



## **Universidad Miguel Hernández**

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Orihuela

Curso de Adaptación al Grado en Administración y Dirección de Empresas

### **Trabajo Fin de Grado**

“Determinación del perfil del emprendedor  
fracasado en el sector servicios de la provincia de  
Alicante”

Curso académico 2016/2017

Alumno: Ignacio Bonel Torres.

Tutor: José Francisco Parra Azor.

## ÍNDICE

0. RESUMEN.....	3
1. INTRODUCCIÓN.....	6
2. EL FRACASO EMPRENDEDOR: VARIABLES Y FACTORES DETERMINANTES.....	14
2.1 QUÉ ENTENDEMOS POR FRACASO EMPRENDEDOR.....	17
2.2 IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES Y FACTORES RELACIONADOS CON EL FRACASO EMPRENDEDOR.....	21
2.2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.....	21
2.2.2 RASGOS SIGNIFICATIVOS DEL FRACASO EMPRENDEDOR.....	23
2.2.3 FACTORES DETERMINANTES DEL FRACASO EMPRENDEDOR.....	25
2.3 DIFICULTADES Y CARENCIAS EN EL EMPRENDIMIENTO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA.....	33
3. DETERMINACIÓN DE LOS FACTORES DE ESTUDIO Y VARIABLES A DESARROLLAR.....	36
4. ESTUDIO EMPÍRICO.....	41
4.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO.....	41
4.2 DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA.....	42
4.3 METODOLOGÍA.....	43
4.4 ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	45
5. CONCLUSIONES.....	81
5.1 SOBRE EL ESTUDIO TEÓRICO.....	81
5.2 SOBRE EL ESTUDIO EMPÍRICO.....	84
5.3 RECOMENDACIONES PARA FUTUROS EMPRENDEDORES.....	85
5.4 RECOMENDACIONES PARA ADMINISTRACIONES PÚBLICAS Y OTRAS ENTIDADES DE APOYO EMPRENDEDOR.....	87
6. BIBLIOGRAFÍA.....	89
7. ANEXOS.....	93

## **0. RESUMEN.**

La decisión de emprender es una acción que conlleva unas implicaciones que van a afectar al emprendedor de forma notable en su vida profesional y personal. Lo primero de todo, supone una dedicación máxima desde la fase de búsqueda de la idea hasta el desarrollo e implantación de la misma.

El fracaso es un aspecto inherente a la propia acción. Es obvio que ningún emprendedor desea pensar en el fracaso cuando comienza la aventura emprendedora si bien es una posibilidad que, queramos o no, está presente en todo momento.

Según la aportación de los expertos analizados a lo largo del presente trabajo, la mejor manera de intentar evitar dicho fracaso es que el emprendedor se prepare lo mejor posible para enfrentarse a esa posibilidad. Planificar, investigar, analizar, formarse, son algunas de las acciones que reducen de forma significativa dicho riesgo, si bien nunca se va a poder eliminar completamente debido a la cantidad de factores relacionados.

El libro negro del emprendedor afirma que ...”cuando se trata de emprender, la experiencia empresarial no garantiza el éxito. Los errores del emprendedor no suelen ser de gestión, sino errores propiciados, paradójicamente, por la misma fuerza que induce a emprender: la ilusión [...] que, a menudo, impide ver la realidad tal como es” (Trias de Bes, F., 2007, pp. 13-14)

A la hora de estudiar el emprendimiento, los autores se centran de forma mayoritaria en tratar de identificar las claves del éxito, lo cual es lógico pues clarifica aquellos aspectos importantes en los que hay que incidir para tratar de alcanzarlo. No obstante, el estudio de todo aquello que el emprendedor debe llevar a cabo para tratar de evitar el fracaso es igualmente necesario, por tratarse de otro punto de vista sobre la misma realidad, y muy poco perseguido por los análisis de los expertos en la materia.

Ésto, unido al hecho de que el sector servicios es el más importante a nivel económico

de la provincia de Alicante, nos ha empujado a investigar sobre esta materia y convertirla en el tema del estudio que aquí desarrollamos.

A través del presente trabajo se pretende llegar a conformar el perfil del emprendedor fracasado dentro del sector servicios de la mencionada provincia con el fin de llegar a poder ofrecer unas recomendaciones a los futuros emprendedores, y a todos aquellos actores que intervienen en su ayuda de alguna manera, contribuyendo a minimizar, en la medida de lo posible, la probabilidad del fracaso en el emprendimiento.

Como principales conclusiones de este trabajo, en concreto sobre el estudio teórico, podemos comenzar diciendo que el emprendedor, entendido como “tomador de riesgos económicos” se encuentra en mínimos históricos en la Comunidad Valenciana.

Además, respecto de los rasgos significativos del fracaso emprendedor, podemos destacar como principales el miedo al fracaso, basado sobre todo en las cargas financieras, la falta de motivación emprendedora y el momento en el que ocurre el fracaso emprendedor, con especial atención a la mayor probabilidad de ocurrencia en edades tempranas.

En lo que atañe a los factores determinantes del fracaso emprendedor, los autores estudiados concluyen que los más importantes son la edad del emprendedor, así como su formación y experiencia, la falta de objetividad a la hora de emprender, las diferentes estrategias empresariales utilizadas, la ineficiencia de su gestión, la edad de la empresa o negocio, la estructura financiera desarrollada, el tipo de contexto institucional en el que se desenvuelve, el tipo de emprendimiento realizado, sobre todo si es de calidad e innovador o no, la actitud demostrada hacia el fracaso, la autoconfianza y el miedo a fracasar.

Las principales dificultades y carencias a la hora de emprender en la Comunidad Valenciana, que podrían funcionar como un agravante del emprendedor en cuanto a su fracaso, son el solapamiento y la falta de cooperación de las distintas entidades de apoyo al emprendedor, la falta de continuidad en las políticas de apoyo al

emprendimiento e innovación, la falta de foco y especialización de las PYMES, la desigualdad de oportunidades para emprender en el territorio valenciano, el hecho de que la Comunidad Valenciana atrae a los emprendedores pero no los retiene por no ayudarles nada más que en las fases tempranas, existencia de un servicio de alto valor añadido carente de apoyo en la implantación real en el mercado, necesidad de renovación en el ecosistema emprendedor, sobre todo en el reciclaje, actualización y especialización de expertos de apoyo y, por último, la necesidad de profundizar en las políticas de apoyo al desarrollo de la cultura emprendedora.

Así, vemos cómo es necesario, pues, pararse y reflexionar sobre las necesidades reales y latentes del emprendedor para que este se pueda enfrentar a la árdua tarea de emprender en las mejores condiciones de éxito posible.

Si nos centramos en el estudio empírico, podemos concluir que el perfil del emprendedor fracasado en el sector servicios de la provincia de Alicante es el de un emprendedor *autónomo*, principalmente del subsector *comercio*, aunque también de otros como financiación, ocio, asesoramiento, tecnología, información, comunicación, educación y deporte, Administración, cuidado de personas y de la salud así como del hogar, que pasados *entre uno y tres años* desde el fracaso sigue intentando otra aventura emprendedora, que en su mayoría se apoya en el *plan comercial* para desarrollar su trabajo, y a veces en el plan de empresa, que poseía *experiencia profesional previa* y, aquellos que decidieron optar por la *formación en emprendimiento*, se decantaron principalmente por obtenerla de las *Administraciones Públicas*, valorando dicha formación entre *algo útil* y *poco útil*.

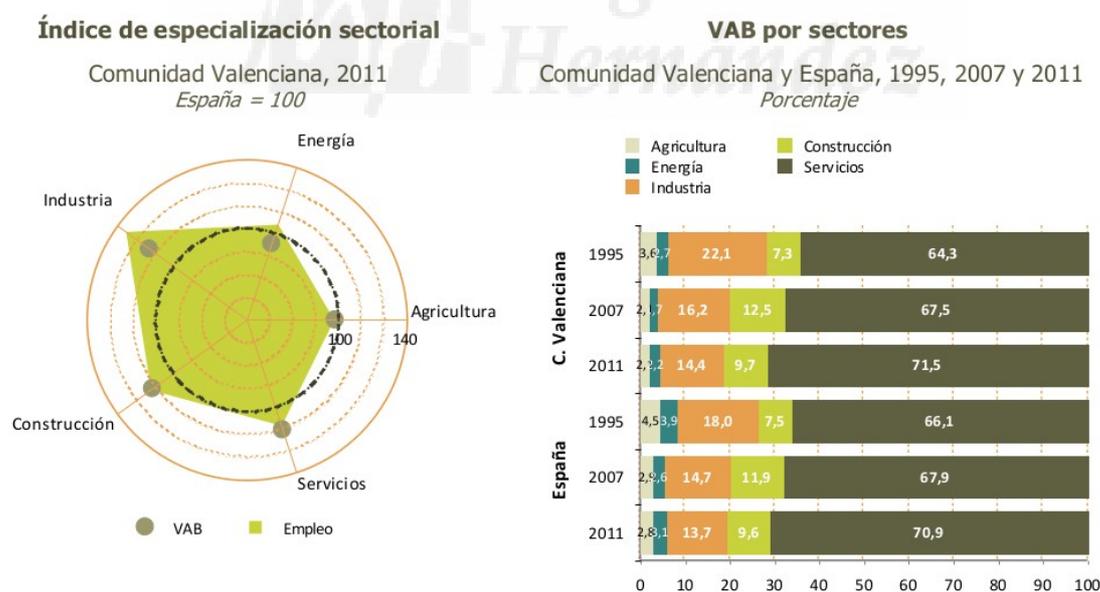
Los *intermediarios financieros*, en concreto las dificultades para acceder al crédito, y la *competencia*, han sido dos variables de una gran importancia para este tipo de emprendedor, mostrándose también importante, ya en un segundo nivel, los *clientes*, *proveedores* y *productos sustitutivos*, destacando la amenaza de estos últimos, así como el grado de *reconocimiento* de la sociedad a su esfuerzo y los *obstáculos* enfrentados durante el proceso del emprendimiento, en especial la excesiva carga burocrática y tributaria.

## 1. INTRODUCCIÓN.

Este Trabajo de Fin de Grado pretende llegar a determinar el perfil del emprendedor fracasado en las empresas del sector servicios de la provincia de Alicante a través del estudio y análisis de los diferentes factores y variables implicados. La elección de dicho sector económico se fundamenta en el hecho de que éste, vertebrado por los subsectores de Comercio, Hostelería y Turismo y Transporte, conforman el núcleo económico provincial principal. Además, nos encontramos con el hecho de que existen numerosos estudios relacionados con el éxito emprendedor y sus causas, pero muchos menos relacionados con el fracaso y ninguno que pueda definir el perfil del emprendedor fracasado en el sector servicios de la provincia de Alicante.

A nivel de Comunidad Autónoma, podemos comprobar la importancia de dicho sector en el siguiente gráfico.

Gráfico 1: Valor Añadido Bruto de la Comunidad Valenciana.



Fuente: IVIE (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas)

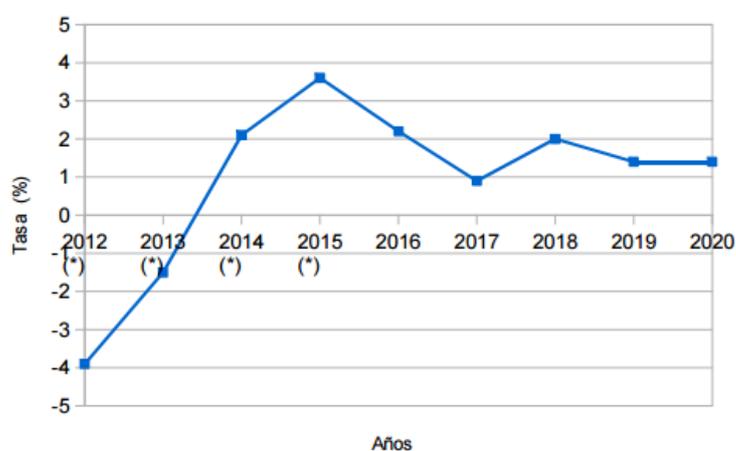
Si la media nacional del PIB en España se situó en el 3,2% en el año 2016, la Comunidad Valenciana lo hizo en un 3,9% (105.000 M€), situándose como la cuarta economía nacional por volumen del PIB. La provincia de Alicante alcanzó en dicho año los 33.000 M€, de los cuales 23.000 M€ correspondieron al sector servicios, lo que genera un peso del 70% sobre el total del PIB provincial y un 22% sobre el de la Comunidad Autónoma, poniéndose claramente de manifiesto la importancia del mencionado sector de actividad dentro de la economía regional. Los siguientes gráficos nos muestran la evolución del PIB de la Comunidad Valenciana y su comparativa con el resto de España y Europa, así como su previsión de futuro.

Gráfico 2: Tasa de variación real del PIB en la Comunidad Valenciana.



Fuente: IVIE (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas)

Gráfico 3: Evolución del PIB a precios constantes para el período 2012-2020.



Fuente: Dirección General de Economía, Emprendimiento y Cooperativismo.

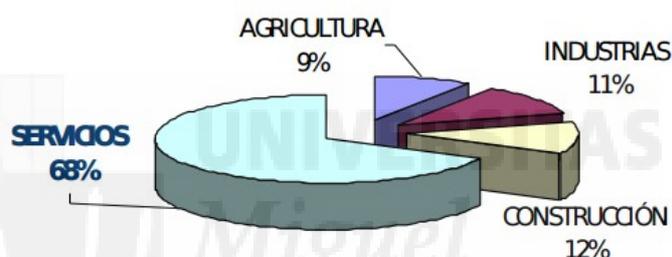
De las 339.128 empresas de la Comunidad Valenciana, 338.814 son PYME (0 a 249 asalariados), lo que supone el 99,91% del total de las empresas de esta comunidad autónoma. El 95,93% son microempresas (0 a 9 asalariados) de las que el 54,05% son empresas sin asalariados. El número de grandes empresas está por debajo de la media nacional: 0,09% frente 0,12%. El 54,79% de las empresas de la Comunidad Valenciana ejercen la actividad en el sector de los servicios, el 25,85% en el del comercio, el 12,24% en el de la construcción y el 7,12% restante en el de la industria.

Un análisis más detallado de los sectores de producción muestra que, en la composición del sector de los servicios, el mayor porcentaje recae en las actividades inmobiliarias y en la hostelería. Le sigue el comercio, con 87.677 empresas.

Finalmente, el sector servicios traza una senda de crecimiento más estable, sobre todo al final del período de previsión. Se presume una elevada tasa de crecimiento para el año 2016 del 2,64%, mientras que en 2017 experimentaría una considerable ralentización de su crecimiento, manteniéndose en los tres años siguientes en torno al 1%.

El IVACE (Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial) realiza a su vez un análisis con las siguientes conclusiones: el sector servicios de la Comunitat Valenciana aporta aproximadamente un 68% del Producto Interior Bruto total regional, concentra un 10% de los locales totales del sector servicios de España, el 9% del empleo y el 8% del volumen de negocios. El sector servicios de la Comunitat Valenciana está formado por más de 123.059 empresas que emplean a 455.403 trabajadores y generan un volumen de negocio superior a 28.734 millones de euros. Por tipo de servicios, hostelería e inmobiliario sobresalen como los servicios en que la Comunitat Valenciana alcanza el mayor porcentaje de aportación al total nacional (12%). Podemos ver una distribución más clarificadora en el siguiente gráfico.

Gráfico 4: PIB Comunidad Valenciana por sectores.



Fuente: IVACE (Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial)

Centrándonos en los datos propios del municipio de Alicante, nos encontramos con que, del total de 24.886 empresas censadas en 2016 en el municipio de Alicante (sin contar con el sector primario), 21.440 corresponden al sector servicios (un 86,2%), tal y como podemos comprobar en la tabla que se muestra a continuación.

Tabla 1: Empresas activas en 2016 en el municipio de Alicante.

Empresas activas - 2016	
	* excepto sector primario
Industria	783
Construcción	2.663
Servicios	21.440
<b>Total</b>	<b>24.886</b>

Fuente: Portal Estadístico de la Generalitat Valenciana

Profundizando en las cifras de la provincia de Alicante, obtenemos la siguiente información basada en los datos del DIRCE (Directorio Central de Empresas) del INE (Instituto Nacional de Estadística)

Del total de 130.313 empresas censadas en 2015 en la provincia de Alicante, 102.869 corresponden al sector servicios (un 79%), dentro de las cuales las PYME suman un total de 130.258 (un 99,96%), resultando aquellas que tienen de 0 a 9 asalariados un total de 125.246 (un 96,1% del total), de las que la opción “persona física” supone un total de 63.898 (49% sobre el total) y las sociedades limitadas 50.221 (39% sobre el total)

Nuevamente se ratifica la importancia del sector servicios dentro de la economía provincial, así como el peso que dentro de éste tienen las empresas de pocos trabajadores, en concreto las personas físicas y sociedades limitadas las cuales pasarán, por tanto, a conformar nuestro objetivo de trabajo.

Estos y otros datos los podemos comprobar en las siguientes tablas y gráficos.

Tabla 2: Datos empresariales de la provincia de Alicante en el año 2015.

DATOS DIRCE 2015						ALICANTE		
Variables	DIRCE 2015 Datos a 1/1/15	Variaciones sobre el año anterior		Alicante sobre C.Valenciana (%)	C.Valenciana sobre España (%)	Empresas por cada		
		Absolutas	Relativas %			100 habitantes	100 activos	100 ocupados
<b>EMPRESAS Y SU DISTRIBUCIÓN SECTORIAL</b>								
Total empresas	130.313	4.115	3,26	38,43	10,66	7,04	36,77	57,18
Industria	9.983	65	0,66	41,32	12,25	0,54	2,82	4,38
Construcción	17.461	115	0,66	42,08	10,20	0,94	4,93	7,66
Comercio	34.786	697	2,04	39,68	11,50	1,88	9,82	15,26
Resto de servicios	68.083	3.238	4,99	36,64	10,23	3,68	19,21	29,87
<b>DISTRIBUCIÓN SEGÚN TAMAÑO</b>								
Sin asalariados	71.236	3.467	5,12	38,86	10,46	3,85	20,10	31,26
De 1 a 9 asalariados	54.010	388	0,72	38,03	10,94	2,92	15,24	23,70
de 10 a 50 asalariados	4.485	217	5,08	38,48	10,59	0,24	1,27	1,97
de 50 a 249 asalariados	527	38	7,77	28,44	10,02	0,03	0,15	0,23
<b>TOTAL PYME</b>	<b>130.258</b>	<b>4.110</b>	<b>3,26</b>	<b>38,45</b>	<b>10,66</b>	<b>7,04</b>	<b>36,75</b>	<b>57,16</b>
De 250 y más asalariados	55	5	10,00	17,52	8,02	0,00	0,02	0,02
<b>CONDICIÓN JURÍDICA DEL TOTAL DE EMPRESAS*</b>								
Persona física	64.058	3.173	5,21	37,40	10,53	3,46	18,08	28,11
Sociedad anónima	1.757	-46	-2,55	31,11	6,38	0,09	0,50	0,77
Sociedad limitada	54.156	587	1,10	41,35	11,45	2,93	15,28	23,76
Comunidad de bienes	5.226	249	5,00	32,74	13,78	0,28	1,47	2,29
Sociedad cooperativa	614	10	1,66	27,95	10,66	0,03	0,17	0,27
<b>DE LA MICROEMPRESAS DE 0 ASALARIADOS*</b>								
Persona física	42.545	2.909	7,34	36,55	10,48	2,30	12,00	18,67
Sociedad anónima	611	4	0,66	39,34	5,58	0,03	0,17	0,27
Sociedad limitada	21.885	245	1,13	46,28	10,88	1,18	6,18	9,60
Comunidad de bienes	3.524	209	6,30	33,30	14,21	0,19	0,99	1,55
Sociedad cooperativa	207	4	1,97	34,33	9,23	0,01	0,06	0,09
<b>DE LA MICROEMPRESAS DE 1 A 9 ASALARIADOS*</b>								
Persona física	21.353	261	1,24	39,21	10,65	1,15	6,03	9,37
Sociedad anónima	578	-33	-5,40	27,14	6,25	0,03	0,16	0,25
Sociedad limitada	28.336	67	0,24	38,38	11,82	1,53	8,00	12,43
Comunidad de bienes	1.672	38	2,33	31,61	13,04	0,09	0,47	0,73
Sociedad cooperativa	336	5	1,51	26,92	11,13	0,02	0,09	0,15

\*No se incluyen las formas jurídicas numéricamente poco relevantes. \*\*Ver fuentes y notas metodológicas

Fuente: Directorio Central de Empresas del INE.

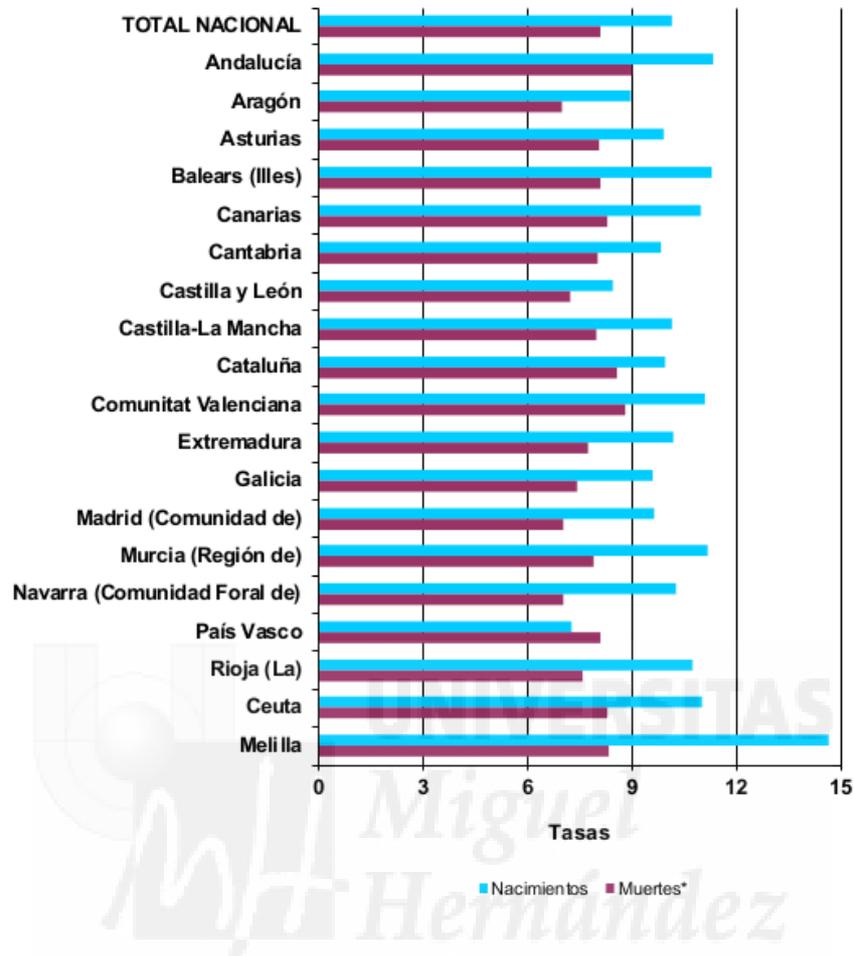
Gráfico 5: Distribución de empresas en el sector servicios de la provincia de Alicante.



Fuente: Directorio Central de Empresas del INE.

Respecto del enfoque sobre el fracaso de las empresas de reciente creación dentro del sector servicios de la provincia de Alicante debemos decir, para concluir esta introducción, que hemos elegido centrarnos en esta realidad concreta como consecuencia de las cifras expuestas y analizadas anteriormente, y puesto que existe una cantidad numerosa de literatura sobre el éxito emprendedor e incluso sobre el fracaso emprendedor, pero sin llegar a analizar específicamente cuáles son aquellos factores y variables concretos que han llevado al fracaso de dichos emprendedores, lo cual puede y debe servir de punto de partida para poder esclarecerlos, creando un perfil tipo de emprendedor fracasado que sirva para poder ayudar a las políticas de apoyo al emprendimiento, logrando una mayor efectividad de los centros destinados a ello, ayudando al sólido establecimiento de nuevos emprendedores, así como potenciando la probabilidad de permanencia viva en el sector y reduciendo la tasa de mortalidad de las mismas. Sobre este último aspecto, el gráfico que se muestra a continuación nos sirve de elemento clarificador de la importancia de esta variable.

Gráfico 6: Tasas de nacimiento y muertes de empresas en 2014 en España.



Fuente: INE.

## OBJETIVOS.

Dada la especificidad del tema a tratar, proponemos dos objetivos igualmente específicos para abordar el estudio en cuestión. Así, serán:

- 1.- Determinar el perfil del emprendedor que ha fracasado recientemente dentro del sector servicios de la provincia de Alicante.
- 2.- Proponer soluciones de tipo práctico para atajar las causas anteriormente detectadas.

## **ESTRUCTURA.**

En cuanto a la estructura que vamos a seguir en el presente trabajo, comenzaremos con el análisis del fracaso emprendedor, en concreto de las variables y factores determinantes relacionados con el mismo, la definición de fracaso emprendedor, los antecedentes históricos y los rasgos más significativos de dicho fracaso.

Continuaremos estudiando las dificultades y carencias del emprendimiento en la Comunidad Valenciana, pasando después a determinar los factores de estudio y variables a desarrollar.

Pasaremos a continuación a realizar el estudio empírico, donde se tratarán los objetivos del mismo, la descripción de la muestra, la metodología y el análisis de resultados.

Finalmente alcanzaremos las conclusiones, tanto sobre el estudio teórico como empírico, así como las recomendaciones que tanto para futuros emprendedores como para las Administraciones Públicas y otras entidades de apoyo emprendedor se desprenden.

Cerrarán el trabajo la bibliografía y los anexos, donde se podrá comprobar el cuestionario realizado al efecto.

## **2. EL FRACASO EMPRENDEDOR: VARIABLES Y FACTORES DETERMINANTES.**

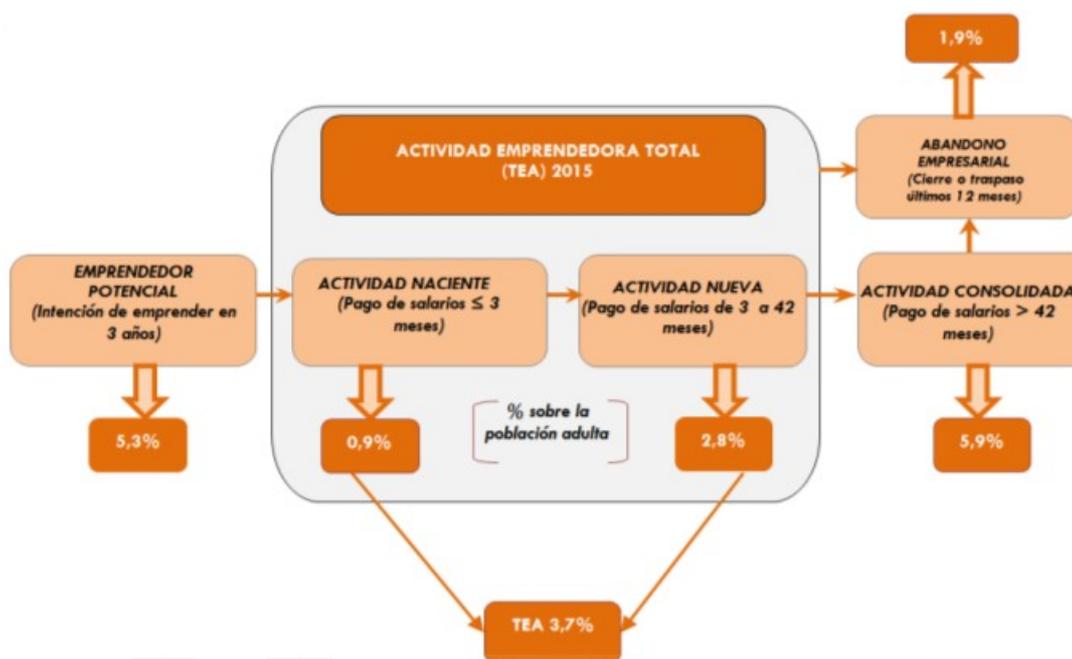
Mónica Arroyo Vázquez (2016) explica en su tesis doctoral sobre el emprendimiento cómo Jean Baptiste Say, ya desde 1821, generaliza la idea del emprendedor como “tomador de riesgos económicos”. Más en concreto, explica cómo el emprendedor está expuesto a todo tipo de riesgos que debe enfrentar y los cuales, en múltiples ocasiones, acaban con la iniciativa emprendedora.

Según Focus Pyme y Emprendimiento, proyecto público-privado formado por la Generalitat Valenciana, a través del Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE), dependiente de la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, en colaboración con el Ayuntamiento de Alicante y la Red de Centros Europeos de Empresas Innovadoras (CEEIs) de la Comunitat Valenciana (Castellón, Elche y Valencia), la actividad emprendedora (TEA) se sitúa en mínimos históricos en la Comunidad Valenciana habiendo descendido hasta el 3,7% , que contrasta con el repunte de 0,2 puntos a nivel nacional.

Además, según se cita en el informe de la ponencia llevada a cabo en el marco del citado proyecto, en noviembre de 2016 por los profesores de la UMH D. José María Gómez Gras y D. Ignacio Mira Solves, “la actividad emprendedora de menos de 42 meses se sitúa en mínimos, y la baja actividad naciente no parece que vaya a aportar emprendedores a la fase de actividad en años sucesivos” (Pascual, C., 2016, Diario Información. Noticias de Alicante)

Por otra parte, el informe GEM 2015 (Global Entrepreneurship Monitor) para la Comunidad Valenciana, muestra cómo el abandono empresarial (fracaso) se sitúa en el 1,9% de la población adulta (entre 18 y 64 años), como podemos apreciar en el siguiente cuadro.

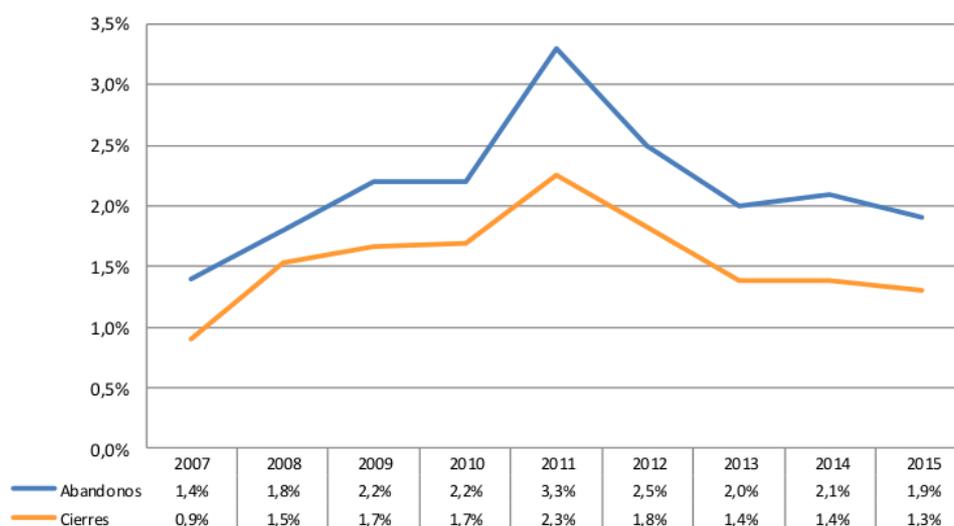
Cuadro 1: Distribución de la tasa de actividad emprendedora.



Fuente: GEM 2015 Comunidad Valenciana.

En concreto, en el siguiente gráfico podemos comprobar cómo este porcentaje de abandonos encadena cuatro años de descenso, desde su punto álgido en 2011.

Gráfico 7: Evolución de la tasa de abandonos y cierres entre 18 y 64 años

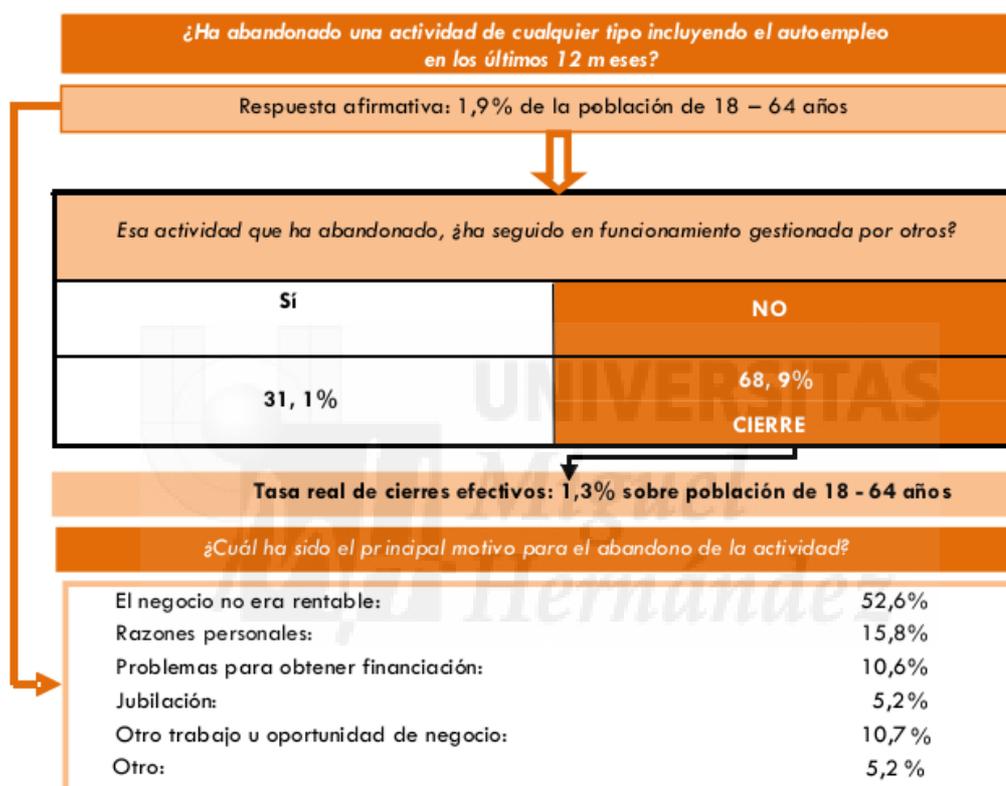


Fuente: GEM 2015 Comunidad Valenciana.

Del total que afirma que ha cesado su actividad, un 68% indica que su negocio no ha continuado en manos de otra persona, con lo que la tasa real de cierres se establece en 1,3%.

Con relación a los motivos de cese, más de un 50% lo relaciona con problemas de rentabilidad, como se puede apreciar en el siguiente cuadro.

Cuadro 2: Motivos para el abandono de la actividad emprendedora.



Fuente: GEM 2015 Comunidad Valenciana.

## **2.1 QUÉ ENTENDEMOS POR FRACASO EMPRENDEDOR.**

Es importante comenzar resaltando que la mayor parte de la literatura al respecto del fenómeno emprendedor, el cual está sufriendo un gran auge en nuestra sociedad en los últimos tiempos, pone su acento en las causas y elementos del éxito y deja de lado el análisis del fracaso que sufren muchos de esos emprendedores que se atreven a embarcarse en una aventura tan plagada de riesgos y dificultades.

Debemos también resaltar la ausencia actual de una teoría sólida y firme sobre el fracaso emprendedor que pudiera relacionar el comportamiento económico de las diversas empresas, medido a través de diversas variables internas, con los diversos factores externos y sus correspondientes efectos, y de estos con el fracaso efectivo o la posibilidad de fracaso de los emprendedores (Tascón y Castaño, 2012) ,si bien son destacables los trabajos independientes realizados al efector por Balcaen y Ooghe (2006), Bellovary (2017) y Kumar (2007)

En el estudio “Causas de fracaso de los emprendedores” (Valls, *et al.*, 2012) se lleva a cabo un análisis agrupando la definición de fracaso emprendedor por autores que lo han tratado, reflejando la situación mostrada en la siguiente tabla:

Tabla 3: Definiciones de fracaso en el emprendimiento por autores.

Definiciones para fracaso en el emprendimiento	Autores
Quiebra	6
Discontinuación del negocio	5
Discontinuación de la propiedad	4
Liquidación del negocio para prevenir nuevas pérdidas	4
Una desviación de las expectativas del emprendedor	4
Valoración de la empresa por debajo del coste que significa mantenerse en el negocio	4
Fallar en la convicción de "ir a por el negocio"	3
Rendimiento deficiente del negocio	2
Fallo del negocio en poder atraer fondos o tomar deuda	1
Emprendedor fracasa en proporcionar el retorno de capital adecuado para los inversores	1
<b>Total general</b>	<b>34</b>

Fuente: Causas del fracaso de los emprendedores. Jaume Valls, *et ál*, 2012.

## DEFINICIONES.

Graveline y Kokalari (2008) señalan como principales conceptos de la definición de fracaso emprendedor el impago de la deuda, reunir las condiciones sobre quiebra, suspensión de pagos o concurso de acreedores, o poseer una situación patrimonial anticipadora de un futuro fracaso.

Encontramos una serie de autores que centran su definición de fracaso emprendedor en el primero de los conceptos citados por los anteriores autores, es decir, el impago de deuda o la incapacidad de hacer frente al vencimiento de obligaciones financieras. Así, podemos nombrar en esta línea definitoria a Beaver (1966), Marais *et al.* (1984), Gabás (1990), García, Arqués y Calvo-Flores (1995), Somoza (2001) y a Westgaard y Wijst (2001)

A su vez, autores como Deakin (1972), Taffler (1982), Zmijewski (1984), Keasey y Watson (1991), Lizárraga (1997), Ferrando y Blanco (1998), López *et al.* (1998), Román *et al.* (2001), De la Torre *et al.* (2005) y Gómez *et al.* (2008) se alinean con el segundo concepto de Graveline y Kokalari de quiebra, suspensión de pagos o concurso de acreedores como definitorio del fracaso emprendedor.

Respecto del tercer concepto, basado en la situación patrimonial (falta de liquidez, pérdidas continuadas, carga financiera superior a los ingresos, valor reducido de los activos, escasez de tesorería o patrimonio neto contable negativo) nos encontramos con autores como Altman (1981), Gilbert *et al.* (1990), Gazengel y Thomas (1992), Hill (1996), Correa *et al.* (2003), Davydenko (2007) y Rubio (2008)

Así, podemos concluir que se entiende como definición de fracaso emprendedor a aquel que:

- 1) Deja de pagar sus deudas de forma temporal o definitiva.
- 2) Cumple con los requisitos legales para encontrarse en situación de quiebra, suspensión de pagos o concurso de acreedores.
- 3) Posee una situación patrimonial delicada en cuanto a los activos o a la tesorería, que puedan llevar al fracaso.

Para nuestro análisis, entendemos como fracaso emprendedor aquellas personas físicas o jurídicas que se encuentren:

- 1) Extinguidas (concurrida por resolución judicial. Blanco, 2012)

2) Cierre de hoja registral (Interrupción de forma definitiva en la función de inscribir los actos de una sociedad porque esta deja de existir como tal, como consecuencia de una transformación en el tipo social o porque pasa al estado de extinción).

3) En concurso de acreedores (situación de insolvencia según la Ley 22/2003)

Finalmente, creemos importante resaltar el comentario que hace Marta Muñoz Ferrer (2015) en el monográfico “Emprendimiento: innovación y cambio social”, donde hace referencia al modelo del Lean Startup creado por Eric Ries, como método revolucionario de entender el emprendimiento a través de un proceso de aprendizaje donde éxito y fracaso adquieren un nuevo significado como elementos indispensables para adaptar el modelo de negocio a las circunstancias y necesidades reales y actuales del mercado, basándose en primero probar y testear y después modificar aquello que sea necesario para lograr el éxito, no perdiendo nunca de vista ni al cliente ni al mercado. Este cambio de paradigma pone al fracaso como eje central natural y necesario del proceso, el cual se desestigmatiza y se utiliza como motor de impulso y aprendizaje para lograr alcanzar el éxito.

## **2.2 IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES Y FACTORES RELACIONADOS CON EL FRACASO EMPRENDEDOR.**

### **2.2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.**

La literatura referente al estudio de las causas del fracaso emprendedor se suele basar bien en modelos univariantes, donde se relaciona el fracaso a una única variable económica independiente, utilizando principalmente la comparativa de ratios financieros para poder establecer diferencias sistemáticas que ayuden a predecir la posibilidad de quiebra, como apuntan autores desde Beaver (1966), Blum (1974) o Libby (1975) hasta Swicegood y Clark (2001), De Andrés Sánchez (2005), Lee *et al.* (2005) o Correia *et al.* (2009), o en modelos multivariantes, donde un conjunto de variables se postulan como las causantes del mencionado fracaso emprendedor, dividiendo el estudio entre empresas fracasadas y no fracasada, tal y como menciona Altman (1968) en sus estudios sobre Análisis Discriminante Múltiple (AMD). En este último caso, el uso de modelos de probabilidad condicional logit (Martín 1977, Ohlson 1980 y Platt 1991), algoritmo de particiones iterativas o recursivas (Marais *et al.* 1984 y Frydman *et al.* 1985), técnicas de inteligencia artificial como las redes neuronales artificiales (Serrano y Martín 1993, Tam y Kiang 2000, Wilson y Sharda 2000 y Rahminian *et al.* 2000), teoría de los conjuntos aproximados (McKee, 2000), Adaboost (Bauer y Kohavi 1999, Kumar y Ravi 2007 y Alfaro *et al.* 2008), regresión múltiple o logística (Kalleberg y Leicht, 1991), probit, ANOVA (Watson, 2002), etc es habitual, tal y como explican en su estudio Pozuelo, Labatut y Veres (2009)

En el momento de revisar la literatura financiera, nos encontramos con que el foco se ha fijado tradicionalmente en las grandes empresas que cotizan en bolsa, y sus respectivos sectores, si bien durante las dos últimas décadas, se han realizado interesantes aportaciones sobre pymes en distintos ámbitos geográficos, temporales y sectoriales (Mínguez 2006 y Gómez, *et al.*, 2008, entre otros)

No obstante, al analizar las muestras de estudios, podemos observar que prácticamente no existen sobre las pequeñas empresas o sobre las microempresas, teniendo en cuenta que es en este sector donde se dan las mayores tasas de fracaso, por el hecho de ser las más numerosas en nuestro sector productivo y por ser igualmente las más vulnerables al entorno que les rodea.

Una de las razones por las que no se encuentran estudios rigurosos sobre este tipo de emprendedores y su fracaso, es por la creencia de que no se consiga tener unas garantías suficientes de análisis, con unas adecuadas condiciones, para este tipo de investigaciones. A lo largo de este trabajo, trataremos de demostrar que dichas razones son infundadas.



### **2.2.2 RASGOS SIGNIFICATIVOS DEL FRACASO EMPRENDEDOR.**

Según apuntan Ana M. Romero Martínez y Mónica Milone (2016), en su estudio “El emprendimiento en España: intención emprendedora, motivaciones y obstáculos”, publicado en la revista Globalización, Competitividad y Gobernabilidad (GCG Georgetown University-Universia), basado en la base de datos de Amway Global Entrepreneurship 2015, a su vez elaborada por el Instituto GFK y la Universidad Técnica de Munich, sobre el emprendimiento en 44 países, dentro de los cuales está España, el “miedo al fracaso” se impone como uno de los principales obstáculos para tener éxito en el emprendimiento, manteniéndose un nivel elevado de dicha variable desde 2013, siendo de 9 puntos por encima de la media europea y 8 por encima de la media global.

El estudio señala que, en España, el miedo al fracaso se fundamenta en las “cargas financieras que se deben asumir si el negocio fracasa”, con un 52%, y la “amenaza de crisis en la economía” con un 49%. Estos datos eran para 2013, habiéndose incrementado en la actualidad el primer factor en un 10% mientras que el segundo se va aminorando según la crisis económica va disminuyendo de intensidad y los indicadores de confianza empresarial comienzan a remontar poco a poco.

Parece ser, según dice el estudio, que la educación puede influir positivamente en la reducción del miedo al fracaso.

Por último destacar de este estudio que sólo el 33% de los encuestados en España considera que nuestro país es favorable al emprendimiento, muy por debajo del 46% de la media europea y del 50% a nivel global.

Para poder identificar aquellos rasgos que de manera significativa se identifican con el fracaso emprendedor, es necesario mirar un poco atrás para entender cuales han sido

los motivos que, previamente al fracaso, han llevado a los emprendedores a decidir embarcarse en esta actividad. Según se indica en el “Análisis de las causas del éxito y el fracaso en el emprendimiento” realizado por la Unión de Asociaciones de Trabajadores Autónomos y Emprendedores (UATAE), es importante diferenciar entre las dos variables principales motor de la decisión de emprender, y que son la “necesidad” y la “oportunidad”.

Así, según se desprende de dicho estudio, no existe una correlación entre el fracaso emprendedor y el hecho de haber emprendido por necesidad o por una oportunidad detectada. Más bien se puede afirmar que sí que existe una relación directa entre la “motivación” y el éxito, no siendo tan importante el motivo por el cual se decidió emprender. Por lo tanto, en general los emprendedores no fracasan debido al motivo que les impulsó a comenzar dicha actividad, sino por el hecho de haber descuidado una serie de aspectos cruciales sobre la actividad que iban a desarrollar. Estos aspectos o variables cruciales son los que intentaremos dilucidar a través del desarrollo y análisis del presente estudio.

Otro rasgo importante que se desprende del citado análisis, es el momento en el cual se produce el fracaso emprendedor, existiendo una mayor probabilidad de ocurrencia en edades tempranas, denominadas de “consolidación”, y que el informe GEM 2016 sitúa en los 42 meses de actividad. Es decir, que debemos centrarnos en aquellos emprendedores que han fracasado durante los primeros tres años y medio de vida de su negocio, pues es ahí donde la representatividad será mayor.

### 2.2.3 FACTORES DETERMINANTES DEL FRACASO EMPRENDEDOR.

Finalmente destacar que existen ciertas características personales del emprendedor que pueden incidir de forma directa en el fracaso de su proyecto, tales como la “edad”, la cual va indisolublemente unida a la probabilidad de supervivencia, siendo alta para emprendedores de edad mediana y baja para emprendedores mayores y jóvenes (Cooper, *et al.*, 1988), así como la “formación” y “experiencia”, siendo las habilidades, competencias y conocimientos elementos esenciales para la supervivencia o no de la actividad emprendedora (Becker, 1975) de forma directamente proporcional.

La “falta de objetividad” del emprendedor, siendo incapaz de asimilar la realidad tal cual es, se constituye en la principal causa de fracaso, según se indica en el “Libro negro del emprendedor “(Trias de Bes, F., 2007)

Las “estrategias” empresariales, según apuntaba en 1998 Romanell, son fundamentales, pues una ausencia de las mismas, así como una clara definición de éstas, aumentan el riesgo de fracaso empresarial, de la misma manera que una base de clientes excesivamente limitada afecta a la supervivencia (Cooper, *et al.*, 1988)

Berriman apuntaba en 1981 que antes de los años 90 existían una serie de estudios que mostraban la “ineficiencia” que acusaban los propietarios en la dirección de sus empresas y en su gestión, como causa más que probable de fracaso emprendedor.

A partir de esa fecha, se focaliza el punto de atención en la “edad de la empresa”, resultando que a mayor edad de la empresa menor riesgo de fracaso y viceversa, tal y como apuntan Wilkinson y Mellahi en 2004 y, previamente, Gaskill *et al.* en 1993.

Finalmente es de destacar la “estructura financiera” y los recursos con los que pueda contar la empresa, como factor de éxito o fracaso (períodos en los que se realizan los

pagos, coste que supone la financiación o una capitalización reducida) tal y como muestran los datos recogidos por Zacharakis *et al.* en 1999. Esta variable se revela como una de las más importantes e influyentes ante un posible fracaso, con lo que le dedicaremos una mayor atención.

María Teresa Tascón Fernández y Francisco Javier Castaño Gutiérrez (2009) concluyen en su estudio “Predicción del fracaso empresarial: una revisión” que, si bien no existe una teoría sobre el fracaso emprendedor aceptada académicamente, y que por tanto las variables elegidas para formar parte de los modelos presentan una elevada dispersión, y aunque las hipótesis de partida son diferentes para fracaso ocasional, temporal, definitivo o relativo, sí se puede afirmar que existe una convergencia entre las variables explicativas, de tal manera que los ratios de endeudamiento y rentabilidad mantienen una mayor significatividad que el resto.

La UATAE (Unión de Asociaciones de Trabajadores Autónomos y Emprendedores), matiza en su estudio “Análisis de las causas del éxito y el fracaso en el emprendimiento” que el efecto mayor de la falta de financiación se localiza en la restricción del crédito al consumo y a las familias, así como por la caída de la demanda, consecuencia de bajos salarios y del incremento del desempleo, produciendo esto un efecto en cadena de la caída en picado de actividades comerciales como consecuencia indiscutible de la drástica caída de las ventas.

En este sentido, podemos analizar el tipo de financiación utilizada por los emprendedores fracasados, y su comparativa con las empresas consolidadas y no consolidadas, tal y como nos muestra el gráfico del estudio “Causas de fracaso de los emprendedores”, de Jaume Valls.

Gráfico 8: Financiación utilizada en los diferentes estados del proceso emprendedor.



Fuente: Causas de fracaso de los emprendedores. Jaume Valls.

Respecto de esta variable tan importante, José Pozuelo Campillo, Gregorio Labatut Serer y Ernesto Veres Ferrer (2009), de la Universidad de Valencia, en su estudio empírico “Análisis descriptivo de los procesos de fracaso empresarial en microempresas mediante técnicas multivariantes”, consiguen proponer cinco modelos, basados en la técnica logit, con los que se puede llegar a predecir la solvencia futura de una empresa a partir de los datos contenidos en los estados financieros, con el objetivo de facilitar la toma de decisiones al respecto y minimizar al máximo la influencia de esta variable ante un supuesto fracaso emprendedor. Se pueden llegar a identificar así, con un alto grado de acierto, potenciales situaciones de fracaso emprendedor, partiendo de la información económico-financiera de la empresa, aplicando técnicas estadísticas paramétricas.

Profundizando un poco más sobre el tema, Montserrat Manzaneque Lizano, Regino Banegas Ochovo y Domingo García Pérez de Lema (2009), en su estudio “Diferentes procesos de fracaso empresarial. Un análisis dinámico a través de la aplicación de técnicas estadísticas clúster”, de la Universidad de Castilla-La Mancha y Politécnica de Cartagena respectivamente, consiguen verificar la hipótesis “las empresas fracasadas presentan diferentes niveles de fracaso empresarial respecto a sus características económico-financieras”. Concluyen en dicho estudio que las agrupaciones de empresas que se han obtenido, tanto a través de subrogados de fracaso como la suspensión de pagos y quiebra, el patrimonio neto negativo y los resultados negativos, como a través de la aplicación de técnicas estadísticas clúster, como fracaso económico-financiero, fracaso financiero I y II, y fracaso económico, no contienen las mismas características respecto de las covariables, obteniendo así una clasificación ordinal de la salud financiera de una empresa y pudiendo aportar un criterio nuevo de clasificación, a través de la citada técnica clúster, consiguiendo una mayor homogeneidad interna de los grupos con relación a las diferentes variables seleccionadas.

Lucio Fuentelsaz y Consuelo González (2015), en su estudio “El fracaso emprendedor a través de las instituciones y la calidad del emprendimiento”, apuntan como resultado de su estudio que el “tipo de contexto institucional”, entendido como protección de derechos de propiedad, gobiernos estables, sistema judicial adecuado, corrupción, barreras de entrada y competencia y otros factores, afecta de forma directa al fracaso empresarial, basado en la cantidad y calidad de la seguridad en el entorno que rodea al emprendimiento. De la misma manera, un emprendimiento de calidad, entendido como aquel que ha identificado una buena oportunidad en el mercado y no se trata de un simple fruto del azar o de una decisión no fundamentada en un correcto estudio y análisis (período de maduración, plan de negocio, análisis del mercado y búsqueda de asesoramiento), incide de forma directamente proporcional en el fracaso empresarial.

Tal y como podemos comprobar en el siguiente cuadro, la situación más favorable se dará en aquellos países en los cuales ambas variables vayan en la misma dirección positiva.

Cuadro 3: Desarrollo institucional, calidad del emprendimiento y fracaso.

	ALTA CALIDAD DEL EMPRENDIMIENTO		BAJA CALIDAD DEL EMPRENDIMIENTO	
ALTO DESARROLLO DE LAS INSTITUCIONES FORMALES	Alemania	Irlanda	Chile	
	Australia	Islandia	Corea Sur	
	Austria	Italia	Costa Rica	
	Barbados	Letonia	Eslovaquia	
	Bélgica	Noruega	Hong Kong	
	Dinamarca	Portugal	Hungría	
	Eslovenia	Puerto Rico	Israel	
	España	Reino Unido	Japón	
	Estados Unidos	Singapur	Polonia	
	Estonia	Suecia	República Checa	
	Finlandia	Suiza	Uruguay	
	Francia	Lituania		
	Holanda			
	Tasa media de fracaso 2,71%		Tasa media de fracaso 3,90%	
	BAJO DESARROLLO DE LAS INSTITUCIONES FORMALES	Kazajistán	Argelia	Macedonia
Malasia		Argentina	Montenegro	
Marruecos		Bolivia	Namibia	
Méjico		Bosnia	Palestina	
Panamá		Brasil	Perú	
Tailandia		China	Rep. Dominicana	
		Colombia	Rumanía	
		Croacia	Rusia	
		Ecuador	Serbia	
		Egipto	Sudáfrica	
		El Salvador	Túnez	
		Grecia	Turquía	
		Guatemala	Venezuela	
		Jamaica		
Tasa media de fracaso 3,11%		Tasa media de fracaso: 5,80%		

Fuente: El fracaso emprendedor a través de las instituciones y la calidad del emprendimiento. Lucio Fuentelsaz y Consuelo González (2015)

En la misma línea argumental, otro estudio de los mismos autores denominado “El fracaso emprendedor: un análisis desde las instituciones formales”, incorpora al debate del fracaso emprendedor tanto el “tipo de emprendimiento” llevado a cabo como el contexto institucional en el que se desenvuelve la empresa, argumentando que la relación entre tipo de emprendimiento y abandono no es lineal, viéndose implementada

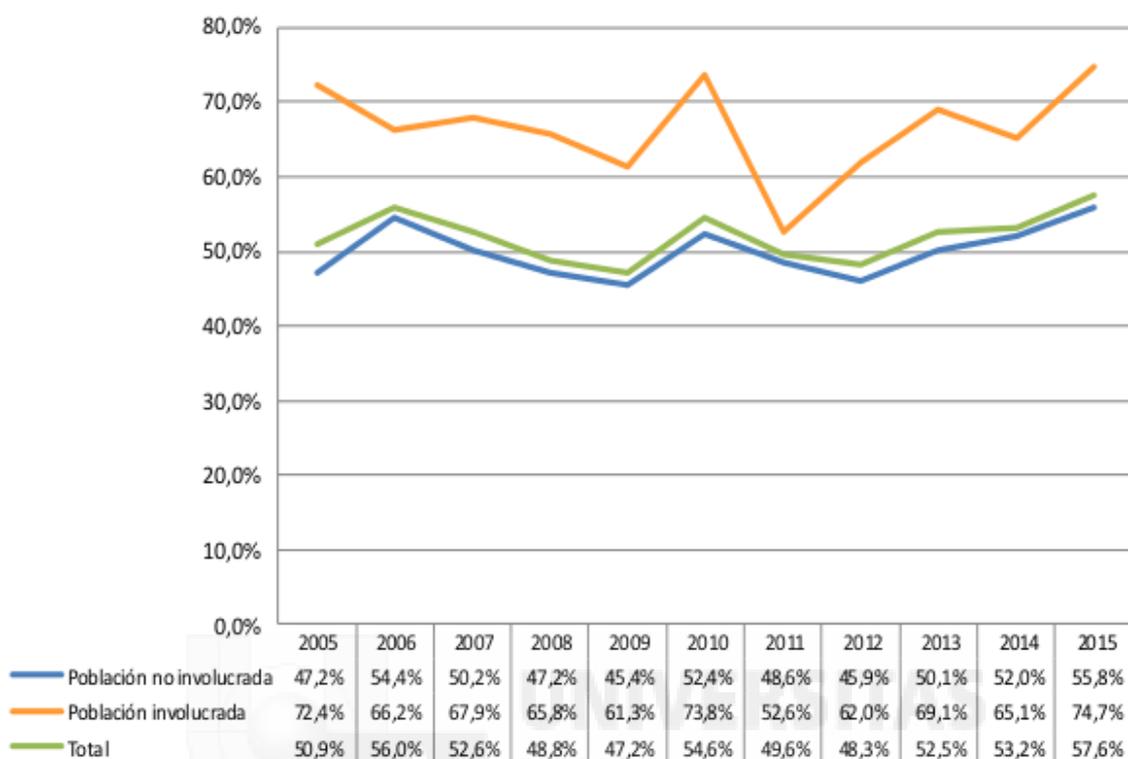
por el contexto institucional de actividad del emprendedor. Así, emprendimientos más innovadores y de mayor calidad, con una necesidad mayor de financiación y mayores objetivos de crecimiento, son mucho más receptivos a los incentivos que se puedan derivar de un contexto institucional sólido, fortaleciendo su relación negativa con el fracaso emprendedor.

En otro orden de cosas, Diamanto Politis y Jonas Gabrielsson (2009) ponen el acento, dentro de su estudio “Entrepreneurs' attitude towards failure. An experiential learning approach”, de la Lund University, Suecia, en la importancia tan determinante que tiene la “actitud del emprendedor hacia el fracaso” y su capacidad de resiliencia, a la hora de enfrentarse y luchar contra la consolidación de dicho fracaso y, por tanto, contar con ciertas posibilidades de supervivencia.

En la misma línea, Nuray Atsan (2016) describe en su estudio exploratorio “Failure experiences of entrepreneurs: causes and learning outcomes”, cómo la “autoconfianza” es una variable fundamental a la hora de intentar evitar el fracaso emprendedor.

El “miedo al fracaso”, como obstáculo emprendedor se analiza en el informe GEM 2015 para la Comunidad Valenciana, el cual describe cómo el 57,6% de la población entrevistada no considera que la posibilidad de que se pueda fracasar suponga un freno al hecho de emprender. La tendencia es positiva y continúa creciendo año a año, como podemos ver en el siguiente gráfico donde se muestra la evolución de la tasa de población que no ve el fracaso como obstáculo emprendedor, entre los 18 y 64 años.

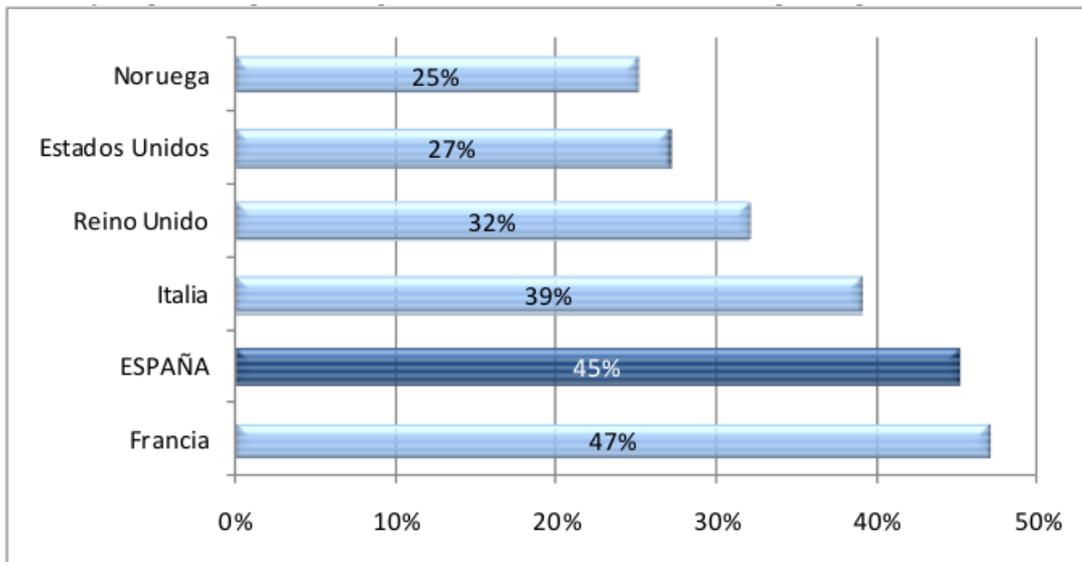
Gráfico 9: Evolución de la tasa de población, entre 18 y 64 años, que no ve el fracaso como obstáculo emprendedor.



Fuente: GEM 2015 Comunidad Valenciana.

Por contra, en el “Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España” se muestra cómo España se sitúa tan sólo por detrás de Francia en porcentaje de personas que identifican el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender, cosa que podemos comprobar en el gráfico que se muestra a continuación.

Gráfico 10: Miedo al fracaso como obstáculo emprendedor en la UE.



Fuente: Libro Blanco de la iniciativa emprendedora en España.

Así, se da una contradicción entre los datos a nivel nacional y los de la Comunidad Valenciana en cuanto a la apreciación del miedo al fracaso.

### **2.3 DIFICULTADES Y CARENCIAS EN EL EMPRENDIMIENTO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA.**

Para finalizar, y centrándonos en la Comunidad Valenciana, según el Mapa del Emprendimiento CV 2016 elaborado por la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, en colaboración con el Consell Valencià Emprendedor y el IEER (European Entrepreneurial Region de la UE), destacar que sobre el “solapamiento y falta de cooperación” de entidades que prestan su apoyo a los emprendedores, en formación y fomento de la cultura emprendedora, se desprende que el emprendedor se encuentra sólo a la hora de diferenciar y elegir entre las múltiples posibilidades ofertadas, así como lidiar con la excesiva carga burocrática.

En cuanto a la “falta de continuidad en las políticas de apoyo a emprendimiento e innovación”, el estudio destaca que existen numerosas trabas y escasa ayuda para fomentar el emprendimiento. Además, el acceso del emprendedor a las administraciones es muy dificultoso en algunos ámbitos, y existe una gran falta de agilidad para solucionar problemas que están en manos de la Administración Pública.

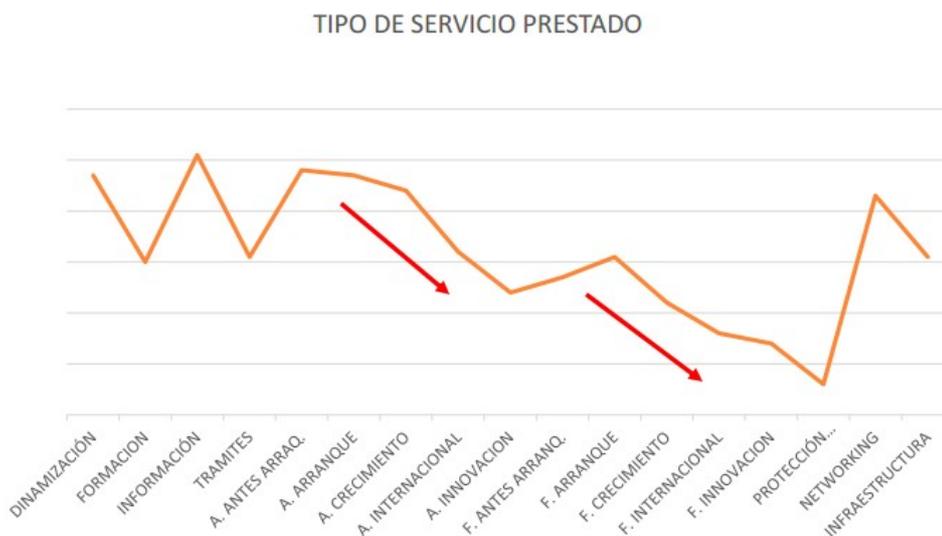
Respecto de la “falta de foco y especialización” de las PYMES en la Comunidad Valenciana, sostenibilidad, ética y medioambiente son tres variables que no están claramente establecidas en el emprendimiento, lo cual empobrece la rentabilidad económica y social (métrica de la rentabilidad social. Huella social). Los actores no se posicionan a la hora de apoyar un emprendimiento tradicional o escalable o a la hora de tratar de modernizar sectores tradicionales uniendo tipos de emprendimiento.

En cuanto a la “desigualdad de oportunidades para emprender en el territorio”, cabe destacar que en zonas de interior y en determinados colectivos no se han destinado recursos suficientes para potenciar o facilitar la actividad emprendedora (ámbito cultural, social, micropimes tradicionales o seniors)

Si nos fijamos en el “atractivo de la Comunidad Valenciana”, podemos decir que ésta atrae pero no retiene a emprendedores. Si bien se atrae a emprendedores en fase de diseño del proyecto y arranque, los emprendedores con proyectos de éxito tienden a salir a metrópolis más grandes como Madrid y Barcelona o de otros países, con la finalidad de impulsar su trabajo y dotarle de mayor proyección. De hecho, en la Comunidad Valenciana existen bastantes espacios de incubadoras y otros instrumentos de apoyo como el coworking, muy útiles en la fase inicial, pero no existen espacios específicos para “crecer”. Tampoco existen fondos ni financiación para el crecimiento y no existe oferta de perfiles profesionales de nivel alto para ScaleUps.

Respecto de los “servicios de alto valor añadido”, se centran fundamentalmente en orientación, información de inicio, asesoramiento en el plan de empresa, temas económicos y financieros, modelo de negocio, etc pero no existe un apoyo específico para llevar estos proyectos al mercado, siendo este momento uno de los más críticos y que más pueden incidir en el fracaso de la idea emprendedora. Podemos visualizar el apoyo de cada tipo de servicio prestado en la siguiente gráfica:

Gráfico 11: Evolución de los servicios de valor añadido para el emprendimiento.



Fuente: Mapa del ecosistema emprendedor en la Comunidad Valenciana, 2016.

En lo que respecta la “ecosistema emprendedor”, el estudio arroja una clara necesidad de renovación, ya que históricamente el foco se ha centrado en el proceso de apoyo o en el tipo de ayuda proporcionada, pero no en el usuario. Además, en la mayoría de los casos los técnicos ocupados del asesoramiento en emprendimiento y de la motivación del espíritu emprendedor, no han vivido el emprendimiento a lo largo de sus vidas (además de la falta de reciclaje y especialización), lo cual dificulta mucho la empatía necesaria para poder guiar y apoyar correctamente al emprendedor en sus necesidades y/o carencias. Las Escuelas de Negocio y las Universidades se adaptan más rápidamente a estos nuevos estilos, pero al resto de entidades públicas les cuesta mucho esta adaptación.

Finalmente, el estudio habla de la “cultura emprendedora en la Comunidad Valenciana”, la cual se ha venido realizando de forma muy liviana, por no decir casi nula, en las aulas, a excepción de la Formación Profesional la cual cuenta con un módulo profesional denominado Empresa e Iniciativa Emprendedora, de obligada realización en todos los ciclos formativos. De forma externa al sistema educativo sí se han realizado acciones diversas pero con disparidad de resultados.

Es de destacar que, en estos momentos, la LOMCE ha instaurado la asignatura optativa de Iniciación a la Actividad Emprendedora y Empresarial en los cursos que van de 1º a 4º de la ESO, así como la asignatura optativa de Fundamentos de Administración y Gestión (dedicada enteramente al emprendimiento) en 2º de Bachillerato. Estas implantaciones necesitan de un período de tiempo para poder valorar su impacto en el alumnado y futuros emprendedores.

### **3. DETERMINACIÓN DE LOS FACTORES DE ESTUDIO Y VARIABLES A DESARROLLAR.**

Una vez revisada la literatura al respecto del fracaso emprendedor, a continuación se muestran los distintos factores de estudio agrupados en factores internos y externos del negocio emprendedor, así como por diferentes temáticas dentro de éstos con la finalidad de poder establecer la base sobre la que poder desarrollar posteriormente el cuestionario a utilizar para poder obtener la información primaria necesaria para conseguir alcanzar nuestros objetivos principales, debido a que no existe una información secundaria al respecto que pueda ser utilizada para su análisis.

La pregunta genérica sobre la que basar la determinación de los factores a estudiar es la siguiente:

¿De qué depende el éxito o el fracaso de los emprendedores en actividades del sector servicios de la provincia de Alicante?

A continuación mostramos los factores de estudio agrupados.

#### **1) FACTORES INTERNOS:**

##### **1.1 Factores sobre planificación, organización y gestión.**

- No se ha realizado un estudio riguroso de la viabilidad del proyecto (plan de empresa).
- Se ha comenzado a actuar antes de contar con un proyecto empresarial.
- No se ha desarrollado un Plan Estratégico.
- No se ha desarrollado un Plan Comercial.
- No se ha desarrollado un plan de Marketing.
- No se ha realizado un cronograma de actividades: qué hacer y en qué plazos.
- No se prevé el medio plazo, lo cual lleva a morir de éxito.

- Se desprecia los pequeños pedidos y a los clientes modestos.
- Se desprecia a los proveedores.
- No se sabe organizar bien el trabajo y al personal.
- Se obsesiona de forma negativa con el trabajo. No se descansa lo suficiente.
- No se formalizan los contratos.
- No se dispersa el riesgo: el mismo cliente, el mismo banco, el mismo proveedor...
- Se centra exclusivamente en los planteamientos de la Fuerza de Ventas.
- Se desprecian las herramientas de marketing, la publicidad y la comunicacion.
- Existen disensiones en la cúpula directiva.
- No existe una política de Calidad.
- La estructura organizativa es deficiente y no adecuada a la realidad.

### **1.2 Factores sobre formación emprendedora.**

- Se cree que la calidad del producto o servicio es suficiente para alcanzar el éxito.
- Se cree que tener una buena idea lo es todo.
- No se posee formación especializada en dirección empresarial.
- No se cuenta con una orientación al cliente.
- No se posee una concepción global de la empresa.
- No se posee experiencia profesional.
- Se anticipa en exceso al mercado, adelantándose demasiado a la demanda.
- Se cree que cualquier marca sirve.
- Se desconoce la normativa legal aplicable.
- Se dispone de poca resistencia a las dificultades y hundimiento ante los reveses (resiliencia)
- Se desconoce el mercado y la competencia.
- Se cree que el proyecto es tan bueno que no se necesitan alianzas o apoyos.

### **1.3 Factores sobre la estructura financiera y contable.**

- No se cuenta con una planificación financiera.
- No se cuenta con un respaldo financiero.
- Se desconocen las ayudas y líneas de financiación disponibles.
- Se incurre en gastos recurrentes sin garantía de los ingresos.
- Se retrasa en los pagos y descuida los cobros.
- No se realiza una eficiente gestión contable y administrativa.

### **1.4 Factores sobre la cultura emprendedora.**

- No se dispone de determinación y coraje.
- No se desea contar con socios, para así controlar más la gestión y el beneficio.
- No se sabe diferenciar entre vida privada vs vida empresarial: tratar a los clientes como amigos y a los amigos como clientes.
- Existen dificultades para conciliar vida personal y laboral.

### **1.5 Factores sobre los recursos humanos.**

- No existe profesionalidad en el equipo humano: basado en el voluntarismo.
- Los trabajadores están poco motivados o poco involucrados en el proyecto.
- Se desatiende el factor humano, creyendo que con prestar el servicio de forma eficiente basta.
- Existe una falta de formación del personal.

## **2) FACTORES EXTERNOS.**

### **MACROENTORNO.**

#### **2.1 Factores sobre la cultura emprendedora.**

- No se valora al emprendedor por su esfuerzo y valentía.
- Se ve al emprendedor sólo como un aprovechado y un interesado con afán de dinero.

## **2.2 Factores sobre políticas de apoyo a emprendedores.**

- Las Administraciones Públicas ofrecen escaso apoyo de utilidad a emprendedores.
- Existe una excesiva carga burocrática y tributaria.
- No existe una oferta formativa y de asesoramiento.

## **2.3 Factores sobre otro tipo de ayuda a emprendedores.**

- No se dispone de contactos que faciliten la introducción en el mercado.
- No se cuenta con el apoyo de familiares y amigos.

## **2.4 Factores legislativos.**

- Existe una normativa laboral, fiscal, contable, administrativa o medioambiental restrictiva.

## **2.5 Factores económicos.**

- Existe una debilidad de la demanda como consecuencia de la crisis económica.
- Es difícil acceder a la obtención de mano de obra cualificada
- Existen tipos de interés altos para utilizar financiación ajena.
- Existe una tasa de inflación alta/baja que afecta al nivel de precios en el mercado.
- La renta disponible de las familias es baja para incrementar la demanda interna.

## **2.6 Factores socioculturales.**

- Los estilos de vida o hábitos de consumo afectan a la demanda del sector servicios.
- Los cambios sociales afectan a la demanda del sector servicios.
- La situación demográfica afecta a la demanda del sector servicios.

## **2.7 Factores tecnológicos.**

- El nivel de desarrollo tecnológico es alto y el acceso a las nuevas tecnologías es caro.

- Se necesita una alta inversión en I+D+i

## **MICROENTORNO.**

### **2.8 Factores sobre la competencia.**

- Existe una excesiva competencia.
- La competencia se encuentra muy bien establecida.
- Existen barreras de entrada/salida del sector servicios.
- Existe dificultad para diferenciarse de la competencia.
- Hay facilidad de acceso de nuevos competidores.

### **2.9 Factores sobre productos sustitutivos.**

- Existe amenaza de productos sustitutivos.

### **2.10 Factores sobre clientes y proveedores.**

- Existe un alto poder de negociación por parte de clientes y proveedores.
- Existe dificultad para acceder a los proveedores.
- Existen precios elevados de determinados aprovisionamientos.

### **2.11 Factores sobre los distribuidores.**

- Existen dificultades para distribuir el producto.
- Existe un alto poder de negociación de distribuidores.

### **2.12 Factores sobre los intermediarios financieros.**

- Existen dificultades para acceder al crédito.
- Existen condiciones restrictivas impuestas para acceder al crédito.

#### **4. ESTUDIO EMPÍRICO.**

El estudio se centra en la utilización de un cuestionario de elaboración propia, basado en los factores recogidos como fundamentales a la hora de determinar el fracaso emprendedor y que hemos ido obteniendo del análisis de la diferente información expuesta a lo largo del estado de la cuestión, proveniente de numerosas fuentes de reconocido prestigio sobre el tema a tratar. Se han utilizado preguntas cerradas que nos permite un planteamiento homogéneo de la información obtenida y nos facilita el tratamiento estadístico y la cuantificación de los datos recogidos.

##### **4.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO.**

El objetivo principal que se persigue con este estudio, es llegar a establecer un perfil del emprendedor que ha fracasado con su proyecto de emprendimiento en el sector servicios de la provincia de Alicante.

Junto al anterior, aparece otro objetivo igualmente importante, como es el poder llegar a establecer una serie de sugerencias de carácter práctico tanto a los propios emprendedores que comienzan con su proyecto para que pueda aumentar la probabilidad de éxito en su implantación, como a los distintos agentes que se encargan de la formación y apoyo de los emprendedores, tales como Asociaciones empresariales, Cámaras de Comercio, Agentes de desarrollo local, etc, con la finalidad de que puedan orientar de forma más eficiente el esfuerzo de apoyo a los emprendedores.

Finalmente, y no por ello menos importante, estaría el objetivo de informar a las Administraciones Públicas sobre las carencias detectadas en las políticas de apoyo al emprendimiento para que estas se puedan enfocar de una manera más rentable y con unos resultados más positivos.

## 4.2 DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA.

Para poder describir correctamente la muestra objeto de nuestro estudio, nos vamos a centrar en tres aspectos principales:

- **Antigüedad.** Se relaciona con el tiempo que hace que el emprendedor decidió poner en marcha el negocio que posteriormente fracasaría. Entendemos que este dato es especialmente sensible, pues el último estudio sobre fracaso emprendedor de la EOI (Escuela de Organización Industrial. Escuela de Negocios) refleja que más del 70% de los emprendedores que han fracasado lo vuelven a intentar de nuevo, siendo el tiempo transcurrido una variable decisiva, pues a menor tiempo transcurrido desde el fracaso emprendedor, mayor es la probabilidad de reintento de un nuevo proyecto emprendedor.

- **Forma societaria.** Esta variable nos ayudará a comprender alrededor de qué tipología societaria se agrupa la mayoría de emprendedores, lo que nos indicará el carácter jurídico principal del emprendimiento.

- **Subsector de actividad.** Dentro del sector servicios es importante conocer cuales de los diferentes subsectores son aquellos que engloban a la mayor parte de los emprendedores.

### 4.3 METODOLOGÍA.

UNIVERSO POBLACIONAL: empresas fracasadas del sector servicios de la provincia de Alicante.

MÉTODO DE ACCESO A LA MUESTRA: en un primer momento se utilizó el “directorio central de empresas” (DIRCE) del INE, para obtener información sobre el número de empresas activas en la provincia de Alicante. Posteriormente, debido a que resultaba imposible obtener una base de datos que englobara a emprendedores fracasados, centramos nuestra estrategia en intentar localizarlos de entre los emprendedores que habían decidido emprender de nuevo (más de 70% de los fracasados, como hemos expuesto antes) tras el fracaso y los cuales pudimos localizar a través de la base de datos SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos) de la empresa Informa S.A., sobre las empresas españolas, pudiéndose filtrar por distintos criterios de selección como provincia y sector de actividad. Esta base de datos fue utilizada para poder contactar con las empresas y enviarles el cuestionario, el cual contenía una primera pregunta filtro: “¿Ha realizado usted alguna actividad emprendedora que haya tenido que abandonar? (cerrar o traspasar un negocio)”. A través de esta pregunta filtro, pudimos obtener las respuestas a los cuestionarios que nos interesaba sobre el fracaso emprendedor.

Pasadas unas semanas, la tasa de respuesta fue casi nula, con lo que nos vimos obligados a cambiar de estrategia de aproximación, involucrando a agentes decisores y prescriptivos importantes para los emprendedores. Esta estrategia se basó en una doble vertiente; por un lado, se obtuvo el apoyo y respaldo al cuestionario por parte de la Cámara de Comercio de Alicante y de SECOT (Asociación de empresas del sector terciario de la provincia de Alicante), involucrándose ambos en el envío de dichos cuestionarios a sus asociados así como a todas aquellas asociaciones empresariales relacionadas con el sector servicios y con las que mantenían relaciones. Por nuestra parte, tras un período positivo de recepción de respuestas y ya en unas tasas bajas de las mismas, procedimos a contactar telefónicamente con dichas asociaciones para

solicitarles una segunda oleada a sus asociados, así como un segundo envío a las empresas localizadas en la base de datos SIBI.

Esto nos arrojó el saldo final de 78 respuestas, de las cuales 14 (17,95%) contestaron que NO a la pregunta filtro, y 64 (82,05%) contestaron que SI a dicha pregunta, lo que supuso nuestra base para el análisis de los resultados.

MUESTRA: se trata de un muestreo de conveniencia, no probabilístico, con el objetivo de poder establecer el perfil del emprendedor fracasado en el sector servicios de la provincia de Alicante. El número de emprendedores fracasados del que se ha obtenido información válida en los cuestionarios, ha sido de 64.

MEDICIÓN DE VARIABLES: para las variables categóricas (cualitativas) utilizaremos la distribución de frecuencias, mientras que para las variables cuantitativas o de escala utilizaremos la media, la mediana y la desviación típica.

DURACIÓN DEL CUESTIONARIO: la duración aproximada es de 7 minutos.

FECHAS DE TRABAJO DE CAMPO: abril-julio 2017.

#### 4.4 ANÁLISIS DE RESULTADOS.

Una vez realizados las correspondientes recodificaciones necesarias, en concreto en ciertos items de las preguntas 10, 11 y 12 del cuestionario, pasamos a continuación a exponer y comentar los datos del análisis estadístico realizado con el programa SPSS.

En primer lugar nos vamos a centrar en el análisis de las variables categóricas centradas en las preguntas 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8 y 9 de las cuales extraeremos las distribuciones individuales de frecuencias y estableceremos las principales relaciones entre las variables de dichas preguntas. Finalmente, pasaremos a realizar el análisis de las variables cuantitativas o de escala que conforman el resto de preguntas del cuestionario y de las que extraeremos la media, la mediana y la desviación típica, así como sus correspondientes interpretaciones e implicaciones. Los resultados los mostraremos agrupados por los factores de estudio expuestos en el apartado tercero de este trabajo, con la finalidad de facilitar la lectura de los mismos.

#### FACTORES INTERNOS.

##### 1. EXPERIENCIA EMPRENDEDORA PREVIA.

Pasamos a continuación a mostrar los resultados del análisis estadístico de las variables categóricas contenidas en el cuestionario.

Tabla 4: Distribución de frecuencias de la pregunta nº1 del cuestionario.

##### 1. ¿Ha realizado usted alguna actividad emprendedora que haya tenido que abandonar? (cerrar o traspasar un negocio)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido No (Fin de la encuesta. Muchas gracias por su colaboración)	14	17,9	17,9
Si	64	82,1	100,0
Total	78	100,0	

Fuente: Programa de análisis estadístico SPSS.

Con esta pregunta filtro se trata de localizar a los emprendedores que, habiendo fracasado anteriormente, se encuentran en la actualidad desarrollando otro proyecto emprendedor, con lo que se pasa a preguntarles por las características de aquella experiencia anterior fracasada, objeto de nuestro estudio.

Podemos comprobar cómo un 17,9% de los encuestados no habían realizado ninguna actividad emprendedora anterior que hubieran tenido que abandonar, mientras que un 82,1% sí lo hicieron, lo cual reafirma los datos del estudio de la EOI que decía que un 70% de los emprendedores que fracasaban lo volvían a intentar de nuevo en un breve plazo de tiempo. En nuestro caso supera el 80% y, como veremos a continuación, el reintento se realiza mayoritariamente entre 1 y 3 años, confirmando por completo lo establecido en el citado estudio, así como en el último informe GEM de la Comunidad Valenciana, el cual establece que el grueso de reintentos se localiza entre 1 y 3,5 años del anterior intento, curiosamente coincidiendo con el período establecido en el cual termina la fase de consolidación en la implantación de un proyecto emprendedor nuevo, y donde el fracaso tiene una mayor probabilidad de ocurrencia. Así, se puede decir que el tiempo que transcurre entre 1 y 3 años es decisivo tanto para la supervivencia de un proyecto nuevo como para el reintento tras un fracaso inicial.

Tabla 5: Distribución de frecuencias de la pregunta nº2 del cuestionario.

## 2. En caso afirmativo, ¿hace cuanto tiempo de ello?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Entre 1 y 3 años	29	45,31	45,31
Más de 3 años	20	31,25	76,56
Menos de 1 año	15	23,44	100,0
Total	64	100,0	

Fuente: Programa de análisis estadístico SPSS.

Comprobamos cómo el 45,31% de los emprendedores han decidido intentar nuevamente la aventura del emprendimiento entre 1 y 3 años, mientras que el 31,25% lo ha hecho pasados más de 3 años y el 23,44% antes de un año. Podemos intuir aquí

una determinada fase de pausa, correspondiente a un año desde el momento del fracaso, lo cual encajaría con la lógica de la asimilación de la decepción por lo ocurrido y la consiguiente toma de la decisión de un nuevo intento y la planificación del mismo.

Vemos cómo ese plazo de tiempo es bastante reducido, al cubrirse todas las fases expuestas en un plazo máximo de un año, seguido de una curva de actuación con su pico más alto entre 1 y 3 años, decayendo más allá de los 3 años, lo cual se podría interpretar como una decisión de realizar un nuevo intento lo antes posible, probablemente por aprovechar la inercia, la experiencia acumulada y la práctica obtenida la cual se va perdiendo, así como el ánimo emprendedor, con el paso del tiempo.

Tabla 6: Distribución de frecuencias de la pregunta nº3 del cuestionario.

### 3. ¿De qué tipo de negocio se trataba?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Autónomo	29	46,03	46,03
Otras	20	31,75	77,78
S.L.	14	21,22	100,0
Total	63	100,0	

Fuente: Programa de análisis estadístico SPSS.

En este caso podemos comprobar cómo la mayoría de los emprendedores (46,03%) deciden emprender bajo la forma de autónomo, mientras que el 31,75% prefiere otras formas jurídicas distintas de esta y de la Sociedad Limitada, la cual queda en último lugar con un 21,22%.

Tabla 7: Distribución de frecuencias de la pregunta nº4 del cuestionario.

#### 4. ¿Dentro de qué subsector se encontraba?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Comercio	14	22,58	22,58
Hostelería/turismo	13	20,97	43,55
Otros	28	45,16	88,71
Transporte	7	11,29	100,0
Total	62	100,0	

Fuente: Programa de análisis estadístico SPSS.

Dentro del subsector de actividades del sector servicios de la provincia de Alicante, la mayoría de los emprendedores se engloban bajo el epígrafe de “Otros” (45,16%), mientras que el resto lo hacen en un lejano 22,58% del Comercio y un 20,97% de Hostelería/turismo, y un reducido 11,29% de Transporte. Podemos ver por lo tanto cómo determinados subsectores como puedan ser el financiero, ocio, asesoramiento, tecnología, informática, comunicación, educación y deporte, Administración, cuidado personal y de salud y cuidado del hogar formarían el tejido principal del sector Servicios en dicha provincia.

## 2. DOCUMENTACIÓN UTILIZADA Y FORMACIÓN PREVIA.

Tabla 8: Distribución de frecuencias de la pregunta nº5 del cuestionario.

### 5. Planificación, organización y gestión documentos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Plan Comercial	18	31,58	31,58
Plan Comercial, Cronograma de actividades	1	1,75	33,33
Plan Comercial, Plan Estratégico	2	3,51	36,84
Plan de Empresa	11	19,3	56,14
Plan de Empresa, Cronograma de actividades	1	1,75	57,89
Plan de Empresa, Plan Comercial	4	7,02	64,91
Plan de Empresa, Plan Comercial, Cronograma de actividades	1	1,75	66,66
Plan de Empresa, Plan de Marketing, Plan Comercial	5	8,78	75,44
Plan de Empresa, Plan de Marketing, Plan Comercial, Cronograma de actividades	3	5,27	80,71
Plan de Empresa, Plan de Marketing, Plan Comercial, Plan Estratégico, Cronograma de actividades	3	5,27	85,98
Plan de Empresa, Plan Estratégico	1	1,75	87,73
Plan de Empresa, Plan Estratégico, Cronograma de actividades	1	1,75	89,48
Plan de Marketing	1	1,75	91,23
Plan de Marketing, Cronograma de actividades	1	1,75	92,98
Plan Estratégico	4	7,02	100,0
Total	57	100,0	

Fuente: Programa de análisis estadístico SPSS.

De los 78 encuestados, teniendo en cuenta que sólo 64 son nuestro objetivo (los otros 14 no habían emprendido anteriormente), y que solamente 57 han contestado a esta pregunta, 6 encuestados (un 10,5%) no habían realizado ninguno de los documentos descritos (21-15), mientras que el 90,5% restante sí había realizado alguno. Sobre el total de encuestas el 38,9% había realizado uno, el 11,7% había realizado dos, el 7% había realizado tres y el 3,4% habían realizado cuatro y cinco respectivamente.

Estos resultados nos dan la información de que, si bien la mayoría de los encuestados había realizado alguno de los documentos descritos, a su vez la mayoría y casi la mitad de ellos habían realizado sólo uno, siendo a nivel individual el plan comercial el más elaborado (20,9%), seguido del plan de empresa (12,8%), del plan estratégico (4,6%) y del plan de marketing (1,2%). El cronograma de actividades no tiene representatividad a título individual y muy baja a nivel conjunto. A nivel conjunto, el plan comercial es el más elaborado con una cifra casi igual que el plan de empresa, seguidos a mucha distancia por el cronograma de actividades, el plan de marketing y el plan estratégico.

Se continúa la misma tendencia en ranking de elaboración de documentación tanto a nivel individual como grupal de documentos, tan sólo alterado porque a nivel individual el plan estratégico queda en tercera posición y el cronograma de actividades en última, y a nivel grupal se invierten las posiciones.

Tabla 9: Ranking de documentación utilizada individual vs grupal.

<b>RANKING</b>	<b>DOCUMENTOS INDIVIDUALES</b>	<b>CASOS</b>	<b>DOCUMENTOS GRUPALES</b>	<b>CASOS</b>
1	Plan comercial	18	Plan comercial + otros	19
2	Plan de empresa	11	Plan de empresa + otros	18
3	<i>Plan estratégico</i>	4	<i>Cronograma de actividades + otros</i>	9
4	Plan de marketing	1	Plan de marketing + otros	8
5	<i>Cronograma de actividades</i>	0	<i>Plan estratégico + otros</i>	6

Fuente: Elaboración propia.

Teniendo en cuenta que la columna de documentos individuales es excluyente, mientras que la de documentos grupales es incluyente (repetitiva en muchos casos), vemos cómo en cualquiera de las dos situaciones el aspecto comercial y de empresa en general es donde los emprendedores ponen mayor esfuerzo, mientras que en términos de marketing la importancia queda relegada casi al final. Esto nos da la idea de que los emprendedores prefieren invertir sus esfuerzos en aspectos que tengan una clara relación directa con la generación de ingresos o con la organización de la propia empresa. Después, a nivel de documentos individuales se atiende a la estrategia dejando para el final el cronograma de actividades, quizás influido por la baja importancia dada a la realización de los documentos expuestos (sólo han realizado uno) y la consiguiente inutilidad a la hora de coordinar actividades en el tiempo.

A nivel grupal de documentación, donde se supone un mayor interés por este tipo de herramientas, el cronograma de actividades gana peso (lo cual es lógico ya que se deben coordinar las distintas actividades de cada plan y por tanto surge como una herramienta necesaria) en detrimento de la estrategia de empresa la cual se relega al último lugar, previsiblemente por dar prioridad a la inmediatez de los resultados.

Tabla 10: Distribución de frecuencias de la pregunta nº7 del cuestionario.

### 7. Formación previa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Contaba con experiencia profesional previa	23	46	46
Contaba con experiencia profesional previa, Había recibido formación en emprendimiento	1	2	48
Contaba con formación especializada en dirección empresarial	9	18	66
Contaba con formación especializada en dirección empresarial, Contaba con experiencia profesional previa, Había recibido formación en emprendimiento	3	6	72
Había recibido formación en emprendimiento	14	28	100,0
Total	50	100,0	

Fuente: Programa de análisis estadístico SPSS.

Es importante destacar que 13 de los encuestados que han contestado a esta pregunta (un 20,64%) no había recibido ningún tipo de formación inicial, mientras que el 79,36% restante sí lo había recibido (50 encuestados).

Sobre el total de encuestas, es de destacar que el 23,41% contaba con experiencia profesional previa, el 14,2% había recibido formación en emprendimiento y el 9,12% contaba con formación especializada en dirección empresarial. Asimismo, el 3,02% contaba con las tres posibilidades y el 1,03% contaba con experiencia profesional previa y además había recibido formación en emprendimiento.

De estas cifras se deduce que la mayoría de los encuestados posee formación previa, si bien esta se basa principalmente en la experiencia profesional previa al emprendimiento. La cifra de aquellos que han recibido formación específica en emprendimiento se queda en un escaso 14,3% y el número de emprendedores con formación especializada en dirección empresarial (universitarios principalmente) no llega al 9,5%, lo cual nos da una idea de la baja relación existente entre este tipo de formación universitaria y el emprendimiento.

Tabla 11: Distribución de frecuencias de la pregunta nº8 del cuestionario.

### 8. Si hubiera recibido formación emprendedora

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
La había recibido de asociaciones privadas (de empresarios, emprendedores, etc)	8	26,7	26,7
La había recibido de empresas privadas (academias, asesorías, etc)	4	13,3	40
La había recibido de las Administraciones Públicas (Universidades, Consellerías, Cámara de Comercio, centros de formación, etc)	18	60	100,0
Total	30	100,0	

Fuente: Programa de análisis estadístico SPSS.

Del total de encuestados que ha contestado esta pregunta, y que sí había recibido formación previa en emprendimiento (30 encuestados), el 60% del total la había recibido de las Administraciones Públicas, el 26,7% de asociaciones privadas y el 13,3% de empresas privadas. Confirmamos así que la mayoría de la formación recibida por parte de los emprendedores proviene de las Administraciones Públicas (Universidades, Consellerías, Cámara de Comercio, centros de formación, etc)

Tabla 12: Distribución de frecuencias de la pregunta nº9 del cuestionario.

### 9. Calificación de la formación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Algo útil	15	42,86	42,86
Muy útil	3	8,57	51,43
Nada útil	4	11,43	62,86
Poco útil	13	37,14	100,0
Total	35	100,0	

Fuente: Programa de análisis estadístico SPSS.

Además del resultado expresado en la pregunta anterior, de los encuestados que habían recibido formación previa en emprendimiento el 42,86% del total declara que esta formación es algo útil, el 37,14% que es poco útil, el 11,43% que es nada útil y el 8,57% que es muy útil. De estas cifras y las anteriores, podemos destacar que existen dos posiciones casi polarizadas entre que la formación sea algo útil o poco útil, descartando los extremos.

Teniendo en cuenta que la mayoría de la formación en emprendimiento proviene de las Administraciones Públicas, estos resultados son de directa implicación a los citados organismos (Universidades, Consellerías, Cámara de Comercio, centros de formación, etc)

### 3. RELACIÓN ENTRE VARIABLES.

Vamos a mostrar a continuación las relaciones entre variables que nos han parecido más interesantes a la hora de arrojar datos que nos sirvan para encontrar patrones útiles a la hora de definir el perfil del emprendedor fracasado, esto es, relaciones entre la antigüedad del emprendimiento fracasado, la forma jurídica elegida, el subsector de actividad en el que se encontraba el negocio, la documentación en la que se apoyaba el emprendedor para la gestión y la formación previa en emprendimiento.

Tabla 13: Relación antigüedad del abandono/forma jurídica.

<i>Preguntas 2 y 3</i>	<b>Entre 1 y 3 años (29 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Autónomo</b>	<b>19</b>	<b>65,5</b>
S.L.	6	20,7
Otras	4	13,8

<i>Preguntas 2 y 3</i>	<b>Más de 3 años (20 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Autónomo	3	15
<b>S.L.</b>	<b>10</b>	<b>50</b>
Otras	6	30

<i>Preguntas 2 y 3</i>	<b>Menos de 1 año (15 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Autónomo</b>	<b>7</b>	<b>46,7</b>
S.L.	4	26,7
Otras	4	26,7

Fuente: Elaboración propia.

Podemos observar cómo hasta pasados 3 años desde que se obtuvo el fracaso emprendedor, la forma jurídica elegida ha sido la de autónomo, mientras que más allá de esa fecha la forma jurídica preferida es la S.L.

Tabla 14: Relación forma jurídica/subsector de actividad.

<i>Preguntas 3 y 4</i>	<b>Autónomo (29 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Hostel/turismo	6	20,7
<b>Comercio</b>	<b>9</b>	<b>31</b>
Transporte	4	13,8
Otros	8	27,6

<i>Preguntas 3 y 4</i>	<b>S.L. (14 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Hostel/turismo	4	28,6
Comercio	1	7,1
Transporte	0	0
<b>Otros</b>	<b>9</b>	<b>64,3</b>

<i>Preguntas 3 y 4</i>	<b>Otras (20 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Hostel/turismo	3	15
Comercio	3	15
Transporte	3	15
<b>Otros</b>	<b>11</b>	<b>55</b>

Fuente: Elaboración propia.

Podemos apreciar cómo los autónomos se encuentran mayoritariamente dentro del subsector del comercio, si bien seguido muy de cerca de “Otros”, mientras que es dentro de este último subsector donde se localizan con gran diferencia la S.L. y otras formas jurídicas.

Tabla 15: Relación forma jurídica/documentación elaborada

<i>Preguntas 3 y 5</i>	<b>Autónomo (29 casos)</b>		<i>Preguntas 3 y 5</i>	<b>S.L. (14 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje		Frecuencia	Porcentaje
Plan empresa	14	48,3	Plan empresa	9	64,3
<b>Plan comercial</b>	<b>19</b>	<b>65,5</b>	<b>Plan comercial</b>	<b>10</b>	<b>71,4</b>
Plan marketing	5	17,2	Plan marketing	5	35,7
Plan estratégico	5	17,2	Plan estratégico	1	7,1
Cronograma act	5	17,2	Cronograma act	2	14,3

<i>Preguntas 3 y 5</i>	<b>Otras (20 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Plan empresa	6	30
<b>Plan comercial</b>	<b>8</b>	<b>40</b>
Plan marketing	3	15
Plan estratégico	4	20
Cronograma act	4	20

Fuente: Elaboración propia.

Es importante tener en cuenta a la hora de interpretar los datos que la pregunta sobre la forma jurídica es de respuesta única, mientras que la pregunta sobre los documentos elaborados es de respuesta múltiple.

De los resultados se desprende que todas las figuras jurídicas se decantan por la elaboración del plan comercial en primer lugar y por el plan de empresa en segundo lugar, lo cual genera una homogeneidad en todas las formas jurídicas, decantándose por aspectos comerciales primero y por aspectos más generales de la empresa después.

Tabla 16: Relación subsector de actividad/documentos elaborados.

<i>Preguntas 4 y 5</i>	<b>Hostelería/turismo (13 casos)</b>		<i>Preguntas 4 y 5</i>	<b>Comercio (14 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje		Frecuencia	Porcentaje
Plan empresa	5	38,5	Plan empresa	4	28,6
<b>Plan comercial</b>	<b>6</b>	<b>46,2</b>	<b>Plan comercial</b>	<b>9</b>	<b>64,3</b>
Plan marketing	4	30,8	Plan marketing	1	7,1
Plan estratégico	2	15,4	Plan estratégico	1	7,1
Cronograma act	3	23,1	Cronograma act	2	14,3

<i>Preguntas 4 y 5</i>	<b>Transporte (7 casos)</b>		<i>Preguntas 4 y 5</i>	<b>Otros (28 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje		Frecuencia	Porcentaje
Plan empresa	2	28,6	<b>Plan empresa</b>	<b>17</b>	<b>60,7</b>
<b>Plan comercial</b>	<b>5</b>	<b>71,4</b>	Plan comercial	15	53,6
Plan marketing	1	14,3	Plan marketing	6	21,4
Plan estratégico	1	14,3	Plan estratégico	6	21,4
Cronograma act	1	14,3	Cronograma act	4	14,3

Fuente: Elaboración propia.

Al igual que en el caso anterior, debemos tener en cuenta la existencia de una pregunta multirespuesta para poder interpretar las cifras de forma correcta.

Vemos cómo en hostelería/turismo, comercio y transporte, el plan comercial es el documento más importante, siendo el plan de empresa el segundo en importancia, mientras que en otros subsectores el plan de empresa se posiciona por delante y el plan comercial en segundo lugar. Aquí encontramos una inversión de la tendencia, precisamente en el subsector de actividad principal de los cuatro estudiados.

Tabla 17: Relación forma jurídica/formación previa.

<i>Preguntas 3 y 7</i>	<b>Autónomo (29 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Form. en D.E.	5	17,2
<b>Exp.profes.</b>	<b>10</b>	<b>34,5</b>
Form. emprend	7	24,1

<i>Preguntas 3 y 7</i>	<b>S.L. (14 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Form. en D.E.	5	35,7
<b>Exp.profes.</b>	<b>7</b>	<b>50</b>
Form. emprend	3	21,4

<i>Preguntas 3 y 7</i>	<b>Otros (20 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Form. en D.E.	3	15
<b>Exp.profes.</b>	<b>9</b>	<b>45</b>
Form. emprend	8	40

Fuente: Elaboración propia.

Viendo los resultados podemos decir que, de forma absolutamente homogénea, en cualquier forma jurídica se contaba con una experiencia profesional previa, siendo la formación en dirección empresarial el segundo tipo de formación para los emprendedores que eligieron la S.L. y la formación en emprendimiento el segundo nivel de formación para el resto de formas jurídicas.

Tabla 18: Relación subsector de actividad/formación previa:

<i>Preguntas 4 y 7</i>	<b>Hostel/turismo (13 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Form. en D.E.	2	15,4
<b>Exp.profes.</b>	<b>6</b>	<b>46,2</b>
<b>Form.emprend</b>	<b>6</b>	<b>46,2</b>

<i>Preguntas 4 y 7</i>	<b>Comercio (14 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Form. en D.E.	1	7,1
<b>Exp.profes.</b>	<b>4</b>	<b>28,6</b>
Form. emprend	3	21,4

<i>Preguntas 4 y 7</i>	<b>Transporte (7 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Form. en D.E.	1	14,3
<b>Exp.profes.</b>	<b>2</b>	<b>28,6</b>
Form. emprend	1	14,3

<i>Preguntas 4 y 7</i>	<b>Otros (28 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Form. en D.E.	8	28,6
<b>Exp.profes.</b>	<b>14</b>	<b>50</b>
Form. emprend	7	25

Fuente: Elaboración propia.

Respecto del cruce de estas variables obtenemos como resultado que, de nuevo, la experiencia profesional es el tipo de formación previa que ocupa el primer lugar en todos los subsectores de actividad, siendo la formación en emprendimiento la que ocupa la segunda posición, salvo en el subsector de “Otros”, donde la formación en dirección empresarial ocuparía el segundo lugar.

Tabla 19: Relación formación previa/documentos elaborados.

<i>Preguntas 5 y 7</i>	<b>Formación D.E. (12 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Plan empresa</b>	<b>11</b>	<b>91,66</b>
Plan comercial	9	75
Plan marketing	6	50
Plan estratégico	2	16,7
Cronograma act	5	41,7

<i>Preguntas 5 y 7</i>	<b>Form.Emprend. (18 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Plan empresa	9	50
<b>Plan comercial</b>	<b>12</b>	<b>66,7</b>

<i>Preguntas 5 y 7</i>	<b>Exper. Profes. (27 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Plan marketing	7	38,9
Plan estratégico	5	27,8
Cronograma act	5	27,8
<b>Plan empresa</b>	<b>16</b>	<b>59,3</b>
<b>Plan comercial</b>	<b>16</b>	<b>59,3</b>
Plan marketing	5	18,5
Plan estratégico	6	22,2
Cronograma act	3	11,1

Fuente: Elaboración propia.

Teniendo en cuenta que ambas preguntas son multirespuesta, con la implicación que esto tiene a la hora de tener en cuenta el cruce de todas las respuestas de forma múltiple podemos afirmar que, en el caso de formación en emprendimiento, el plan comercial es el documento elaborado en primera instancia, seguido del plan de empresa. En el caso de la experiencia profesional, ambos documento tienen la misma puntuación y, en el caso de la formación en dirección empresarial, se invierte la tendencia y el plan de empresa pasa a ocupar el primer lugar en casi todos los casos encuestados, relegando al plan comercial a una segunda posición.

Tabla 20: Relación fuentes de la formación/formación en emprendimiento.

<i>Preguntas 7 y 8</i>	<b>Admin.Públic. (18 casos)</b>		<i>Preguntas 7 y 8</i>	<b>Asoc.Privadas (8 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje		Frecuencia	Porcentaje
Form. emprend	9	50	Form. emprend	7	87,5

<i>Preguntas 7 y 8</i>	<b>Empresas priv. (20 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Form. emprend	2	50

Fuente: Elaboración propia.

En este caso nos centramos solamente en la formación previa recibida, para comparar la opción de formación en emprendimiento con las distintas fuentes de formación. Así, de todos aquellos emprendedores que decidieron recibir una formación en emprendimiento antes de iniciar el proyecto fallido, si bien en números absolutos se decantaron por las Administraciones Públicas, en términos relativos, con un alto porcentaje, se eligió en primer lugar a las asociaciones privadas (de empresarios, emprendedores, etc) mientras la opción de recibirla de las Administraciones Públicas o de empresas privadas quedó al mismo nivel en un lugar posterior.

Tabla 21: Relación fuentes de formación/utilidad de la formación.

<i>Preguntas 8 y 9</i>	<b>Administ.Públic (18 casos)</b>		<i>Preguntas 8 y 9</i>	<b>Asoc.Privadas (8 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje		Frecuencia	Porcentaje
Nada útil	2	11,1	Nada útil	1	12,5
Poco útil	7	38,9	<b>Poco útil</b>	<b>4</b>	<b>50</b>
<b>Algo útil</b>	<b>8</b>	<b>44,4</b>	Algo útil	1	12,5
Muy útil	1	5,6	Muy útil	2	25

<i>Preguntas 8 y 9</i>	<b>Empr.privadas (4 casos)</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Nada útil	1	25
Poco útil	1	25
<b>Algo útil</b>	<b>2</b>	<b>50</b>
Muy útil	0	0

Fuente: Elaboración propia.

Si relacionamos las distintas fuentes de formación con la utilidad que el emprendedor le da a la formación en emprendimiento, podemos comprobar que respecto de las Administraciones Públicas dicha formación se califica como “algo útil”, si bien seguida muy de cerca por “poco útil”. Para las asociaciones privadas se califica como “poco útil” en la mitad de los casos y, en referencia a las empresas privadas, se califica como “algo útil” también en la mitad de los casos encuestados.

#### 4. GRADO DE REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES.

Tabla 22: Grado de realización de actividades respecto del negocio abandonado.

		<b>Estadísticos</b>				
		6. Planificación, organización y gestión, actividades: Prever lo que podía ocurrir en el medio plazo	6. Planificación, organización y gestión, actividades: Valorar a los pequeños pedidos y clientes modestos	6. Planificació n, organizació n y gestión, actividades: Valorar a los proveedores	6. Planificación, organización y gestión, actividades: Organizar bien tanto el trabajo como al personal	6. Planificación , organización y gestión, actividades: Obsesionars e de forma negativa con el trabajo
N	Válido	64	64	64	63	63
	Perdidos	14	14	14	15	15
	Media	2,92	3,61	3,39	3,59	2,98
	Mediana	3,00	4,00	4,00	4,00	3,00
	Desviación estándar	1,276	1,018	1,149	,994	,975

		6. Planificación, organización y gestión, actividades: Tener una estructura organizativa eficiente y acorde a la realidad	6. Planificación, organización y gestión, actividades: Llevar a cabo una política de calidad	6. Planificació n, organizació n y gestión, actividades: Utilizar herramienta s de márketing, publicidad y comunicaci ón	6. Planificación, organización y gestión, actividades: Basarse en acciones comerciales mayoritariame nte	6. Planificación, organización y gestión, actividades: Contar con diferentes tipos de clientes para que el riesgo sea menor
N	Válido	64	64	63	64	64
	Perdidos	14	14	15	14	14
	Media	3,23	3,44	3,60	3,45	3,61
	Mediana	3,00	3,50	4,00	3,00	4,00
	Desviación estándar	1,080	1,111	1,100	,925	,936

Fuente: Programa de análisis estadístico SPSS.

Respecto de esta pregunta y sus distintos ítems, podemos destacar respecto de las medidas de tendencia central, que la media aritmética de la variable estudiada (**grado de realización de actividades respecto del negocio abandonado**) se establece entorno al 3,38, es decir, más cerca de la respuesta central (indiferencia). Destacar que 7 de los 10 ítems se sitúan por encima de la media, en especial el nº2 y 5 (valorar a los pequeños pedidos y clientes modestos/contar con diferentes tipos de clientes para que el riesgo sea menor), con un 3,61. La mediana, sin embargo, nos muestra que la respuesta media sobre la variable se establece mayoritariamente en 3,55 sobre 5, por encima de la media, aunque no demasiado separado.

Respecto de las medidas de dispersión, la desviación estándar se establece en un valor medio de 1,056 bastante alejado del 3,38 promedio de la media aritmética, lo que nos arroja una heterogeneidad de los datos, lo que a su vez nos indica que la dispersión de dichos datos respecto de la media no está concentrada a su alrededor. Por lo tanto, las respuestas no presentan una alta solidez en cuanto a la variable medida, si bien tampoco existen respuestas excesivamente fuera del rango estudiado con los anteriores

estadísticos. La mayor dispersión (heterogeneidad) se encuentra en el ítem nº1 (prever lo que podía ocurrir en el medio plazo) y la menor dispersión (homogeneidad) en el ítem nº9 (basarse en acciones comerciales mayoritariamente)

## 5. ESTRUCTURA FINANCIERA Y CONTABLE.

Tabla 23: Estructura financiera y contable.

		Estadísticos						
		10. Estructura financiera y contable: Contaba con una planificac ión financiera	10. Estructura financiera y contable: Contaba con respaldo financiero	10. Estructura financiera y contable: Conocía las ayudas y líneas de financiación disponibles	10. Estructura financiera y contable: Incurría en gastos recurrentes sin garantía de ingresos	10. Estructura financiera y contable: Incurría en gastos recurrentes sin garantía de pagos	10. Estructura financiera y contable: Descuidaba los cobros	10. Estructura financiera y contable: Disponía de una eficiente gestión contable y administrativa
N	Válido	63	64	64	64	63	64	64
	Perdidos	15	14	14	14	15	14	14
	Media	2,98	2,31	3,06	3,25	3,25	3,50	3,00
	Mediana	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00
	Desviac. estándar	1,338	1,233	1,271	1,127	,983	1,127	,926

Fuente: Programa de análisis estadístico SPSS.

Respecto de esta pregunta y sus distintos ítems, podemos destacar respecto de las medidas de tendencia central, que la media aritmética de la variable estudiada (**estructura financiera y contable**) se establece entorno al 3,05, es decir, más cerca de la respuesta central (indiferencia). 4 de los 7 ítems se sitúan por encima de la media, destacando el nº6 (descuidaba los cobros) con 3,50. La mediana, sin embargo, nos muestra que la respuesta media sobre la variable se establece mayoritariamente en 3 sobre 5, prácticamente igual que la media, lo cual indica que no existe valores excesivamente alto o bajos.

Respecto de las medidas de dispersión, la desviación estándar se establece en un valor medio de 1,14 bastante alejado del 3,05 promedio de la media aritmética, lo que nos arroja una heterogeneidad de los datos, lo que a su vez nos indica que la dispersión de dichos datos respecto de la media no está concentrada a su alrededor. Por lo tanto, las respuestas no presentan una alta solidez en cuanto a la variable medida, si bien tampoco existen respuestas excesivamente fuera del rango estudiado con los anteriores estadísticos. La mayor dispersión (heterogeneidad) se encuentra en el ítem n°1 (prever lo que podía ocurrir en el medio plazo) y la menor dispersión (homogeneidad) en el ítem n°7 (disponer de una eficiente gestión contable y administrativa)

Resaltar finalmente que los resultados de esta pregunta son muy similares a los de la anterior.

## 6. RECURSOS HUMANOS.

Tabla 24: Recursos humanos.

		<b>Estadísticos</b>		
		11. Recursos humanos: No contaba con ningún trabajador	11. Recursos humanos: Los trabajadores estaban poco formados	11. Recursos humanos: Los trabajadores tenían poca experiencia
N	Válido	64	61	61
	Perdidos	14	17	17
	Media	2,48	3,05	3,34
	Mediana	2,00	3,00	4,00
	Desviación estándar	1,141	1,102	1,078

		11. Recursos humanos: Los trabajadores estaban poco motivados	11. Recursos humanos: Los trabajadores no estaban involucrados en la empresa	11. Recursos humanos: Tenía en cuenta las sugerencias o necesidades de los trabajadores
N	Válido	61	61	61
	Perdidos	17	17	17
	Media	3,54	3,39	2,30
	Mediana	4,00	4,00	2,00
	Desviación estándar	1,177	1,215	,989

Fuente: Programa de análisis estadístico SPSS.

Respecto de esta pregunta y sus distintos ítems, podemos destacar respecto de las medidas de tendencia central, que la media aritmética de la variable estudiada (**recursos humanos**) se establece entorno al 3,02, es decir, más cerca de la respuesta central (indiferencia). Destacar que 4 de los 6 ítems se sitúan por encima de la media, destacando el nº4 (los trabajadores estaban poco motivados) con un 3,54. La mediana, sin embargo, nos muestra que la respuesta media sobre la variable se establece mayoritariamente en 3,17 sobre 5, prácticamente igual que la media, lo cual indica que no existe valores excesivamente alto o bajos.

Respecto de las medidas de dispersión, la desviación estándar se establece en un valor medio de 1,12 bastante alejado del 3,05 promedio de la media aritmética, lo que nos arroja una heterogeneidad de los datos, lo que a su vez nos indica que la dispersión de dichos datos respecto de la media no está concentrada a su alrededor. Por lo tanto, las respuestas no presentan una alta solidez en cuanto a la variable medida, si bien tampoco existen respuestas excesivamente fuera del rango estudiado con los anteriores estadísticos. La mayor dispersión (heterogeneidad) se encuentra en el ítem nº5 (los trabajadores no estaban involucrados en la empresa) y la menor dispersión (homogeneidad) en el ítem nº6 (tenía en cuenta las sugerencias o necesidades de los trabajadores)

## 7. MOTIVACIONES Y DIFICULTADES.

Tabla 25: Motivaciones y dificultades.

		<b>Estadísticos</b>			
		12. Primer emprendimiento : Elegí el emprendimiento en solitario para tener control total sobre el negocio	12. Primer emprendimiento : Me costaba diferenciar entre vida personal y profesional	12. Primer emprendimiento : Tenía dificultades para conciliar vida laboral y familiar	
N	Válido	62	62	62	62
	Perdidos	16	16	16	16
	Media	1,90	3,02	3,39	3,65
	Mediana	2,00	3,00	4,00	4,00
	Desviación estándar	,740	1,299	1,092	1,189

Fuente: Programa de análisis estadístico SPSS.

Respecto de esta pregunta y sus distintos items, podemos destacar respecto de las medidas de tendencia central, que la media aritmética de la variable estudiada (**motivaciones y dificultades**) se establece entorno al 2,99, es decir, más cerca de la respuesta central (indiferencia). Destacar que 3 de los 4 items se sitúan por encima de la media, destacando el n°4 (tenía dificultades para conciliar vida laboral y familiar) con un 3,65. La mediana, sin embargo, nos muestra que la respuesta media sobre la variable se establece mayoritariamente en 3,25 sobre 5, prácticamente igual que la media, lo cual indica que no existe valores excesivamente alto o bajos.

Respecto de las medidas de dispersión, la desviación estándar se establece en un valor medio de 1,08 alejado del 2,99 promedio de la media aritmética, lo que nos arroja una heterogeneidad de los datos, lo que a su vez nos indica que la dispersión de dichos datos respecto de la media no está concentrada a su alrededor. Por lo tanto, las respuestas no presentan una alta solidez en cuanto a la variable medida, si bien tampoco existen respuestas excesivamente fuera del rango estudiado con los anteriores

estadísticos. La mayor dispersión (heterogeneidad) se encuentra en el ítem nº2 (elegí el emprendimiento en solitario para tener el control del negocio) y la menor dispersión (homogeneidad) en el ítem nº1 (disponía de determinación y coraje)

## 8. RECONOCIMIENTO Y OBSTÁCULOS.

Tabla 26: Reconocimiento y obstáculos.

		<b>Estadísticos</b>		
		13. Aspectos con los que se siente usted identificado/a: La sociedad no valora al emprendedor por su esfuerzo y valentía	13. Aspectos con los que se siente usted identificado/a: La sociedad ve al emprendedor como un aprovechado con afán de dinero	13. Aspectos con los que se siente usted identificado/a: Las Administraciones Públicas ofrecen escaso apoyo de utilidad al emprendedora
N	Válido	62	63	63
	Perdidos	16	15	15
Media		4,24	4,05	4,35
Mediana		4,00	4,00	5,00
Desviación estándar		,918	,941	,901
		13. Aspectos con los que se siente usted identificado/a: Existe una excesiva carga burocrática y tributaria	13. Aspectos con los que se siente usted identificado/a: No existe una oferta formativa y de asesoramiento	13. Aspectos con los que se siente usted identificado/a: Existe una normativa laboral, fiscal, contable administrativa o medioambiental restrictiva
N	Válido	63	62	63
	Perdidos	15	16	15
Media		4,46	3,87	4,05
Mediana		5,00	4,00	4,00
Desviación estándar		,858	1,016	,941

Fuente: Programa de análisis estadístico SPSS.

Respecto de esta pregunta y sus distintos ítems, podemos destacar respecto de las medidas de tendencia central, que la media aritmética de la variable estudiada

(**reconocimiento y obstáculos**) se establece entorno al 4,17, es decir, posicionándose en la parte positiva de las respuestas (algo de acuerdo). 4 de los 6 items se sitúan por encima de la media, destacando el nº4 (existe una excesiva carga burocrática y tributaria) con un 4,46. La mediana, sin embargo, nos muestra que la respuesta media sobre la variable se establece mayoritariamente en 4,33 sobre 5, prácticamente igual que la media, aun cuando es de destacar que el valor medio se sitúa bastante alto en la escala, lo cual indica que existen valores por encima de este valor que son muy altos.

Respecto de las medidas de dispersión, la desviación estándar se establece en un valor medio de 0,93 respecto del 4,17 promedio de la media aritmética, lo que nos arroja una homogeneidad de los datos, lo que a su vez nos indica que la dispersión de dichos datos respecto de la media está concentrada a su alrededor. Por lo tanto, las respuestas presentan una alta solidez en cuanto a la variable medida. La mayor dispersión (heterogeneidad) se encuentra en el item nº5 (no existe una oferta formativa y de asesoramiento) y la menor dispersión (homogeneidad) en el item nº4 (existe una excesiva carga burocrática y tributaria)

## 9. APOYO.

Tabla 27: Apoyo.

		<b>Estadísticos</b>		
		14. Momento en que decidió emprender por primera vez: Contaba con contactos que le pudieran ayudar a introducirse en el mercado	14. Momento en que decidió emprender por primera vez: Contaba con el apoyo de familiares	14. Momento en que decidió emprender por primera vez: Contaba con el apoyo de amigos
N	Válido	64	63	64
	Perdidos	14	15	14
	Media	2,63	3,68	3,39
	Mediana	2,50	4,00	3,00
	Desviación estándar	1,175	1,318	1,217

Fuente: Programa de análisis estadístico SPSS.

Respecto de esta pregunta y sus distintos ítems, podemos destacar respecto de las medidas de tendencia central, que la media aritmética de la variable estudiada (**apoyo**) se establece entorno al 3,23, es decir, más cerca de la respuesta central (indiferencia). 2 de los 3 ítems se sitúan por encima de la media, destacando el n°2 (contaba con el apoyo de familiares) con un 3,68. La mediana, sin embargo, nos muestra que la respuesta media sobre la variable se establece mayoritariamente en 3,17 sobre 5, prácticamente igual que la media, lo cual indica que no existe valores excesivamente alto o bajos.

Respecto de las medidas de dispersión, la desviación estándar se establece en un valor medio de 1,24 alejado del 3,23 promedio de la media aritmética, lo que nos arroja una heterogeneidad de los datos, lo que a su vez nos indica que la dispersión de dichos datos respecto de la media no está concentrada a su alrededor. Por lo tanto, las respuestas no presentan una alta solidez en cuanto a la variable medida, si bien tampoco existen respuestas excesivamente fuera del rango estudiado con los anteriores estadísticos. La mayor dispersión (heterogeneidad) se encuentra en el ítem n°2 (contaba con el apoyo de familiares) y la menor dispersión (homogeneidad) en el ítem n°1 (contaba con contactos que le ayudaran a introducirse en el mercado)

## FACTORES EXTERNOS (MACROENTORNO)

### 10. FACTORES ECONÓMICOS DEL ENTORNO.

Tabla 28: Factores económicos del entorno.

		Estadísticos				
		15. Factores económicos que existían cuando usted decidió emprender por primera vez: Debilidad de la demanda como consecuencia de la crisis económica	15. Factores económicos que existían cuando usted decidió emprender por primera vez: Dificultad para acceder a mano de obra cualificada	15. Factores económicos que existían cuando usted decidió emprender por primera vez: Tipos de interés altos para acceder a financiación	15. Factores económicos que existían cuando usted decidió emprender por primera vez: Nivel de precios altos en el mercado	15. Factores económicos que existían cuando usted decidió emprender por primera vez: Baja renta disponible de las familias
N	Válido	64	64	64	62	64
	Perdidos	14	14	14	16	14
	Media	4,06	3,75	3,83	3,50	3,98
	Mediana	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
	Desviación estándar	,774	,891	1,032	1,036	,845

Fuente: Programa de análisis estadístico SPSS.

Respecto de esta pregunta y sus distintos items, podemos destacar respecto de las medidas de tendencia central, que la media aritmética de la variable estudiada (**factores económicos del entorno**) se establece entorno al 3,82, es decir, más cerca de la parte positiva de la escala (algo de acuerdo). 3 de los 5 items se sitúan por encima de la media, destacando el nº1 (debilidad de la demanda como consecuencia de la crisis económica) con un 4,06. La mediana nos muestra que la respuesta media sobre la variable se establece mayoritariamente en 4 sobre 5, siendo este un valor medio de carácter alto en la escala utilizada.

Respecto de las medidas de dispersión, la desviación estándar se establece en un valor medio de 0,92 más cercano al 3,82 promedio de la media aritmética, lo que nos arroja una homogeneidad de los datos, lo que a su vez nos indica que la dispersión de dichos datos respecto de la media está concentrada a su alrededor. Por lo tanto, las respuestas presentan una alta solidez en cuanto a la variable medida. La mayor dispersión (heterogeneidad) se encuentra en el ítem nº4 (nivel de precios altos en el mercado) y la menor dispersión (homogeneidad) en el ítem nº1 (debilidad de la demanda como consecuencia de la crisis)

## 11. CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR SERVICIOS EN LA PROVINCIA DE ALICANTE.

Tabla 29: Características del sector servicios en la provincia de Alicante.

		<b>Estadísticos</b>		
		16. Afirmaciones respecto del sector servicios en la provincia de Alicante: Los estilos de vida o hábitos de consumo afectan a la demanda	16. Afirmaciones respecto del sector servicios en la provincia de Alicante: Los cambios sociales afectan a la demanda	16. Afirmaciones respecto del sector servicios en la provincia de Alicante: La situación demográfica afecta a la demanda
N	Válido	64	64	63
	Perdidos	14	14	15
	Media	4,20	4,20	4,00
	Mediana	4,00	4,00	4,00
	Desviación estándar	,946	,946	1,122

		16. Afirmaciones respecto del sector servicios en la provincia de Alicante: El nivel de desarrollo tecnológico es alto	16. Afirmaciones respecto del sector servicios en la provincia de Alicante: El acceso a las nuevas tecnologías es caro	16. Afirmaciones respecto del sector servicios en la provincia de Alicante: Hace falta una alta inversión en I+D+i
N	Válido	64	64	64
	Perdidos	14	14	14
Media		2,98	3,34	3,03
Mediana		3,00	3,00	3,00
Desviación estándar		,951	1,198	1,469

Fuente: Programa de análisis estadístico SPSS.

Respecto de esta pregunta y sus distintos items, podemos destacar respecto de las medidas de tendencia central, que la media aritmética de la variable estudiada (**características del sector servicios en la provincia de Alicante**) se establece entorno al 3,63, es decir, más cerca de la escala (Algo de acuerdo). 3 de los 6 items se sitúan por encima de la media, destacando el nº1 y 2 (los estilos de vida o hábitos de consumo afectan a la demanda/los cambios sociales afectan a la demanda) con un 4,2. La mediana, sin embargo, nos muestra que la respuesta media sobre la variable se establece mayoritariamente en 3,5 sobre 5, prácticamente igual que la media, lo cual indica que no existe valores excesivamente alto o bajos.

Respecto de las medidas de dispersión, la desviación estándar se establece en un valor medio de 1,10 alejado del 3,63 promedio de la media aritmética, lo que nos arroja una heterogeneidad no excesivamente acusada de los datos, lo que a su vez nos indica que la dispersión de dichos datos respecto de la media no está concentrada a su alrededor. Por lo tanto, las respuestas no presentan una alta solidez en cuanto a la variable medida, si bien tampoco existen respuestas excesivamente fuera del rango estudiado con los anteriores estadísticos. La mayor dispersión (heterogeneidad) se encuentra en el item nº6 (hace falta una alta inversión en I+D+i) y la menor dispersión

(homogeneidad) en el ítem nº1 y 2 (los estilos de vida o hábitos de consumo afectan a la demanda/los cambios sociales afectan a la demanda)

## FACTORES EXTERNOS (MICROENTORNO)

### 12. COMPETENCIA.

Tabla 30: Competencia.

		<b>Estadísticos</b>		
		17.	17.	17.
		Competencia; momento en el que estaba gestionando el negocio que después debió abandonar: Existía una gran cantidad de competencia	Competencia; momento en el que estaba gestionando el negocio que después debió abandonar: La competencia se encontraba muy bien establecida	Competencia; momento en el que estaba gestionando el negocio que después debió abandonar: Existían barreras de entrada al sector
N	Válido	64	64	64
	Perdidos	14	14	14
	Media	4,22	4,03	3,48
	Mediana	4,00	4,00	4,00
	Desviación estándar	,701	,816	1,039

		17. Competencia; momento en el que estaba gestionando el negocio que después debió abandonar: Existían barreras de salidas del sector	17. Competencia; momento en el que estaba gestionando el negocio que después debió abandonar: Había dificultad para diferenciarse de la competencia	17. Competencia; momento en el que estaba gestionando el negocio que después debió abandonar: Había facilidad de acceso de nuevos competidores
N	Válido	54	64	64
	Perdidos	24	14	14
Media		3,24	3,77	3,91
Mediana		3,00	4,00	4,00
Desviación estándar		1,098	,904	,904

Fuente: Programa de análisis estadístico SPSS.

Respecto de esta pregunta y sus distintos ítems, podemos destacar respecto de las medidas de tendencia central, que la media aritmética de la variable estudiada (**competencia**) se establece entorno al 3,78, es decir, más cerca de la parte positiva de la escala (algo de acuerdo). 3 de los 6 ítems se sitúan por encima de la media, destacando el n°1 (existía una gran cantidad de competencia) con un 4,22. La mediana nos muestra que la respuesta media sobre la variable se establece mayoritariamente en 3,83 sobre 5, siendo este un valor medio de carácter alto en la escala utilizada.

Respecto de las medidas de dispersión, la desviación estándar se establece en un valor medio de 0,91 más cercano al 3,78 promedio de la media aritmética, lo que nos arroja una homogeneidad de los datos, lo que a su vez nos indica que la dispersión de dichos datos respecto de la media está concentrada a su alrededor. Por lo tanto, las respuestas presentan una alta solidez en cuanto a la variable medida. La mayor dispersión (heterogeneidad) se encuentra en el ítem n°4 (existían barreras de salida del sector) y la menor dispersión (homogeneidad) en el ítem n°1 (existía un agran cantidad de competencia)

### 13. CLIENTES, PROVEEDORES Y PRODUCTOS SUSTITUTIVOS.

Tabla 31: Clientes, proveedores y productos sustitutivos.

		<b>Estadísticos</b>				
		18. Clientes, proveedores y productos sustitutivos para aquel momento: Existía amenaza de productos sustitutivos	18. Clientes, proveedores y productos sustitutivos para aquel momento: Existía alto poder de negociación por parte de los clientes	18. Clientes, proveedores y productos sustitutivos para aquel momento: Existía alto poder de negociación por parte de los proveedores	18. Clientes, proveedores y productos sustitutivos para aquel momento: Existía dificultad para acceder a los proveedores	18. Clientes, proveedores y productos sustitutivos para aquel momento: Existían precios elevados de determinados aprovisionamientos
N	Válido	64	64	64	64	64
	Perdidos	14	14	14	14	14
Media		4,17	3,48	3,33	2,95	3,52
Mediana		4,00	4,00	3,00	3,00	3,00
Desviación estándar		,808	1,039	,960	,983	1,069

Fuente: Programa de análisis estadístico SPSS.

Respecto de esta pregunta y sus distintos items, podemos destacar respecto de las medidas de tendencia central, que la media aritmética de la variable estudiada (**clientes, proveedores y productos sustitutivos**) se establece entorno al 3,49, es decir, más cerca de la parte central de la escala (indiferencia). 2 de los 5 items se sitúan por encima de la media, destacando el nº1 (existía amenaza de productos sustitutivos) con un 4,17. La mediana nos muestra que la respuesta media sobre la variable se establece mayoritariamente en 3,4 sobre 5, siendo este un valor muy aproximado a la media, lo que indica valores no muy extremos en una muestra tan reducida.

Respecto de las medidas de dispersión, la desviación estándar se establece en un valor medio de 0,97 más cercano al 3,49 promedio de la media aritmética, lo que nos arroja una homogeneidad de los datos, lo que a su vez nos indica que la dispersión de dichos datos respecto de la media está concentrada a su alrededor. Por lo tanto, las respuestas

presentan una alta solidez en cuanto a la variable medida. La mayor dispersión (heterogeneidad) se encuentra en el ítem nº5 (existían precios elevados de determinados aprovisionamientos) y la menor dispersión (homogeneidad) en el ítem nº1 (existía amenaza de productos sustitutos)

#### 14. DISTRIBUIDORES.

Tabla 32: Distribuidores.

		<b>Estadísticos</b>	
		19. Distribuidores de su servicio durante aquel momento: Existían dificultades para distribuir el producto	19. Distribuidores de su servicio durante aquel momento: Existía un alto poder de negociación de los distribuidores
N	Válido	55	55
	Perdidos	23	23
	Media	3,13	3,20
	Mediana	3,00	3,00
	Desviación estándar	1,106	1,129

Fuente: Programa de análisis estadístico SPSS.

Respecto de esta pregunta y sus distintos ítems, podemos destacar respecto de las medidas de tendencia central, que la media aritmética de la variable estudiada (**distribuidores**) se establece entorno al 3,17, es decir, más cerca de la parte central de la escala (indiferencia). 1 de los 2 ítems se sitúan por encima de la media, destacando el nº2 (existía un alto poder de negociación de los distribuidores) con un 3,2. La mediana nos muestra que la respuesta media sobre la variable se establece mayoritariamente en 3 sobre 5, siendo este un valor medio de carácter central.

Respecto de las medidas de dispersión, la desviación estándar se establece en un valor medio de 1,12 más alejado del 3,17 promedio de la media aritmética, lo que nos arroja una heterogeneidad no excesiva de los datos, lo que a su vez nos indica que la dispersión de dichos datos respecto de la media no está excesivamente concentrada a su alrededor. Por lo tanto, las respuestas no presentan una alta solidez en cuanto a la variable medida. La mayor dispersión (heterogeneidad) se encuentra en el ítem nº2

(existía un alto poder de negociación de los distribuidores) y la menor dispersión (homogeneidad) en el ítem nº1 (existían dificultades para distribuir el producto), si bien es de destacar que ambas dispersiones son muy cercanas la una de la otra y ambas de carácter alto.

## 15. INTERMEDIARIOS FINANCIEROS.

Tabla 33: Intermediarios financieros.

		<b>Estadísticos</b>	
		20. Intermediarios financieros durante la gestión del negocio que luego tuvo que abandonar: Existían dificultades para acceder al crédito	20. Intermediarios financieros durante la gestión del negocio que luego tuvo que abandonar: Los intermediarios financieros imponían condiciones restrictivas para acceder al crédito
N	Válido	64	64
	Perdidos	14	14
	Media	4,42	4,27
	Mediana	5,00	5,00
	Desviación estándar	,793	,947

Fuente: Programa de análisis estadístico SPSS.

Respecto de esta pregunta y sus distintos ítems, podemos destacar respecto de las medidas de tendencia central, que la media aritmética de la variable estudiada (**intermediarios financieros**) se establece entorno al 4,35, es decir, más cerca de la parte positiva de la escala (algo de acuerdo). 1 de los 2 ítems se sitúan por encima de la media, siendo el nº1 (existían dificultades para acceder al crédito) con un 4,42. La mediana nos muestra que la respuesta media sobre la variable se establece en 5 sobre 5, siendo este un valor medio de carácter muy alto en la escala utilizada.

Respecto de las medidas de dispersión, la desviación estándar se establece en un valor medio de 0,87 más cercano al 4,35 promedio de la media aritmética, lo que nos arroja una homogeneidad de los datos, lo que a su vez nos indica que la dispersión de dichos

datos respecto de la media está bastante concentrada a su alrededor. Por lo tanto, las respuestas presentan una alta solidez en cuanto a la variable medida. La mayor dispersión (heterogeneidad) se encuentra en el ítem nº2 (los intermediarios financieros imponían condiciones restrictivas para acceder al crédito) y la menor dispersión (homogeneidad) en el ítem nº1 (existían dificultades para acceder al crédito), si bien es de destacar que ambas dispersiones son muy homogéneas y cercanas la una de la otra y ambas de carácter bajo.

Si bien, en general, podemos destacar la homogeneidad generalizada en las respuestas agrupadas de los distintos factores, vamos a comprobar cómo quedan los datos por ranking según las tres variables estudiadas, con la finalidad de tener una visión más clarificadora del resultado, teniendo en cuenta que los datos son a su vez la media de los valores obtenidos en cada uno de los ítems que componían la pregunta correspondiente en el cuestionario. Debemos tener en cuenta que media y mediana están calculadas sobre una escala valorada de 1 a 5.

A continuación, presentamos una serie de rankings sobre las variables 4 a 15 analizadas anteriormente, con el fin de obtener una información general más global y resumida sobre el mencionado análisis.

Tabla 34: Ranking según media aritmética.

	<b>Media</b>	Mediana	Desviación estándar
Intermediarios financieros	<b>4,35</b>	5	0,87
Distribuidores	<b>4,17</b>	3	1,12
Clientes, proveedores, productos sust.	<b>3,82</b>	3,4	0,97
Competencia	<b>3,78</b>	3,83	0,91
Características sector servicios P.A.	<b>3,63</b>	3,5	1,1
Factores económicos entorno	<b>3,49</b>	4	0,92
Apoyo	<b>3,38</b>	3,17	1,24
Reconocimiento/obstáculos	<b>3,23</b>	4,33	0,93
Motivaciones/dificultades	<b>3,17</b>	3,25	1,08
Recursos humanos	<b>3,05</b>	3,17	1,12
Estructura financiera/contable	<b>3,02</b>	3	1,14
Grado realización actividades	<b>2,99</b>	3,55	1,056

Fuente: Elaboración propia.

Podemos comprobar cómo la media aritmética nos muestra un nivel muy alto respecto de “intermediarios financieros” y “distribuidores”, quedando del resto de variables situadas por encima del nivel medio de 2,5.

Tabla 35: Ranking según mediana.

	Media	<b>Mediana</b>	Desviación estándar
Intermediarios financieros	4,35	<b>5</b>	0,87
Reconocimiento/obstáculos	3,23	<b>4,33</b>	0,93
Factores económicos entorno	3,49	<b>4</b>	0,92
Competencia	3,78	<b>3,83</b>	0,91
Grado realización actividades	2,99	<b>3,55</b>	1,056
Características sector servicios P.A.	3,63	<b>3,5</b>	1,1
Clientes, proveedores, productos sust.	3,82	<b>3,4</b>	0,97
Motivaciones/dificultades	3,17	<b>3,25</b>	1,08
Recursos humanos	3,05	<b>3,17</b>	1,12
Apoyo	3,38	<b>3,17</b>	1,24
Estructura financiera/contable	3,02	<b>3</b>	1,14
Distribuidores	4,17	<b>3</b>	1,12

Fuente: Elaboración propia.

En este caso, la mediana se sitúa en 5 sobre 5 respecto de los “intermediarios financieros”, siendo también muy alto respecto de “reconocimiento/obstáculos” y “factores económicos del entorno”

Es de destacar que todos los resultados se sitúan en el 3 o por encima de éste, es decir, sólo dos variables se sitúan en zona neutral y el resto en zona de respuesta positiva.

Tabla 36: Ranking según desviación estándar.

	Media	Mediana	Desviación estándar
Intermediarios financieros	4,35	5	<b>0,87</b>
Competencia	3,78	3,83	<b>0,91</b>
Factores económicos entorno	3,49	4	<b>0,92</b>
Reconocimiento/obstáculos	3,23	4,33	<b>0,93</b>
Clientes, proveedores, productos sust.	3,82	3,4	<b>0,97</b>
Grado realización actividades	2,99	3,55	<b>1,056</b>
Motivaciones/dificultades	3,17	3,25	<b>1,08</b>
Características sector servicios P.A.	3,63	3,5	<b>1,1</b>
Recursos humanos	3,05	3,17	<b>1,12</b>
Distribuidores	4,17	3	<b>1,12</b>
Estructura financiera/contable	3,02	3	<b>1,14</b>
Apoyo	3,38	3,17	<b>1,24</b>

Fuente: Elaboración propia.

En este caso podemos observar cómo la dispersión es muy baja en “intermediarios financieros”, y baja en “competencia”, “factores económicos del entorno”, “reconocimiento/obstáculos” y “clientes, proveedores y productos sustitutos”.

Si comparamos estos datos con los de la media aritmética, el resultado es que las variables “intermediarios financieros” y “competencia” son aquellas en las que las respuestas han sido las más altas y homogéneas, mostrando un gran nivel de acuerdo entre los encuestados, mostrándose como las variables más relevantes de nuestro estudio.

De la misma manera, las variables “estructura financiera y contable” y “recursos humanos” son aquellas en las que peores valores se han obtenido tanto en media como en mediana y desviación estándar, resultando pues de una mayor heterogeneidad y dispersión entre los encuestados, mostrándose pues como las variables menos relevantes en el estudio.

## **5. CONCLUSIONES.**

### **5.1 SOBRE EL ESTUDIO TEÓRICO.**

Según la información desarrollada y analizada en el estado de la cuestión, el emprendedor, entendido como “tomador de riesgos económicos” se encuentra en mínimos históricos en la Comunidad Valenciana, según se desprende del índice TEA de actividad emprendedora.

La literatura al respecto nos indica que, de forma global, se entiende por “fracaso emprendedor” aquella empresa o negocio extinguido, con cierre de hoja registral o en concurso de acreedores.

Respecto de las causas del fracaso emprendedor, los diferentes estudios recogidos se encargan de estudiarlo a través de modelos estadísticos que van desde los modelos univariantes hasta los modelos ANOVA, pasando por el análisis discriminante múltiple o las redes neuronales artificiales.

En cuanto a los rasgos significativos del fracaso emprendedor, podemos afirmar que los distintos autores destacan el miedo al fracaso, basado sobre todo en las cargas financieras, la falta de motivación emprendedora y el momento en el que ocurre el fracaso emprendedor, con especial atención a la mayor probabilidad de ocurrencia en edades tempranas.

Centrándonos en los factores determinantes del fracaso emprendedor, los autores estudiados concluyen que los más importantes son la edad del emprendedor, así como su formación y experiencia, la falta de objetividad a la hora de emprender, las diferentes estrategias empresariales utilizadas, la ineficiencia de su gestión, la edad de la empresa o negocio, la estructura financiera desarrollada, el tipo de contexto institucional en el que se desenvuelve, el tipo de emprendimiento realizado (de calidad e innovador o no), la actitud hacia el fracaso, la autoconfianza y el miedo a fracasar.

Las principales dificultades y carencias a la hora de emprender en la Comunidad Valenciana, que podrían funcionar como un agravante del emprendedor en cuanto a su fracaso, son el solapamiento y la falta de cooperación de las distintas entidades de apoyo al emprendedor, la falta de continuidad en las políticas de apoyo al emprendimiento e innovación, la falta de foco y especialización de las PYMES, la desigualdad de oportunidades para emprender en el territorio valenciano, el hecho de que la Comunidad Valenciana atrae a los emprendedores pero no los retiene por no ayudarles nada más que en las fases tempranas, existencia de un servicio de alto valor añadido carente de apoyo en la implantación real en el mercado, necesidad de renovación en el ecosistema emprendedor, sobre todo en el reciclaje, actualización y especialización de expertos de apoyo y, por último, la necesidad de profundizar en las políticas de apoyo al desarrollo de la cultura emprendedora.

Todo lo expuesto hasta este momento nos sirvió de base para determinar los diferentes factores de estudio y variables a desarrollar en el cuestionario que, a la postre, serviría para obtener la información necesaria para alcanzar los dos objetivos planteados al inicio de este trabajo, los cuales podemos afirmar que han sido cubiertos de forma óptima.

Finalmente, es importante hacer una pequeña reflexión sobre el hecho de que los “sesgos psicológicos comunes” ayudan a explicar por qué los ejecutivos minimizan la evidencia de fracaso y postergar la dura decisión de rescatar. Los sesgos psicológicos pueden hacer que sea difícil salir de un negocio enfermo. (Horn, J.T., Lovallo, D.P. y Viguerie, S.P., 2006).

Esta última reflexión que aparece en el artículo “Learning to let go: making better exit decisions”, de la revista “The McKinsey Quarterly”, pone en evidencia la importancia de que el emprendedor sepa detenerse, identificar un inevitable fracaso, y saber reaccionar en consecuencia para que los daños producidos sean los menores posible.

Los emprendedores pueden aprender a identificar esos sesgos y comprender cuándo es probable que impidan una evaluación objetiva de las perspectivas de un producto, una

unidad de negocios o incluso una industria entera. Las empresas pueden crear mecanismos para contrarrestar sus sesgos y ayudarles a moverse hacia la salida en el momento adecuado.

Según todas las conclusiones recogidas sobre el estado de la cuestión, vemos cómo el fracaso emprendedor se puede estudiar desde distintos puntos de vista, los cuales nos llevan a identificar una serie de variables, internas o externas (macroentorno vs microentorno) que nos pueden y deben ayudar a intentar evitar el fracaso en el emprendimiento, poniendo de manifiesto tanto las carencias personales del emprendedor como las de las Administraciones Públicas y del resto de entidades de apoyo al emprendedor.

Así, nos atrevemos a concluir que el fenómeno emprendedor se está desarrollando en España, en la Comunidad Valenciana, y en la provincia de Alicante, a una velocidad que no ha sido capaz de lograr que todos los actores principales involucrados estén perfectamente adaptados a la situación requerida. Es necesario, pues, pararse y reflexionar sobre las necesidades reales y latentes del emprendedor para que este se pueda enfrentar a la árdua tarea de emprender en las mejores condiciones de éxito posible.

## 5.2 SOBRE EL ESTUDIO EMPÍRICO.

En este aspecto, podemos concluir que el perfil del emprendedor fracasado en el sector servicios de la provincia de Alicante es el de un emprendedor *autónomo*, principalmente del subsector *comercio*, aunque también de otros como financiación, ocio, asesoramiento, tecnología, información, comunicación, educación y deporte, Administración, cuidado de personas y de la salud así como del hogar, que pasados *entre uno y tres años* desde el fracaso sigue intentando otra aventura emprendedora, que en su mayoría se apoya en el *plan comercial* para desarrollar su trabajo, y a veces en el plan de empresa, que poseía *experiencia profesional previa* y, aquellos que decidieron optar por la *formación en emprendimiento*, se decantaron principalmente por obtenerla de las *Administraciones Públicas*, valorando dicha formación entre *algo útil* y *poco útil*.

Los *intermediarios financieros*, en concreto las dificultades para acceder al crédito, y la *competencia*, con una gran cantidad existente en el mercado, han sido dos variables de una gran importancia para este tipo de emprendedor, mostrándose también importante, ya en un segundo nivel, los *clientes*, *proveedores* y *productos sustitutivos*, destacando la amenaza de estos últimos, así como el grado de *reconocimiento* de la sociedad a su esfuerzo y los *obstáculos* enfrentados durante el proceso del emprendimiento, en especial la excesiva carga burocrática y tributaria.

A continuación, también existen otras variables que, si bien van decayendo en relevancia, también son dignas de mención, como puede ser el hecho de que valoran pequeños pedidos y clientes modestos, cuentan con diferentes tipos de clientes para que el riesgo sea menor, cuentan con trabajadores poco motivados, descuidan los cobros, tienen dificultades para conciliar la vida laboral y familiar, cuentan con el apoyo de familiares, piensan que la debilidad de la demanda se debe a la crisis económica y que los estilos de vida, hábitos de consumo y cambios sociales afectan a dicha demanda, y piensa que los distribuidores tienen un alto poder de negociación.

### 5.3 RECOMENDACIONES PARA FUTUROS EMPRENDEDORES.

De acuerdo con toda la información analizada hasta el momento, y con las diferentes conclusiones obtenidas, nos atrevemos a realizar una lista abierta de recomendaciones que sirva de ayuda para todos aquellos que decidan enfrentarse al reto del emprendimiento. Así, sería altamente recomendable:

- Recibir formación en emprendimiento antes de comenzar a desarrollar la idea de negocio.
- Dedicar el tiempo suficiente a preparar y estudiar la estrategia de penetración e implantación en el mercado, a través del marketing, la investigación de mercados, el plan de empresa, el plan estratégico y otros relacionados.
- Implantar la orientación al cliente como política de calidad de la empresa.
- Establecer una estructura organizativa eficiente y acorde a la realidad.
- Desarrollar una cuidadosa planificación financiera.
- Tratar de conseguir un determinado respaldo financiero antes de materializar la idea de negocio.
- Contar con una eficiente gestión contable y administrativa, con especial atención a los cobros.
- Motivar a los trabajadores y tener en cuenta sus sugerencias o necesidades implicándoles, como principal activo de la empresa, en el desarrollo de la misma así como en el establecimiento y logro de objetivos.
- Intentar recabar contactos que puedan ayudar a la introducción en el mercado.

- Desarrollar una ventaja competitiva que ayude a diferenciarse de la competencia directa y de los productos sustitutos.
- Generar valor para el cliente.
- Organizar de forma eficiente la relación entre vida laboral y familiar para que puedan convivir en armonía.



#### **5.4 RECOMENDACIONES PARA ADMINISTRACIONES PÚBLICAS Y OTRAS ENTIDADES DE APOYO EMPRENDEDOR.**

Igualmente, y debido a que la actividad o pasividad de las distintas Administraciones Públicas implicadas en el proceso emprendedor ocupa un lugar trascendental en el desarrollo de éste, mostramos a continuación una lista abierta con recomendaciones para que las Administraciones Públicas y entidades de apoyo al emprendimiento puedan adaptarse y ofrecer un apoyo emprendedor de máxima calidad, con el objetivo de potenciar, impulsar y facilitar la tarea emprendedora.

- Mejorar la oferta de formación emprendedora, tanto en contenido como en adaptación a la realidad del mercado, con el objetivo de que sea de la mayor utilidad posible.
- Tratar de mejorar la imagen que del emprendedor y del emprendimiento tiene la sociedad en general, con el objetivo de valorar esta actividad y dotarla de prestigio.
- Dotar al emprendedor de un apoyo en todos aquellos aspectos necesarios para el correcto desarrollo de su actividad en todas sus fases.
- Reducir la carga burocrática y tributaria al emprendedor.
- Desarrollar una normativa laboral, fiscal, contable y administrativa menos restrictiva para el emprendedor.
- Facilitar el acceso a una financiación óptima en cantidad y condiciones.

- Generar una mayor coordinación y sinergias en la misma dirección, entre las distintas entidades de apoyo al emprendimiento.
  
- Establecer una continuidad en las políticas de apoyo al emprendimiento y a la innovación.
  
- Ayudar a las PYMES a generar un óptimo enfoque y especialización.
  
- Crear una igualdad de oportunidades para el emprendimiento, en cualquier parte del territorio de la Comunidad Valenciana.
  
- Retener a los emprendedores ofreciéndoles espacios concretos para desarrollar, impulsar y hacer crecer sus negocios en el mercado.
  
- Apoyar la implantación en el mercado y realizar un seguimiento posterior en fases alejadas de las iniciales.
  
- Renovar el ecosistema emprendedor a través del reciclaje de expertos en apoyo emprendedor, y la búsqueda de éstos con experiencia emprendedora previa.
  
- Impulsar la cultura emprendedora desde todas las bases de la sociedad.

## 6. BIBLIOGRAFÍA.

Alemany, L.; Álvarez, C.; Planellas, M. y Urbano, D. (2011) *Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España*. Primera edición. España: Fundación Príncipe de Girona.

Arroyo Vázquez, M. (2016) *Emprendimiento y Universidad emprendedora: conceptualización, propuesta metodológica y caracterización de la Universidad Politécnica de Valencia*. Tesis Doctoral. Universidad Politécnica de Valencia. Valencia, España.

Atsan, N. (octubre 2016). *Failure Experiences of Entrepreneurs: Causes and Learning Outcomes*. Antalya, Turquía: Procedia – Social and Behavioural Sciences, N.º 235, pp. 435-442.

BBVA Research. (segundo semestre 2016). *Situación de la Comunidad Valenciana*. España: Autor.

Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia. Servicio de estudios económicos. (2014). *La Comunidad Valenciana en cifras. Informe estadístico*. España: Autor.

COEPA (Confederación Empresarial de la provincia de Alicante). (enero 2016). *Informe económico*. España: Autor.

Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo. (2016). *Mapa del emprendimiento Comunidad Valenciana 2016*. España: Autor.

Diamanto, P. y Gabrielsson, J. (2009). *Entrepreneurs' attitudes towards failure. An experimental learning approach*. Suecia: International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, Vol. 15, N.º 4, pp. 364-383.

Dirección General de Economía, Emprendedurismo y Cooperativismo. (primer trimestre 2017). *Informe trimestral. La economía valenciana y su entorno*. España: Autor.

EOI (Escuela de Negocios). (2003). *Identificación de las causas de fracaso de emprendedores y búsqueda de soluciones a través de métodos de aprendizaje experimental*. España: Autor.

Fuentelsaz, L. y González, C. (julio-septiembre 2015). *El fracaso emprendedor a través de las instituciones y la calidad del emprendimiento*. España: *Universia Business Review*, pp. 77-79.

Gómez Gras, J.M., Mira Solves, I., Martínez Mateo, J. y Estrada de la Cruz, M. (2015). *GEM (Global Entrepreneurship Monitor) Comunidad Valenciana*. España: Global Entrepreneurship Research Association.

González, C., Maicas, Juan P. y Fuentelsaz, L. (2015). *El fracaso emprendedor: un análisis desde las instituciones formales*. España: Universidad de Zaragoza, pp. 1-4.

Horn, J.T., Lovallo, D.P. y Viguerie, S.P. (2006). *Learning to let go: making better exit decisions*. EEUU: *The McKinsey Quarterly*, N°2.

INE (Instituto Nacional de Estadística). (2006-2014). *Datos de nacimientos y muertes de empresas. Anexo gráfico*. España: Autor.

INE (Instituto Nacional de Estadística). (febrero 2016). *Estadísticas pyme, evolución e indicadores. datos DIRCE*. N.º 14. España: Autor.

INECA (Instituto de Estudios Económicos de la provincia de Alicante). (2003-2013). *Anuario*. España: Autor.

IVACE (Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial). (2016). *Sector Servicios*

de la Comunitat Valenciana. España: Autor.

IVIE (Instituto valenciano de Investigaciones Económicas). (2013). *Análisis de la situación económica, social y territorial de la Comunidad Valenciana. Documento base para definir la estrategia de la región en el período de programación 2014-2020*. España: Autor.

Manzaneque Lizano, M., Banegas Ochovo, R. y García Pérez de Lema, D. (2010). *Diferentes procesos de fracaso empresarial. Un análisis dinámico a través de la aplicación de técnicas estadísticas clúster*. España: Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Vol. 19, N.º 3, pp. 67-88.

Muñiz Ferrer, M. (enero-abril 2015). *Emprendimiento: innovación y cambio social*. España: Revista cuatrimestral de las Facultades de derecho y Ciencias Económicas y Empresariales (ICADE), N.º 94, pp. 7-10.

Pascual, C. (6 de noviembre de 2016) *La cifra de emprendedores toca suelo en la Comunidad*. Alicante: Diario Información. Noticias de Alicante.

Portal Estadístico de la Generalitat Valenciana. (2016). *Ficha municipal Alicante*. España: Autor.

Pozuelo Campillo, J., Labatut Serer, G. y Veres Ferrer, E. (2010). *Análisis descriptivo de los procesos de fracaso empresarial en microempresas mediante técnicas multivariantes*. España: Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Vol. 19, N.º 3, pp. 47-66.

Romero Martínez, Ana M. y Milone, M. (enero-abril 2016). *El emprendimiento en España: Intención Emprendedora, Motivaciones y Obstáculos*. España: Globalización, Competitividad y Gobernabilidad, Vol. 10, N.º 1, pp. 95-109.

Tascón Fernández, Maria T. y Castaño Gutiérrez, Francisco J. (enero-julio 2012).

*Variables y modelos para la identificación y predicción del fracaso empresarial: revisión de la investigación empírica reciente.* España: Revista de contabilidad, Vol. 15, N.º 1, pp. 7-58.

Trias de Bes, F. (2007) *El libro negro del emprendedor.* Octava edición. España: Empresa Activa.

UATAE (Unión de Asociaciones de Trabajadores Autónomos y Emprendedores). (2015). *Análisis de las Causas del Éxito y el Fracaso en el Emprendimiento.* España: Autor.

Valls, J.; Cruz, C.; Torruella, A.; Juanes, E.; Canessa, M. y Hormiga, E. (2012). *Causas de fracaso de los emprendedores.* Primera edición. España: Netbiblo, S.L.



## 7. ANEXOS.

22/7/2017

ENCUESTA PARA EMPRENDEDORES

### ENCUESTA PARA EMPRENDEDORES

Estimado emprendedor/a. Desde la Universidad Miguel Hernández de Elche, y como base para la realización de un Trabajo de Fin de Grado, estamos realizando un estudio sobre el emprendimiento en el sector servicios de la Provincia de Alicante, con la finalidad de poder así ayudar a los nuevos emprendedores en su tarea de implantación.

Por consiguiente, le agradeceríamos que fuera tan amable de dedicar unos minutos a la realización del siguiente cuestionario.

Este estudio está avalado por la Cámara de Comercio de Alicante y por SECOT.

Su respuesta goza de absoluto anonimato y confidencialidad y podrá acceder al resultado del estudio, si así lo desea, a través de cualquiera de las entidades colaboradoras.



#### PREGUNTAS

1. ¿Ha realizado usted alguna actividad emprendedora que haya tenido que abandonar? (cerrar o traspasar un negocio)

- Sí
- No (Fin de la encuesta. Muchas gracias por su colaboración)

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScQ6eM-Zz7wMryjIkJVFBmtY6UN\\_KMYcYThe7V\\_mkkhpoKA/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScQ6eM-Zz7wMryjIkJVFBmtY6UN_KMYcYThe7V_mkkhpoKA/viewform)

1/11

2. En caso afirmativo, ¿hace cuanto tiempo de ello?

- Menos de 1 año
- Entre 1 y 3 años
- Más de 3 años

3. ¿De qué tipo de negocio se trataba?

- Autónomo
- S.L.
- Otras

4. ¿Dentro de qué subsector se encontraba?

- Hostelería/turismo
- Comercio
- Transporte
- Otros

5. Respecto de la planificación, organización y gestión, señale cuál o cuáles de los siguientes documentos se elaboraron para el negocio que tuvo que abandonar (elija tantas opciones como sean necesarias):

- Plan de Empresa
- Plan de Marketing
- Plan Comercial
- Plan Estratégico
- Cronograma de actividades



6. Continuando con la planificación, organización y gestión, señale de 1 a 5, siendo 1 el nivel más bajo y 5 el más alto, el grado de realización de las siguientes actividades que ha llevado a cabo como emprendedor, respecto del negocio que debió abandonar:

	1	2	3	4	5
Preveer lo que podría ocurrir en el medio plazo	<input type="radio"/>				
Valorar a los pequeños pedidos y clientes modestos	<input type="radio"/>				
Valorar a los proveedores	<input type="radio"/>				
Organizar bien tanto el trabajo como al personal	<input type="radio"/>				
Obsesionarse de forma negativa con el trabajo	<input type="radio"/>				
Contar con diferentes tipos de clientes para que el riesgo sea menor	<input type="radio"/>				
Basarse en acciones comerciales mayoritariamente	<input type="radio"/>				
Utilizar herramientas de márketing, publicidad y comunicación	<input type="radio"/>				
Llevar a cabo una política de calidad	<input type="radio"/>				
Tener una estructura organizativa eficiente y acorde a la realidad	<input type="radio"/>				

7. En cuanto a la formación previa de que disponía usted como emprendedor/a, señale las circunstancias en las que se encontraba cuando puso en marcha su negocio (elijá tantas opciones como sean necesarias):

- Contaba con formación especializada en dirección empresarial
- Contaba con experiencia profesional previa
- Había recibido formación en emprendimiento

8. En el caso en el que sí hubiera recibido formación emprendedora, señale la opción adecuada:

- La había recibido de las administraciones públicas (Universidades, Consellerías, Cámara de Comercio, centros de formación, etc)
- La había recibido de asociaciones privadas (de empresarios, emprendedores, etc)
- La había recibido de empresas privadas (academias, asesorías, etc)

9. ¿Cómo calificaría usted la formación recibida? :

- Muy útil
- Algo útil
- Poco útil
- Nada útil

10. Centrándonos en la estructura financiera y contable del negocio que tuvo que abandonar, señale el grado de acuerdo o desacuerdo:

	Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Indiferente	Algo de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Contaba con una planificación financiera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contaba con respaldo financiero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conocía las ayudas y líneas de financiación disponibles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Incurría en gastos recurrentes sin garantía de ingresos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me retrasaba en los pagos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Descuidaba los cobros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponía de una eficiente gestión contable y administrativa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**11. En lo que respecta a los recursos humanos del negocio que debió abandonar, señale el grado de acuerdo o desacuerdo:**

	Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Indiferente	Algo de acuerdo	Totalmente de acuerdo
No contaba con ningún trabajador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Los trabajadores estaban poco formados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Los trabajadores tenían poca experiencia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Los trabajadores estaban poco motivados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Los trabajadores no estaban involucrados en la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tenía en cuenta las sugerencias o necesidades de los trabajadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**12. Centrándonos en diversos aspectos sobre su primer emprendimiento, señale el grado de acuerdo o desacuerdo:**

	Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Indiferente	Algo de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Disponía de determinación y coraje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elegí el emprendimiento en solitario para tener control total sobre el negocio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me costaba diferenciar entre vida personal y profesionalidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tenía dificultades para conciliar vida laboral y familiar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Señale el grado de acuerdo o desacuerdo respecto de aquellos aspectos con los que se siente usted identificado/a:

	Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Indiferente	Algo de acuerdo	Totalmente de acuerdo
La sociedad no valora al emprendedor por su esfuerzo y valentía	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La sociedad ve al emprendedor como un aprovechado con afán de dinero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las administraciones públicas ofrecen escaso apoyo de utilidad al emprendedora	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existe una excesiva carga burocrática y tributaria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
No existe una oferta formativa y de asesoramiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existe una normativa laboral, fiscal, contable administrativa o medioambiental restrictiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Respecto del momento en que decidió emprender por primera vez, señale el grado de acuerdo o desacuerdo:

	Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Indiferente	Algo de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Contaba con contactos que le pudieran ayudar a introducirse en el mercado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contaba con el apoyo de familiares	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contaba con el apoyo de amigos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Respecto de los siguientes factores económicos que existían cuando usted decidió emprender por primera vez, señale el grado de acuerdo o desacuerdo:

	Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Indiferente	Algo de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Debilidad de la demanda como consecuencia de la crisis económica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dificultad para acceder a mano de obra cualificada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tipos de interés altos para acceder a financiación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nivel de precios altos en el mercado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nivel de precios bajos en el mercado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Baja renta disponible de las familias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



16. Señale el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones respecto del sector servicios en la Provincia de Alicante:

	Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Indiferente	Algo de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Los estilos de vida o hábitos de consumo afectan a la demanda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Los cambios sociales afectan a la demanda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La situación demográfica afecta a la demanda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El nivel de desarrollo tecnológico es alto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El acceso a las nuevas tecnologías es caro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hace falta una alta inversión en I+D+i	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Con relación a la competencia, señale el grado de acuerdo o desacuerdo para el momento en el que estaba gestionando el negocio que después debió abandonar:

	Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Indiferente	Algo de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Existía una gran cantidad de competencia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La competencia se encontraba muy bien establecida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existían barreras de entrada al sector	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existían barreras de salidas del sector	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Había dificultad para diferenciarse de la competencia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Había facilidad de acceso de nuevos competidores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. En cuanto a clientes, proveedores y productos sustitutos, señale el grado de acuerdo o desacuerdo para aquel momento:

	Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Indiferente	Algo de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Existía amenaza de productos sustitutos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existía un alto poder de negociación por parte de los clientes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existía un alto poder de negociación por parte de los proveedores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existía dificultad para acceder a los proveedores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existían precios elevados de determinados aprovisionamientos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Respecto de los distribuidores de su servicio, en caso de que existiesen, señale el grado de acuerdo o desacuerdo que se daba durante aquel momento:

	Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Indiferente	Algo de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Existían dificultades para distribuir el producto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existía un alto poder de negociación de los distribuidores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Finalmente, señale el grado de acuerdo o desacuerdo en lo que respecta a los intermediarios financieros, durante la gestión del negocio que luego tuvo que abandonar:

	Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Indiferente	Algo de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Existían dificultades para acceder al crédito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Los intermediarios financieros imponían condiciones restrictivas para acceder al crédito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**FIN DE LA ENCUESTA. Muchas gracias por su aportación a este estudio.**

 Página 1 de 1

ENVIAR

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. Informar sobre abusos - Condiciones del servicio - Otros términos

Google Formularios