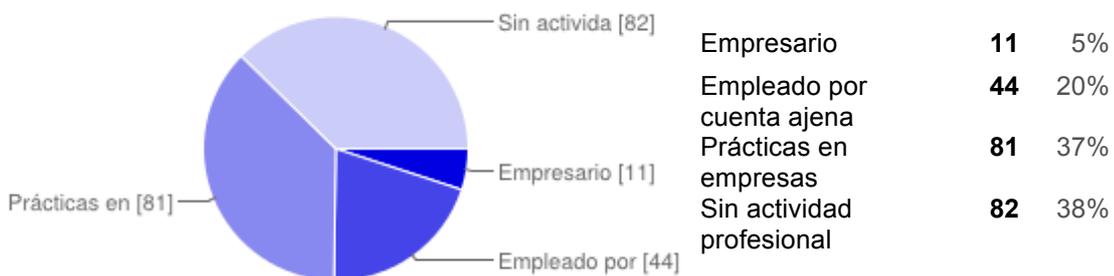
7. Estudios del padre



8. Estudios de la madre



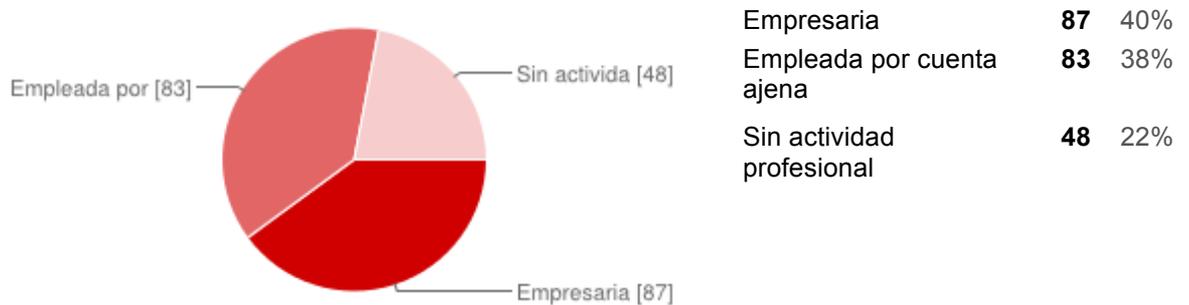
9. Experiencia profesional del entrevistado



10. Ocupación del padre

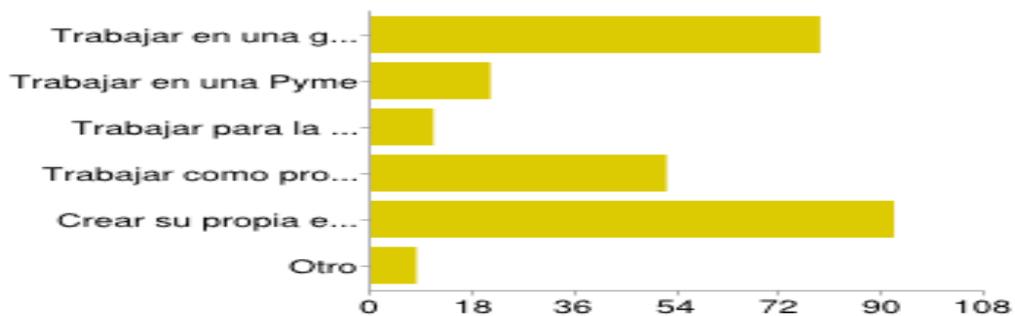


11. Ocupación de la madre



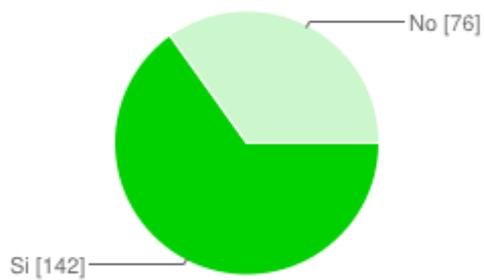
BLOQUE B: Motivación empresarial y emprendedora:

12. Si pudiese elegir, ¿qué tipo de trabajo le gustaría desarrollar?



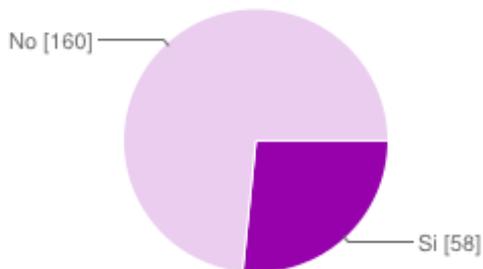
Trabajar en una gran empresa	79	30%
Trabajar en una Pyme	21	8%
Trabajar para la Administración	11	4%
Trabajar como profesional independiente	52	20%
Crear su propia empresa	92	35%
Otro	8	3%

13. ¿Ha pensado seriamente, como una opción real a corto/medio plazo, montar su propia empresa?



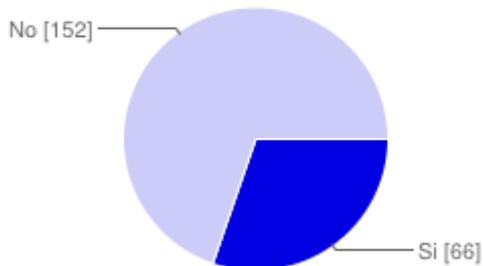
Si	142	65%
No	76	35%

14. ¿Ha iniciado en algún momento acciones encaminadas a montar su propia empresa?



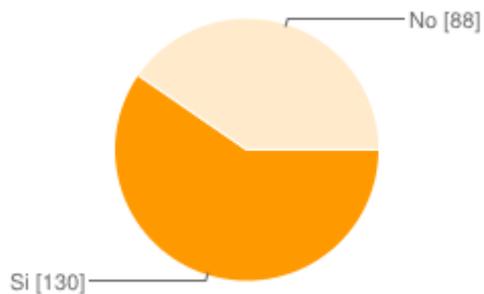
Si	58	27%
No	160	73%

15. ¿Ha realizado algún curso relacionado con la creación de empresas?



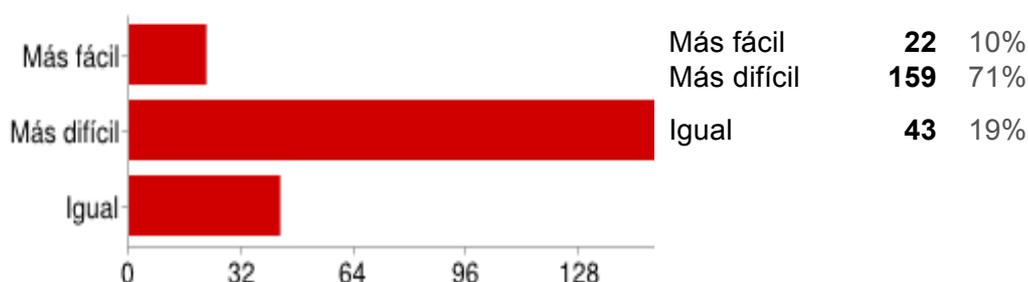
Si	66	30%
No	152	70%

16. Los estudios que realiza, ¿han despertado su interés por la creación de su propia empresa?

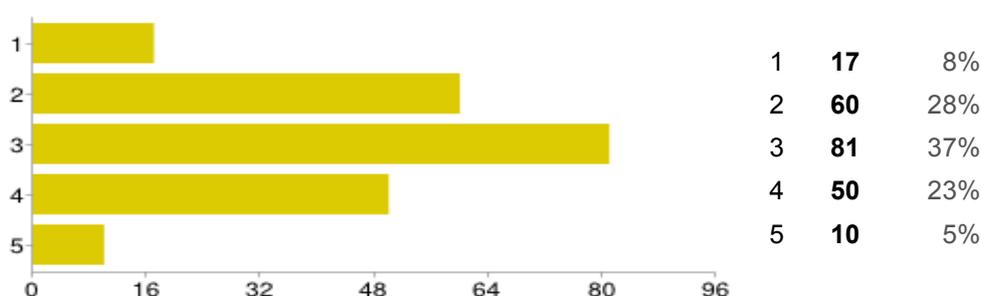


Si	130	60%
No	88	40%

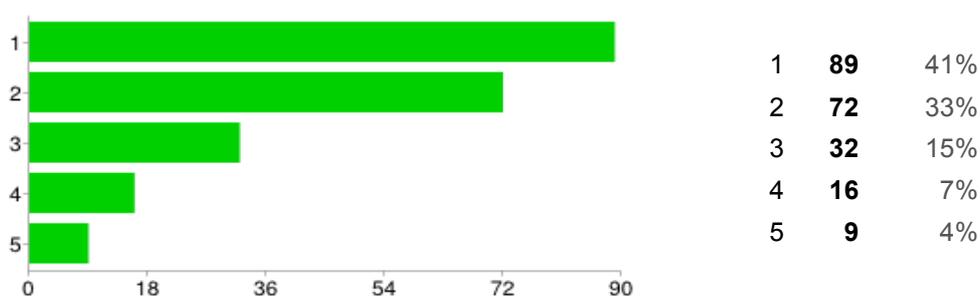
17. ¿Considera usted que es más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en años anteriores?



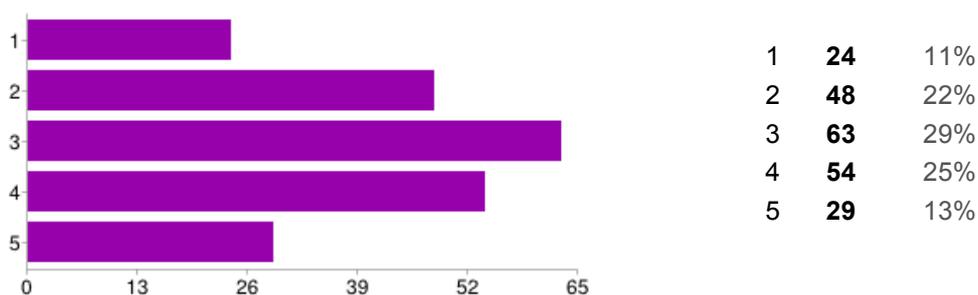
Conocimientos [18. ¿Qué nivel de preparación considera que posee Vd. para crear su propia empresa?]



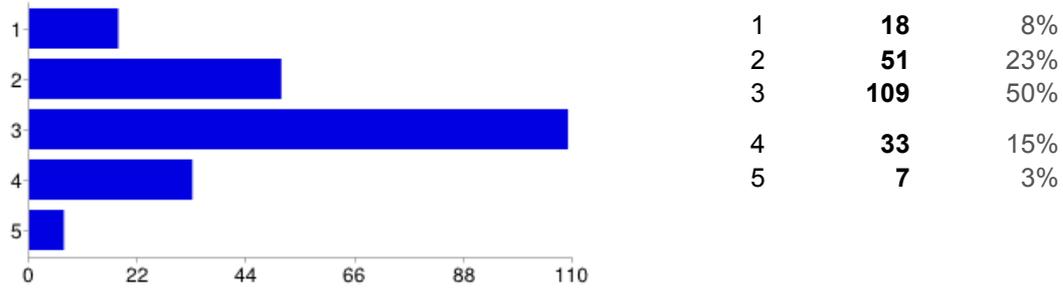
Experiencia [18. ¿Qué nivel de preparación considera que posee Vd. para crear su propia empresa?]



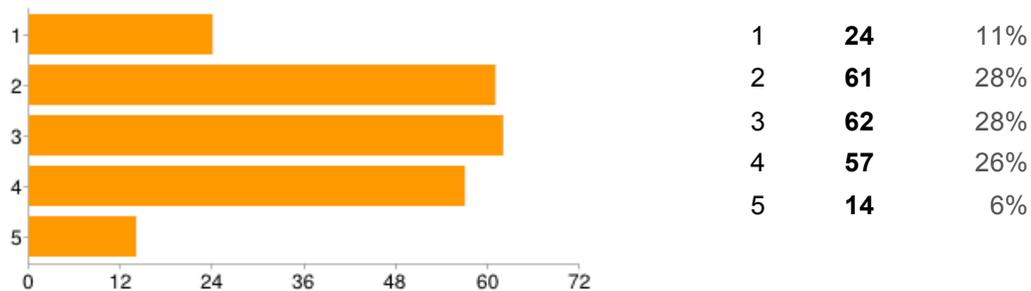
Contactos [18. ¿Qué nivel de preparación considera que posee Vd. para crear su propia empresa?]



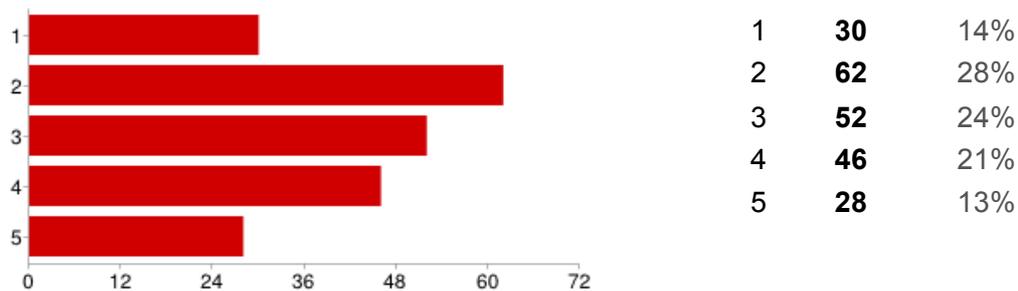
General [18. ¿Qué nivel de preparación considera que posee Vd. para crear su propia empresa?]



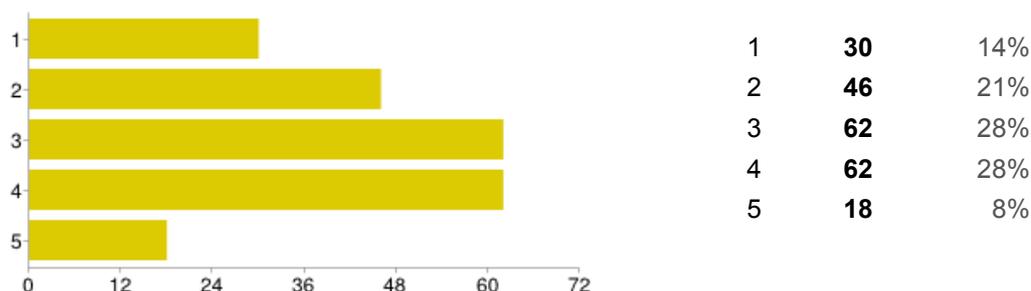
Estrategia y organización empresarial [19. ¿Cuáles considera que serían sus carencias formativas en la puesta en marcha de una empresa propia?]



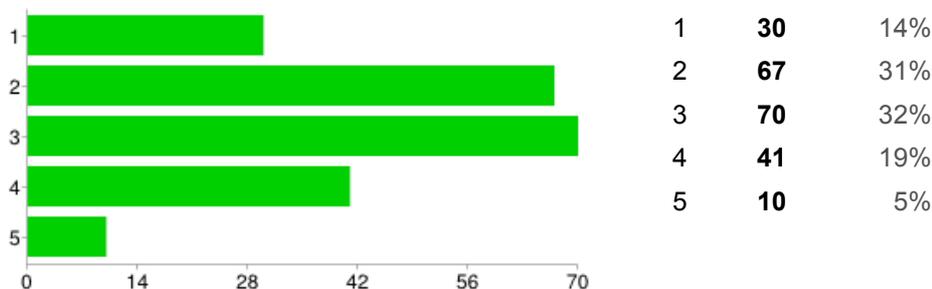
Economía y finanzas [19. ¿Cuáles considera que serían sus carencias formativas en la puesta en marcha de una empresa propia?]



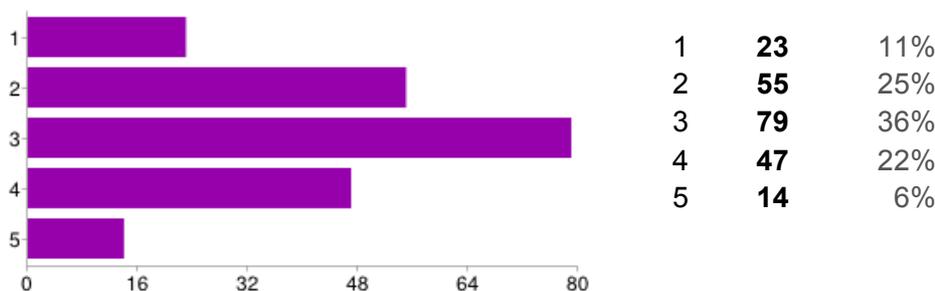
Marketing [19. ¿Cuáles considera que serían sus carencias formativas en la puesta en marcha de una empresa propia?]



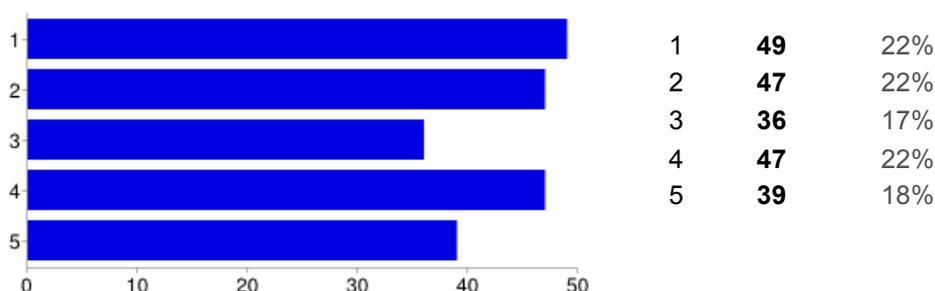
Producción y operaciones [19. ¿Cuáles considera que serían sus carencias formativas en la puesta en marcha de una empresa propia?]



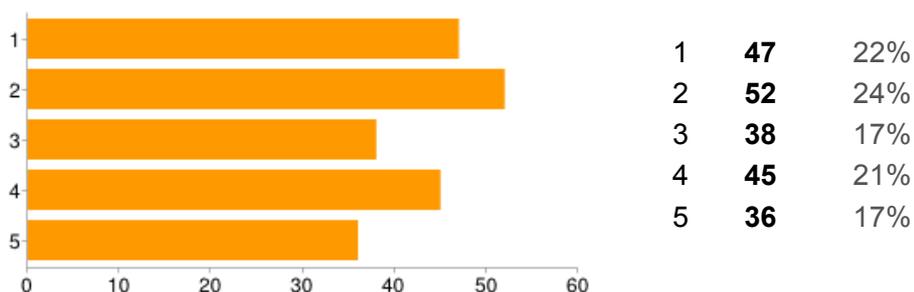
Recursos humanos [19. ¿Cuáles considera que serían sus carencias formativas en la puesta en marcha de una empresa propia?]



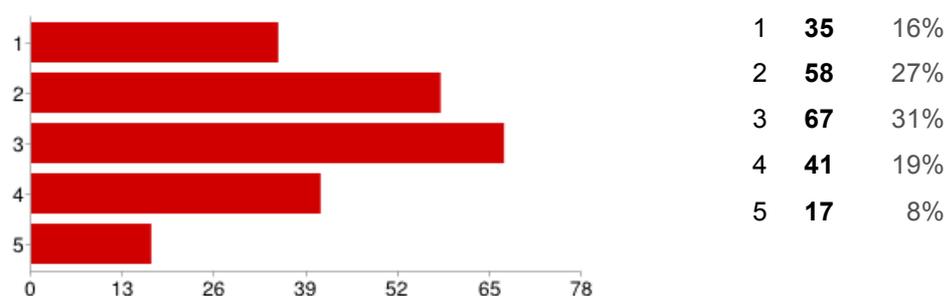
Aspectos legales [19. ¿Cuáles considera que serían sus carencias formativas en la puesta en marcha de una empresa propia?]



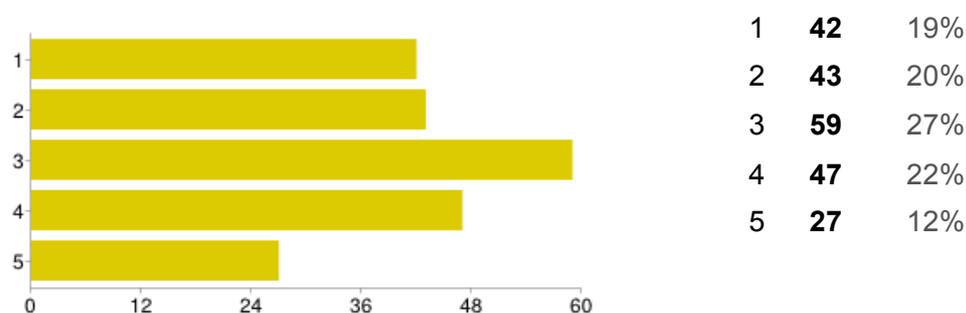
Fiscalidad [19. ¿Cuáles considera que serían sus carencias formativas en la puesta en marcha de una empresa propia?]



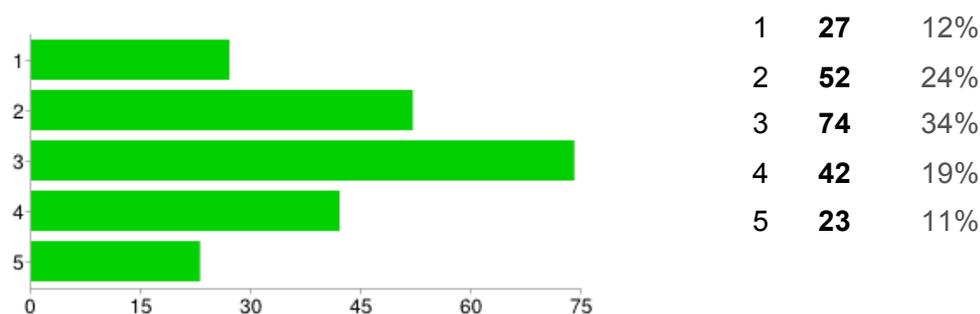
Fórmulas de financiación [19. ¿Cuáles considera que serían sus carencias formativas en la puesta en marcha de una empresa propia?]



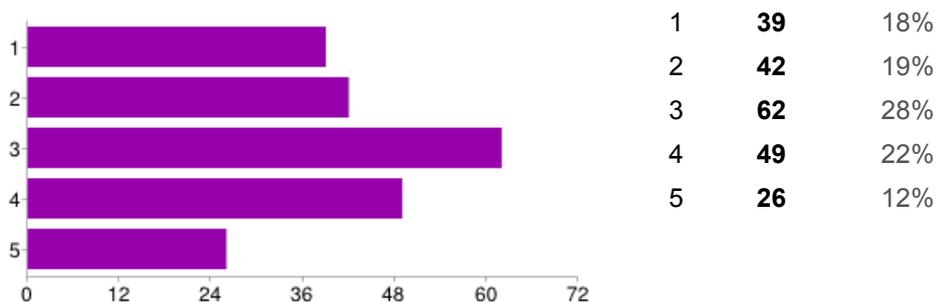
Habilidades sociales [19. ¿Cuáles considera que serían sus carencias formativas en la puesta en marcha de una empresa propia?]



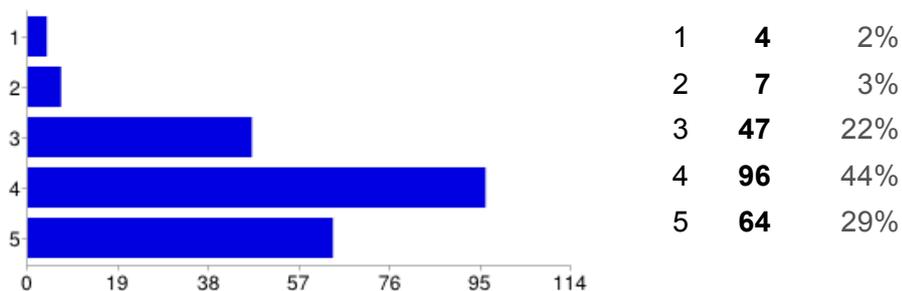
Idiomas [19. ¿Cuáles considera que serían sus carencias formativas en la puesta en marcha de una empresa propia?]



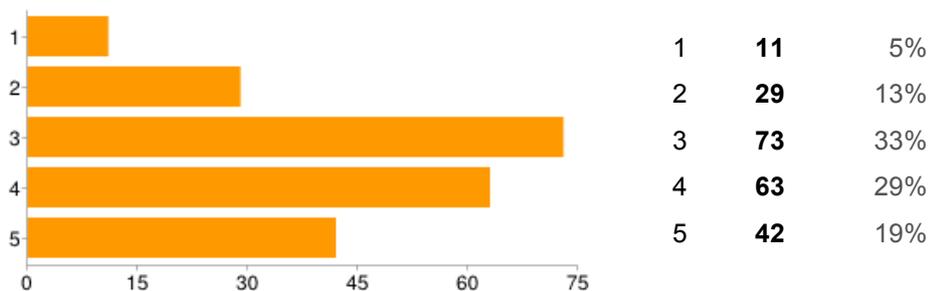
Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación [19. ¿Cuáles considera que serían sus carencias formativas en la puesta en marcha de una empresa propia?]



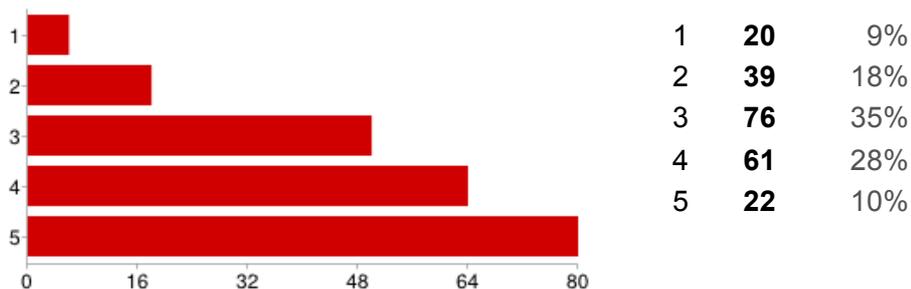
Puesta en marcha de ideas propias [20. ¿Cuáles serían sus aspectos a valorar para crear un negocio propio?]



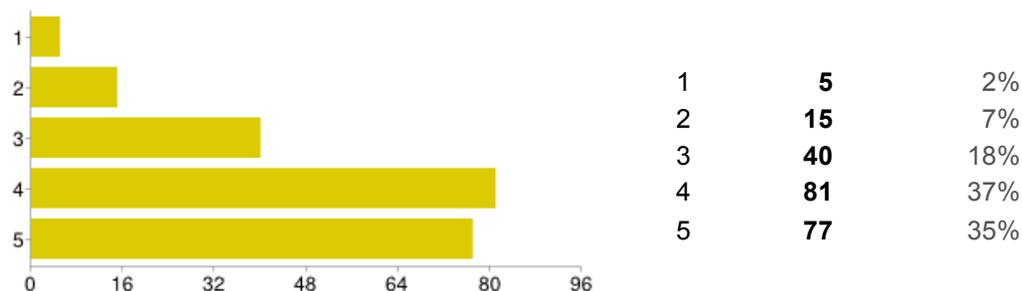
Encontrar empleo [20. ¿Cuáles serían sus aspectos a valorar para crear un negocio propio?]



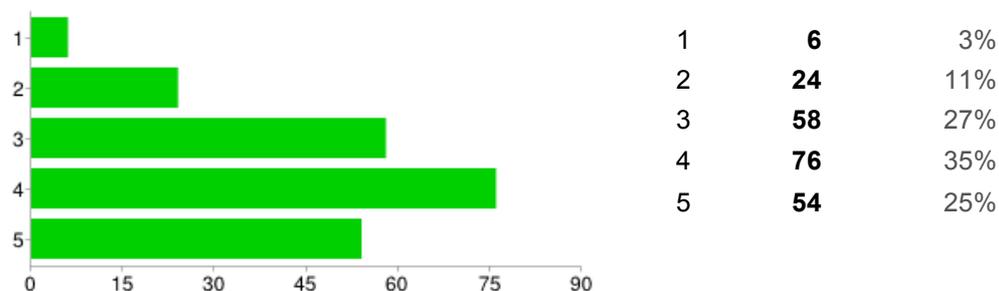
Independencia económica [20. ¿Cuáles serían sus aspectos a valorar para crear un negocio propio?]



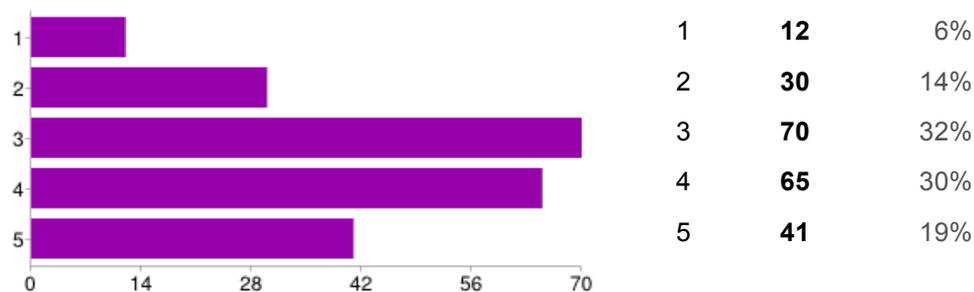
Autonomía [20. ¿Cuáles serían sus aspectos a valorar para crear un negocio propio?]



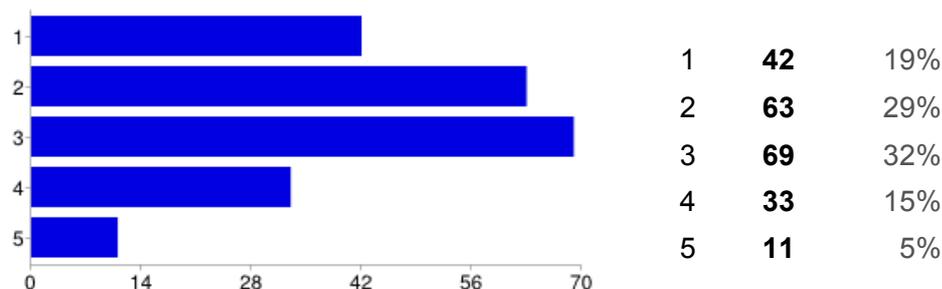
Posibilidad de obtener ingresos elevados [20. ¿Cuáles serían sus aspectos a valorar para crear un negocio propio?]



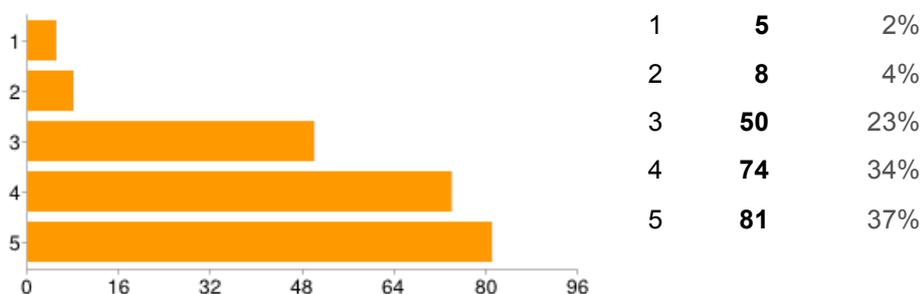
Dirigir a un grupo de personas [20. ¿Cuáles serían sus aspectos a valorar para crear un negocio propio?]



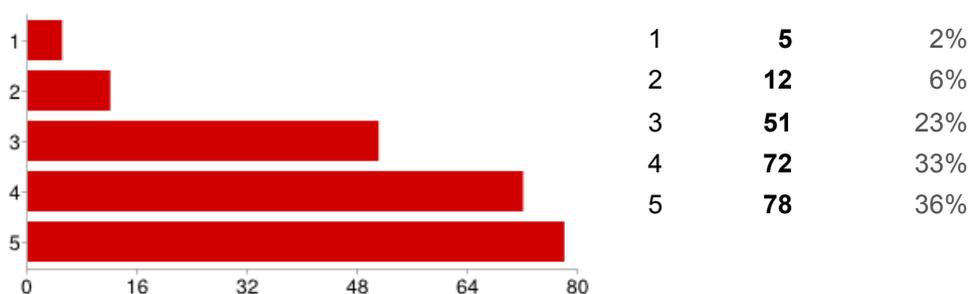
Frustración trabajando por cuenta ajena [20. ¿Cuáles serían sus aspectos a valorar para crear un negocio propio?]



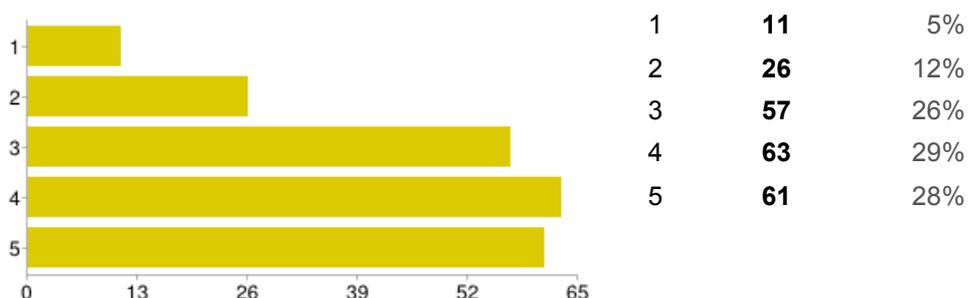
Experiencia enriquecedora en lo profesional y/o personal [20. ¿Cuáles serían sus aspectos a valorar para crear un negocio propio?]



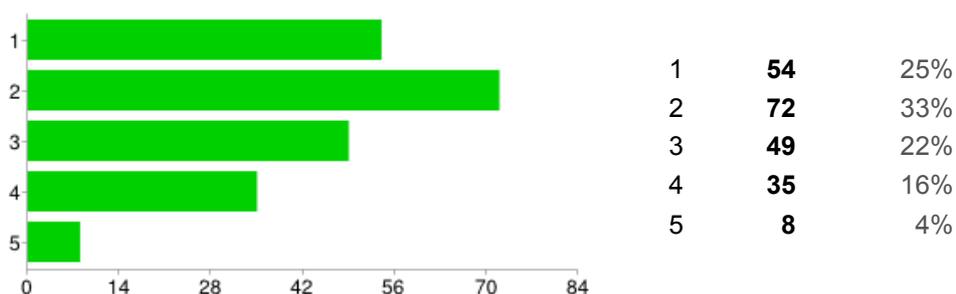
Probarse a uno mismo [20. ¿Cuáles serían sus aspectos a valorar para crear un negocio propio?]



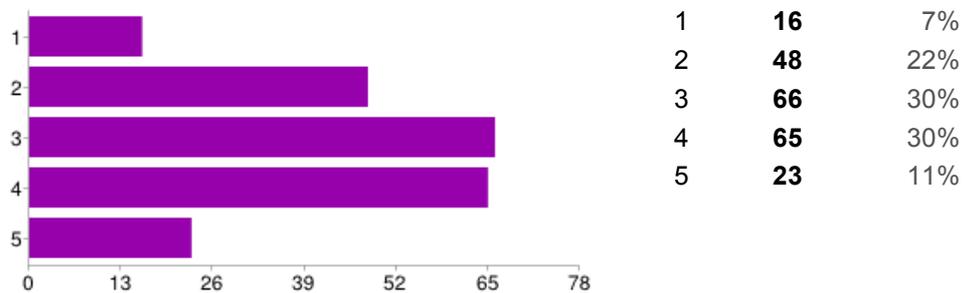
Ayudar a los demás [20. ¿Cuáles serían sus aspectos a valorar para crear un negocio propio?]



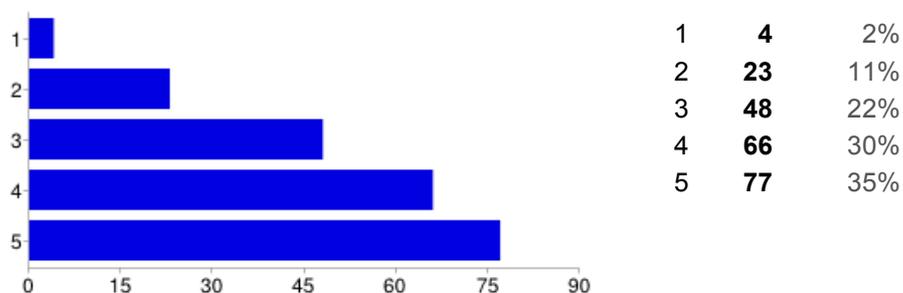
Tener que trabajar demasiadas horas [21. Valore los siguientes obstáculos para poner en marcha una empresa propia. Puntúelos según su grado de importancia.]



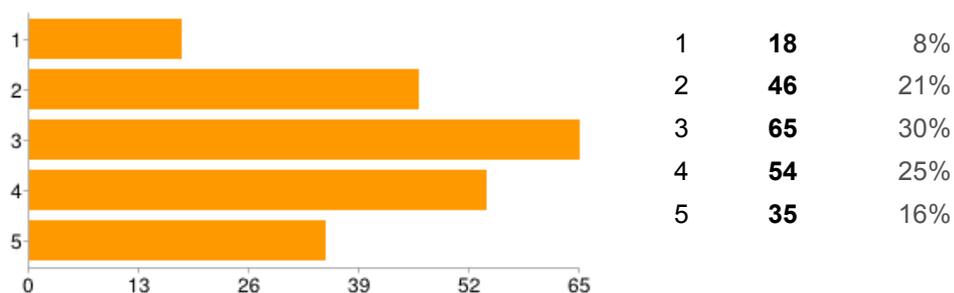
Falta de formación teórica [21. Valore los siguientes obstáculos para poner en marcha una empresa propia. Puntúelos según su grado de importancia.]



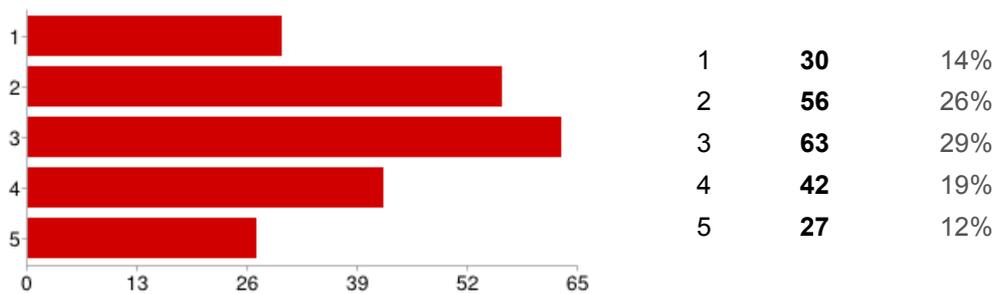
Dificultades para reunir el capital inicial [21. Valore los siguientes obstáculos para poner en marcha una empresa propia. Puntúelos según su grado de importancia.]



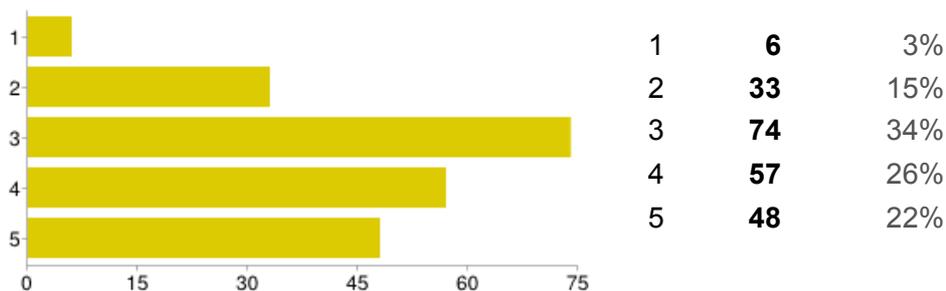
Falta de creatividad para encontrar ideas originales/innovadoras [21. Valore los siguientes obstáculos para poner en marcha una empresa propia. Puntúelos según su grado de importancia.]



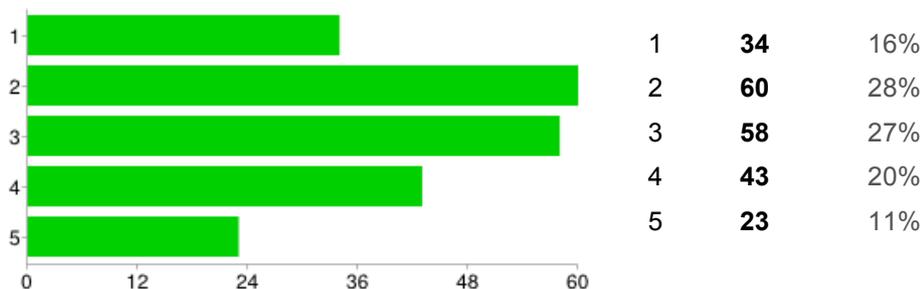
Gran responsabilidad [21. Valore los siguientes obstáculos para poner en marcha una empresa propia. Puntúelos según su grado de importancia.]



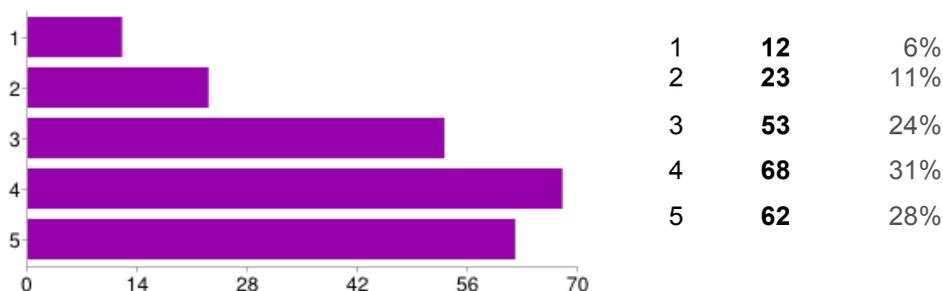
Falta de experiencia [21. Valore los siguientes obstáculos para poner en marcha una empresa propia. Puntúelos según su grado de importancia.]



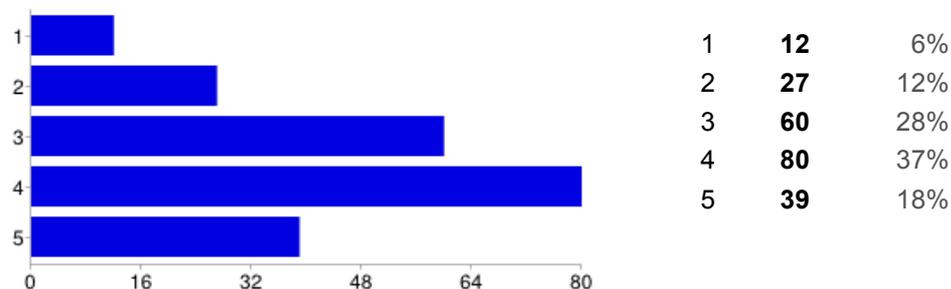
Problemas para dirigir personas [21. Valore los siguientes obstáculos para poner en marcha una empresa propia. Puntúelos según su grado de importancia.]



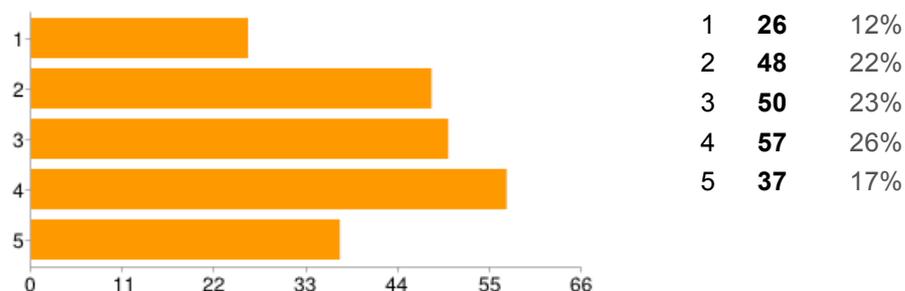
Cargas fiscales excesivas [21. Valore los siguientes obstáculos para poner en marcha una empresa propia. Puntúelos según su grado de importancia.]



Riesgo elevado [21. Valore los siguientes obstáculos para poner en marcha una empresa propia. Puntúelos según su grado de importancia.]



Temor al fracaso [21. Valore los siguientes obstáculos para poner en marcha una empresa propia. Puntúelos según su grado de importancia.]



Ingresos irregulares [21. Valore los siguientes obstáculos para poner en marcha una empresa propia. Puntúelos según su grado de importancia.]

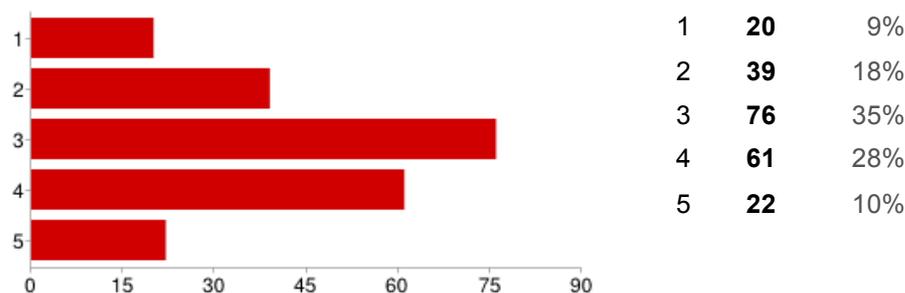
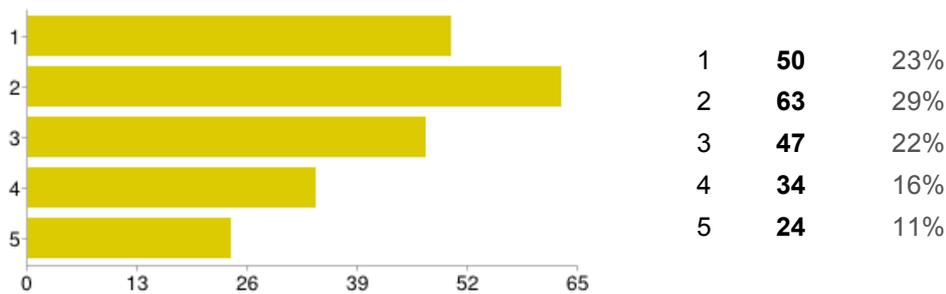
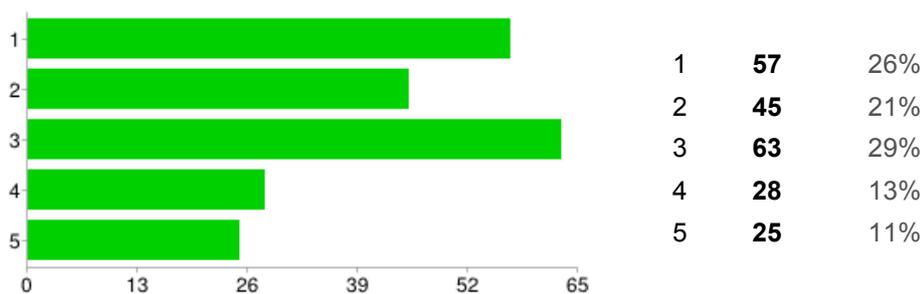


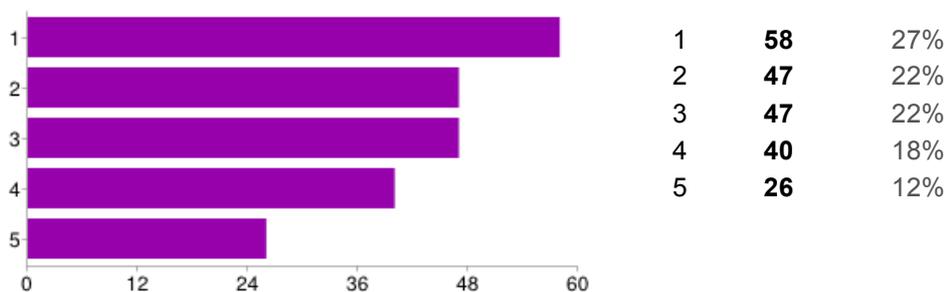
Imagen negativa del empresario [21. Valore los siguientes obstáculos para poner en marcha una empresa propia. Puntúelos según su grado de importancia.]



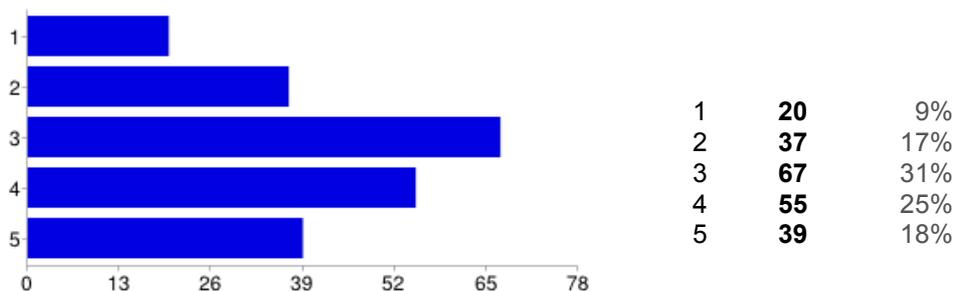
Estar trabajando en la actualidad [21. Valore los siguientes obstáculos para poner en marcha una empresa propia. Puntúelos según su grado de importancia.]



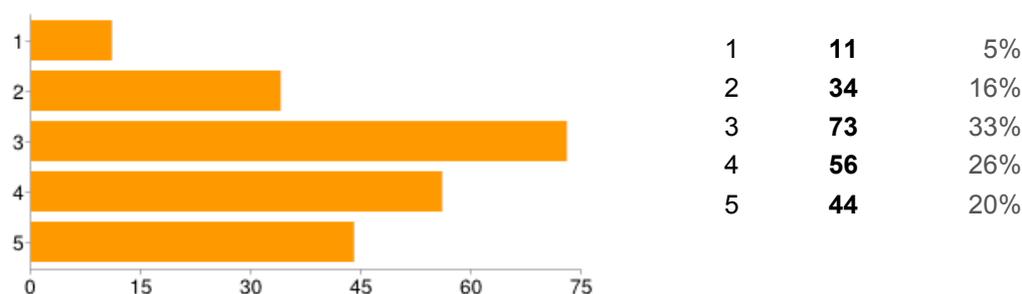
Aspectos familiares (falta de apoyo familiar...) [21. Valore los siguientes obstáculos para poner en marcha una empresa propia. Puntúelos según su grado de importancia.]



Desconocimiento del sector de actividad [21. Valore los siguientes obstáculos para poner en marcha una empresa propia. Puntúelos según su grado de importancia.]

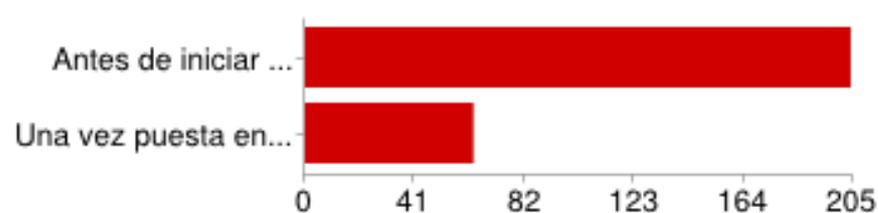


Trámites burocráticos para la puesta en marcha de la empresa [21. Valore los siguientes obstáculos para poner en marcha una empresa propia. Puntúelos según su grado de importancia.]



BLOQUE C: Formación y emprendimiento

22. ¿Consideras necesaria/interesante la formación?



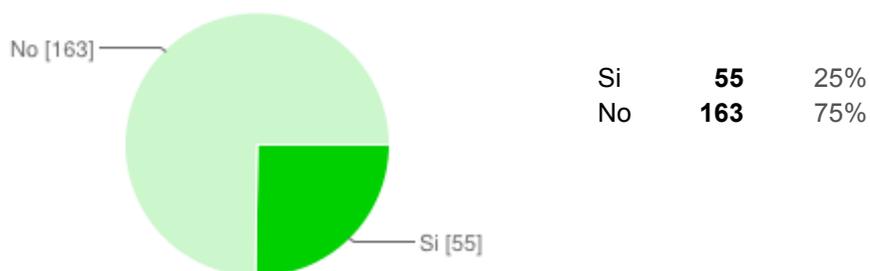
Antes de iniciar una empresa	204	76%
Una vez puesta en marcha la iniciativa empresarial	63	24%

23. ¿Qué tipo de formación considera más útil?

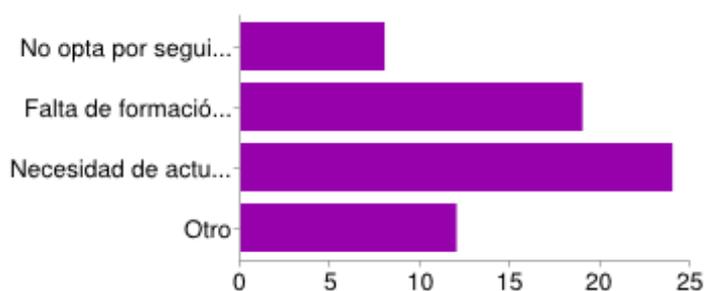


Diseño en plan de negocios	127	22%
Marketing	104	18%
Finanzas/ Gestión Financiera	137	24%
Gestión administrativa	90	16%
Planificación de operaciones	56	10%
Planificación organizacional	60	10%
Otro	5	1%

24. ¿Has asistido a algún curso de formación asociado a la actividad emprendedora?

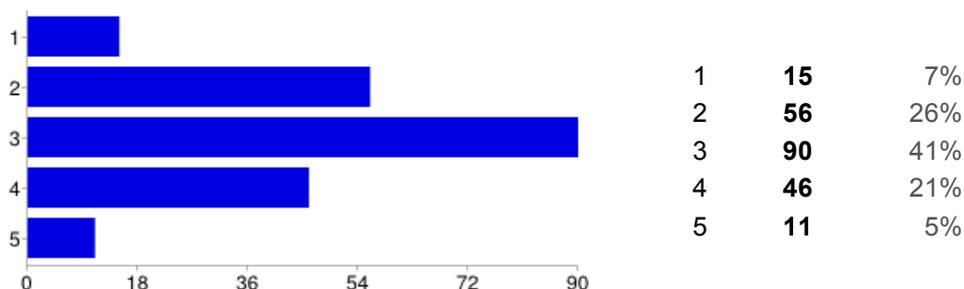


a. En caso afirmativo, ¿Cuáles han sido los motivos para asistir a ellos?

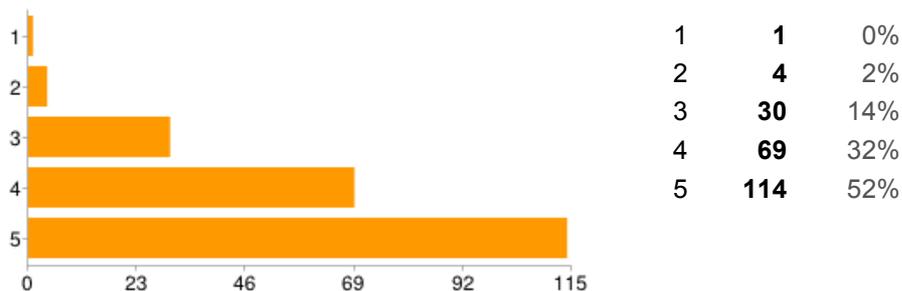


No opta por seguir una formación superior formal	8	13%
Falta de formación específica en el proceso de formación superior	19	30%
Necesidad de actualización en una área de conocimiento	24	38%
Otro	12	19%

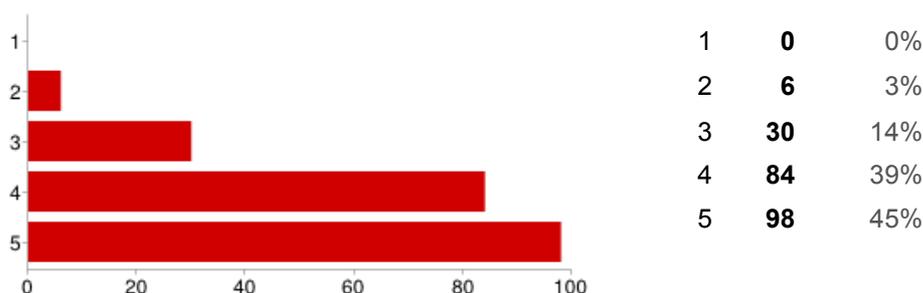
Clases teóricas [25. En cuanto a las siguientes formas de aprendizaje. ¿Cuáles considera que son más efectivas de cara al desarrollo de habilidades emprendedoras?]



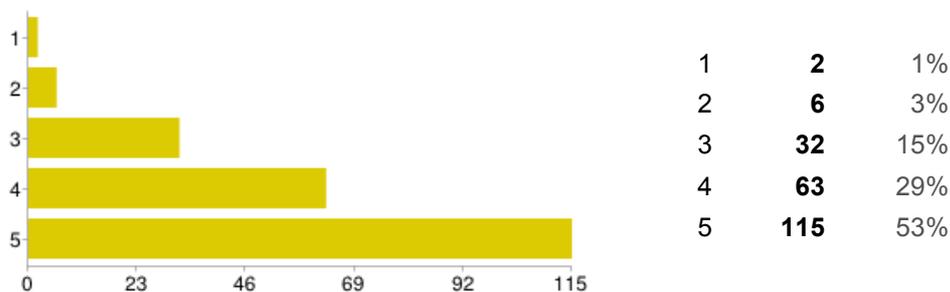
Ejercicios prácticos [25. En cuanto a las siguientes formas de aprendizaje. ¿Cuáles considera que son más efectivas de cara al desarrollo de habilidades emprendedoras?]



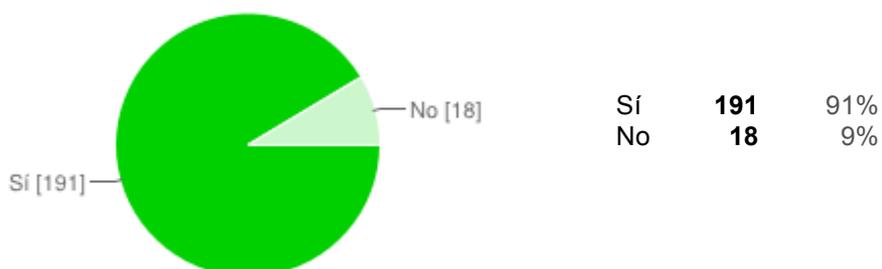
Estudios de caso [25. En cuanto a las siguientes formas de aprendizaje. ¿Cuáles considera que son más efectivas de cara al desarrollo de habilidades emprendedoras?]



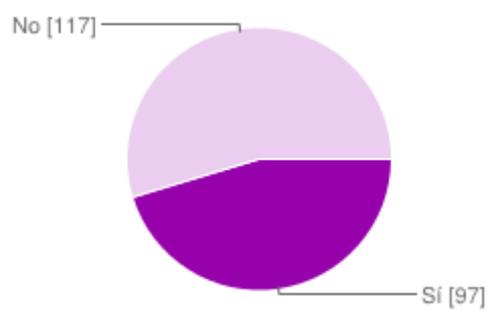
Diseño de proyecto [25. En cuanto a las siguientes formas de aprendizaje. ¿Cuáles considera que son más efectivas de cara al desarrollo de habilidades emprendedoras?]



26. ¿Tiene intención de continuar su formación Universitaria con algún Máster o Curso de Posgrado?



a. En caso afirmativo, ¿estaría interesado en realizar un Master en Creación y Puesta en Marcha de empresas?



Sí	97	45%
No	117	55%