

Estudio Sociológico sobre Emprendimiento en Andalucía

valoración, demandas, necesidades para emprender con éxito



Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE CONOCIMIENTO, INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDAD



ÍNDICE

Razones del estudio	3
Metodología del proyecto: obtención de datos	4
Universo y muestra empleada en el estudio	5
Resultados obtenidos. Emprendedores y nuevas empresas	6
Resultados obtenidos. Población universitaria	22
Resultados obtenidos. Sociedad general	34
Resultados obtenidos. Expertos en emprendimiento	43
Conclusiones del estudio. Situación y sugerencias de mejora	56
Bibliografía empleada como marco teórico	65



RAZONES DEL ESTUDIO

La principal **meta** del trabajo es la caracterización de las fases críticas, demandas y necesidades del ecosistema emprendedor del que forman parte tanto los propios emprendedores como el entorno que interacciona con ellos en forma de instituciones y organismos públicos o privados, así como el conocimiento, utilización y valoración de los servicios/programas ofertados por estos últimos

El **objetivo principal** del estudio es la identificación, definición y detalle de lo que los nuevos empresarios y potenciales personas emprendedoras en particular así como la ciudadanía en general demandan a la Administración Pública, para de esa forma ajustar la oferta de servicios y programas públicos a las necesidades reales, facilitando el emprendimiento en Andalucía y contribuyendo a la generación de empleo y fortalecimiento del tejido empresarial en la comunidad

Objetivos específicos

1 Identificación

de los **destinatarios** en materia de **emprendimiento**, estratificación y definición de una muestra significativa y representativa para la extracción de conclusiones

2 Confección

de un listado de las principales **necesidades de los grupos de interés** y establecer en qué medida la Administración Pública puede contribuir a satisfacerlas

3 Creación

de un listado priorizado de **valoraciones y demandas** del ecosistema emprendedor a las instituciones públicas con el fin de optimizar los servicios ofrecidos actualmente al emprendimiento



METODOLOGÍA DEL PROYECTO: obtención de datos

FUENTES PRIMARIAS

UNIVERSO

Emprendedores cuyos proyectos hayan comenzado en los últimos 3 años
 Expertos contrastados vinculados al fenómeno emprendedor a nivel andaluz
 Potenciales emprendedores, especialmente la población universitaria
 La sociedad general como entorno del emprendimiento

CRITERIOS

Empresas: año de constitución, distribución geográfica y tipo de actividad
 Expertos: distribución geográfica
 Universitarios y sociedad: distribución geográfica, género y edad

CUESTIONARIOS

Cuestiones cerradas con respuestas directas
 Preguntas abiertas para que el encuestado en caso deseado pueda desarrollar sus razonamientos incrementando el valor cualitativo de la información transmitida
 Obtención de los datos mediante encuestas vía telefónica, correo electrónico o de manera presencial

FUENTES SECUNDARIAS

La información obtenida a través de fuentes primarias se complementa con la consulta y análisis de informes, censos, estudios e investigaciones que incluyan datos de interés relativos al ecosistema emprendedor y que de este modo permitan, validar la precisión y credibilidad de los datos obtenidos a través de fuentes primarias.

UNIVERSO Y MUESTRA EMPLEADA EN EL ESTUDIO

<p>EMPRENDEDORES Y NUEVAS EMPRESAS (240 empresas)</p>	<p>fecha actividad</p> <p>distribución geográfica</p>	<p>altas de empresas entre 2015-2017</p> <p>reparto proporcional por actividad hasta la obtención de 80 empresas por cada tipo: servicios, fabricación y actividad comercial</p> <p>proporcional en las ocho provincias andaluzas hasta la obtención de 30 empresas por provincia</p>
<p>EXPERTOS EN EMPRENDIMIENTO (8 expertos)</p>	<p>distribución geográfica</p>	<p>repartidos por las distintas provincias andaluzas</p>
<p>POBLACIÓN UNIVERSITARIA (160 estudiantes)</p>	<p>género distribución geográfica</p>	<p>reparto proporcional: 50% masculino, 50% femenino</p> <p>proporcional en las ocho provincias andaluzas hasta obtener 20 estudiantes por provincia</p>
<p>SOCIEDAD GENERAL (192 ciudadanos)</p>	<p>género edad distribución geográfica</p>	<p>reparto proporcional, 50% masculino, 50% femenino</p> <p>tramos, menos de 30, 31 a 50, mayor de 50</p> <p>proporcional en las 8 provincias andaluzas, 8 personas por tramo de edad con un total de 24 personas por provincia con respuesta</p>

Estudio realizado entre diciembre 2017 y febrero 2018 por Alad3 Consultoría Estratégica SL

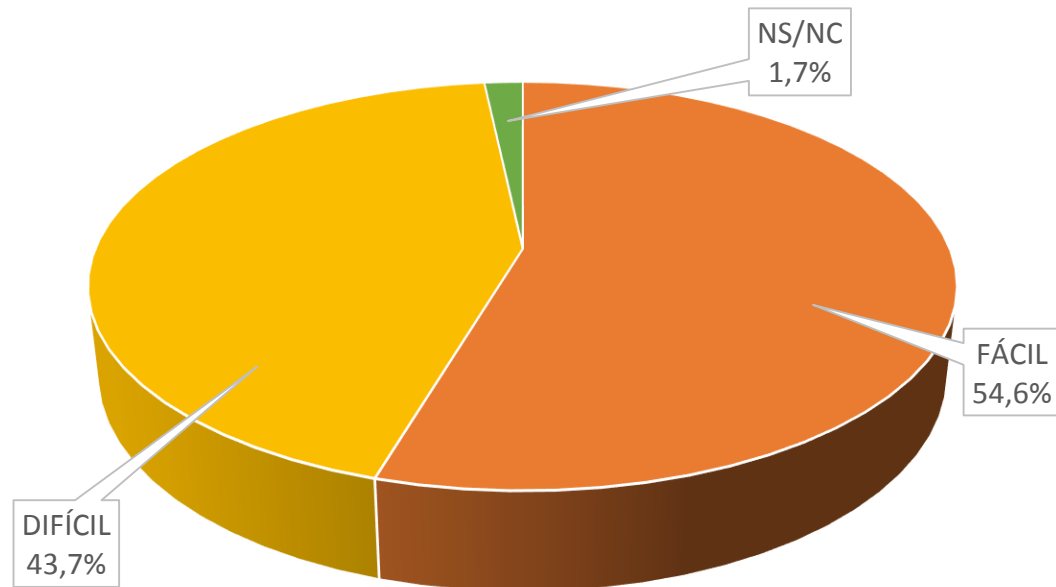


RESULTADOS OBTENIDOS

Emprendedores y nuevas empresas

RESULTADOS OBTENIDOS: EMPRENDEDORES Y NUEVAS EMPRESAS

1 VALORACIÓN DE LA COMPLEJIDAD DEL PROCESO DE EMPRENDIMIENTO

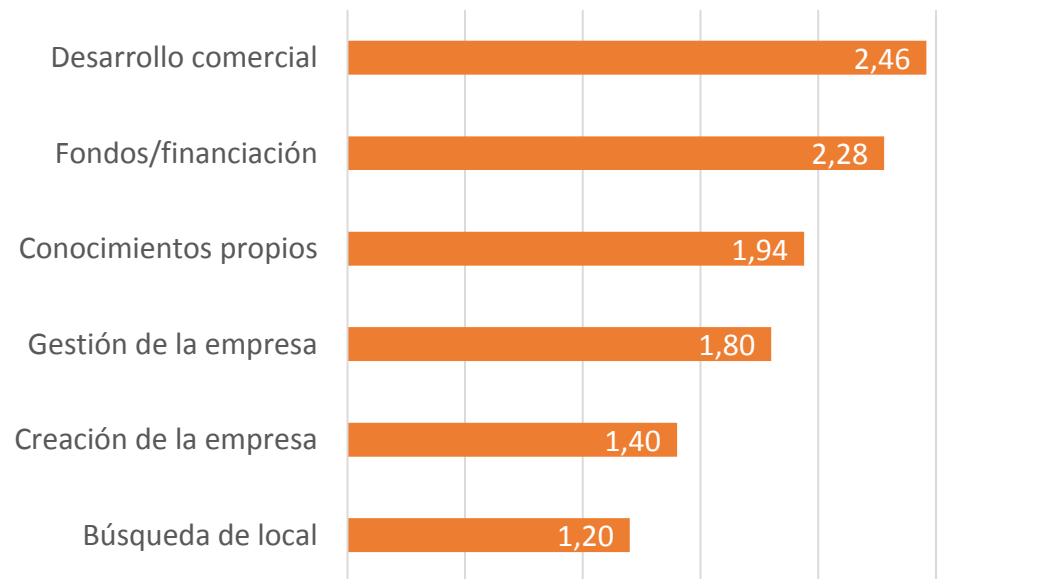




RESULTADOS OBTENIDOS: EMPRENDEDORES Y NUEVAS EMPRESAS

2a FASE CRÍTICA

Otras fases críticas detectadas en determinados tipos de empresas hacen referencia a las dificultades para el desarrollo de productos



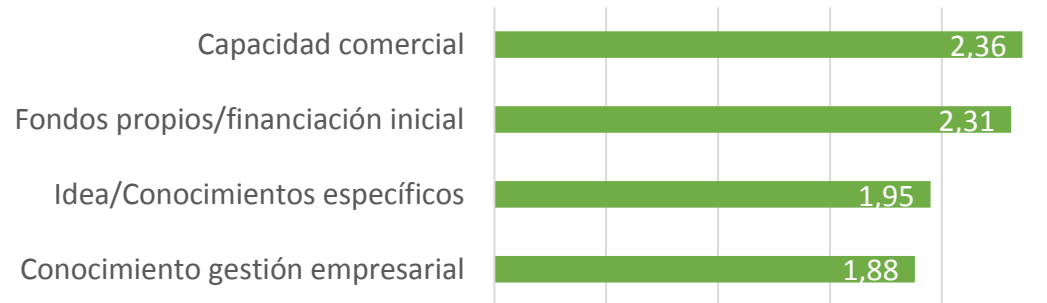
■ Valores entre 1 (poco importante) y 3 (muy importante)



RESULTADOS OBTENIDOS: EMPRENDEDORES Y NUEVAS EMPRESAS

2b RECURSOS Y BARRERAS

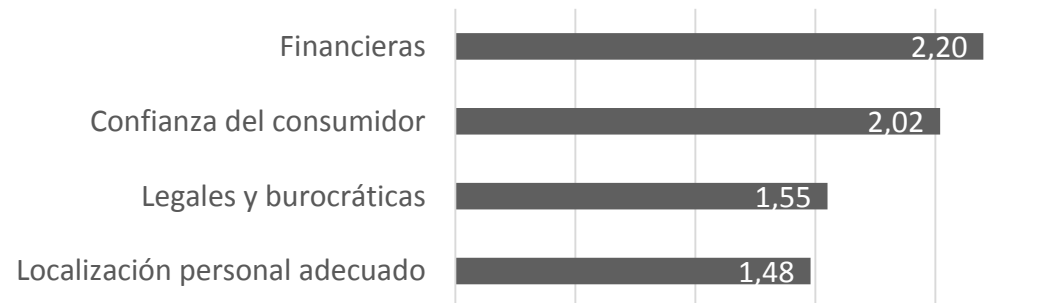
RECURSOS NECESARIOS



■ Valores entre 1 (poco importante) y 3 (muy importante)

BARRERAS DETECTADAS

Barreras adicionales detectadas en la encuesta se refieren a competencia desleal, legislación variable entre regiones y países europeos y dificultades para encontrar un local al iniciar las actividades

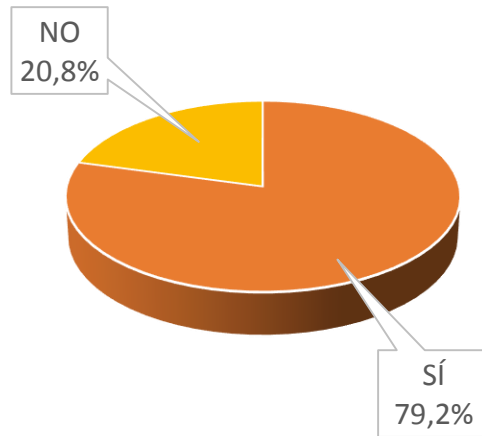


■ Valores entre 1(poco importante) y 3 (muy importante)

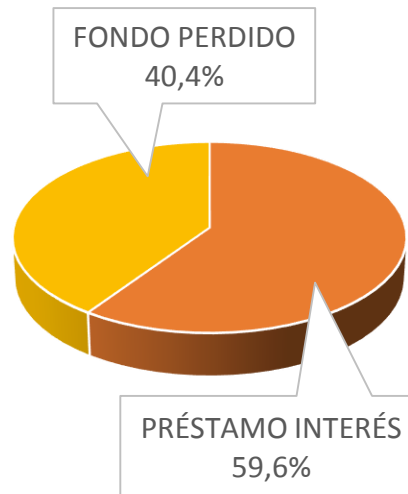
RESULTADOS OBTENIDOS: EMPRENDEDORES Y NUEVAS EMPRESAS

3a NECESIDADES PARA EMPRENDER

FINANCIACIÓN: NECESIDAD

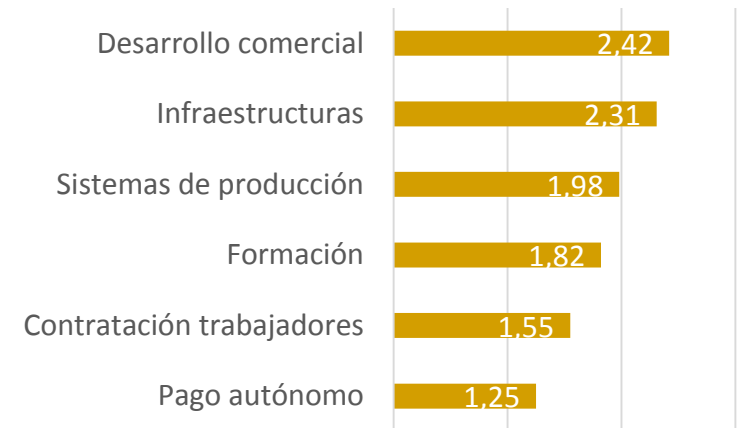


FINANCIACIÓN: SISTEMA



Adicionalmente las empresas mostraron interés en la obtención de líneas de crédito, subvenciones temporales y micro-créditos

FINANCIACIÓN: OBJETO



■ Valores entre 1 (poco importante) y 3 (muy importante)

Adicionalmente las empresas mostraron interés en emplear la financiación en stock de productos, digitalización e innovación

RESULTADOS OBTENIDOS: EMPRENDEDORES Y NUEVAS EMPRESAS

3b NECESIDADES PARA EMPRENDER

FORMACIÓN: AREAS

Adicionalmente las empresas demandaron formación profesional propia (6,7%), formación avanzada en gestión empresarial (4,6%) e idiomas (0,8%)



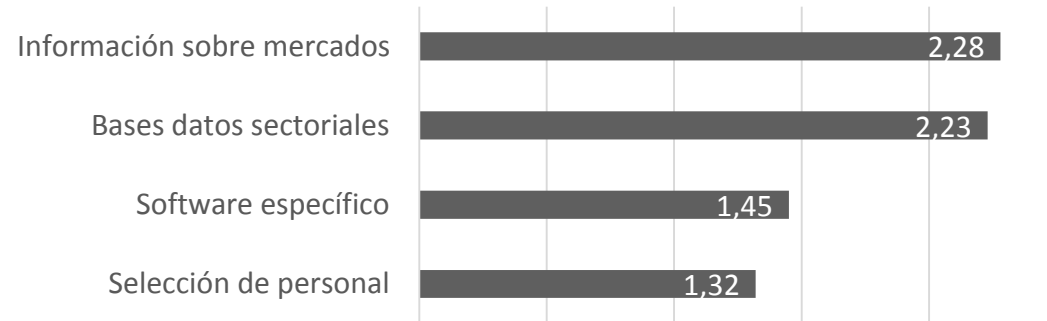
■ Valores entre 1 (poco importante) y 3 (muy importante)



RESULTADOS OBTENIDOS: EMPRENDEDORES Y NUEVAS EMPRESAS

3c NECESIDADES PARA EMPRENDER

RECURSOS E INFORMACIÓN

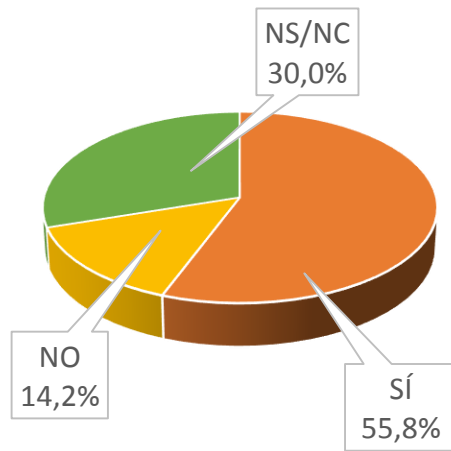


■ Valores entre 1 (poco importante) y 3 (muy importante)

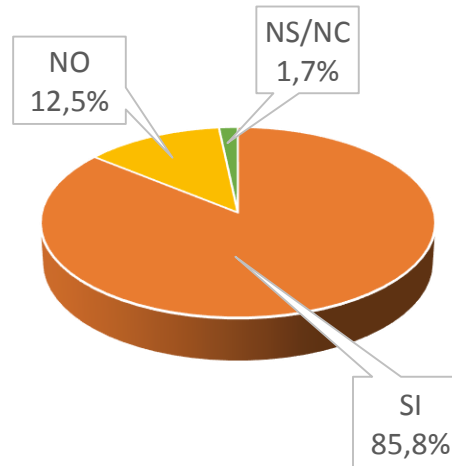
RESULTADOS OBTENIDOS: EMPRENDEDORES Y NUEVAS EMPRESAS

3d OTRAS NECESIDADES PARA EMPRENDER

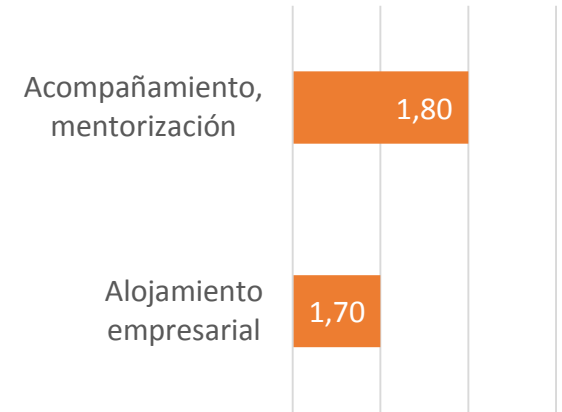
EVENTOS: NETWORKING ENTRE EMPRENDEDORES



EVENTOS: FERIAS SECTORIALES



COWORKINGS Y ACOMPAÑAMIENTO



■ Valores entre 1 (poco importante) y 3 (muy importante)

RESULTADOS OBTENIDOS: EMPRENDEDORES Y NUEVAS EMPRESAS

4 SISTEMA DE FORMACIÓN PREFERIDO

MODALIDADES

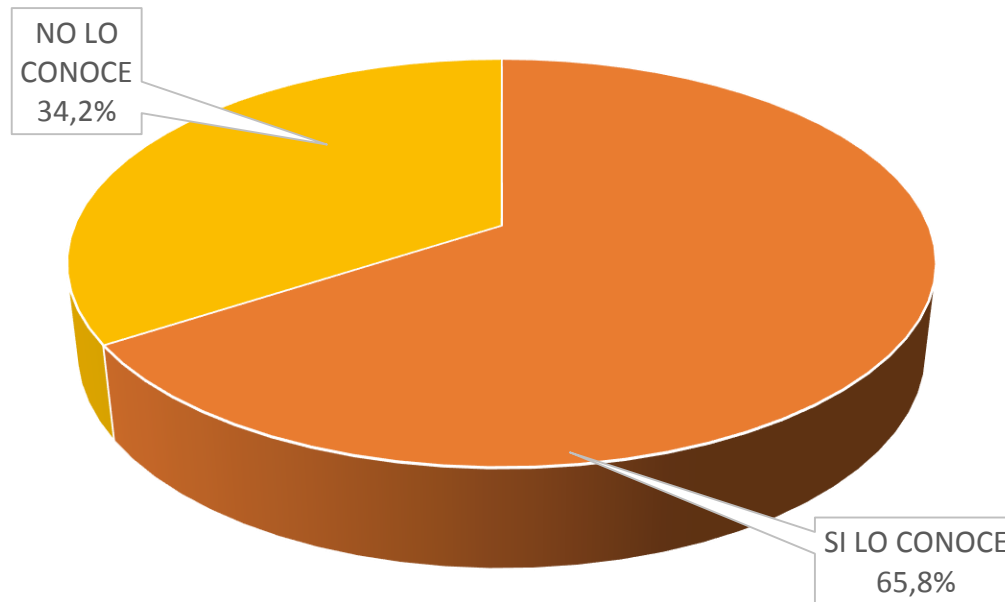
Las empresas prefieren debido a su nivel de ocupación la formación online a nivel general. Para temáticas relativas a gestión de empresa u otras temáticas formativas que requieran interacción con el docente, las empresas encuestadas se decantan por conferencias y formación presencial.

El 7,5% de las empresas muestran asimismo interés en formación semi-presencial (combinación de temáticas online y la presencia física del tutor)

- 1 online
- 2 conferencias/seminarios
- 3 presencial en la empresa
- 4 boletines por email
- 5 píldoras en forma compacta

RESULTADOS OBTENIDOS: EMPRENDEDORES Y NUEVAS EMPRESAS

5a CONOCIMIENTO DE ANDALUCÍA EMPRENDE/ CENTROS CADE Y SUS SERVICIOS





RESULTADOS OBTENIDOS: EMPRENDEDORES Y NUEVAS EMPRESAS

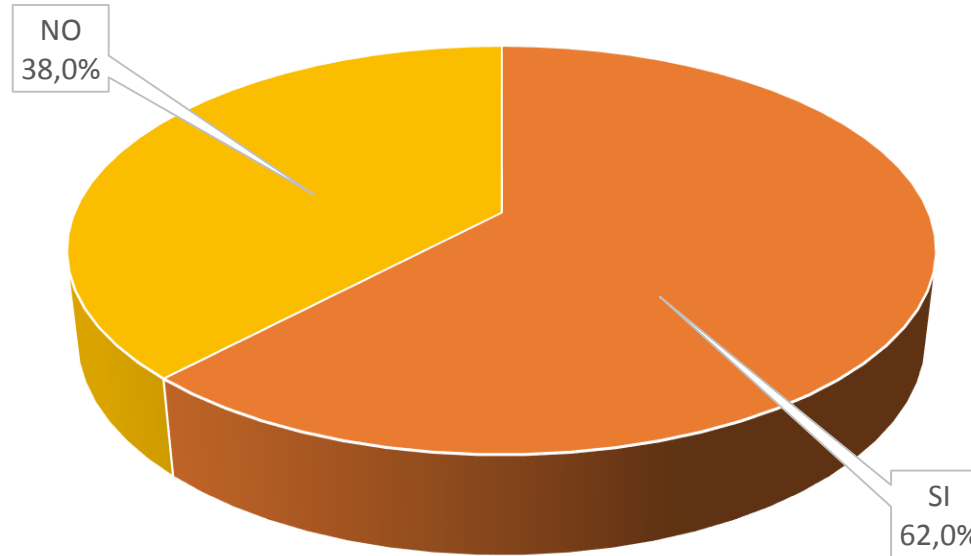
5b NIVEL DE CONOCIMIENTO DE ANDALUCÍA EMPRENDE/ CENTROS CADE Y SUS SERVICIOS



■ datos obtenidos de empresas que conocen Andalucía Emprende

RESULTADOS OBTENIDOS: EMPRENDEDORES Y NUEVAS EMPRESAS

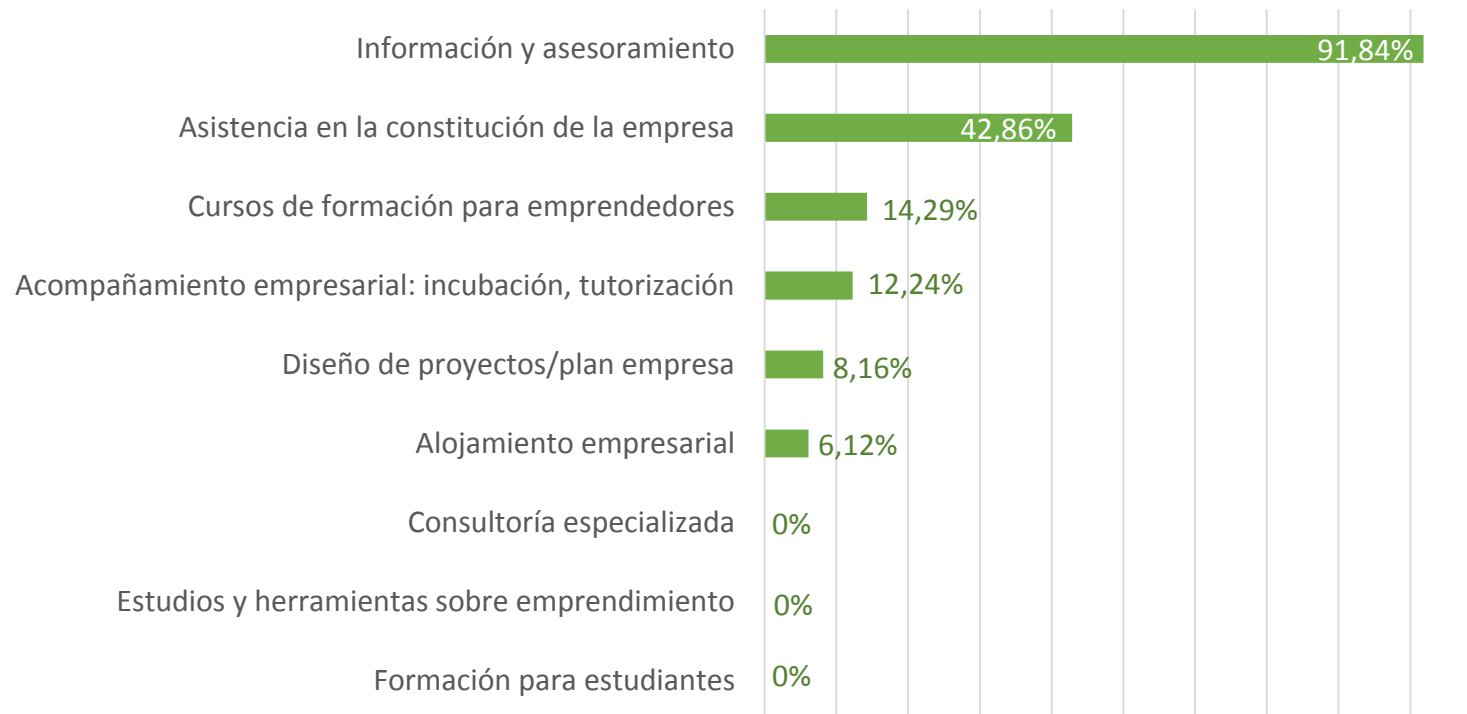
6a EMPRESAS QUE HAN EMPLEADO SERVICIOS DE ANDALUCÍA EMPRENDE



Datos obtenidos de empresas que conocen Andalucía Emprende

RESULTADOS OBTENIDOS: EMPRENDEDORES Y NUEVAS EMPRESAS

6b EXPERIENCIA CON ANDALUCÍA EMPRENDE/ CENTROS CADE. SERVICIOS UTILIZADOS

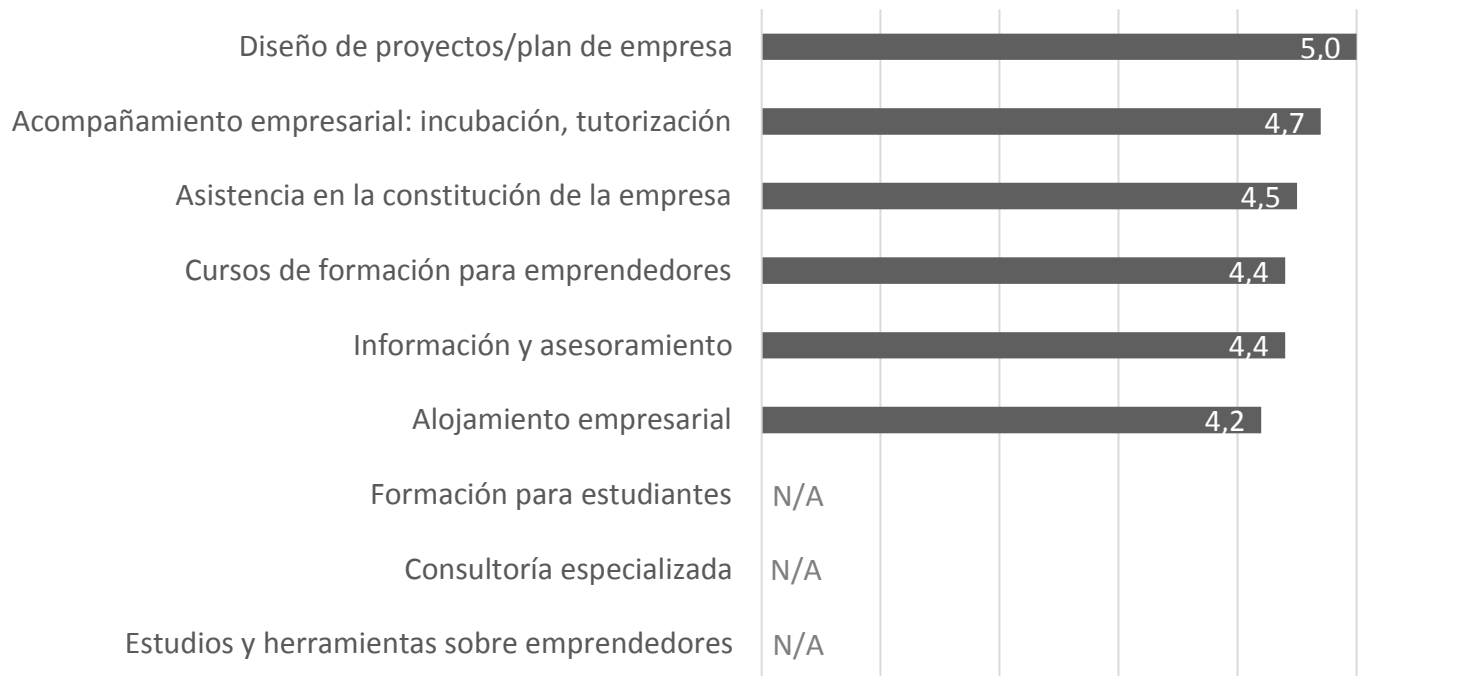


■ datos obtenidos de empresas que utilizaron servicios de Andalucía Emprende



RESULTADOS OBTENIDOS: EMPRENDEDORES Y NUEVAS EMPRESAS

6C VALORACIÓN SERVICIOS DE ANDALUCÍA EMPRENDE/ CENTROS CADE Y SUS SERVICIOS



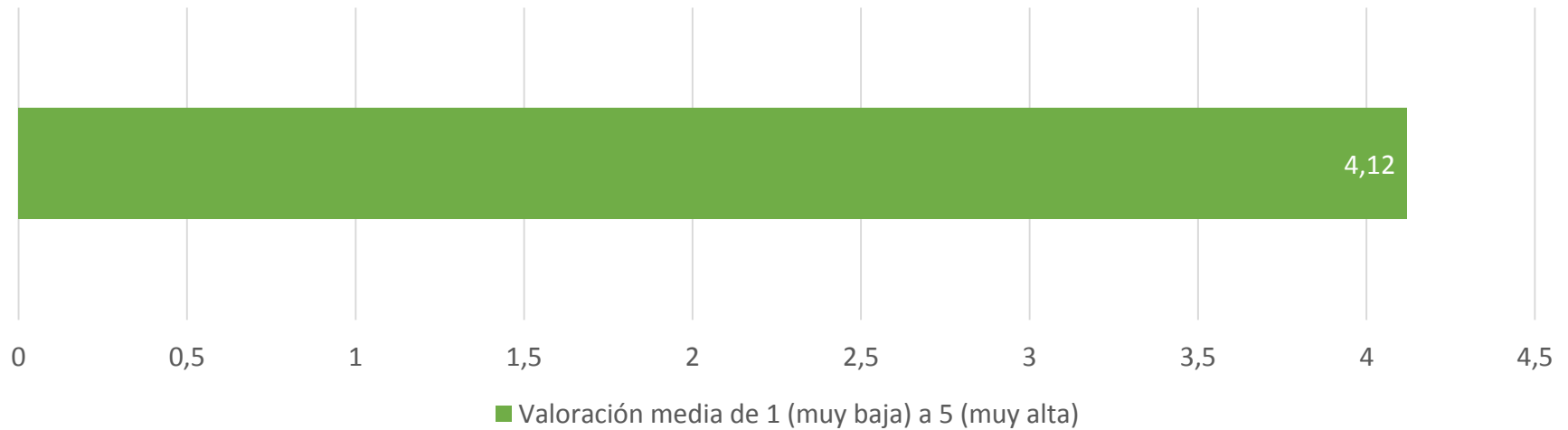
■ Valoración media de 1 (muy baja) a 5 (muy alta)

N/A (No Aplica). Servicio no utilizado y por ello no evaluado

Datos obtenidos de empresas que utilizaron servicios de Andalucía Emprende

RESULTADOS OBTENIDOS: EMPRENDEDORES Y NUEVAS EMPRESAS

6d VALORACIÓN GENERAL DE ANDALUCÍA EMPRENDE/ CENTROS CADE

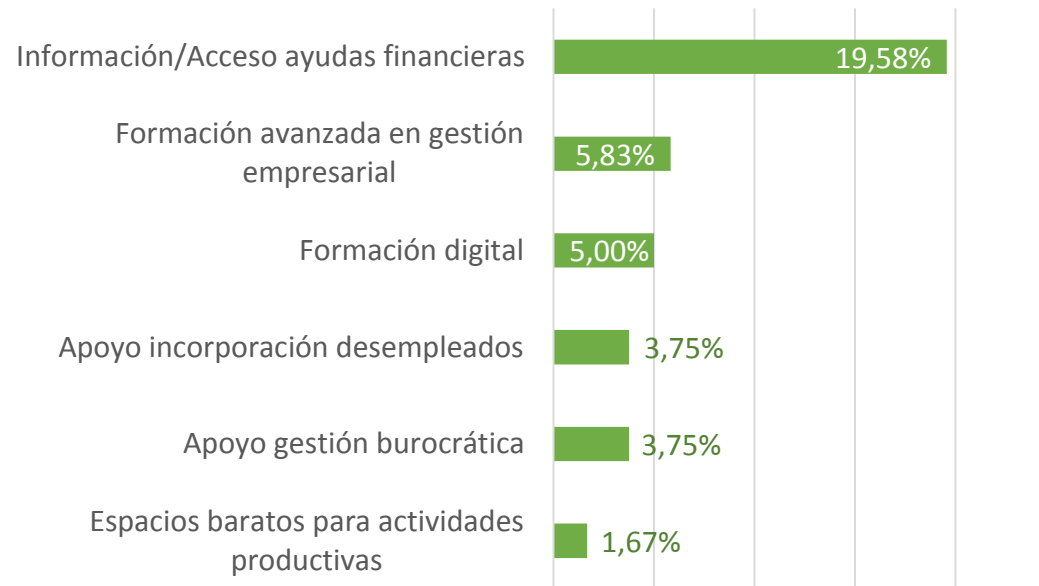


Datos obtenidos de empresas que utilizaron servicios de Andalucía Emprende



RESULTADOS OBTENIDOS: EMPRENDEDORES Y NUEVAS EMPRESAS

6e NECESIDADES INSATISFECHAS



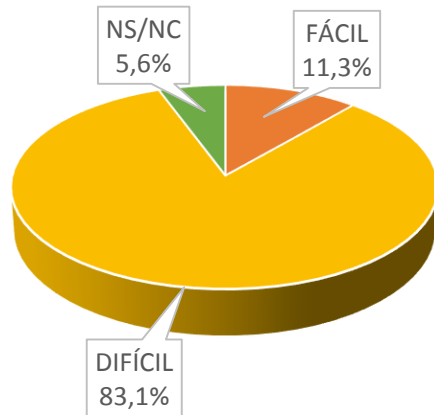
■ Datos en % sobre empresas encuestadas



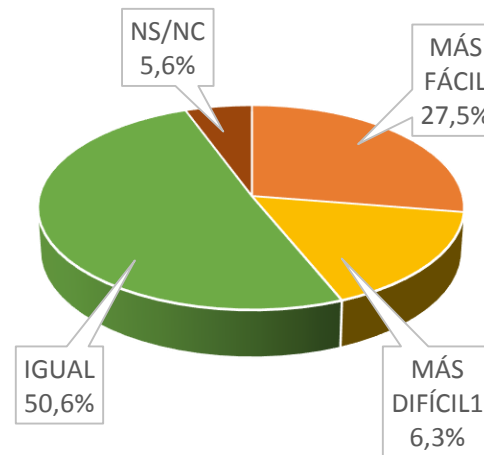
RESULTADOS OBTENIDOS
Población universitaria

RESULTADOS OBTENIDOS: POBLACIÓN UNIVERSITARIA

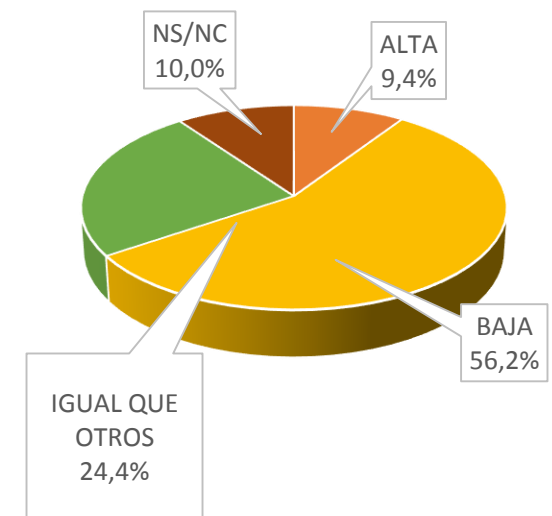
1 ¿CÓMO TE PARECE QUE ES LA EXPERIENCIA DE EMPRENDER?



1b ¿CÓMO TE PARECE QUE ES EL PROCESO DE EMPRENDIMIENTO FRENTE A OTRAS COMUNIDADES?



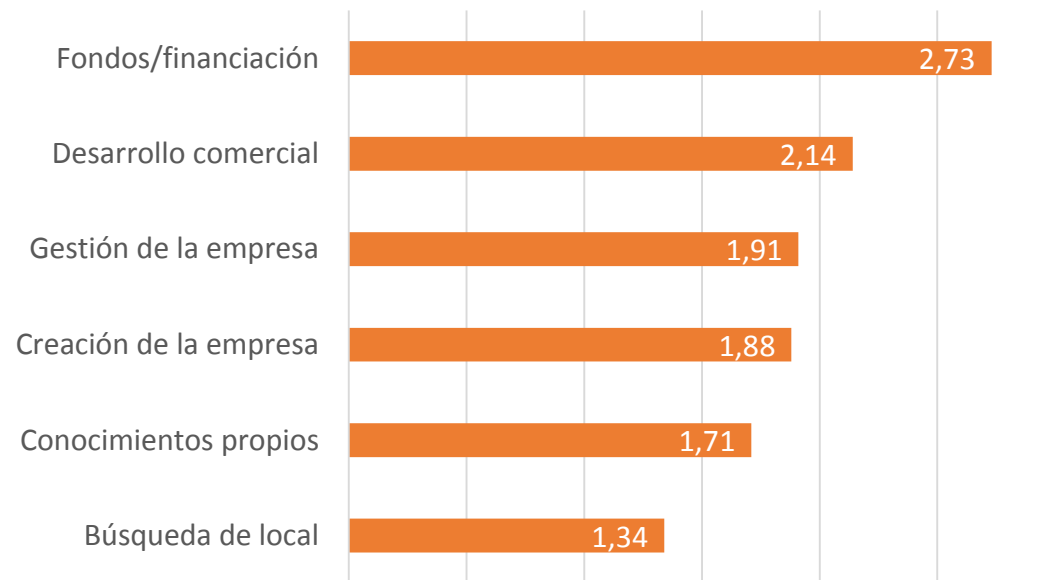
2 ¿QUÉ NIVEL DE CONFIANZA TE MERECE UN NUEVO NEGOCIO?





RESULTADOS OBTENIDOS: POBLACIÓN UNIVERSITARIA

3a FASE CRÍTICA



■ Valoración de 1 (poco importante) a 3 (muy importante)



RESULTADOS OBTENIDOS: POBLACIÓN UNIVERSITARIA

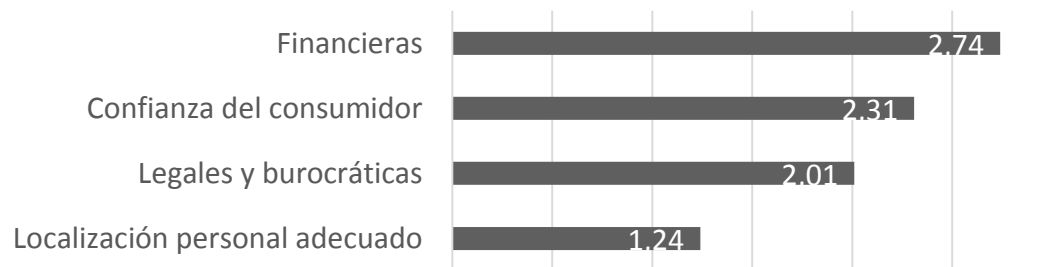
3b RECURSOS Y BARRERAS

RECURSOS



■ Valoración de 1 (poco importante) a 3 (muy importante)

BARRERAS



■ Valoración de 1 (poco importante) a 3 (muy importante)



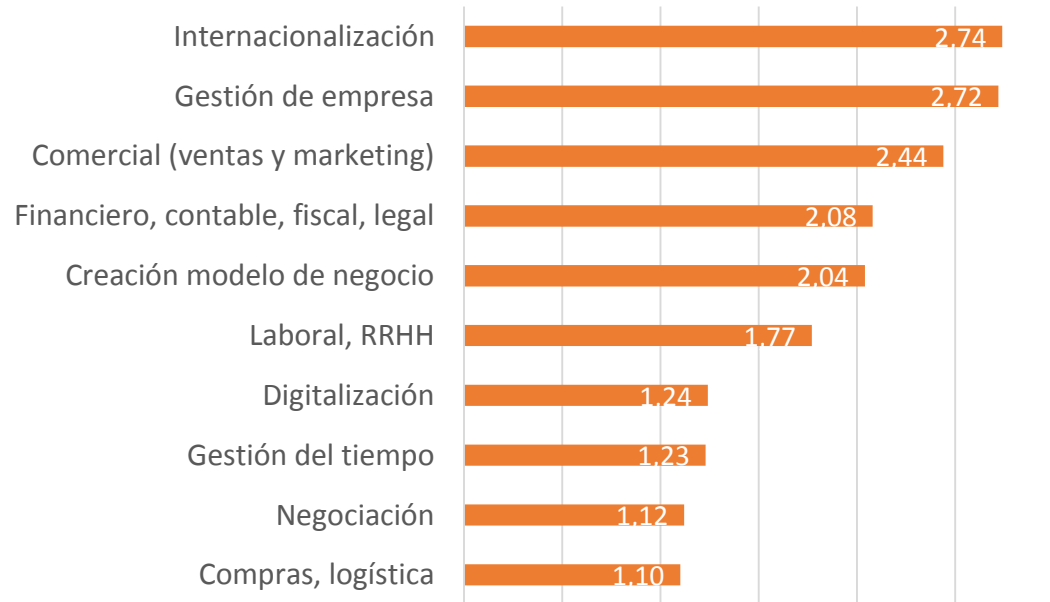
RESULTADOS OBTENIDOS: POBLACIÓN UNIVERSITARIA

4a NECESIDADES PARA EMPRENDER

FINANCIACIÓN: NECESIDAD

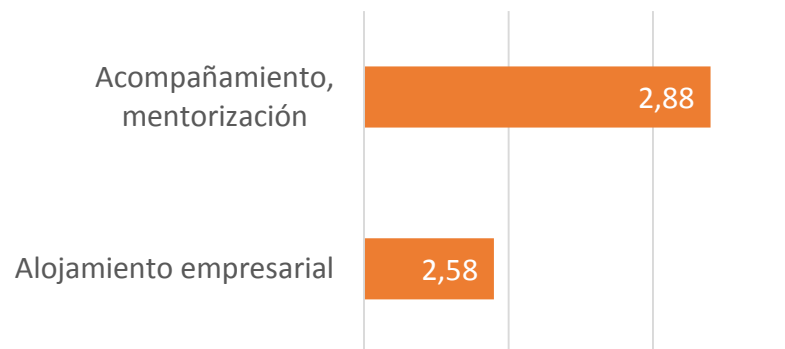


FORMACIÓN: ÁREAS QUE NECESITA UN EMPRENDEDOR



RESULTADOS OBTENIDOS: POBLACIÓN UNIVERSITARIA

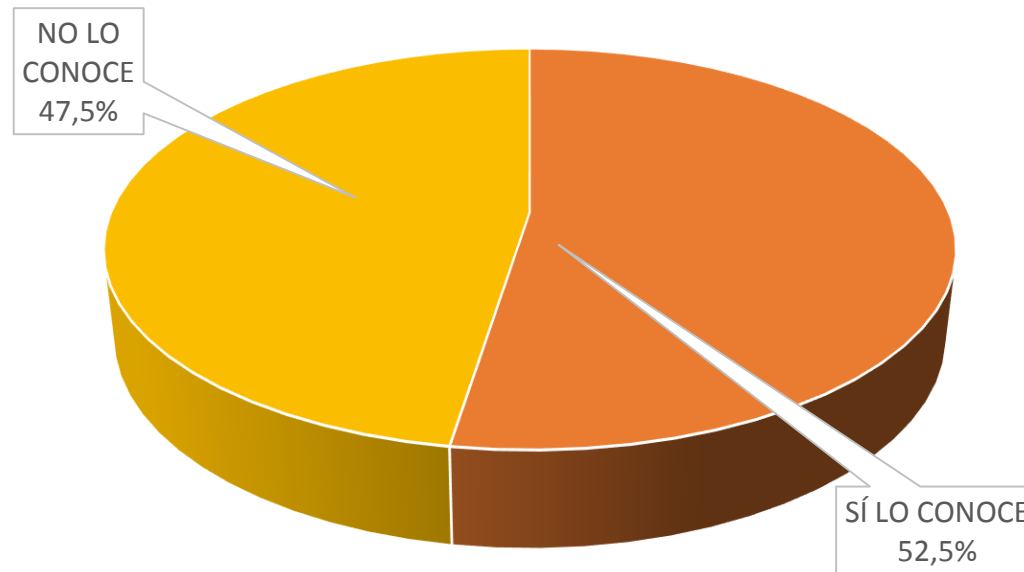
4b NECESIDADES PARA EMPRENDER



■ Valores entre 1 (poco importante) y 3 (muy importante)

RESULTADOS OBTENIDOS: POBLACIÓN UNIVERSITARIA

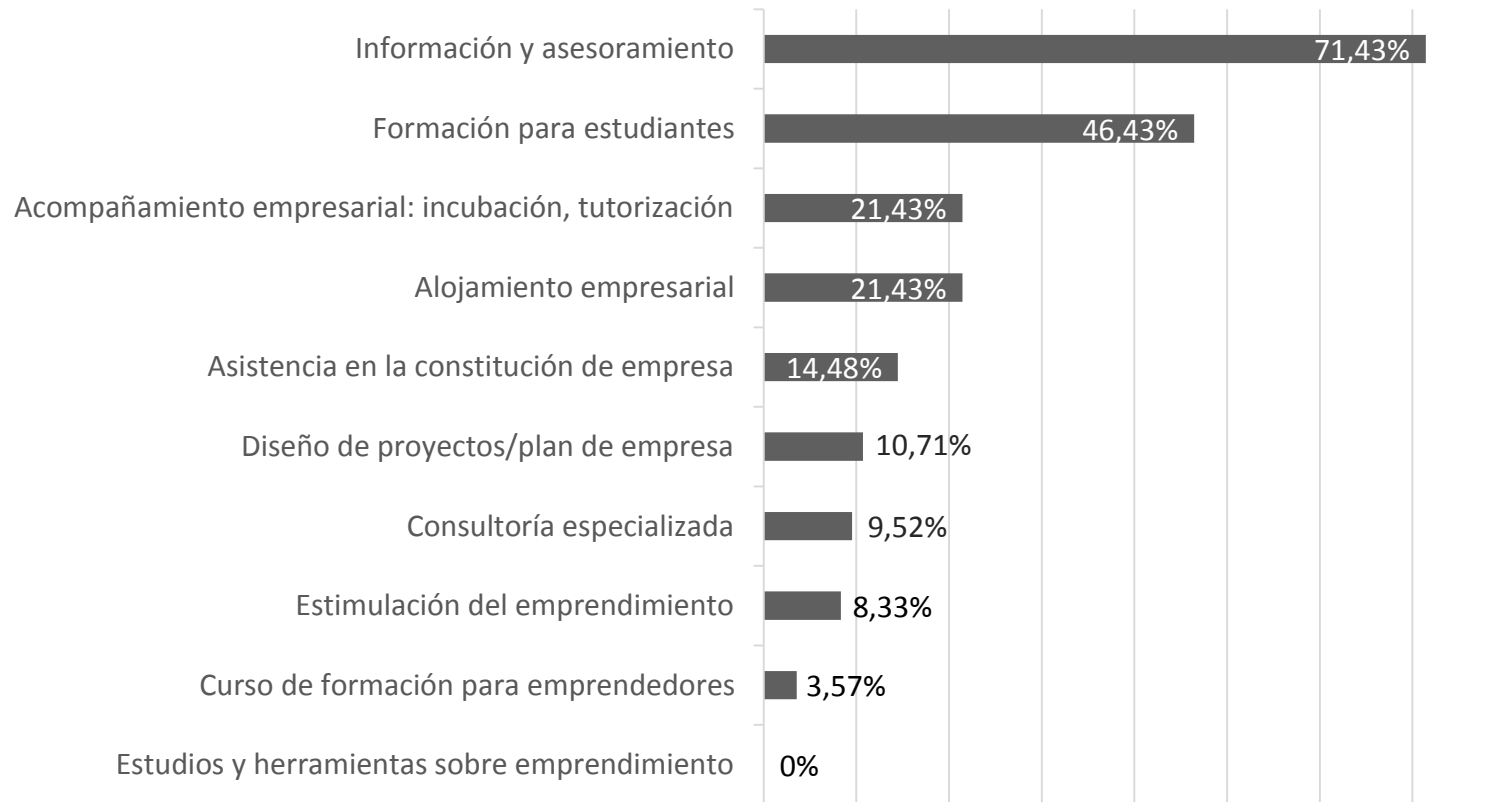
5a CONOCIMIENTO DE ANDALUCÍA EMPRENDE/ CENTROS CADE Y SUS SERVICIOS





RESULTADOS OBTENIDOS: POBLACIÓN UNIVERSITARIA

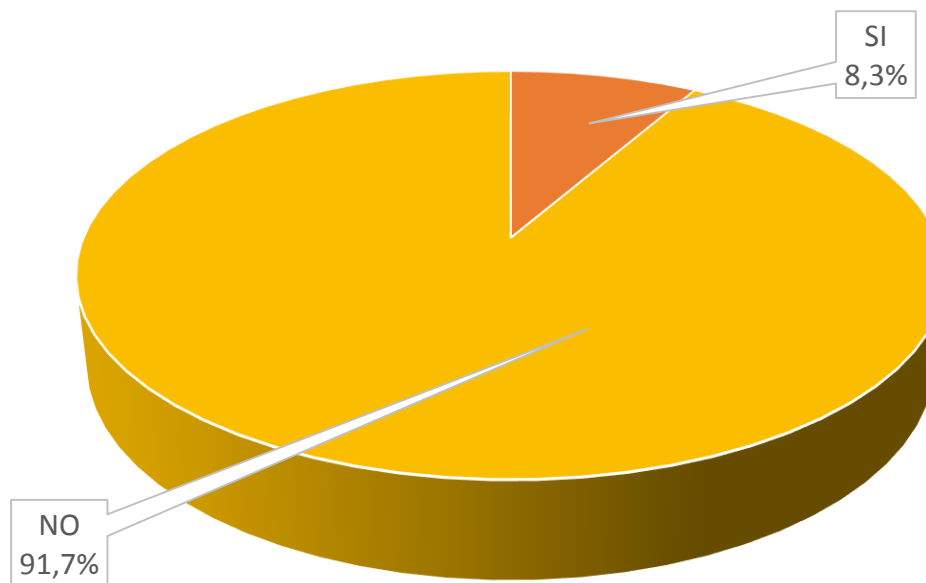
5b ¿QUÉ SERVICIOS DE ANDALUCÍA EMPRENDE/CADE CONOCES?



■ Datos obtenidos de universitarios que conocen Andalucía Emprende

RESULTADOS OBTENIDOS: POBLACIÓN UNIVERSITARIA

5c UNIVERSITARIOS QUE HAN EMPLEADO SERVICIOS DE ANDALUCÍA EMPRENDE

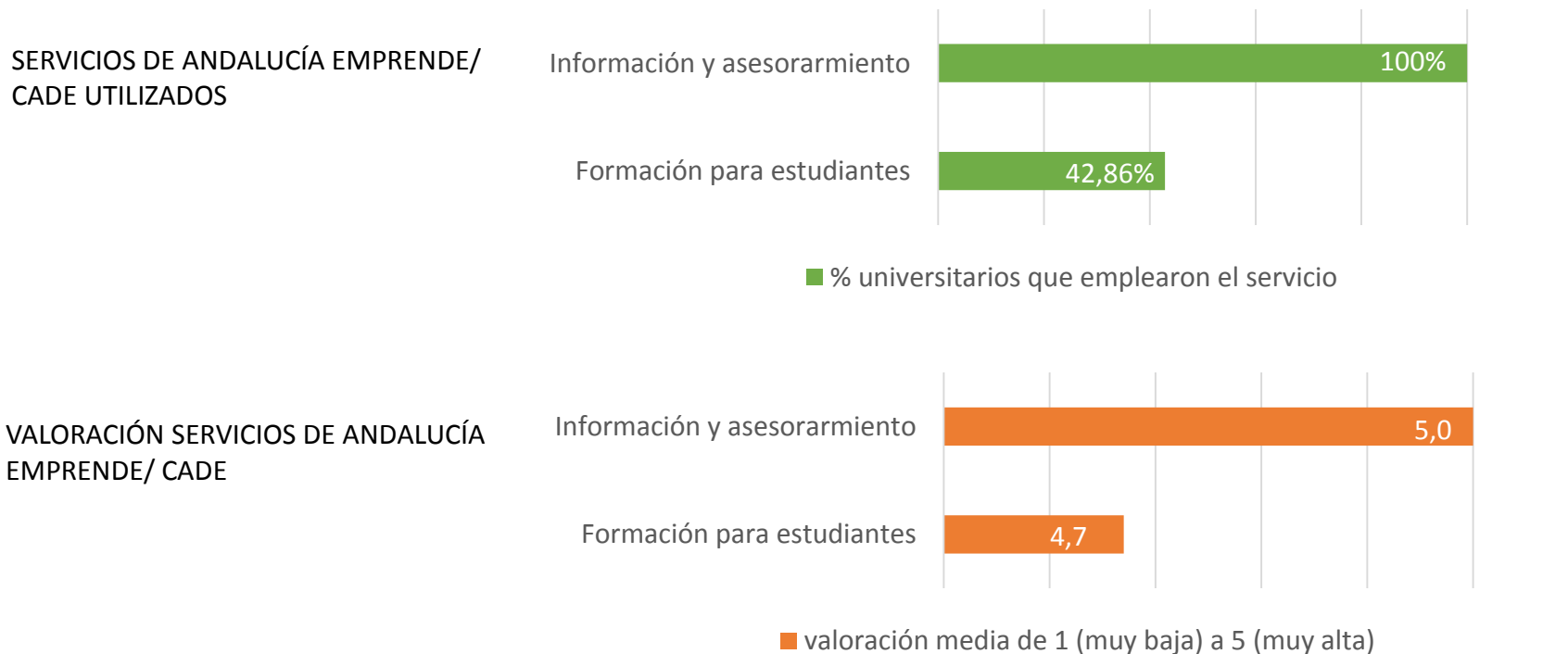


Datos obtenidos de universitarios que conocen Andalucía Emprende



RESULTADOS OBTENIDOS: POBLACIÓN UNIVERSITARIA

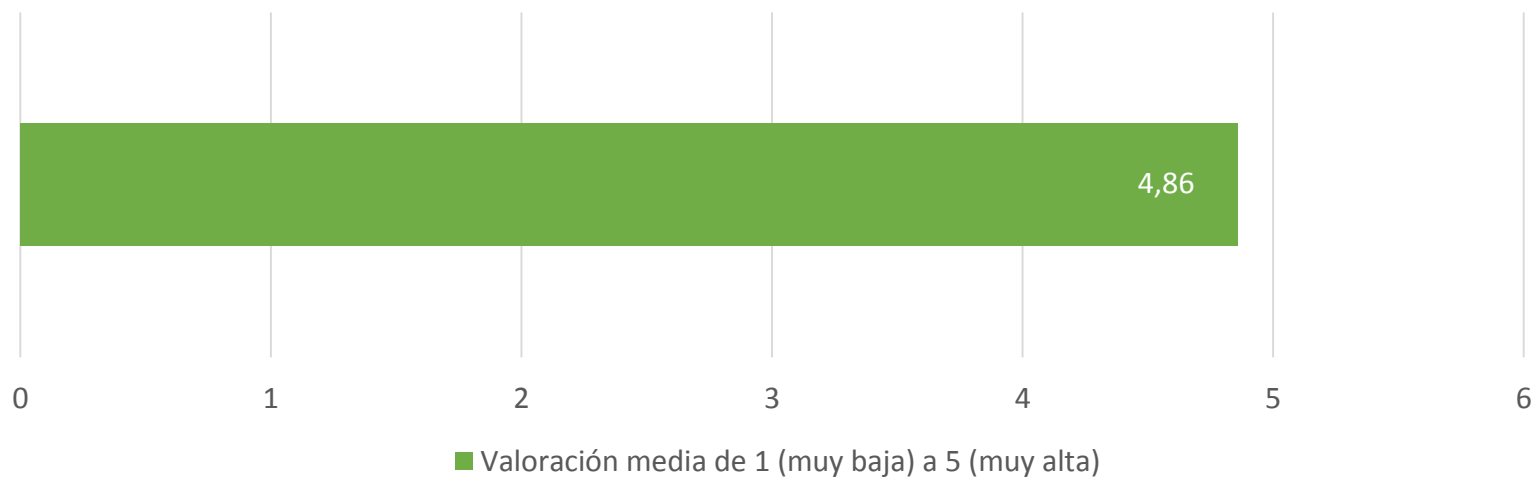
5d EXPERIENCIA Y VALORACIÓN DE ANDALUCÍA EMPRENDE/ CENTROS CADE Y SUS SERVICIOS



Datos obtenidos de universitarios que utilizaron servicios de Andalucía Emprende

RESULTADOS OBTENIDOS: POBLACIÓN UNIVERSITARIA

5e VALORACIÓN GENERAL DE ANDALUCÍA EMPRENDE/ CENTROS CADE

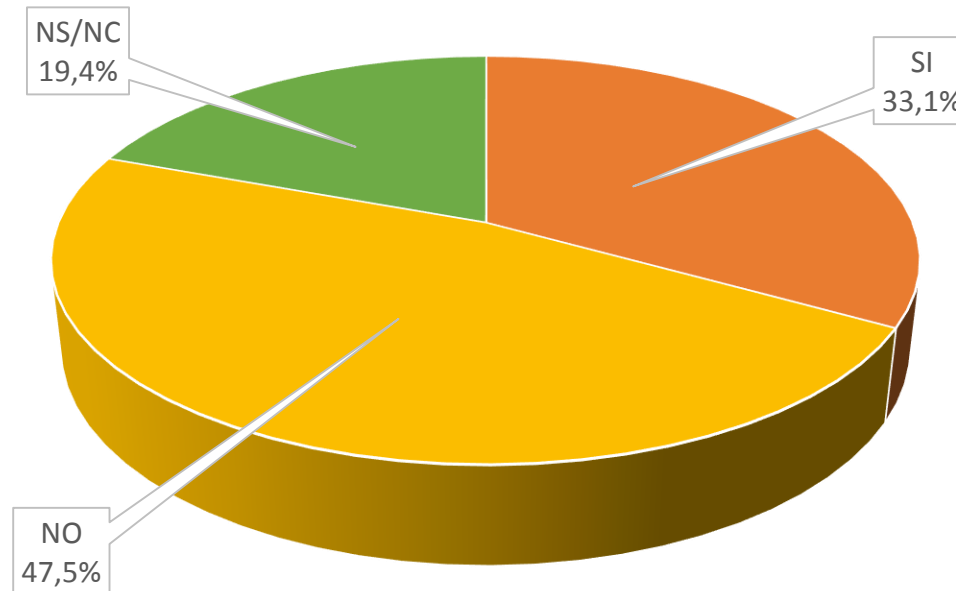


Datos obtenidos de universitarios que utilizaron servicios de Andalucía Emprende

RESULTADOS OBTENIDOS: POBLACIÓN UNIVERSITARIA

6 INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO

El promedio de intención de emprendimiento por parte de la población universitaria se fija en **1,8 años**



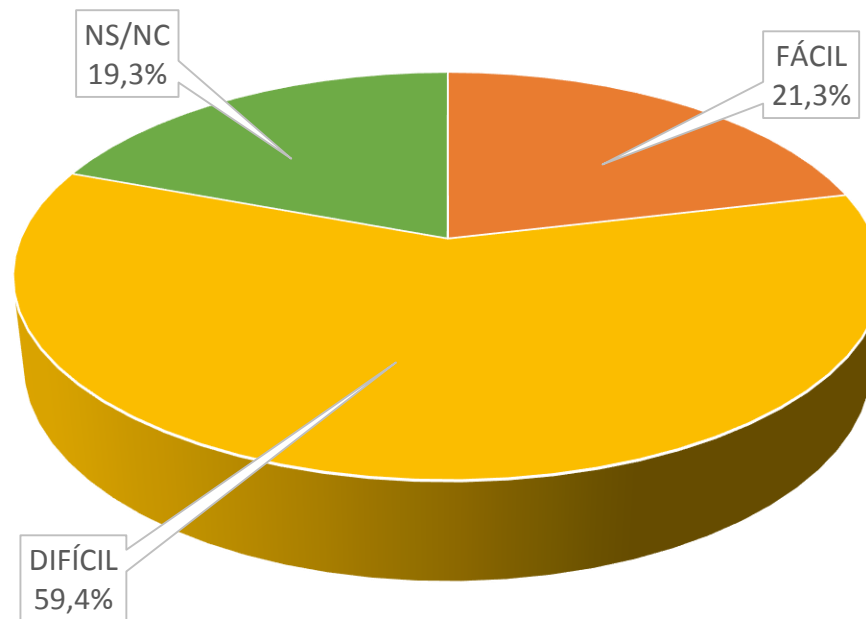


RESULTADOS OBTENIDOS

Sociedad general

RESULTADOS OBTENIDOS: SOCIEDAD EN GENERAL

1a ¿CÓMO PIENSA QUE ES LA EXPERIENCIA DE EMPRENDER?





RESULTADOS OBTENIDOS: SOCIEDAD EN GENERAL

1b RECURSOS Y BARRERAS EN EL PROCESO DE EMPRENDIMIENTO

RECURSOS QUE CONSIDERA DEBE TENER UN EMPRENDEDOR (por orden de importancia)

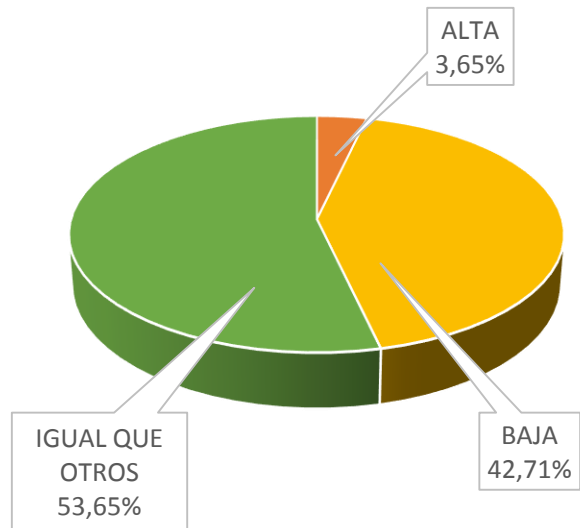
- 1 fondos propios/financiación inicial
- 2 capacidad comercial
- 3 idea/conocimientos específicos
- 4 capacidad gestión empresa

PRINCIPALES BARRERAS (por orden de importancia)

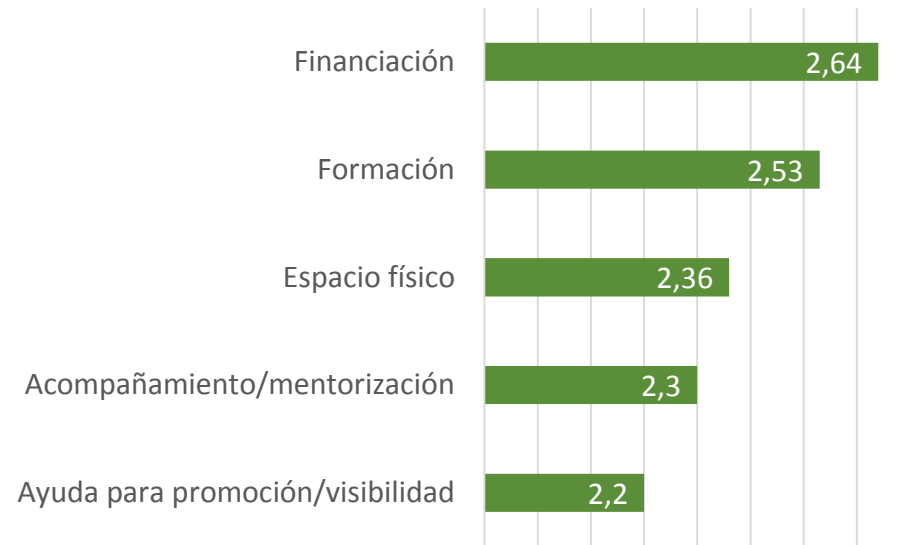
- 1 financieras
- 2 confianza de los consumidores
- 3 legales y burocráticas
- 4 localización personal

RESULTADOS OBTENIDOS: SOCIEDAD EN GENERAL

2 CONFIANZA EN UN NEGOCIO EMPRENDEDOR



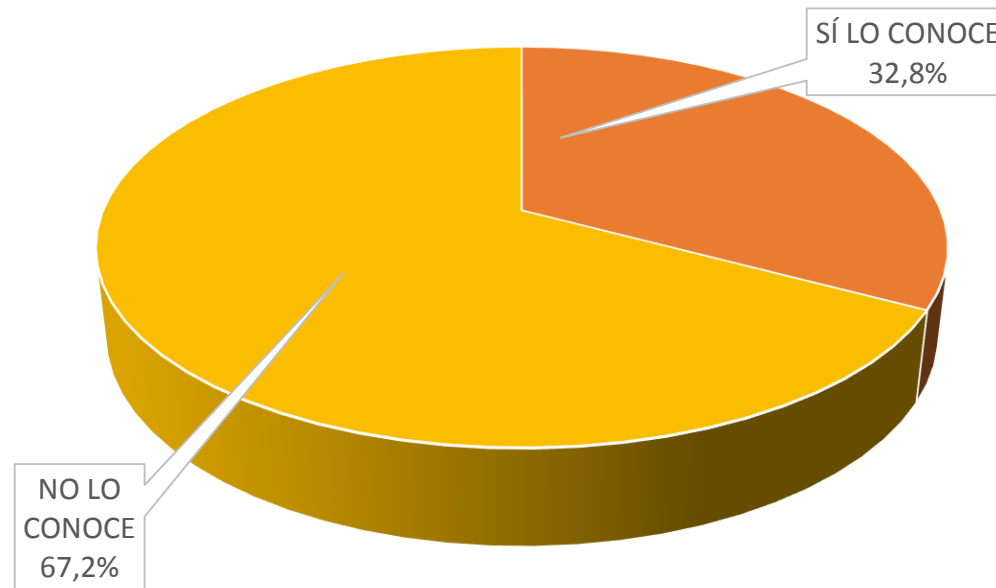
3 NECESIDADES PARA EMPRENDER. SERVICIOS QUE CREE NECESITA UN EMPRENDEDOR



■ valores entre 1 (poco importante) y 3 (muy importante)

RESULTADOS OBTENIDOS: SOCIEDAD EN GENERAL

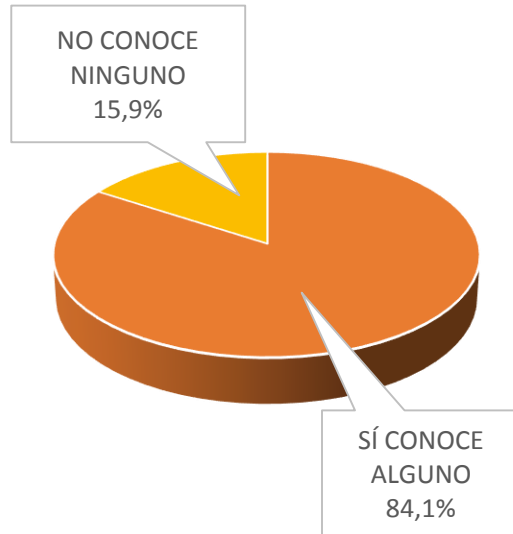
4a CONOCIMIENTO DE ANDALUCÍA EMPRENDE/ CENTROS CADE Y SUS SERVICIOS



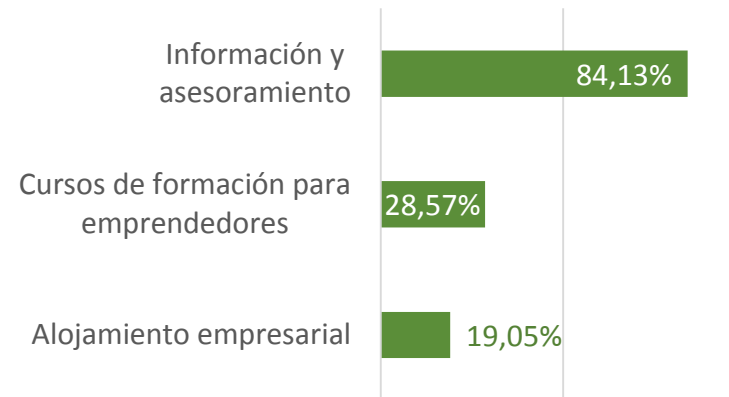


RESULTADOS OBTENIDOS: SOCIEDAD EN GENERAL

4b CONOCIMIENTO DE ALGUNOS DE LOS SERVICIOS DE ANDALUCÍA EMPRENDE/ CENTROS CADE



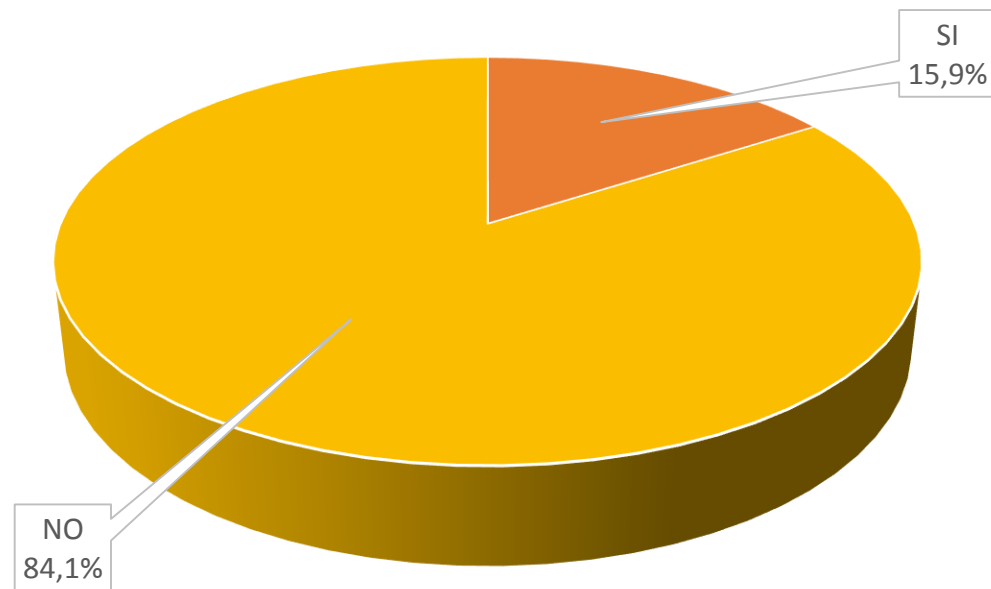
4c SERVICIOS DE ANDALUCÍA EMPRENDE/CADE QUE CONOCE



Datos obtenidos de personas que conocen Andalucía Emprende

RESULTADOS OBTENIDOS: SOCIEDAD EN GENERAL

4d PERSONAS QUE HAN EMPLEADO SERVICIOS DE ANDALUCÍA EMPRENDE



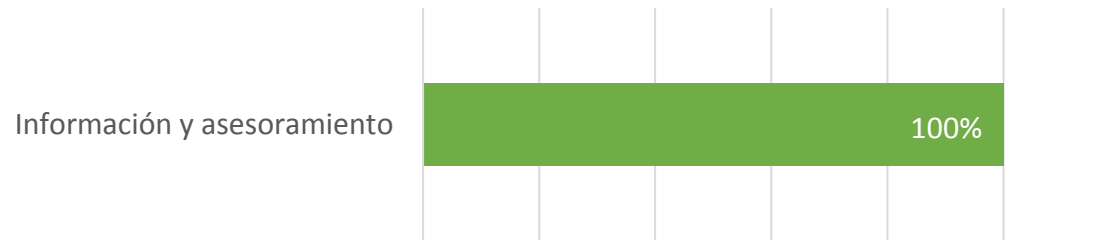
Datos obtenidos de personas que conocen Andalucía Emprende



RESULTADOS OBTENIDOS: SOCIEDAD EN GENERAL

4e EXPERIENCIA Y VALORACIÓN DE ANDALUCÍA EMPRENDE/ CENTROS CADE Y SUS SERVICIOS

SERVICIOS DE ANDALUCÍA EMPRENDE/
CADE UTILIZADOS



■ % sociedad que empleó el servicio

VALORACIÓN SERVICIOS DE ANDALUCÍA
EMPRENDE/ CADE

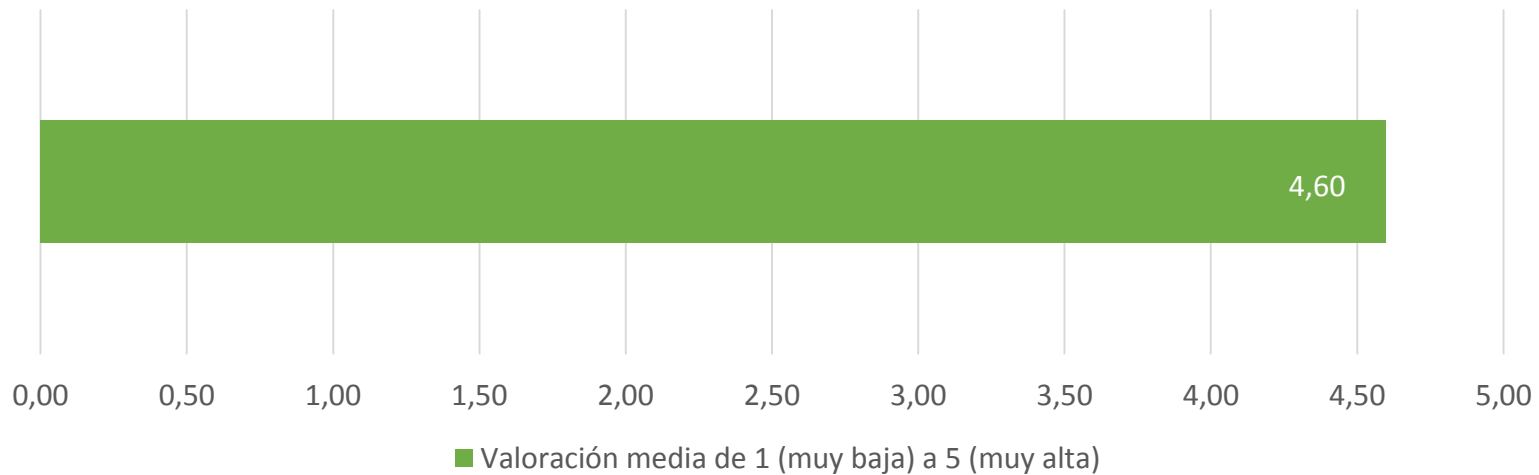


■ valoración media de 1 (muy baja) a 5 (muy alta)

Datos obtenidos de personas que utilizaron servicios de Andalucía Emprende

RESULTADOS OBTENIDOS: SOCIEDAD EN GENERAL

4f VALORACIÓN GENERAL DE ANDALUCÍA EMPRENDE/ CENTROS CADE



Datos obtenidos de personas que utilizaron servicios de Andalucía Emprende



RESULTADOS OBTENIDOS

Expertos en emprendimiento



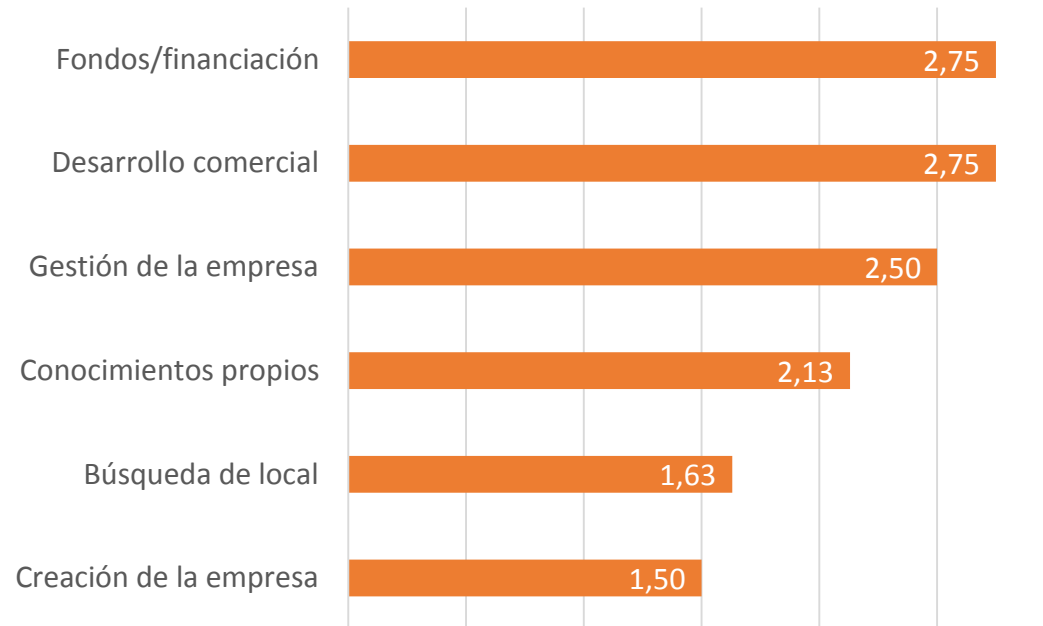
RESULTADOS OBTENIDOS: EXPERTOS EN EMPRENDIMIENTO

1a FASE CRÍTICA

Otras fases críticas apuntadas por los expertos son la actitud, el establecimiento de una correcta estrategia de negocio y apoyo del entorno del emprendedor.

El perfil de los expertos consultados incluye la impartición de formación y mentorización de proyectos emprendedores. Entre otras actividades adicionales han desarrollado planes de negocio, coaching, aceleración, incubación y foros de inversión.

Su experiencia individual media de contacto con emprendedores se sitúa en los 15 años.



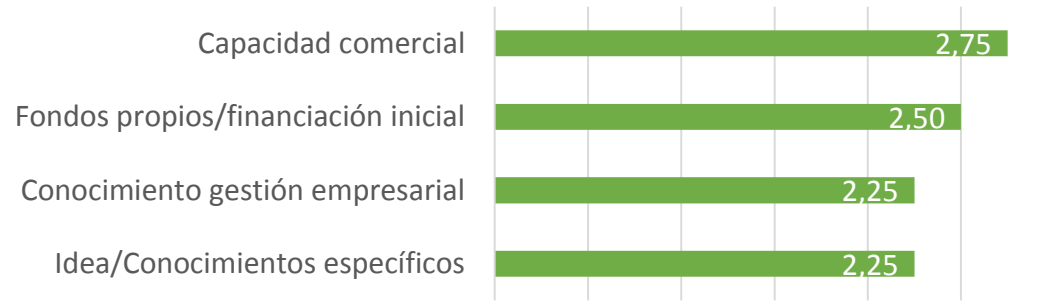
■ Valores entre 1 (poco importante) y 3 (muy importante)

RESULTADOS OBTENIDOS: EXPERTOS EN EMPRENDIMIENTO

1b RECURSOS Y BARRERAS

RECURSOS NECESARIOS

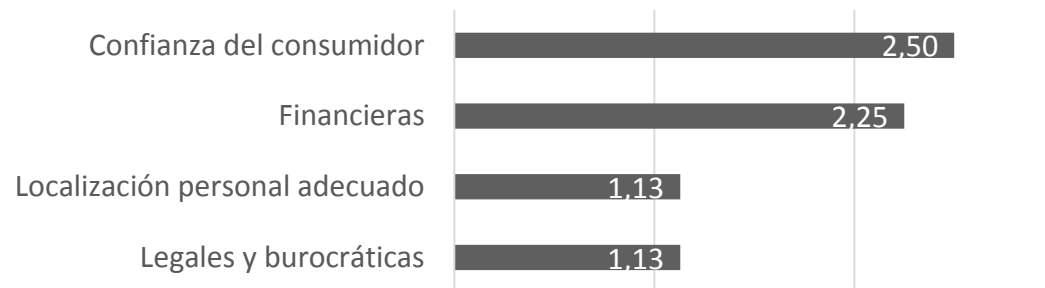
Aparece como otro recurso necesario el contar con una buena red de contactos a nivel empresarial, institucional y de otros emprendedores que permita optimizar recursos y tiempo en la fase inicial del proyecto.



■ Valoración de 1 (poco necesario) a 3 (muy necesario)

BARRERAS

Según los expertos contar con experiencia previa en otros negocios facilita el establecimiento de un nuevo proyecto

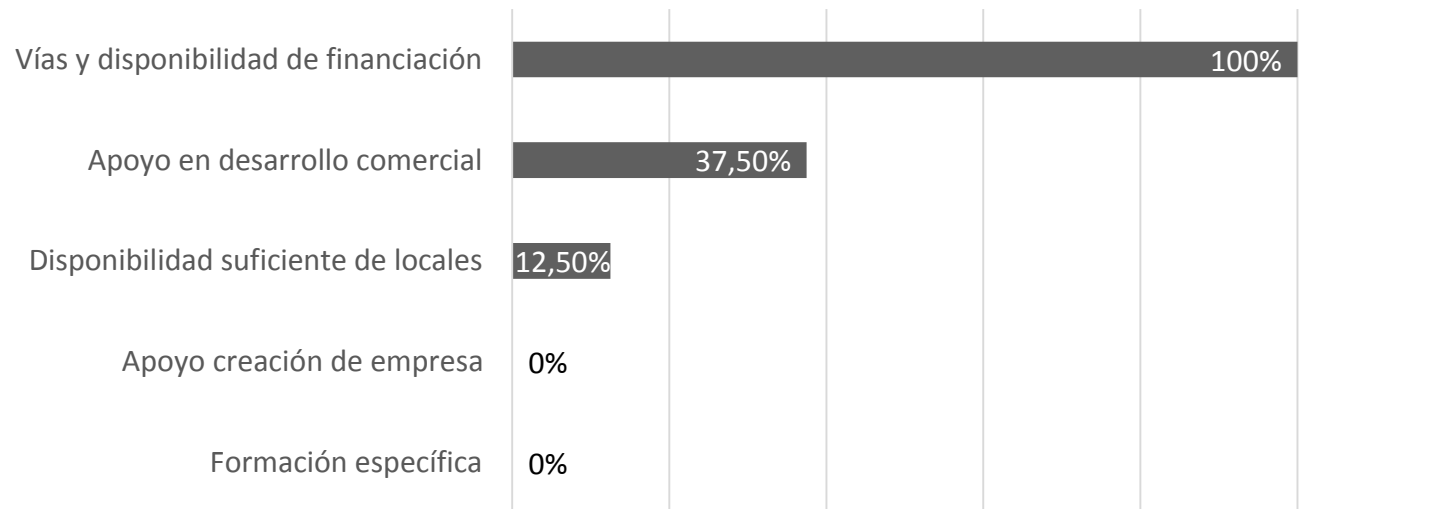


■ Valoración de 1 (poco necesario) a 3 (muy necesario)



RESULTADOS OBTENIDOS: EXPERTOS EN EMPRENDIMIENTO

1c NECESIDADES INSATISFECHAS

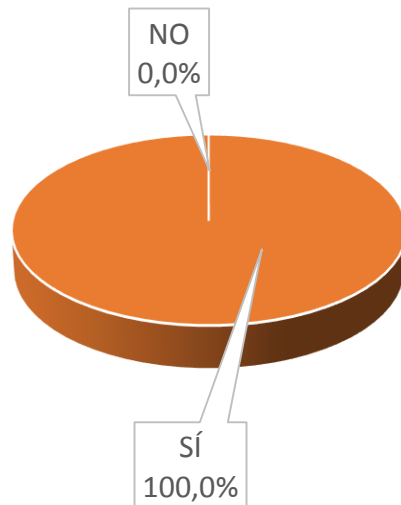


■ % expertos que consideran actualmente insatisfecha la necesidad

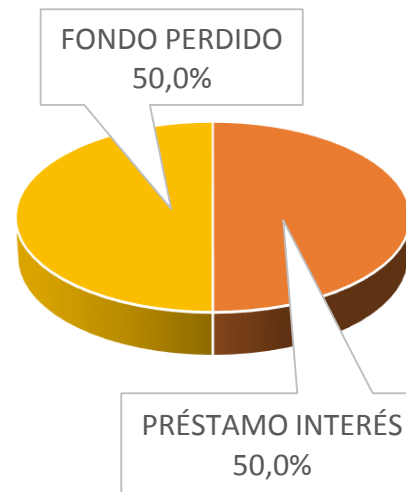
RESULTADOS OBTENIDOS: EXPERTOS EN EMPRENDIMIENTO

2a NECESIDADES DETECTADAS PARA EMPRENDER

FINANCIACIÓN: NECESIDAD

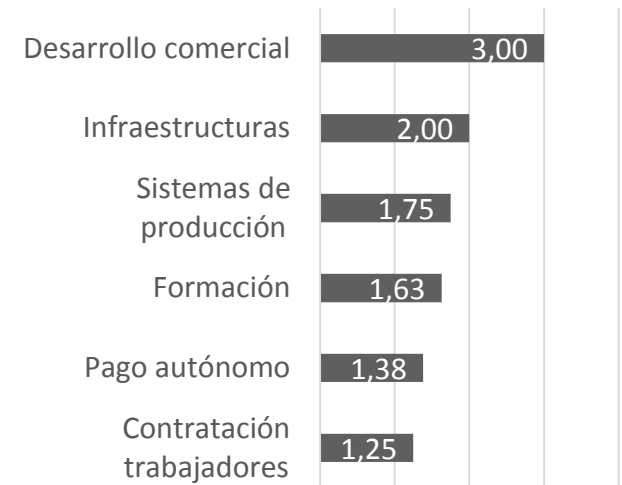


FINANCIACIÓN: SISTEMA



Otras modalidades de inversión consideradas de interés: la entrada de socios o de inversores privados, capital riesgo, préstamos participativos o los ingresos a través de la familia y amigos

FINANCIACIÓN: OBJETO



■ Valoración de 1 (poco importante) a 3 (muy importante)

RESULTADOS OBTENIDOS: EXPERTOS EN EMPRENDIMIENTO

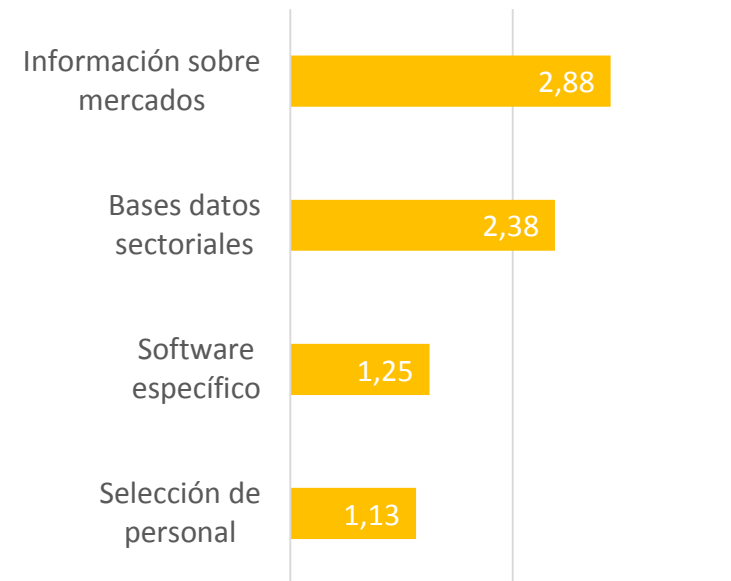
2b NECESIDADES DETECTADAS PARA EMPRENDER

FORMACIÓN: AREAS



■ Valoración de 1 (poco necesario) a 3 (muy necesario)

RECURSOS E INFORMACIÓN

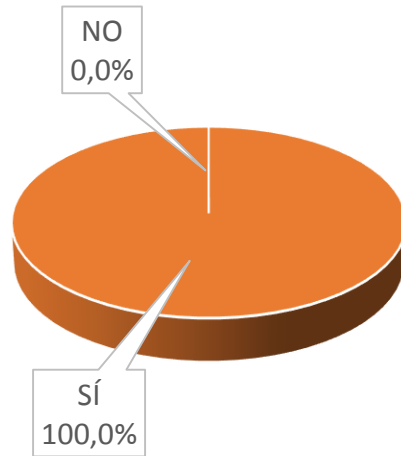


■ Valoración de 1 (poco necesario) a 3 (muy necesario)

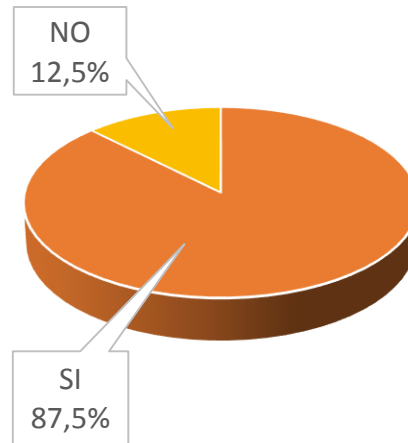
RESULTADOS OBTENIDOS: EXPERTOS EN EMPRENDIMIENTO

2c NECESIDADES DETECTADAS PARA EMPRENDER

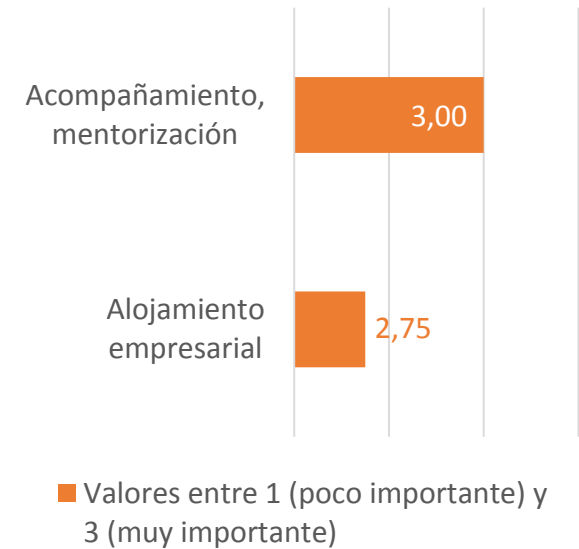
EVENTOS: NETWORKING ENTRE EMPRENDEDORES



EVENTOS: FERIAS SECTORIALES



COWORKINGS Y ACOMPAÑAMIENTO



Otras necesidades señaladas por los expertos incluyen seminarios sobre casos de éxito.



RESULTADOS OBTENIDOS: EXPERTOS EN EMPRENDIMIENTO

3 SISTEMA DE FORMACIÓN: MODALIDADES

El sistema semi-presencial también es considerado como una opción válida por los expertos.

Se observa además una total coincidencia con las preferencias mostradas por las empresas, salvo en las posiciones 4 y 5 que han invertido el orden.

- 1 online
- 2 conferencias/seminarios
- 3 presencial en la empresa
- 4 píldoras en forma compacta
- 5 boletines por email



RESULTADOS OBTENIDOS: EXPERTOS EN EMPRENDIMIENTO

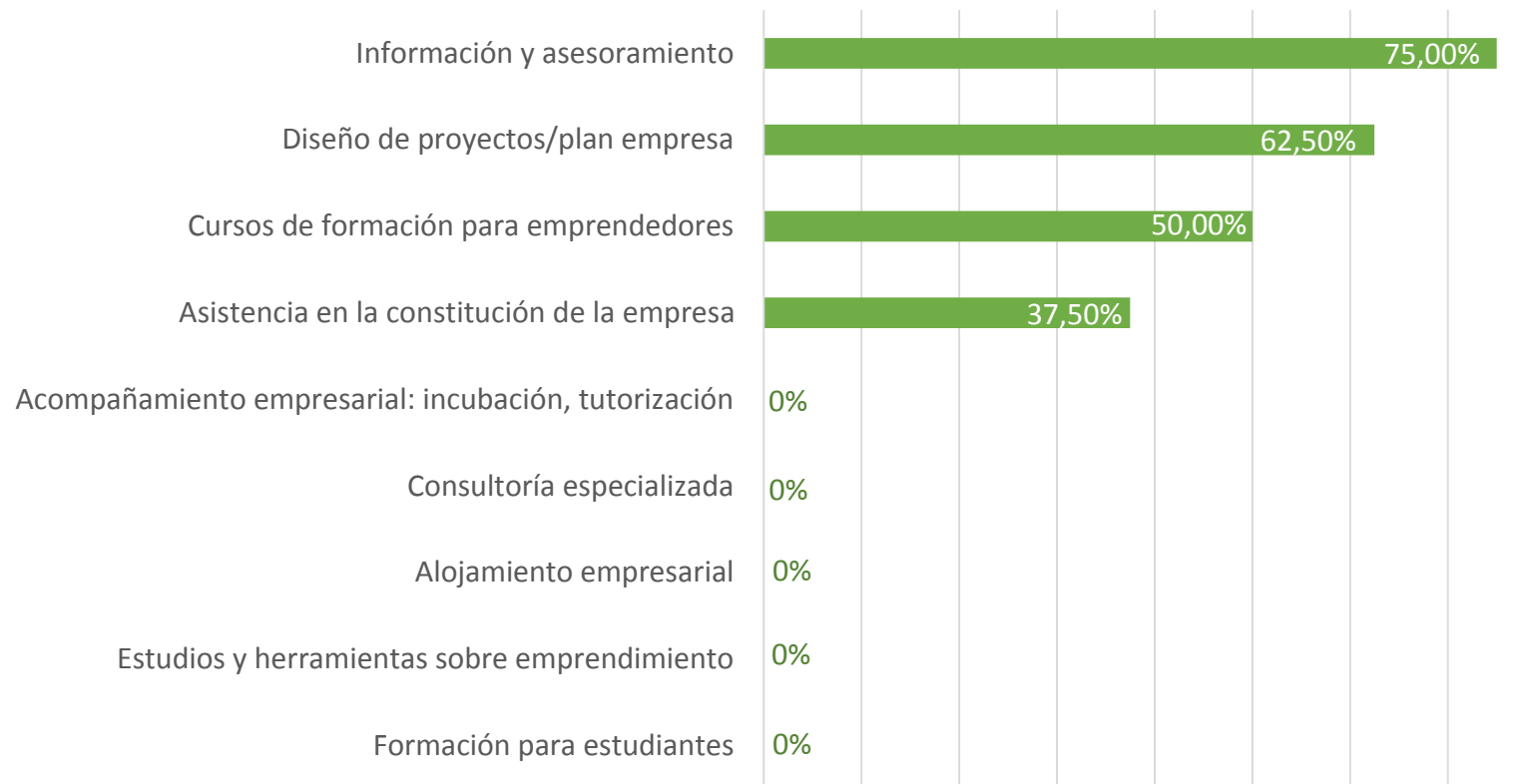
4a NIVEL DE CONOCIMIENTO DE ANDALUCÍA EMPRENDE/ CENTROS CADE Y SUS SERVICIOS





RESULTADOS OBTENIDOS: EXPERTOS EN EMPRENDIMIENTO

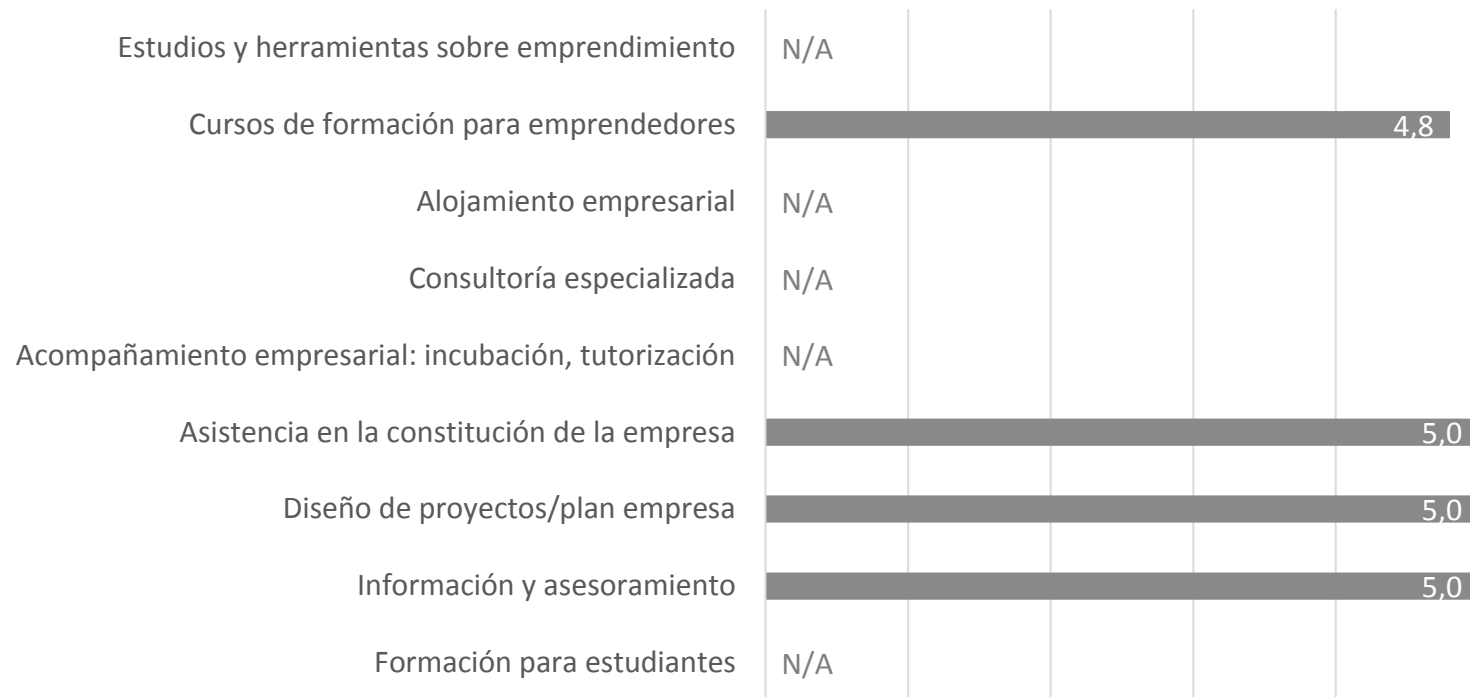
4b EXPERIENCIA CON ANDALUCÍA EMPRENDE/ CENTROS CADE Y SUS SERVICIOS. SERVICIOS UTILIZADOS





RESULTADOS OBTENIDOS: EXPERTOS EN EMPRENDIMIENTO

4c VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ANDALUCÍA EMPRENDE/ CENTROS CADE



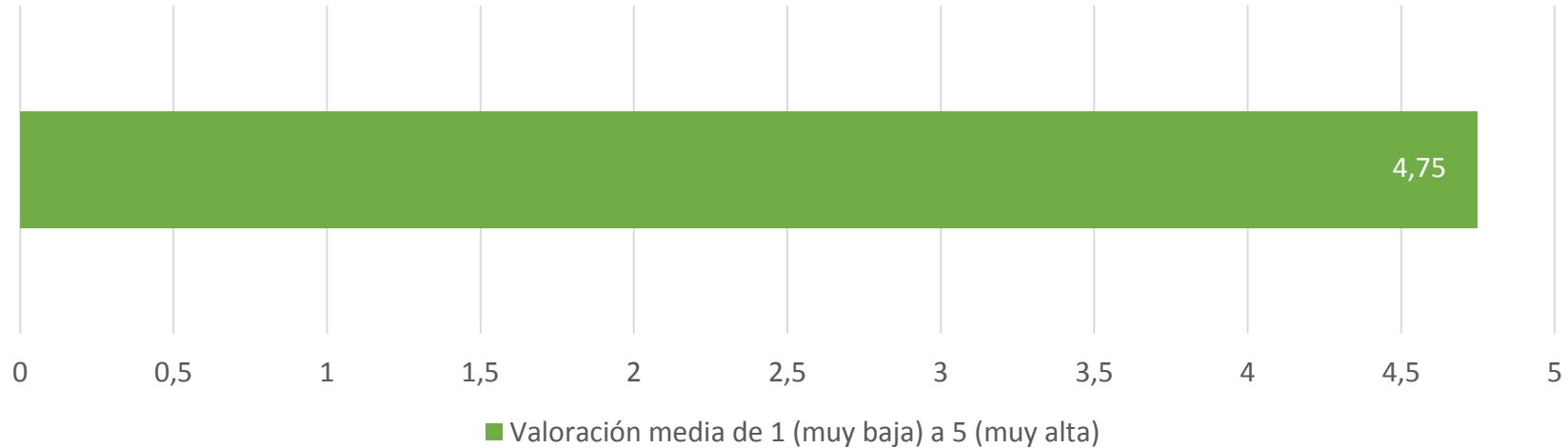
■ valoración media de 1 (muy baja) a 5 (muy alta)

N/A (No Aplica). Servicio no utilizado y por ello no evaluado



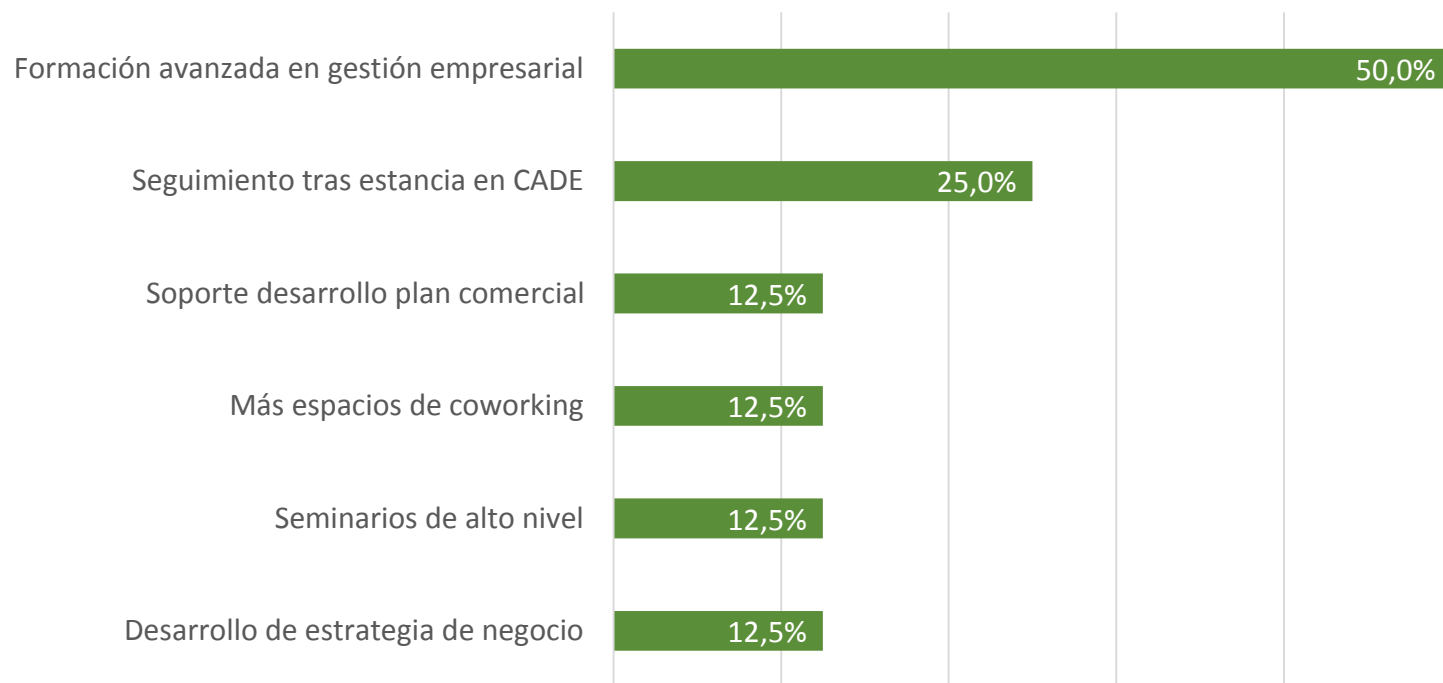
RESULTADOS OBTENIDOS: EXPERTOS EN EMPRENDIMIENTO

4d NIVEL DE SATISFACCIÓN GENERAL CON ANDALUCÍA EMPRENDE/ CENTROS CADE



RESULTADOS OBTENIDOS: EXPERTOS EN EMPRENDIMIENTO

5 NECESIDADES INSATISFECHAS





CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Situación y sugerencias de mejora

CONCLUSIONES RELATIVAS AL PROCESO DE EMPRENDIMIENTO

FASES CRÍTICAS Y RECURSOS NECESARIOS PARA EL ÉXITO DE LOS PROYECTOS EMPRENDEDORES

Desarrollo comercial

El desarrollo comercial se presenta como la principal fase crítica para el adecuado avance de los nuevos negocios pues cuentan con dificultad en la captación de clientes, salvo en los casos en los que las nuevas empresas provienen de escisiones/evoluciones de negocios previos y ya cuentan con clientes previos

Las empresas encuestadas emplean, en gran mayoría, al propietario o uno de los socios como director comercial a pesar de no contar, en general, con formación específica en dicho campo. El nivel de dedicación del propietario a labores comerciales es parcial debido a sus diversas ocupaciones adicionales como gestor del negocio

El desarrollo de planes profesionales de marketing online/offline es bastante limitado. En muchos casos las nuevas empresas no cuentan ni con página web

Fondos iniciales o vías de financiación

La sociedad y el entorno universitario consideran que existe un deficiente acceso a la financiación en la fase inicial de los proyectos emprendedores, dato que las encuestas a empresas y expertos han refrendado

Los negocios emprendedores casi en su totalidad emplean fondos propios u obtenidos a través de familiares, amigos y socios

El estudio muestra, por un lado, un gran desconocimiento general de las potenciales vías de financiación, y en los casos de solicitud de algún tipo de ayuda, un porcentaje muy bajo de obtención de la misma

Tanto la mayoría de la sociedad/universitarios como las empresas y expertos consideran que las empresas que cuentan con capacidad real de acceso a financiación son las vinculadas a desarrollos tecnológicos

CONCLUSIONES RELATIVAS AL PROCESO DE EMPRENDIMIENTO

PRINCIPALES BARRERAS AL EMPRENDIMIENTO

Financieras (acceso a vías de financiación)

La dificultad en el acceso a la financiación es la barrera que consideran principal todos los colectivos encuestados

A nivel general no cuentan con suficiente información de las posibles vías de apoyo financiero

Las principales finalidades de una inversión obtenida a través de financiación serían la creación del negocio, su mejora/crecimiento, el desarrollo de proyectos de innovación, formación o para el proceso de internacionalización

Existe una sensible presencia de empresas que solicitan la obtención de microcréditos para inversiones puntuales en infraestructuras, equipos (modernización o nueva adquisición) o planes de desarrollo comercial

Confianza de los potenciales consumidores

El factor de la falta de confianza en nuevos negocios está dividido en dos grupos claramente diferenciados:

- 1) Los locales comerciales de hostelería y de compraventa de productos de marca ajena que no consideran que la edad del negocio influya en su aceptación por parte de los nuevos clientes
- 2) Las empresas de servicios, que muestran una debilidad en su capacidad de creación de confianza en los nuevos clientes frente a empresas que posean una larga trayectoria y referencias



CONCLUSIONES RELATIVAS AL PROCESO DE EMPRENDIMIENTO

PRINCIPALES ÁREAS DE FORMACIÓN NECESARIAS PARA EL EMPRENDIMIENTO

Digitalización

El proceso de digitalización tanto interna como de desarrollo externo para la relación con clientes y proveedores se ha mostrado como una importante necesidad por parte de las empresas y de los expertos

El población universitaria, nativa digital, no la señala como prioridad de aprendizaje en sus proyectos emprendedores pues consideran que ya cuentan con conocimientos

Comercial (marketing y ventas)

Todos los sectores encuestados desde universitarios a empresas y expertos consideran muy necesario contar con una buena formación comercial (marketing y ventas) en especial para adaptar las estrategias y acciones a los nuevos canales de venta que obligan a una constante evolución de las metodologías de captación y fidelización de clientes

Internacionalización

La globalización de los mercados se muestra patente en todos los sectores de la sociedad que consideran la internacionalización como un proceso muy necesario

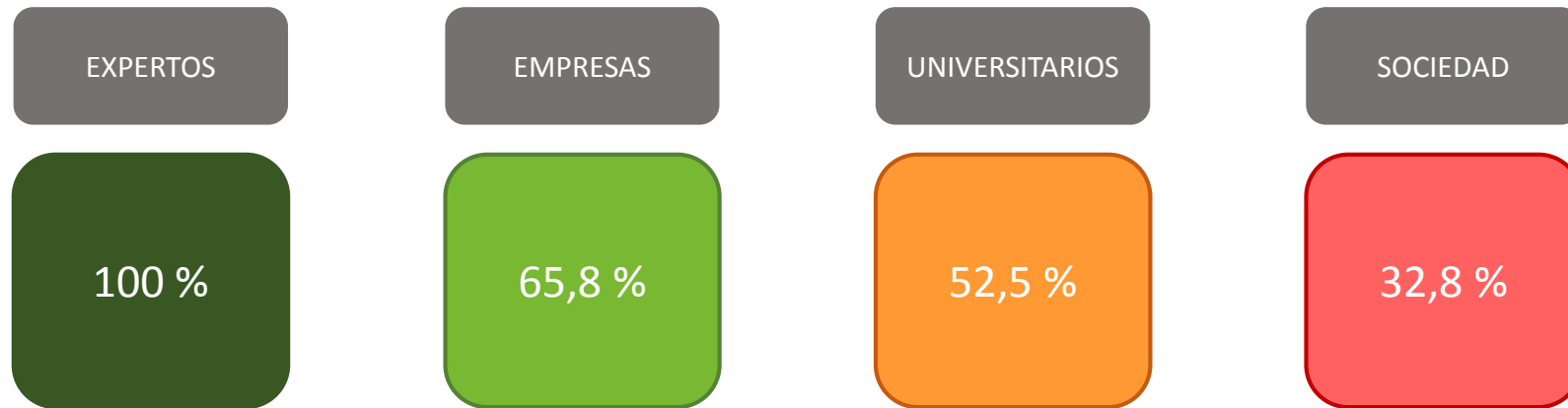
Únicamente las empresas de servicios y/o actividad comercial de ámbito meramente local no han mostrado estos conocimientos como de alta importancia

Gestión de empresas

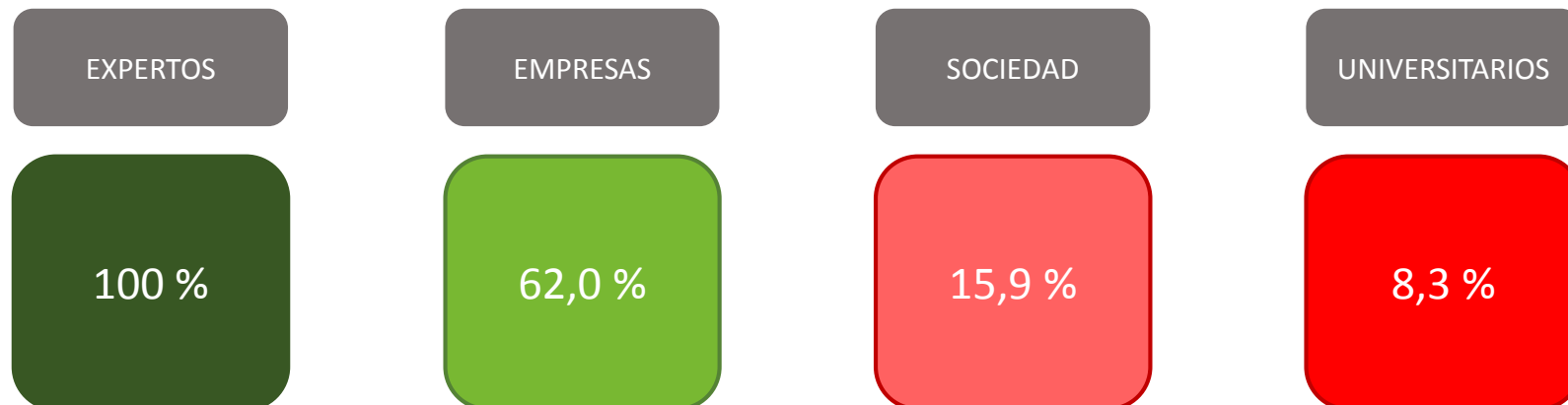
La necesidad de la profesionalización en la gestión de las empresas es un campo en el que coinciden todos los segmentos encuestados, por ello demandan con reiteración contar con conocimientos profesionales en gestión empresarial no solamente básica sino avanzada para gestionar adecuadamente una empresa que cuente con un cierto recorrido

CONCLUSIONES RELATIVAS AL PROCESO DE EMPRENDIMIENTO

NIVEL DE CONOCIMIENTO DE ANDALUCÍA EMPRENDE-FUNDACIÓN PÚBLICA ANDALUZA



NIVEL DE UTILIZACIÓN DE SERVICIOS DE ANDALUCÍA EMPRENDE (SOBRE QUIENES CONOCEN ANDALUCÍA EMPRENDE)



CONCLUSIONES SOBRE LOS SERVICIOS OFERTADOS POR ANDALUCÍA EMPRENDE/ CENTROS CADE

CONOCIMIENTO DE LOS SERVICIOS (SOBRE EMPRESAS, UNIVERSITARIOS, SOCIEDAD Y EXPERTOS QUE CONOCEN ANDALUCÍA EMPRENDE)

Servicios más conocidos de Andalucía Emprende

1) Información y asesoramiento

Lo conocen más de 7 de cada 10 personas. Esto sucede en todos los sectores, ya sea a nivel empresarial universitario o de la sociedad en general

2) Asistencia en constitución de empresa
Conocido por más del 70% de las empresas

3) Diseño de proyecto
Conocido por más del 60% de las empresas

4) Alojamiento empresarial
Conocido por más del 60% de las empresas y por el 20% de universitarios y de la sociedad en general

5) Formación
Algo menos de la mitad de los universitarios conocen la existencia de formación específica para ellos mientras que en la sociedad el conocimiento de la formación para emprendedores se reduce a algo menos del 30%

Servicios menos conocidos de Andalucía Emprende

Público universitario y sociedad en general:
Poseen muy limitado conocimiento de los servicios de Andalucía Emprende salvo los de información/asesoramiento y de formación

Empresas de reciente creación:
Los servicios que menos conocen son los de consultoría especializada y los estudios y herramientas de emprendimiento (en ambos casos inferior al 30%)

Expertos:
Únicamente desconocen puntualmente que Andalucía Emprende ofrezca servicios de consultoría especializada

CONCLUSIONES SOBRE LOS SERVICIOS OFERTADOS POR ANDALUCÍA EMPRENDE/ CENTROS CADE

UTILIZACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS (SOBRE EMPRESAS, UNIVERSITARIOS, SOCIEDAD Y EXPERTOS QUE HAN EMPLEADO SERVICIOS)

Servicios más utilizados de Andalucía Emprende

1) Información y asesoramiento

La práctica totalidad de personas que recurren a Andalucía Emprende, utilizan el servicio de información y asesoramiento

2) Asistencia en constitución de empresa

Empleado por casi la mitad de las empresas que acuden a centros de Andalucía Emprende

3) Formación

Utilizado tanto por universitarios (42,86%) como por empresas (14,29%). La sociedad en general no ha mostrado actividad en este aspecto

4) Acompañamiento empresarial

Empleado por algo más del 12% de las empresas

5) Diseño del proyecto

Por debajo del 10% de las empresas que recurrieron a Andalucía Emprende optaron por este servicio

Valoración de los servicios de Andalucía Emprende

Todos los servicios de Andalucía Emprende empleados obtuvieron una valoración media superior a 4 puntos en un baremo de 1 (muy insatisfecho) a 5 (muy satisfecho).

Los servicios mejor valorados fueron:

- Diseño de proyectos/plan de empresa
 - Información y asesoramiento
 - Acompañamiento empresarial
- Asistencia en constitución de la empresa
 - Formación para universitarios

Los siguientes servicios recibieron, en algunos casos, valoración desfavorable debido a las causas descritas:

- Información y asesoramiento / Ayuda en constitución de la empresa (limitada experiencia de los técnicos que desarrollaron el servicio)
- Cursos de formación para emprendedores (demasiado básicos)
 - Alojamiento empresarial (baja disponibilidad)

CONCLUSIONES SOBRE LOS SERVICIOS OFERTADOS POR ANDALUCÍA EMPRENDE/ CENTROS CADE

DEMANDAS INSATISFECHAS Y SUGERENCIAS

Principales demandas de apoyo insatisfechas

Las empresas encuestadas mostraron las siguientes demandas principales:

- Vías de financiación: Información y apoyo en el acceso
- Formación: Avanzada en gestión empresarial y digital
- Facilitación para la incorporación de desempleados
 - Apoyo/mayor simplicidad en gestión burocrática
- Habilitación de pequeñas naves para el apoyo a nuevas empresas de fabricación o actividad comercial que no puedan desarrollar su negocio únicamente en un coworking u oficina

Los expertos abogan adicionalmente por el desarrollo de actividades de seguimiento, apoyo, análisis estratégico y formación avanzada de las nuevas empresas tras abandonar los servicios de los centros CADE

Sugerencias de mejora

A nivel general:

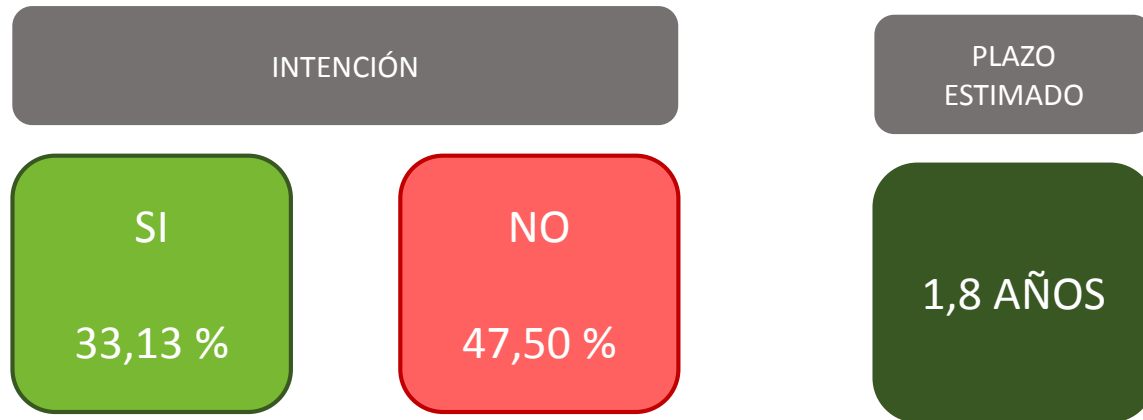
El limitado conocimiento de la institución en ciertos sectores agradecería la ejecución de acciones adicionales de marketing informativo tanto a nivel municipal como autonómico y universitario de la institución y todos sus servicios

Plan a nivel de servicios:

- Formación avanzada en negocios (gestión, estrategia, comercial, digitalización e internacionalización)
- Información específica sobre vías de financiación
- Información/formación en emprendimiento para estudiantes en colaboración con las universidades
- Aumento de zonas de coworking en áreas de alto emprendimiento y habilitación de pequeñas naves para empresas de fabricación/actividad comercial
- Organización de seminarios de alto nivel referidos a casos de éxito
- Promoción de los estudios de emprendimiento existentes
- Especialización de diversos centros CADE al servicio de empresas de sectores específicos y promoción de los mismos para el conocimiento general



INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO EN LA POBLACIÓN UNIVERSITARIA



BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA COMO MARCO TEÓRICO

1 Manuales de economía. Creación de empresas. Entrepreneurship. Enric Genescà, David Urbano, Joan Lluís Capelleras, Carlos Guallarte, Joaquim Vergés. Servicio de Publicaciones de la Universidad Autónoma de Barcelona. 2003

2 Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas. David Urbano, Nuria Toledano Garrido. Editorial UOC. 2008

3 Descuadrando. Enciclopedia abierta de empresa. Comunidad

4 Factores que estimulan el emprendimiento y el crecimiento económico. Entrepreneurship & Economic Growth Enhancing Factors. Miguel Ángel Galindo Martín y María Teresa Méndez Picazo. Universidad de Castilla-La Mancha. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales.

5 La naturaleza del proceso emprendedor en España en el contexto internacional. Julio O de Castro, Rachida Justo, Alberto Maydeu Olivares, Alicia Corduras Martínez, Cristina Cruz Serrano. Fundación BBVA. Bilbao. 2008

6 La vocación emprendedora en los universitarios de la comunidad autónoma de Andalucía 2017. Estudios de Investigación Andalucía Emprende Fundación Pública Andaluza, Consejería de Economía y Conocimiento, Junta de Andalucía

7 Global Entrepreneurship Monitor Report 2017/18. GEM. Global Entrepreneurship Research Association (GERA).

Estudio Sociológico sobre Emprendimiento en Andalucía

valoración, demandas, necesidades para emprender con éxito



Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE CONOCIMIENTO, INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDAD