

---

# CUESTIONARIO DIRIGIDO A PROMOTORES DE CAMPOS DE HELLÍN

---

ASOCIACIÓN CAMPOS DE HELLÍN

---

Autor: Quincegrados Laboratorio de  
Estrategias SRL

---



## CONTENIDOS

CONTENIDOS .....	2
1 INTRODUCCIÓN: .....	3
2 METODOLOGÍA.....	4
3 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....	6
3.1 Perfil y caracterización de los promotores y sus iniciativas .....	6
3.2 Factores clave en la decisión de emprender .....	8
3.2.1 Actitudes previas al emprendimiento.....	8
3.2.2 Norma subjetiva o influencia social .....	9
3.2.3 Auto-control percibido .....	10
3.2.4 Elementos circunstanciales .....	11
3.3 El proceso de emprender y el papel de la Asociación Campos de Hellín.....	12
3.4 El matiz rural para emprender.....	15
3.5 Perspectivas de futuro.....	18
ANEXO 1: ESTRUCTURA DEL CUESTIONARIO.....	21
ANEXO 2: INFORME GENERAL DE RESULTADOS.....	32

## 1 INTRODUCCIÓN:

La Asociación Campos de Hellín se encuentra actualmente finalizando el programa LEADER correspondiente al periodo 2007/2013. En este sentido, y con vistas a afrontar el nuevo periodo de financiación, se hace necesario revisar las actuales prioridades estratégicas de la comarca, recogidas en la Estrategia de Desarrollo Comarcal elaborada en 2008.

Para afrontar esta tarea, es recomendable hacer balance de las actuaciones realizadas hasta el momento con el fin de obtener un aprendizaje efectivo que contribuya a definir y diseñar las prioridades futuras de la Asociación Campos de Hellín como Grupo de Acción Local.

Con este objetivo, se ha diseñado un cuestionario para trabajar con todas y todos los beneficiarios de ayuda a proyectos de tipo productivo de Campos de Hellín, con el que abordar las siguientes cuestiones:

1. Perfil caracterización de las personas emprendedoras y sus iniciativas.
2. Factores clave en la decisión de emprender.
3. El proceso de emprender. La actuación del Campos de Hellín.
4. El matiz rural para emprender.
5. Perspectivas de futuro.

Para mejorar la comparabilidad de las respuestas se ha optado por una entrevista estructurada y estandarizada. Tras su distribución a todos los beneficiarios del Programa de Desarrollo Rural de Campos de Hellín, se han recopilado un total de 25 entrevistas.

## 2 METODOLOGÍA

Para la elaboración del presente estudio se ha optado por una metodología cualitativa. La recogida de información se ha realizado a través de entrevistas estructuradas estandarizadas en cuestionarios autocumplimentados online. Este procedimiento permite analizar singularmente cada una de las entrevistas, y ha ofrecido la posibilidad de un tratamiento estadístico de los datos a fin de obtener medidas de resumen de las respuestas ofrecidas y la comparabilidad de las mismas.

La selección de la muestra se ha fijado bajo los siguientes criterios:

- **Ámbito territorial:** Municipios de Campos de Hellín (Albatana, Fuenteálamo, Ontur, Tobarra y Hellín).
- **Universo:** Beneficiarios de ayudas a proyectos de tipo productivo.
- **Tamaño:** 25 entrevistas.
- **Procedimiento de selección de los entrevistados:** Muestreo no probabilístico de conveniencia, atendiendo a criterios de representatividad, heterogeneidad, participación y disponibilidad.
- **Tipo de entrevista:** Estructurada, estandarizada, autocumplimentada, online en la plataforma Typephorm.
- **Fecha de las entrevistas:** del 1 al 10 de octubre.

El cuestionario estandarizado permite el tratamiento estadístico de los datos. En este caso se ha realizado un análisis estadístico exploratorio y descriptivo. Ambos análisis ofrecen una primera aproximación a los datos, permitiendo una visión del posicionamiento y distribución global de todas las opiniones dadas. En concreto se han estudiado:

- La distribución de frecuencias para cada categoría de respuesta.
- Las medidas de tendencia central y dispersión.

Los procesos estadísticos utilizados para este análisis han sido:

- Estimación de proporciones.
- Cálculo de medias, medianas, modas, desviaciones típicas, asimetría y curtosis.
- Estadístico de Kolmogorov-Smirnov.
- Diagramas de caja, gráficos de tallo y hojas, histogramas, diagramas de normalidad.

Las tareas concretas realizadas para la elaboración de este estudio han sido:

- Documentación y revisión bibliográfica.
- Diseño del cuestionario.
- Realización del trabajo de campo.
- Codificación del cuestionario.
- Introducción de los resultados en la matriz de datos.
- Depuración y control de la matriz de datos
- Análisis de coherencia interna.
- Recodificación y creación de nuevas variables
- Tabulación y explotación estadística de los cuestionarios.
- Análisis e interpretación de los datos.
- Redacción del informe.

### 3 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

#### 3.1 Perfil y caracterización de los promotores y sus iniciativas

De acuerdo a las entrevistas realizadas, el perfil del promotor en Campos de Hellín es el de un hombre, de unos 40 años de edad, con una formación profesional o universitaria, y que previamente a emprender su negocio, se encontraba en situación de desempleo.

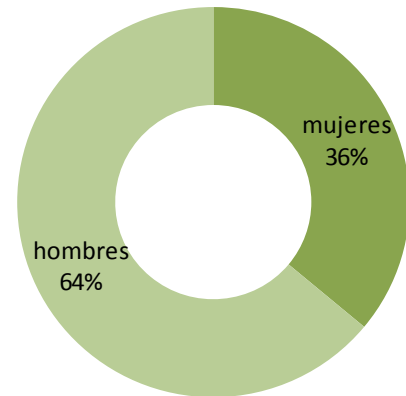


Ilustración 1. Género

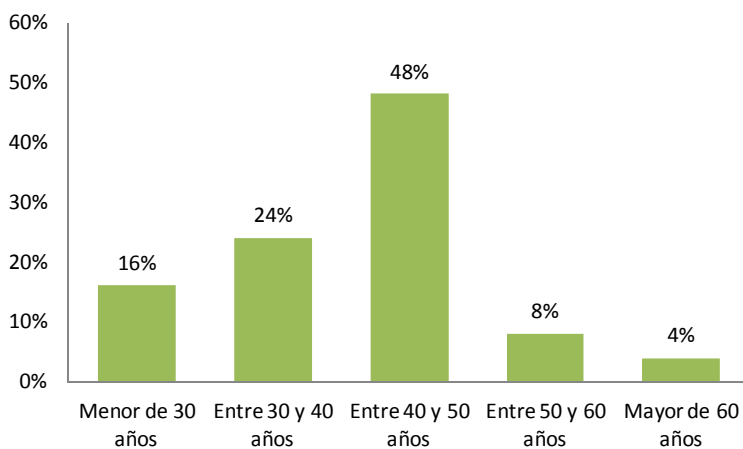


Ilustración 3. Edad

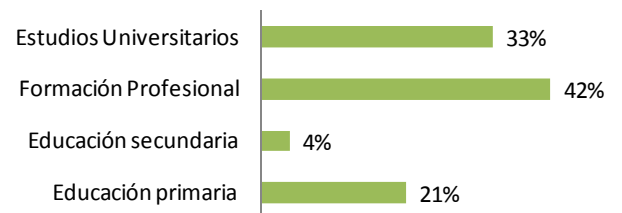


Ilustración 2. Nivel de estudios

Ocho de cada diez personas entrevistadas no habían tenido otras experiencias previas como empresarios o empresarias a parte de su negocio actual.

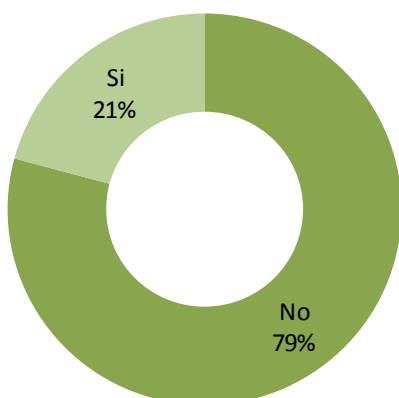


Ilustración 5. Experiencia previa como empresario

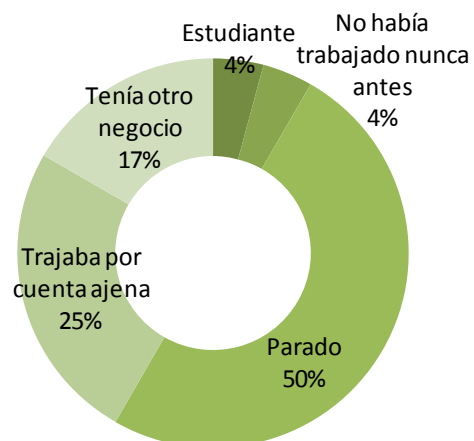


Ilustración 4. Situación antes de emprender

En tres de cada cuatro casos, califican sus iniciativas como algo innovadoras, pero con una alta tasa de competitividad en sus respectivos sectores, y destinadas fundamentalmente al público local o comarcal. En cuanto al sector al que pertenecen las iniciativas emprendidas, destacan las pertenecientes a actividades del sector servicios y comercio.

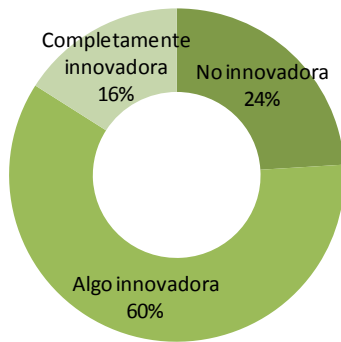


Ilustración 7. Clasificación de la actividad

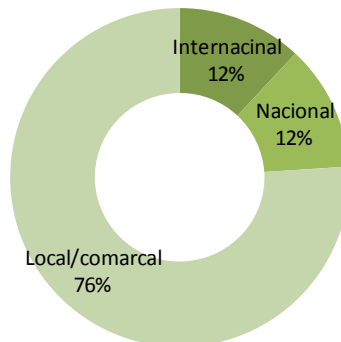


Ilustración 8. Ámbito de la actividad

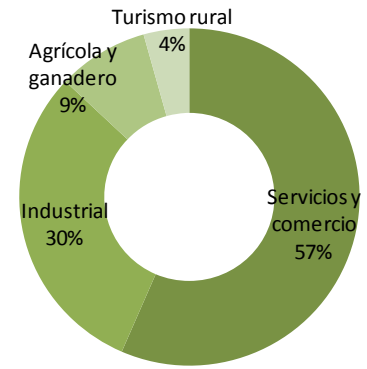


Ilustración 6. Sector de actividad

En un elevado número de casos, las iniciativas que se han emprendido son unipersonales, es decir, compuestas por un único socio. Se trata, en su mayoría, de iniciativas con poca capacidad de generación de empleo pues, salvando algunas excepciones, el empleo generado es de un puesto de trabajo o ninguno.

La media de trabajadores en las empresas de las personas entrevistadas no alcanza los dos puestos de empleo.

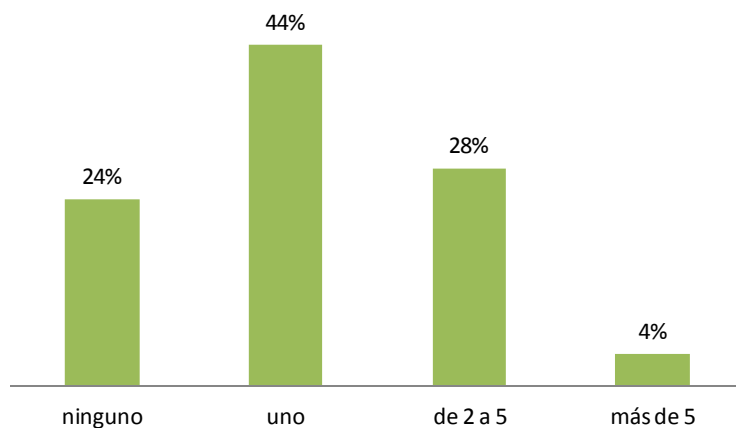


Ilustración 9. Número actual de empleados en la empresa

### 3.2 Factores clave en la decisión de emprender

Muchos de los estudios que abordan el fenómeno del emprendurismo parten de la *Teoría de la Acción Planificada* para explicar el porqué una persona decide emprender.

Según esta teoría la decisión viene determinada por una combinación de la actitud hacia el emprendimiento, por la influencia social y por la autoevaluación de poder desarrollar la iniciativa. Además, es interesante conocer los elementos circunstanciales de cada individuo que han podido contribuir a tomar esa decisión.

#### 3.2.1 Actitudes previas al emprendimiento

Una característica fundamental de las actitudes es que no se pueden medir directamente, sino que se infieren de la conducta o de las declaraciones verbales del sujeto.

La escuela de los *“componentes múltiples”* entiende que la estructura de la actitud está formada por tres dimensiones que giran en torno al objeto de estudio: cognitivo (pensamientos, creencias y expectativas), afectivo (sentimientos y emociones) y conativo (pre-disposición).

La *dimensión cognitiva* consiste en las percepciones y creencias hacia un objeto, en nuestro caso el emprendimiento. Es decir, esta dimensión integra la información e imagen (positiva y/o negativa) a la que asocian el objeto. Lógicamente los objetos que no se conocen o de los que no se tiene información no pueden generar actitudes.

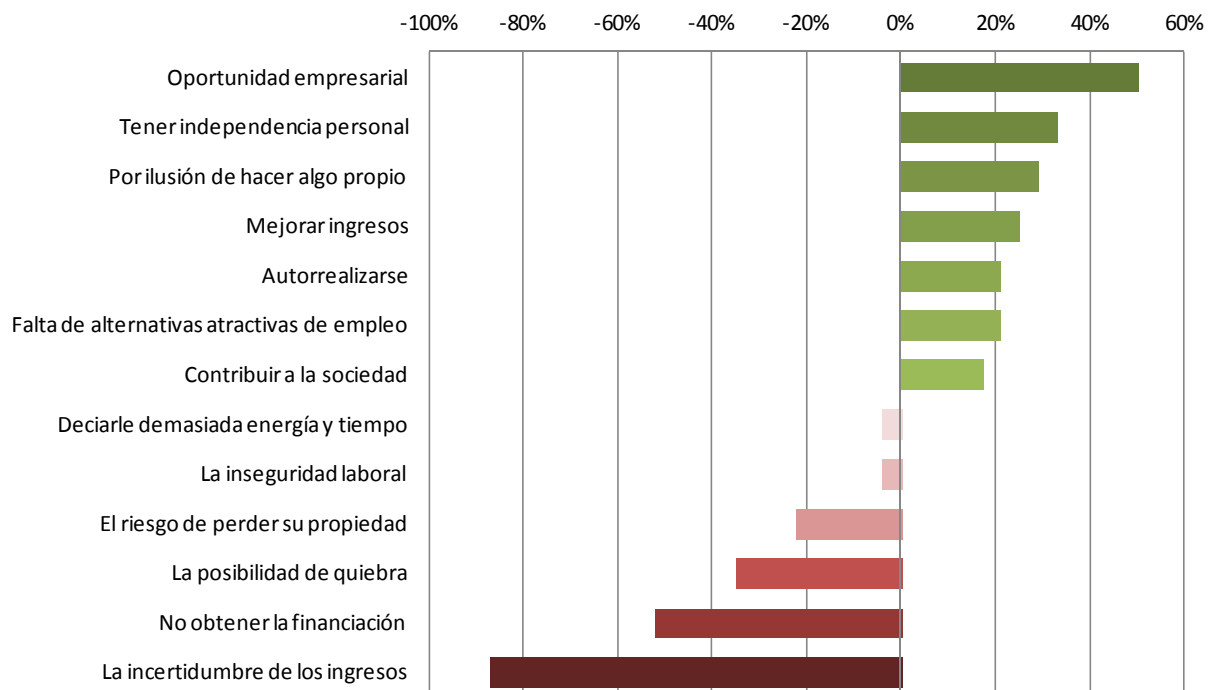


Ilustración 10. Pensamientos asociados al emprendimiento



De las entrevistas realizadas se desprende la idea de que la imagen positiva previa que se tenía del emprendimiento está muy asociada a expectativas económicas y a tener independencia personal. En un segundo plano están los elementos personales y/o vocacionales relacionados con la posibilidad de autorrealización o de contribuir a la mejora de la sociedad.

Por otro lado, los pensamientos negativos más recurrentes giran significativamente en torno al riesgo material o económico (también el social), asumido a la hora de emprender. Preocupan menos, aspectos funcionales u otros riesgos como el tiempo a dedicarle o la posible inestabilidad asociada al emprendimiento.

La *dimensión afectiva*, por su parte, es el sentimiento a favor o en contra de un objeto social. En nuestro caso, ninguno de los consultados tenía una imagen negativa de los emprendedores o empresarios antes de iniciar su proyecto.

Por último, la *dimensión conativa* es la tendencia y predisposición a actuar sobre el objeto de una determinada manera. Es la dimensión activa de una actitud, y en el caso que nos ocupa podemos concluir que entre las personas consultadas existía una mayor predisposición al trabajo por cuenta propia antes de iniciar su carrera como emprendedores.

Este es un dato que difiere significativamente de lo observado en el conjunto del país. Según se recoge un estudio del CIS<sup>1</sup> elaborado en 2012, la opción de trabajar por cuenta propia era contemplada por el 36,9% de los españoles, mientras que el 54,8% mostraba una clara preferencia por trabajar por cuenta ajena.

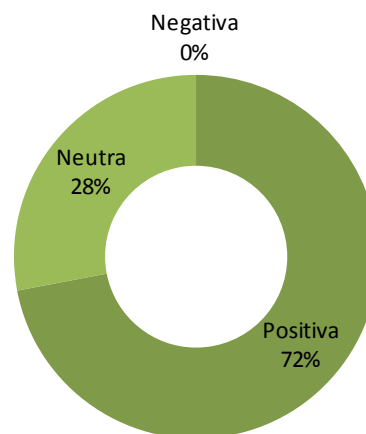


Ilustración 11. Imagen previa de emprendedores y empresarios

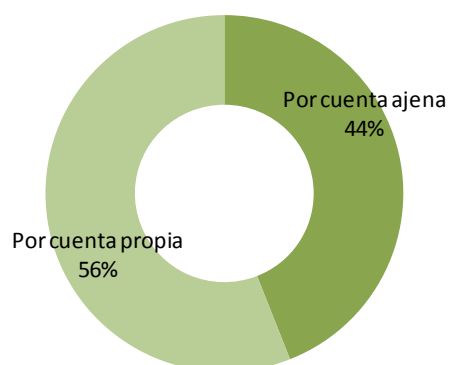


Ilustración 12. Preferencia antes de emprender

### 3.2.2 Norma subjetiva o influencia social

La norma social o subjetiva hace referencia a la presión o influencia que el entorno social del sujeto recibe sobre un objeto (en nuestro caso el emprendimiento).

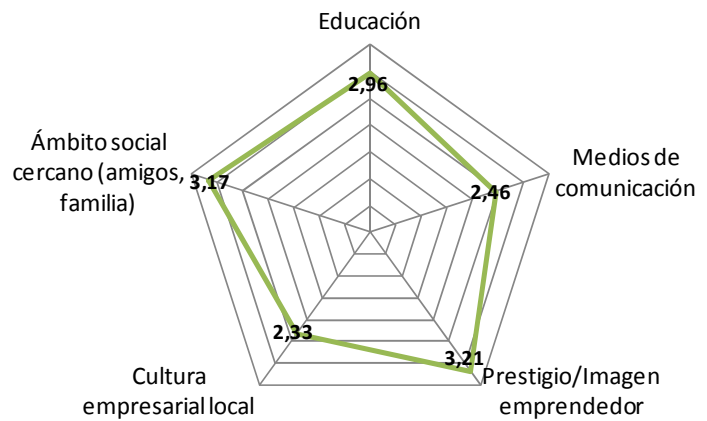
En este punto, analizaremos el conjunto de mensajes que el individuo recoge de su entorno para valorar en qué punto ha podido influir en su decisión de emprender.

A través de las entrevistas realizadas podemos concluir que las personas consultadas han estado expuestas a una moderada influencia positiva sobre el emprendimiento.

<sup>1</sup> Estudio "Opinión pública y política fiscal", julio 2012, Estudio nº 2953, disponible on line en: [http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1\\_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=13124](http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=13124)

Realmente esta influencia positiva tan sólo se hace más patente en dos casos: cuando nos referimos al entorno social más cercano del emprendedor (su familia o amigos), o bien, cuando nos referimos a la imagen de la que gozan las personas empresarias o emprendedoras en los municipios de Campos de Hellín.

Por el contrario, hay un aspecto destacable y que puede ejercer una influencia negativa a la hora de emprender, y esa es la escasa percepción a cerca de la existencia de cultura emprendedora o empresarial en la comarca que muestran más de la mitad de las personas entrevistadas.



**Ilustración 13. Exposición a contextos sociales favorables al emprendimiento**

### 3.2.3 Auto-control percibido

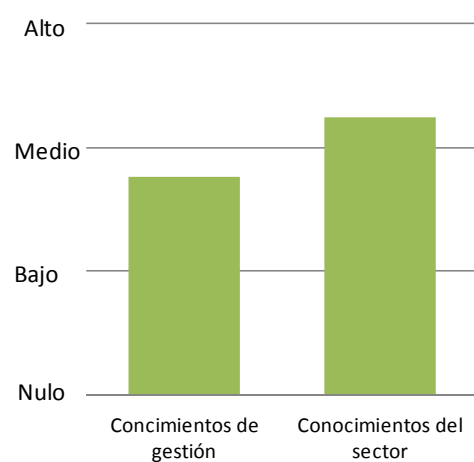
Es la percepción que el sujeto tiene de poder llevar a cabo la acción sobre el objeto.

En nuestro caso, existía una baja consideración de las habilidades propias para llevar a cabo un negocio propio en lo que se refiere a las habilidades o conocimientos necesarios para gestionar un negocio.

En cambio, y sin llegar a alcanzar un nivel alto, esta consideración es mayor en lo que se refiere a los conocimientos o habilidades sobre el sector de actividad en el cual se enmarca el negocio emprendido.

Esta baja auto-consideración puede tener una explicación en la escasa formación previa que realizaron las personas entrevistadas: tan sólo uno de cada cuatro reconoce haber realizado alguna vez algún curso o actividad sobre emprendimiento o creación de empresas.

Si bien es cierto que una vez iniciada la actividad, dos de cada cuatro de las personas entrevistadas, sí reconoce haber participado en algún curso o actividad relacionada con el emprendimiento o la gestión de negocios.



**Ilustración 14. Auto-control percibido**

### 3.2.4 Elementos circunstanciales

Qué duda cabe que los elementos circunstanciales y personales del sujeto tienen una gran influencia en el hecho de emprender.

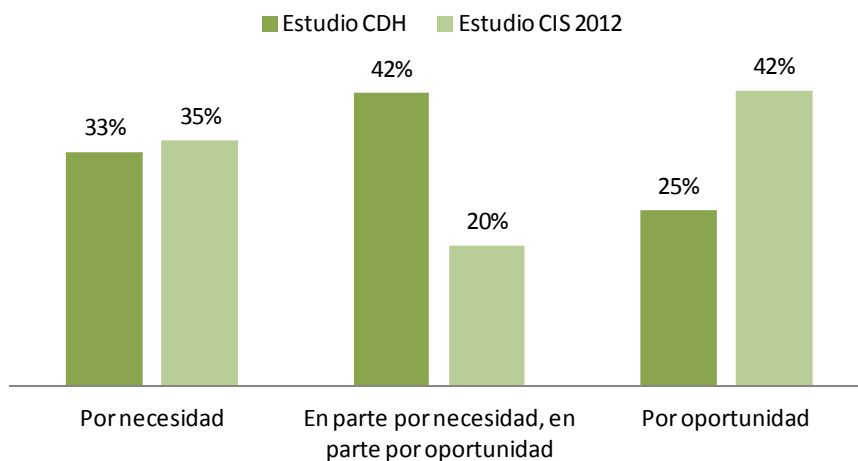
Es lo que ha ocurrido en estos años de crisis económica y destrucción de empleo, durante los cuales, ante la falta de alternativas de trabajo, la única alternativa laboral para muchas personas era la puesta en funcionamiento de su propia empresa.

Es el caso también de algunas de las personas

entrevistas en Campos de Hellín: Un 75% afirman

que comenzaron su negocio en parte por necesidad, frente a un 25% que manifiestan haber emprendido por oportunidad.

Estos resultados difieren bastante de los resultados obtenidos en el estudio nacional sobre emprendedores elaborado por el CIS en 2012, donde más de un 40% de las personas emprendedoras afirmaban emprender por oportunidad.



**Ilustración 15. Emprendimiento por necesidad o por oportunidad**

### 3.3 El proceso de emprender y el papel de la Asociación Campos de Hellín

En el camino recorrido hasta consolidar su negocio las personas entrevistadas se han encontrado con dificultades de tipo económicas, fundamentalmente marcadas por el acceso a financiación, y con la complejidad administrativa necesaria para poner en marcha un negocio. Además han sentido que desde el punto de vista social e institucional, pero principalmente institucional, no han recibido el apoyo necesario.

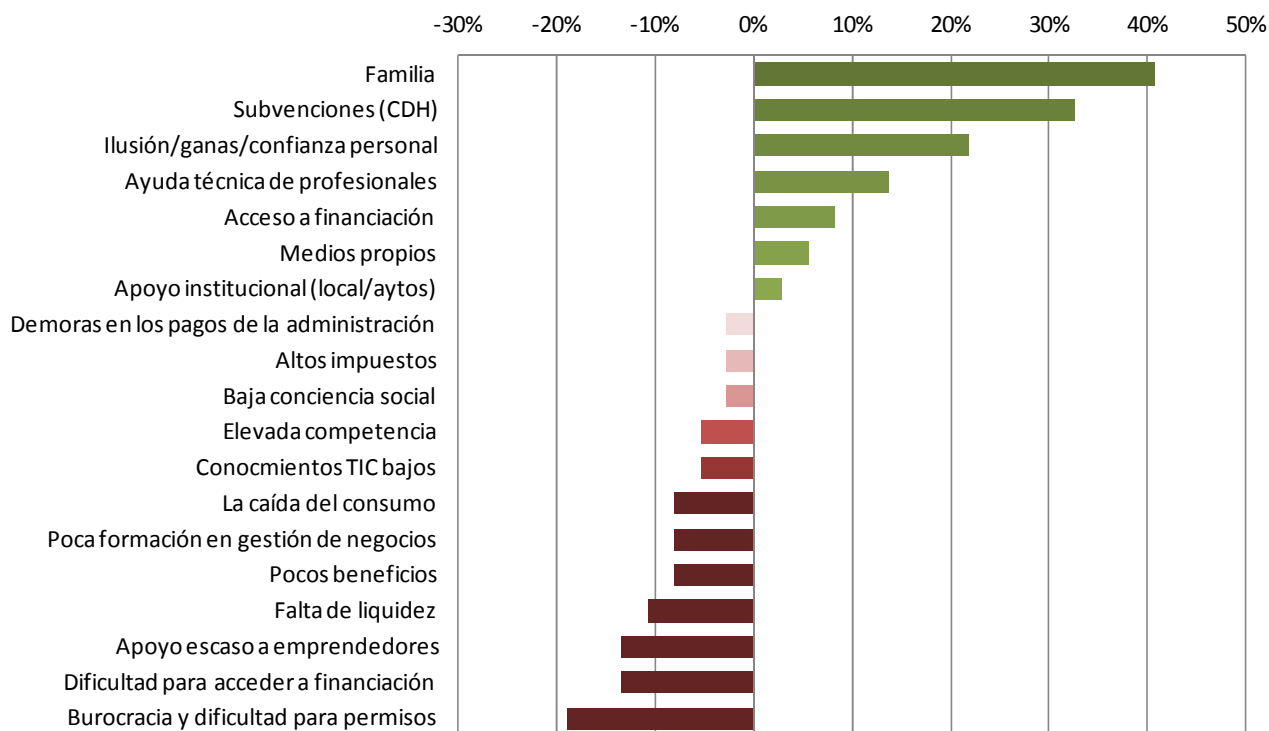


Ilustración 16. Apoyos o dificultades

Por otra parte, las principales ayudas recibidas tienen un origen fundamentalmente endógeno. Es decir, los puntos de apoyo principales para impulsar la actividad no vienen de fuera, sino que están integrados en sus propios círculos sociales y anclados en una excepcional ilusión por sacar adelante una idea de negocio.

Destaca, en este sentido, la presencia de la familia como uno de los principales apoyos de los emprendedores consultados. Es significativo como instituciones sociales como la familia, tienen una trascendencia capital sobre el conjunto de la sociedad y la economía, erigiéndose como uno de los principales soportes incluso en la labor de diversificar la economía.

Esta importancia del apoyo familiar en el emprendimiento es destacado en otros estudios, como es el caso del “Observatorio de clima emprendedor 2013”.

No obstante, no se puede obviar el apoyo recibido en forma de subvenciones. En este sentido, Campos de Hellín ha jugado un papel muy importante para las personas entrevistadas.

La labor de Campos de Hellín, que se enmarca dentro del programa europeo FEADER, persigue una promoción del espíritu empresarial que colabore en la diversificación de la economía rural.

En este sentido, es interesante saber en qué grado la labor de Campos de Hellín como Grupo de Acción Local ha sido determinante para dar el paso hacia una mayor cultura emprendedora.

La mitad de las personas entrevistadas considera que esta labor ha sido bastante determinante a la hora de tomar la decisión de emprender. Si bien, ocho de cada diez personas entrevistadas hubiesen puesto en

marcha sus negocios a pesar de no haber contado con la ayuda de Campos de Hellín.

Esta aparente contradicción no es tal. Las personas emprendedoras valoran muy bien las ayudas recibidas, reconocen el peso que han tenido a la hora de salir adelante, pero la idea de fondo transmitida incide en que la actitud previa, la influencia social y familiar y la confianza le hubieran empujado a recorrer el camino hasta el negocio propio.

Todo ello sin menoscabo del reconocimiento y valoración del apoyo recibido. De hecho, la gran mayoría de las personas entrevistadas considera que Campos de Hellín ha contribuido de manera fundamental a la diversificación de la economía, sobre todo en lo que respecta a la ayuda en la creación de empresas.

Se considera en cambio que desde Campos de Hellín se contribuye en menor grado al apoyo del sector turístico, fomento de la cultura emprendedora o la mejora de la competitividad empresarial. No obstante, teniendo en cuenta algunos de los proyectos de promoción turística emprendidos por la Asociación en el periodo 2007/2013, esta valoración puede venir dada por una falta de información de las personas encuestadas.

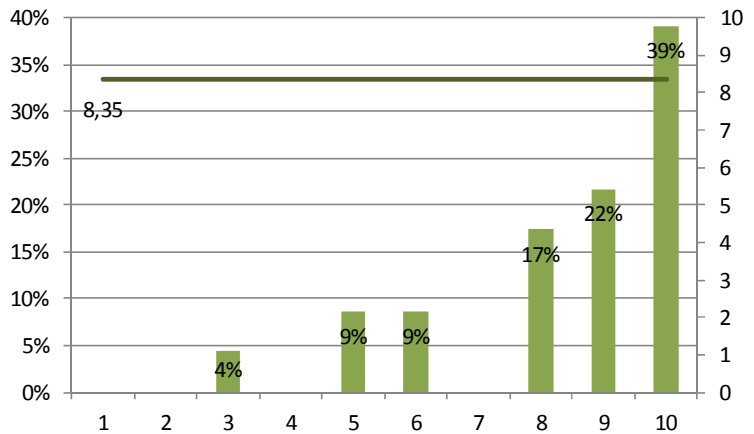


Ilustración 17. Valoración del apoyo recibido por CDH

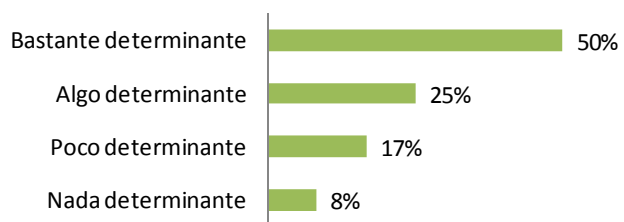


Ilustración 18. Valoración del apoyo recibido por CDH (II)

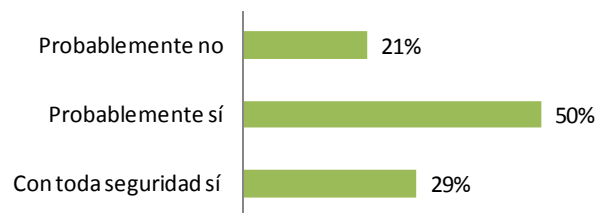


Ilustración 19. ¿Hubiese puesto en marcha su proyecto sin ayuda de CDH?

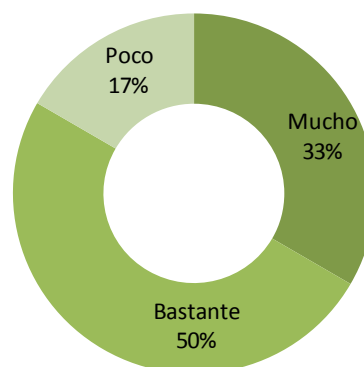
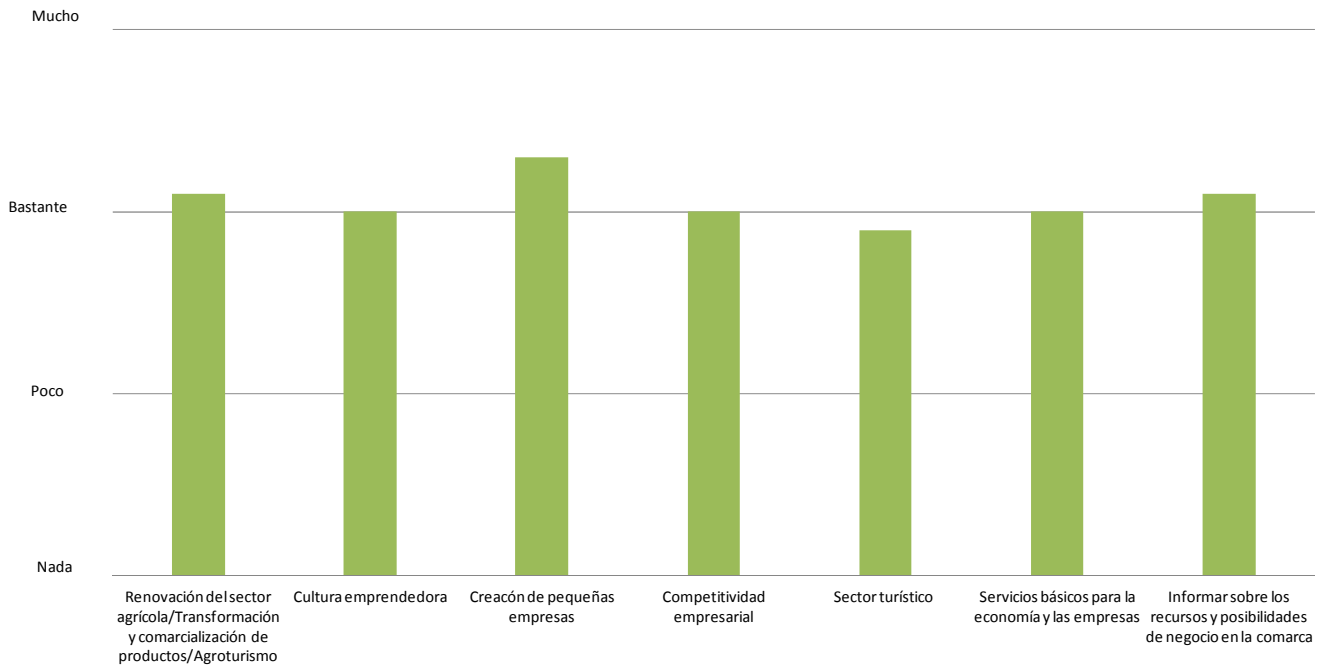


Ilustración 20. Contribución de CDH a la diversificación de la economía comarcal



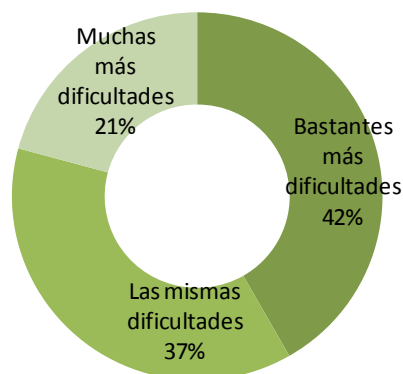
**Ilustración 21. Valoración de la contribución de CDH al desarrollo económico de la comarca**

### 3.4 El matiz rural para emprender

¿Existen diferencias entre emprender en entornos rurales y emprender en entornos urbanos? ¿Podemos hablar de una especificidad que requiere de medidas concretas alejadas de las medidas de estímulo al emprendimiento en general? ¿Qué piensan los emprendedores rurales sobre sus recursos? ¿A qué se enfrentan en su camino por emprender? ¿Hay dificultades añadidas determinadas por el entorno físico? ¿Y el entorno social, cómo influye en el emprendimiento rural? Este bloque pretende dar respuesta a estas y otras preguntas sobre el emprendimiento en áreas rurales.

Más del 60% de las personas entrevistadas afirman que emprender en entornos rurales tiene bastantes o muchas más dificultades que en entornos urbanos. Esto nos abre la puerta a plantearnos si el escenario rural tiene conjunto de condicionantes propias que hacen diferente emprender en un contexto rural a emprender en un entorno urbano.

Para responder a esta pregunta el marco teórico del que partimos es el “Estudio cualitativo sobre la actividad emprendedora en el medio rural. Análisis de las barreras a la actividad emprendedora en el medio rural” del catedrático de Psicología Ambiental José Antonio Corraliza Rodríguez. En dicho estudio se identifican 11 barreras al emprendimiento en el medio rural, a saber:



**Ilustración 22. Dificultades de emprender en el medio rural**

- *Barrera del aislamiento. El reto de la conectividad rural-urbano: ¿El aislamiento, la lejanía de los núcleos de actividad y la falta de recursos, infraestructuras y comunicaciones bloquean y dificultan las iniciativas emprendedoras?*

- *La barrera de la escala de la actividad emprendedora: Una barrera que responde al reto de establecer un perfil preciso para el proyecto deseado. ¿El tamaño del municipio determina la demanda potencial? En palabras del propio Corraliza, “a pesar de los avances comerciales y la progresión de la actividad de difusión a través de la red, existe la idea de que la actividad emprendedora en el medio rural es, por necesidad, de escala reducida (...) El alcance de la actividad emprendedora en el medio rural plantea problemas de difusión y distribución específicos que pueden afectar a la escala.”*

- *Barreras debidas a los límites de la formación: ¿Existe formación adecuada a entornos rurales? Del estudio de Corraliza se deriva la opinión generalizada de que la cantidad y calidad de la formación de los diferentes actores sociales en el entorno rural es una de las necesidades más acuciantes.*

- *Los riesgos del cortoplacismo y la falta de cultura de riesgo en el medio rural: ¿Son mayores las consecuencias sociales del fracaso en entornos rurales? El miedo al riesgo no es exclusivo del medio rural, pero sí lo son las consecuencias del mismo.*

- *La barrera del desconocimiento. Falta de información sobre el medio rural y las iniciativas más adecuadas: ¿Falta información sobre el propio medio rural y sobre sus iniciativas más adecuadas? Según Corraliza, la falta de información afecta tanto a los “urbanitas”, para elaborar una idea viable y adecuada, como a los “ruralistas” sobre el tipo de negocio que pueda tener mejor salida en el entorno urbano.*

- *Barreras derivadas del nivel de autoestima de la población rural: el reto del aprecio del clima social de las zonas rurales. ¿Falta autoestima para poner en valor y aprovechar los recursos propios? Es decir, a juicio de Corraliza, en entornos rurales existe una baja valoración de los recursos propios, por lo que todo lo que forma parte del entramado socioeconómico de las zonas rurales no se consideran adecuados para hacerlo*

objeto de una actividad emprendedora. En palabras del autor “este aspecto incide poderosamente tanto en la motivación para emprender como en la génesis de eventuales ideas que pueden ser de gran valor en el inicio de una actividad emprendedora.”

- *Barrera del localismo: el debate sobre los recursos endógenos frente a los recursos exógenos: Nadie duda de la importancia de utilizar los recursos endógenos en la implantación de un proyecto empresarial, pero ¿emprender basándonos en los recursos locales dificulta extenderse fuera del ámbito local?*

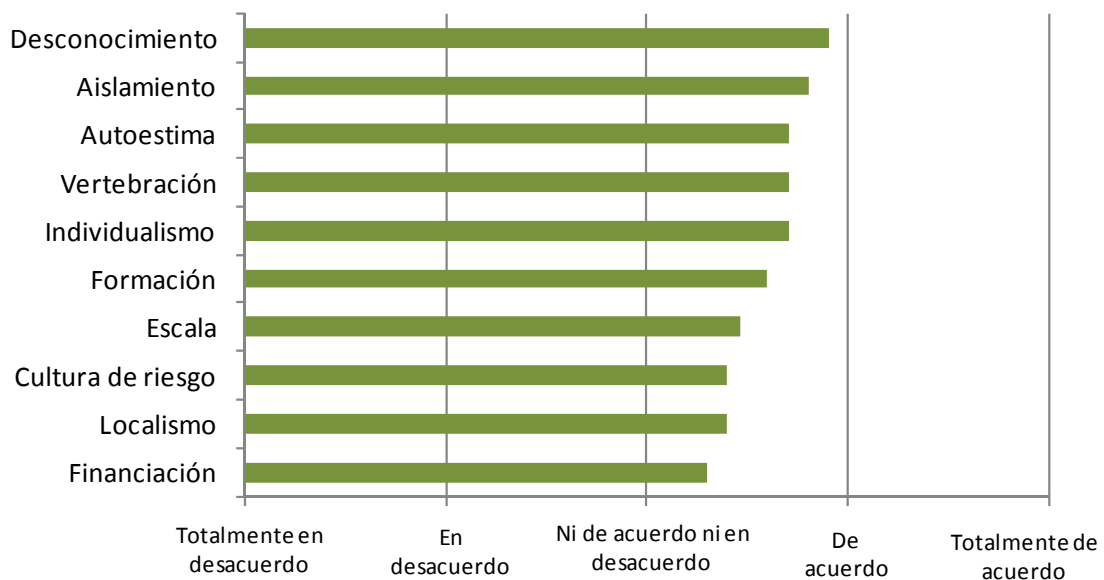
- *La barrera del individualismo: el reto de agruparse y conectarse. En un ámbito donde el cooperativismo está demostrando su idoneidad para articular muchos proyectos empresariales, ¿esta estructura tiende a bloquearse? ¿Existe dificultad para cooperar, transferir conocimientos y trabajar en red?*

- *Barreras relacionadas con la vertebración y la gobernanza en zonas rurales: ¿Existe un modelo adecuado de gobernanza claro que permita englobar y actuar sobre el medio rural en su conjunto?*

- *La financiación: ¿Es más complejo buscar financiación y apoyos en entornos rurales? Aunque como se destaca en el estudio de Corraliza emprender siempre es caro, sea en rural o en urbano, muchos de los problemas con los que se encuentran los emprendedores en entornos rurales van ligados a la disponibilidad de líneas de crédito y planes de negocio.*

- *Barrera de la rutina mental: el reto de la innovación en la búsqueda de yacimientos nuevos de emprendimiento. ¿Hay pocas ideas nuevas para llevar a cabo negocios o crear empresas? El autor del citado estudio detecta una tendencia en contextos rurales a repetir ideas que han tenido éxito, impulsando iniciativas que ya han sido puestas en marcha con éxito precisamente por el éxito precedente cosechado.*

En el caso que nos ocupa, hemos querido contrastar la presencia de estas barreras a juicio las personas emprendedoras de Campos de Hellín. Para ello, les hemos solicitado que mostraran su grado de acuerdo y desacuerdo con cada una de las barreras expuestas anteriormente.



**Ilustración 23. Barreras al emprendimiento rural**

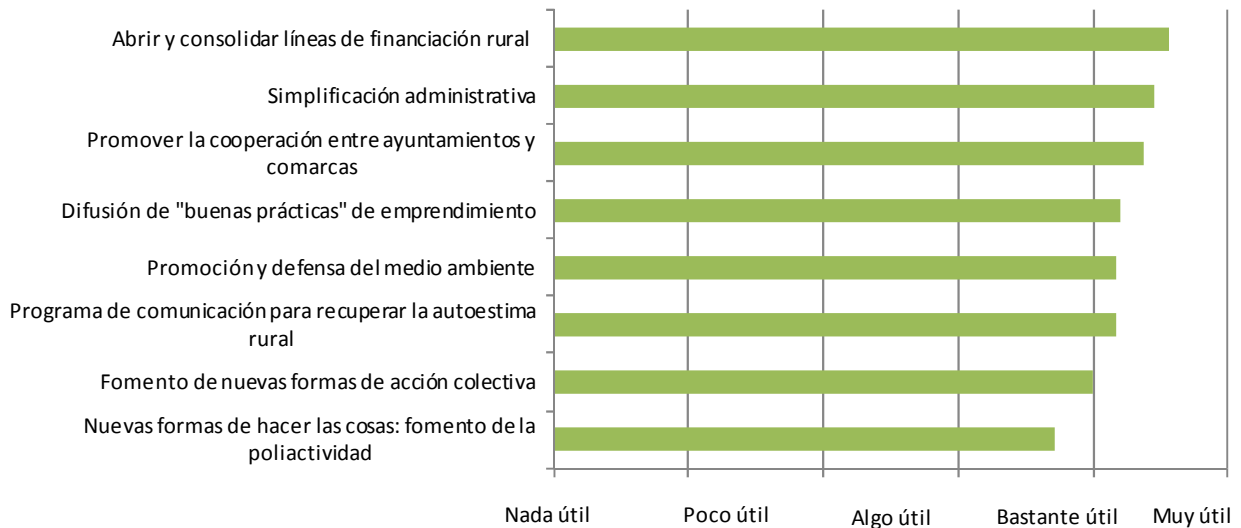


Las personas entrevistadas no han manifestado un grado de acuerdo elevado con las barreras presentadas. Si bien, dentro de este grado de acuerdo que podíamos calificar como moderado, hay dos cuestiones que resaltan sobre las demás: El desconocimiento sobre las oportunidades que pueden permitir desarrollar actividades de emprendimiento en el medio rural, y la lejanía a grandes núcleos de actividad.

A estas dos cuestiones les siguen otras como la falta de autoestima para poner en valor y aprovechar los recursos propios, las dificultades para cooperar y trabajar en red, o la falta de un modelo de gobernanza que permita actuar sobre el medio rural en su conjunto.

Todo esto no es sólo que implique una mayor dificultad de emprender en entornos rurales que en los urbanos, sino que emprender en entornos rurales supone enfrentarse a ciertos escenarios y circunstancias diferentes a las de otros entornos.

Del mismo modo, hemos preguntado sobre la utilidad de algunas de las medidas que propone Corraliza. Todas ellas han tenido una buena acogida entre las personas entrevistadas, destacando las líneas de financiación específicas, la simplificación administrativa y la cooperación entre administraciones.



**Ilustración 24. Medidas para impulsar el emprendimiento en entornos rurales**

### 3.5 Perspectivas de futuro

En la actualidad las personas consultadas viven su situación profesional con una moderada satisfacción, pero con mejores perspectivas al pensar en los próximos cinco años.

Esta visión contrasta con sus perspectivas en cuanto al crecimiento empresarial de la comarca, el cual es contemplado con bastante pesimismo.

Únicamente las actividades relacionadas con los servicios sociales, la transformación o comercialización de productos agrícolas y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, frecen mejores perspectivas de mejora a juicio de las personas entrevistadas, aunque sin llegar a ser esta una valoración positiva.

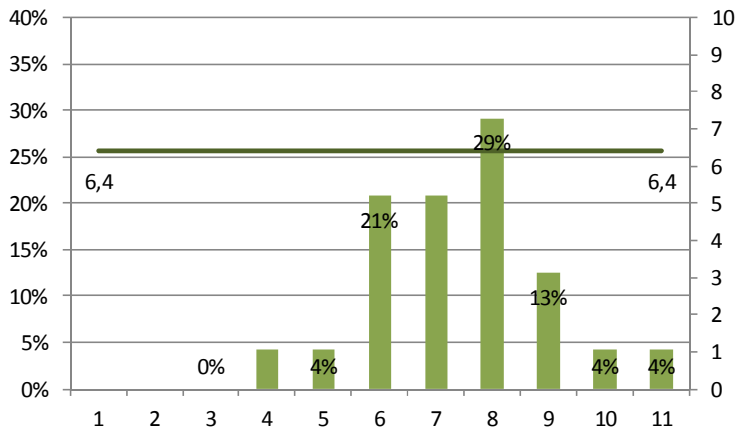


Ilustración 25. Cómo le van las cosas en la actualidad

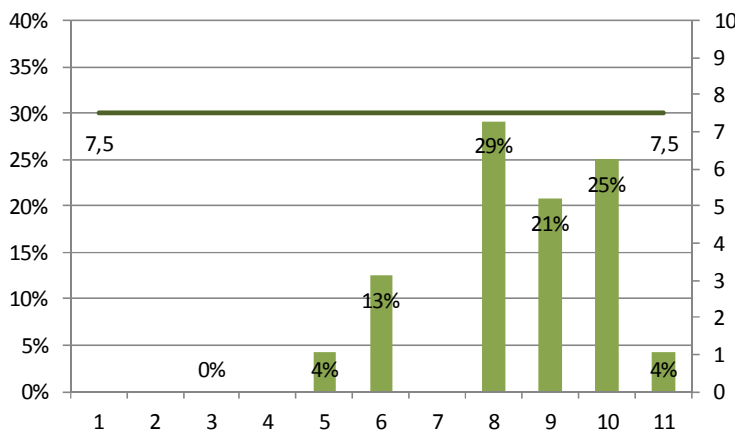


Ilustración 26. Cómo cree que le irán las cosas en el futuro

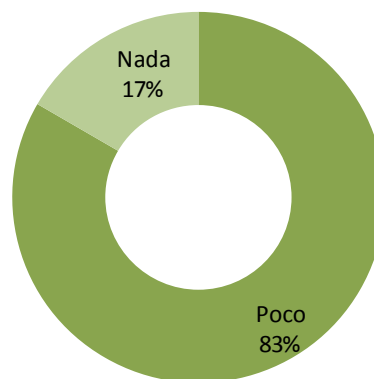
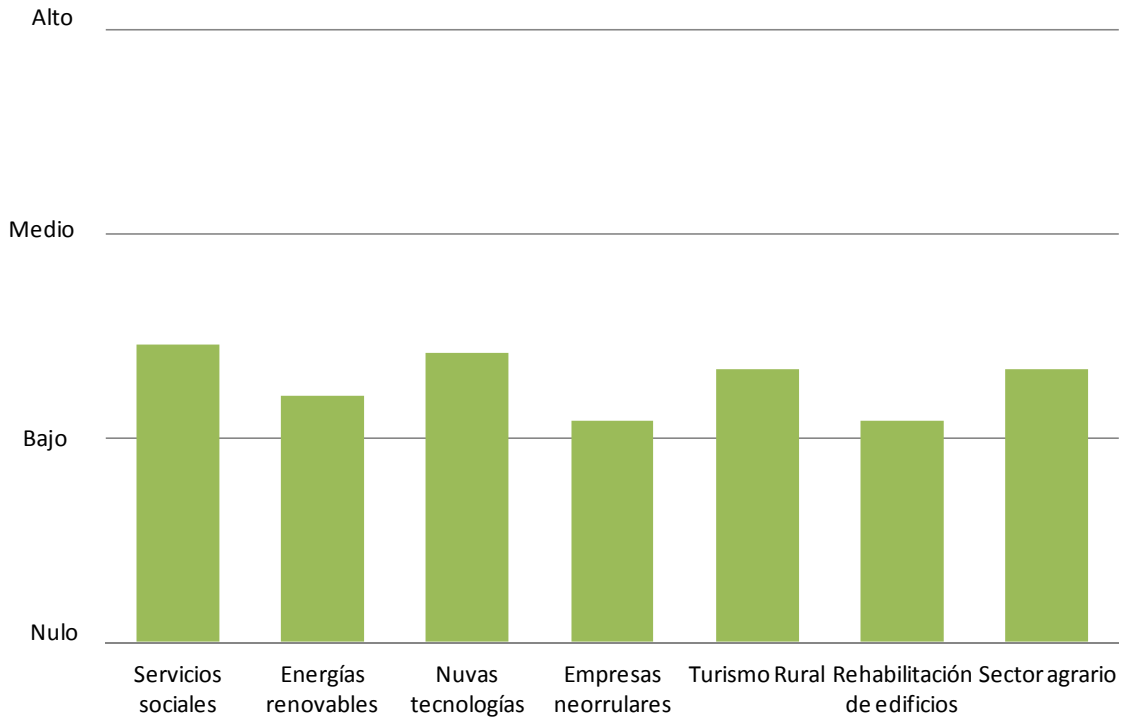


Ilustración 27. Perspectivas de crecimiento de las empresas de la comarca

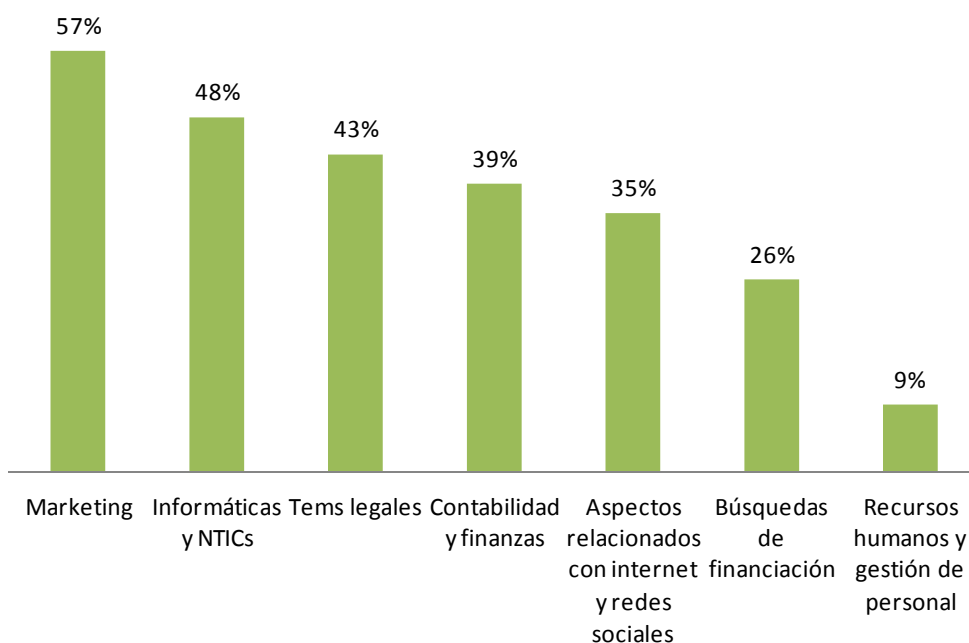


**Ilustración 28. Perspectivas de crecimiento de diferentes sectores de actividad en la comarca**

Qué duda cabe que ser emprendedor o emprendedora exige un esfuerzo no sólo a la hora de poner en marcha la idea, sino también en la actualización permanente de conocimientos y aptitudes para consolidarlo.

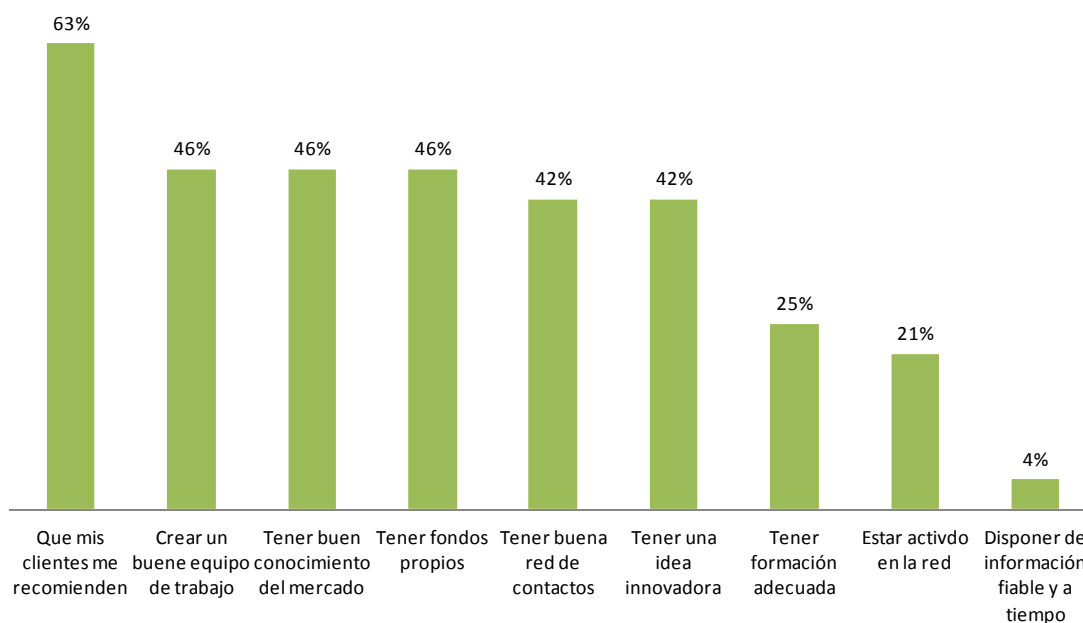
La Fundación Iniciador y Sage elaboran anualmente el “Observatorio de Clima Emprendedor” que consiste en una encuesta destinada a los emprendedores. En el estudio publicado en 2013 los emprendedores consultados consideraban que las principales áreas o funciones en las que debían mejorar o actualizar sus conocimientos eran, por este orden, el marketing, las nuevas tecnologías y temas legales.

En el caso de los emprendedores de Campos de Hellín, hay coincidencia con las tres principales áreas sobre las que actualizar sus conocimientos.



**Ilustración 29. Áreas o funciones de negocio en las que mejorar habilidades y conocimientos**

Sí que parece claro para las personas entrevistadas en el presente estudio que las claves del éxito empresarial pasan fundamentalmente por el reconocimiento de sus clientes, crear un buen equipo de trabajo, por tener un buen conocimiento del mercado y por las ideas innovadoras, algo que se confirma por lo recogido en el “Observatorio de Clima Emprendedor”, ya que las dos primeras claves destacadas en ese estudio van en la línea de lo expresado por los emprendedores y emprendedoras de Campos de Hellín.



**Ilustración 30. Claves para el éxito empresarial**

## **ANEXO 1: ESTRUCTURA DEL CUESTIONARIO**

---

# CUESTIONARIO PROMOTORES Y PROMOTORAS DE CDH



Para empezar me gustaría saber cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor su situación actual.

- Actualmente estoy iniciando las gestiones para emprender.
- Tengo un negocio propio que está activo, el cual he puesto en marcha en los últimos cinco años.
- Tengo un negocio propio que está activo, el cual lleva en marcha más de cinco años.
- Tuve un negocio propio pero actualmente no está activo.
- Otro:

¿Cuál fue el motivo del cierre? (ADMITE VARIAS RESPUESTAS)

- El negocio no era rentable.
- Problemas para obtener financiación
- Tuvo la oportunidad de venderlo
- Jubilación
- Le salió otra oportunidad de trabajo
- El cierre fue planificado con antelación
- Incidente.
- Razones personales.
- Otro motivo, ¿cuál? \_\_\_\_\_

En su trayectoria profesional, ¿ha tenido alguna otra experiencia como emprendedor/empresario?

- Sí.
- No.

¿En qué situación se encontraba antes de iniciar su última iniciativa empresarial?

- Tenía el mismo negocio que tengo actualmente (no contestes las pregunta 5)
- Trabajaba por cuenta ajena.
- Tenía otro negocio.
- Parado.
- No había trabajado nunca antes. (no contestes la pregunta 5)
- Estudiante.
- Jubilado o pensionista.
- Trabajo doméstico no remunerado. (no contestes la pregunta 5)
- Otra situación, ¿cuál? \_\_\_\_\_

Y en concreto, ¿el sector de actividad de su última ocupación era...?

- Agrícola y ganadero.
- Industrial.
- Energía, energías renovables.
- Construcción.
- Turismo rural.
- Servicios y comercio.
- Tecnologías de la información y la comunicación.
- Otro: \_\_\_\_\_

Antes de iniciar su carrera como emprendedor/empresario, ¿su preferencia era trabajar por cuenta propia o trabajar por cuenta ajena?

- Por cuenta propia.
- Por cuenta ajena.

Me gustaría profundizar en los motivos que le impulsaron a emprender y poner en marcha su propio negocio. A continuación va a leer una serie de motivos y me gustaría que me indicara cuál/es de ellos le influyeron más para tomar la decisión. Para ello, señale como máximo tres opciones:

	Totalmente determinante	Bastante determinante	Algo determinante	Poco determinante	Nada determinante
Tener independencia personal					
Poner en marcha una oportunidad empresarial					
Autorrealizarse.					
Contribuir a la sociedad					
Mejorar ingresos					
Mejorar ingresos.					
Influencia de iniciativas emprendedoras de familiares y/o amigos					
Libertad de elegir el lugar y tiempo de trabajo.					
Falta de alternativas atractivas de empleo.					
Posibilidad de trabajar en lo que a uno le gusta.					
Evitar incertidumbre laboral					
Para no tener jefes / Ser mi propio jefe					
Estaba en paro					
Insatisfacción con su anterior puesto de trabajo.					
Por la ilusión de hacer algo propio.					
Situación económica general.					
Otro, ¿cuál?					

Del mismo modo, me gustaría profundizar en los principales miedos o riesgos que se planteaba. Indique, por favor, cuál de los siguientes riesgos le preocupaban más. Para ello, señale como máximo tres opciones.

	Muy preocupante	Bastante preocupante	Algo preocupante	Poco preocupante	Nada preocupante
La incertidumbre de los ingresos					
La inseguridad laboral					
El riesgo de perder su propiedad.					
La posibilidad de quiebra					
La necesidad de dedicarle demasiada energía y tiempo al negocio					
El miedo al fracaso.					
La falta de conocimientos					
Dificultad para acceder a financiación inicial					
Otro, ¿cuál?					

A continuación va a leer una serie de afirmaciones sobre la figura del emprendedor. Me gustaría que señalara cuál era su grado de acuerdo con cada una de ellas en el momento de tomar la decisión de emprender.

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
- Mi formación educativa ha dedicado suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.					
- Los medios de comunicación difunden noticias sobre el éxito de emprendedores/empresarios					
- En mi pueblo los emprendedores/empresarios gozan de buena imagen.					
- Mi familia hubiera preferido que me dedicara a otra cosa.					
- En la comarca existe una elevada cultura emprendedora y empresarial.					
- Mis amigos consideran que los emprendedores/empresarios crean nuevos productos y servicios que benefician a toda la sociedad.					

En el momento de tomar la decisión de emprender, ¿conocía a algún emprendedor entre su entorno social cercano?

- Sí
- No

Y, en términos generales, ¿qué imagen tenía usted de los emprendedores antes de iniciar su trayectoria como empresario?

- Positiva
- Neutra
- Negativa.



En aquel momento, consideraba usted que su nivel de conocimientos y habilidades para la gestión de un negocio propio era nulo, bajo, medio o alto.

¿Y sobre el área de actividad elegido?

Conocimientos sobre gestión

Conocimientos sobre área de actividad

- Nulo
- Bajo
- Medio
- Alto.

Antes de iniciar su trayectoria como empresario, ¿había participado alguna vez en algún curso o actividad sobre emprendimiento o creación de un negocio o empresa?

Y ¿una vez iniciada su trayectoria como emprendedor?

Antes de iniciar

Una vez iniciad

- Sí
- No.

En definitiva y en términos generales, ¿diría usted que comenzó su negocio por necesidad o por oportunidad?

*Entienda por **necesidad** cuando, por falta de una alternativa de trabajo o cualquier otra circunstancia haya tenido la necesidad de poner en funcionamiento su empresa; y por **oportunidad** cuando aun teniendo otras posibilidades de ser empleado por otra empresa, haya detectado una oportunidad y ha decidido iniciar su propia andadura con la intención de explotar una oportunidad de negocio.*

- Por necesidad
- Por oportunidad
- En parte por necesidad y en parte por oportunidad.

Cambiando de tema, ¿conoce la Asociación Campos de Hellín?

- Sí
- No

¿Podría describir en una frase cuál piensa que es la principal actividad de la Asociación?

---

¿Ha recibido ayuda de la Asociación Campos de Hellín para montar o mejorar su negocio?

- Sí.
- No

En términos generales cómo valoración el apoyo recibido de la Asociación Campos de Hellín. Valore de 0 a 10, sabiendo que 0 es la peor valoración y 10 la mejor.

0      1      2      3      4      5      6      7      8      9      10

En concreto, me gustaría profundizar en el tipo de ayuda que recibió de la Asociación Campos de Hellín. A continuación va a leer una serie de servicios o ayudas. Indique para cada una de ellas si le ha parecido adecuada conforme a las opciones de respuesta.

	No he recibido ese tipo de ayuda	He recibido esa ayuda, pero ha sido insuficiente.	He recibido esa ayuda, pero ha sido escasa.	He recibido esa ayuda y ha sido suficiente.	He recibido esa ayuda y ha sido la adecuada.
Financiación económica para el proyecto.					
Asesoramiento posibilidades de negocio potencialidades.					
Asesoramiento en la tramitación administrativa.					
Asesoramiento en la gestión del negocio.					
Seguimiento de la marcha de la iniciativa.					
Formación continua sobre emprendimiento y gestión de negocios.					

Y ¿en qué momento conoció la Asociación Campos de Hellín y las ayudas que ofrecía?, ¿antes o después de pensar en emprender su proyecto?

- Antes de pensar en emprender.
- Después de pensar en emprender

En cualquier caso, ¿en qué medida estas ayudas ofrecidas por la Asociación Campos de Hellín fueron determinantes en su decisión de emprender su nuevo proyecto? Responda eligiendo una de las siguientes opciones:

- Totalmente determinante.
- Bastante determinante.
- Algo determinante.
- Poco determinante.
- Nada determinante.

¿De no ser por la ayuda de la Asociación Campos de Hellín, hubiera emprendido o puesto en marcha su nuevo proyecto empresarial?

- Con toda seguridad sí.
- Probablemente sí.
- Probablemente no.
- Con toda seguridad no.

Como usted sabe, la actividad económica del sector agrícola tiene un papel relevante en la comarca, ¿En qué medida cree que el trabajo de la Asociación Campos de Hellín contribuye a diversificar la economía de la comarca?

- Mucho.
- Bastante.
- Poco.
- Nada.

Y, más en concreto, ¿en qué medida cree que la labor realizada por Campos de Hellín contribuye a las siguientes cuestiones?

	Mucho	Bastante	Poco	Nada
A renovar el sector agrícola, promocionando otro tipo de actividades como el comercio agroalimentario, el agro-turismo...				
A impulsar la cultura emprendedora entre la población.				
A ayudar en la creación de pequeñas empresas.				
A potenciar el sector turístico de la comarca.				
A ayudar para que las empresas de la comarca sean más competitivas.				
A mejorar los servicios básicos para la economía y las empresas.				
A informar sobre los recursos de la comarca y las posibilidades de negocio que tienen.				

Además de las ayudas procedentes de Campos de Hellín, ¿para la puesta en marcha de su iniciativa ha recibido o espera recibir dinero de ...? Admite varias respuestas.

Familia	
Compañeros de trabajo	
Amigos o vecinos	
Bancos o instituciones financieras	
Inversores privados	
Otros Programas públicos (Ayudas, subvenciones, créditos blandos, ...)	
Ninguna, todo el capital fue aportado por el promotor	

Para continuar, me gustaría ahora que indicase los tres principales frenos o dificultades con los que se ha encontrado para poner en marcha o mejorar su negocio.

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

Y, por el contrario, ¿cuáles han sido los tres principales apoyos o ayudas con los que contó para poner en marcha su idea?

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

Cambiando de tema, ¿considera usted que emprender en un entorno rural tiene más dificultades que emprender en un entorno urbano?

- Muchas más dificultades.
- Bastantes más dificultades.
- Las mismas dificultades.
- Bastantes menos dificultades.
- Muchas menos dificultades.

A continuación va a leer una serie de afirmaciones que resumen distintas opiniones de personas que han emprendido en entornos rurales. Indique, por favor, el grado de acuerdo o desacuerdo con cada una de ellas.

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
La lejanía de los núcleos de actividad y la falta de recursos, infraestructuras y comunicaciones es un problema real que bloquea y dificulta las iniciativas emprendedoras.	Aislamiento				
En el medio rural faltan programas de formación, y la formación que existe está cargada de contenidos que son más relevantes para el mundo urbano que para el mundo rural.	Formación				
A mayor tamaño del municipio donde emprendas, habrá mayor demanda potencial.	Escala				
En los entornos rurales nos falta autoestima para poner en valor y aprovechar los recursos propios; si lo propio no se estima, nunca podrá llegar a ser considerado una fuente de oportunidades.	Autoestima				
Las consecuencias sociales del fracaso en los pueblos son mayores que en las ciudades, y eso frena mucho las iniciativas emprendedoras. Se destacan más los fracasos que los éxitos.	Cultura de riesgo				
Falta información sobre nuevas necesidades y oportunidades que puedan permitir desarrollar actividades de emprendimiento rural.	Desconocimiento				
Emprender basándonos en los recursos locales dificulta extenderse fuera del ámbito local.	Localismo				
Buscar financiación y apoyos en entornos rurales es más complejo que en entornos urbanos.	Financiación				
El aislamiento social y la dificultad para cooperar, transferir conocimientos y trabajar en red. El reto es cómo agruparse y conectarse.	Individualismo				
En el medio rural hay pocas ideas nuevas para llevar a cabo negocios o crear empresas.	Rutina				
Falta un modelo de gobernanza claro que permita englobar y actuar sobre el medio rural en su conjunto.	Vertebración				

¿En qué grado le parecen útiles las siguientes medidas para impulsar el emprendimiento en entornos rurales?

Valore cada una de ellas del 1 al 5, sabiendo que 1 significa nada útil y 5 totalmente útil.

	1	2	3	4	5
Simplificación administrativa.					
Fomento de nuevas formas de agrupamiento y acción colectiva.					
Abrir y consolidar líneas de financiación específicas para promover y mantener el emprendimiento rural.					
Promover la cooperación entre ayuntamientos y comarcas.					
Programa de formación de la clase política local para que actúe como agente promotor del emprendimiento.					
Programa de comunicación para recuperar la autoestima del medio rural.					
Difusión de "buenas prácticas" de emprendimiento: comunicación entre emprendedores.					
Cambio de los conceptos de la política rural.					
Combatir la tendencia a la despoblación y al aislamiento.					
Promoción y defensa del medio ambiente.					
Nuevas formas de hacer las cosas: fomento de la poliactividad (más de una ocupación).					
Otras: _____					

Me gustaría avanzar pensando en los próximos 5 años. Diría usted que las iniciativas empresariales en su comarca crecerán mucho, bastante, poco o nada.

¿Y su sector de actividad?

	Iniciativas empresariales en la comarca	Iniciativas empresariales en su actividad
- Mucho		
- Bastante		
- Poco		
- Nada		

Y cómo piensa que evolucionarán los siguientes sectores de actividad en su comarca. Indique para cada una de ellas si piensa que crecerá mucho, bastante, poco o nada:

	Mucho	Bastante	Poco	Nada
Servicios sociales y de proximidad.				
Energías renovables.				
Tecnologías de la información y la comunicación.				
Empresas neorrurales (Negocios tradicionalmente urbanos asentados en entornos rurales)				
Turismo rural.				
Medio ambiente, cambio climático.				
Rehabilitación-edificación sostenible.				
Variaciones del sector agrícola. (comercio agroalimentario, agroturismo...)				

Haciendo balance, y pensando en su trayectoria como emprendedor/empresario, ¿cómo cree que le van las cosas actualmente? ¿Y cómo piensa que le irán dentro de cinco años? Utilice para responder una escala en la que 0 significa que le va muy mal y 10 que le va muy bien.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
- Actualmente											
- Dentro de cinco años											

¿Cuál de los siguientes aspectos considera que son los tres más importantes o necesarios para que su negocio tenga éxito en los próximos años?

- Crear un buen equipo
- Que mis clientes me recomienden
- Tener fondos propios
- Tener buena red de contactos
- Tener buen conocimiento del mercado
- Estar activo en la red
- Tener una idea innovadora
- Tener formación adecuada
- Disponer de información fiable y a tiempo
- Contar con inversores externos
- Otros

Pensando en su día a día, ¿en qué tres áreas o funciones del negocio considera usted que debería actualizar su conocimientos?

- Marketing
- Informática, nuevas tecnologías
- Temas legales
- Contabilidad y finanzas
- Aspectos relacionados con internet y las redes sociales
- Recursos humanos, todo lo relacionado con la gestión de personal.
- Búsqueda de financiación
- Otros

Para ir concluyendo, me gustaría conocer algunos datos sobre su iniciativa empresarial.

¿Cuánto tiempo lleva activo su negocio?

Señale el sector general de actividad en que se ubica su iniciativa emprendedora:

- Agrícola y ganadero.
- Industrial.
- Energía, energías renovables.
- Construcción.
- Turismo rural.
- Servicios y comercio.
- Tecnologías de la información y la comunicación.
- Otro:

¿Es usted el único promotor/socio?

- Sí
- No -----> ¿Contándose a usted, cuántos socios son?

Indique el número actual de empleados de su empresa / iniciativa emprendedora: \_\_\_\_\_

Considera que dentro de cinco años tendrá más empleados, los mismos o menos.

- Más
- Los mismos
- Menos

Atendiendo a los aspectos relacionados con el tipo de producto o servicio que ofrece a sus clientes, ¿cómo clasificaría su actividad entre las siguientes opciones?

- Completamente innovadora
- Algo innovadora
- No innovadora

En cuanto a la competencia en su actividad, diría usted que su iniciativa empresarial tiene...:

- Muchos competidores
- Algún competidor
- Ningún competidor

Y en base al público destinatario, ¿diría usted que su actividad es local/comarcal, nacional o internacional?

- Local/comarcal.
- Nacional.
- Internacional.

¿Cuál fue aproximadamente el capital inicial necesario para poner en marcha su empresa / iniciativa?

\_\_\_\_\_

Y, ¿cuál fue, aproximadamente, el porcentaje aportado por el conjunto de promotores de su iniciativa empresarial / emprendedora? \_\_\_\_\_

## CARACTERIZACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA DEL EMPRENDEDOR/EMPRESARIO.

C.1. Indique su edad:

C.2. Sexo:

- Hombre
- Mujer

C.2. Indique su nivel de estudios:

• Sin estudios	<input type="checkbox"/>	
• Educación Primaria	<input type="checkbox"/>	
• Educación Secundaria	<input type="checkbox"/>	
• Formación Profesional	<input type="checkbox"/>	Especifique Módulo: _____
• Estudios Universitarios	<input type="checkbox"/>	Especifique Carrera: _____

C.3. Lugar de residencia del emprendedor/a.

Municipio:

## **ANEXO 2: INFORME GENERAL DE RESULTADOS**