



**GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**CURSO 2021/2022**

**TRABAJO FIN DE GRADO**

**EMPRENDIMIENTO RURAL EN ESPAÑA: ANÁLISIS CON  
DATOS GEM 2019-2021**

**RURAL ENTREPRENEURSHIP IN SPAIN: ANALYSIS WITH GEM  
DATA 2019-2021**

**AUTOR: JOSÉ MARÍA ACEBO TORRE**

**TUTORA: ANA FERNÁNDEZ LAVIADA**

**JUNIO 2022**

### **Cita o frase célebre**

“Tras la pandemia, el medio rural se ha convertido en un nicho importante de oportunidades para emprender y desarrollar un proyecto, evitando el abandono de los jóvenes permitiéndoles crecer personal y familiarmente”. Alfonso Bello Huidobro, 2022.

### **Agradecimientos**

Con la realización de este trabajo finalizo mi etapa en la Universidad de Cantabria, una de las más bonitas como estudiante. Han sido cuatro años intensos llenos de momentos complicados como fue el primer año y el consiguiente proceso de adaptación y momentos de felicidad rodeado de amigos y compañeros.

Pero antes de concluir, me gustaría dar las gracias, principalmente a todos los profesores a los que he tenido la oportunidad de conocer y que me han enseñado diferentes materias de utilidad para fortalecer mis conocimientos acerca de las empresas, su funcionamiento y el mundo que las rodea.

Mi agradecimiento también al Rector de la Universidad de Cantabria, D. Angel Pazos Carro, quién año tras año trata de proporcionar a los alumnos las mejores condiciones y soluciones ante cualquier problema, como ha sido durante el transcurso de la pandemia.

Gracias también a los compañeros que he conocido a lo largo de estos cuatro años, que me han permitido pasar ratos muy agradables tanto dentro como fuera de la facultad.

Por último, y no menos importante, me gustaría agradecer a mi familia por ayudarme y apoyarme bajo cualquier circunstancia, sobre todo en los momentos más complicados.

## ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	1
<b>ABSTRACT</b> .....	2
<b>1.INTRODUCCIÓN</b> .....	3
<b>2.MARCO TEÓRICO</b> .....	4
<b>CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO RURAL</b> .....	4
<b>FACTORES QUE HAN BENEFICIADO EL CRECIMIENTO DEL     EMPRENDIMIENTO RURAL</b> .....	5
<b>LA ESPAÑA VACIADA</b> .....	6
<b>BARRERAS AL EMPRENDIMIENTO RURAL</b> .....	7
<b>LA MUJER EMPRENDEDORA EN EL MEDIO RURAL</b> .....	8
<b>IMPACTO DE LA COVID-19 SOBRE EL EMPRENDIMIENTO RURAL</b> .....	9
<b>3.METODOLOGÍA</b> .....	11
<b>3.1. ANÁLISIS DEL EMPRENDIMIENTO RURAL EN ESPAÑA DE 2019 A 2021 A     TRAVÉS DEL ESTUDIO DE DATOS DEL GEM ESPAÑA.</b> .....	11
<b>4.RESULTADOS</b> .....	28
<b>5.CONCLUSIONES</b> .....	28
<b>6.ANEXOS</b> .....	29
<b>INFOGRAFÍA</b> .....	29
<b>NOTA DE PRENSA</b> .....	31
<b>7.BIBLIOGRAFÍA</b> .....	32

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Variación porcentual de comunidades autónomas con pérdida de población durante el primer semestre 2021.....	6
Gráfico 2: Sexo de los emprendedores rurales.....	9
Gráfico 3: Variación porcentual de la facturación empresarial por sectores (los más presentes en el ámbito rural) en 2020.....	11
Gráfico 4: Distribución por sexo de los encuestados.....	12
Gráfico 5: Población correspondiente a cada rango de edad.....	12
Gráfico 6: Nivel de educación máxima de la población encuestada.....	13
Gráfico 7: Ámbito de los encuestados según su lugar de residencia.....	14
Gráfico 8: Percepción de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender. Distribuido por rango de edad en el ámbito rural y urbano. (2019 a 2021) .....	14
Gráfico 9: Percepción de oportunidades en el ámbito rural 2019-2021.....	15
Gráfico 10: Evolución de la facilidad para emprender en cada ámbito.....	16
Gráfico 11: Grado de innovación del producto/servicio de los emprendedores en fase inicial.....	17
Gráfico 12: Población que posee un negocio con más de 42 meses de antigüedad.....	18
Gráfico 13: Opinión de los emprendedores en fase inicial sobre el estatus de ser emprendedor. Periodo 2019-2021.....	19
Gráfico 14: Opinión de los emprendedores en fase inicial sobre la difusión de noticias sobre nuevos y exitosos negocios. Periodo 2019-2021.....	20
Gráfico 15: Educación financiera por rango de edad en el medio rural 2019-2021.....	21
Gráfico 16: Motivos para emprender en el ámbito rural 2019-2021.....	22
Gráfico 17: Porcentaje de personas emprendedoras en fase inicial por rango de edad en el medio rural (2019-2021).....	23

Gráfico 18: Percepción del miedo al fracaso por sexo en el ámbito rural 2019-2021.....	24
Gráfico 19: Índice de apoyo cultural al emprendimiento rural en 2019 y 2020.....	25
Gráfico 20: Nivel de exportaciones de los emprendedores rurales 2019-2021.....	26
Gráfica 21: Distribución de emprendedores en fase inicial, según el sexo por el sector de actividad de sus negocios.2019-2021.....	27

## RESUMEN

Este trabajo consistirá en el análisis del emprendimiento rural en España.

El objetivo es conocer la evolución del emprendimiento en las áreas rurales, sus aspectos más significativos y características, así como los motivos o factores que influyen en los emprendedores de dichas zonas a la hora de iniciar un negocio, el efecto de la pandemia y algunas diferencias con el medio urbano.

El desarrollo del trabajo se dividirá en dos partes. La primera de ellas consistirá en el estudio del concepto de emprendimiento rural y los beneficios de este en aquellas zonas en la que se instala y para la sociedad en general. Además, se analizarán los motivos de la “España Vacía”, un aspecto significativo que influye en la implantación de los negocios en el ámbito rural, así como las barreras o complicados trámites que tienen que soportar aquellos que deseen iniciarse en el mundo del emprendimiento. Por último, se valorará el impacto que la pandemia de la COVID-19 ha tenido sobre las zonas rurales, especialmente relacionadas con el emprendimiento.

La segunda parte del trabajo se llevará a cabo a través del estudio de datos procedentes del Observatorio del Emprendimiento de España del proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor) entre 2019 y 2021, a población tanto del mundo rural como urbano a cerca del emprendimiento rural. Con ello, con el apoyo de diferentes gráficas, analizaremos distintas variables que nos permitan dar respuesta a los objetivos planteados.

Tras efectuar el estudio, destacamos que el 50% de la población rural manifiesta tener los conocimientos suficientes para iniciar un negocio, a pesar de que el 64% del total nunca ha recibido educación emprendedora. Además, cabe mencionar que el principal motivo para emprender es ganarse la vida porque el trabajo escasea y la gran mayoría de aquellos que se inician en el mundo emprendedor, tanto en el sector rural (77%) como urbano (69%) optan por no desarrollar productos o servicios innovadores y se decantan por los más tradicionales, ya que les transmiten menos incertidumbre.

## **ABSTRACT**

This work will consist of the analysis of rural entrepreneurship in Spain.

The objective is to know the evolution of entrepreneurship in rural areas, its most significant aspects and characteristics, as well as the reasons or factors that influence entrepreneurs in these areas when starting a business, the effect of the pandemic and some differences with the urban environment.

The development of the work will be divided into two parts. The first of them will consist of the study of the concept of rural entrepreneurship and its benefits in those areas where it is installed and for society in general. In addition, the reasons for "Empty Spain" will be analysed, a significant aspect that influences the implementation of businesses in rural areas, as well as the barriers or complicated procedures that those who wish to start as entrepreneurs have to endure. Finally, the impact that the COVID-19 pandemic has had on rural areas, especially related to entrepreneurship, will be assessed.

The second part of the work will be carried out through the study of data from a survey carried out by the GEM in Spain (Global Entrepreneurship Monitor) between 2019 and 2021, to the population of both the rural and urban worlds about rural entrepreneurship. With this, through graphs, we will analyse different variables that allow us to respond to the proposed objectives.

After carrying out the study, we highlight that 50% of the rural population states that they have sufficient knowledge to start a business, despite the fact that 64% of the total have never received entrepreneurial education. In addition, it is worth mentioning that the main reason for starting a business is to earn a living because jobs are scarce and the vast majority of those who start in the entrepreneurial world, both in the rural (77%) and urban (69%) sectors, opt to not develop innovative products or services and opt for the more traditional ones, since they transmit less uncertainty.

### **Palabras clave**

Emprendimiento, rural, emprendedores, negocio, urbano.

### **Key words**

Entrepreneurship, rural, entrepreneurs, business, urban.

## 1.INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es la capacidad humana para poner en marcha una idea de negocio y posteriormente liderarlo para satisfacer sus propias necesidades y las de la sociedad en general. Para ello, los emprendedores pueden establecerse tanto en el medio rural como en el urbano. (Haro, 2021). En este trabajo nos centraremos en el emprendimiento rural, conocido como el proceso de inicio de la actividad emprendedora en un entorno alejado de la ciudad, con características y condiciones distintas a esta.

El emprendimiento en el medio rural tiene una gran importancia en la sociedad, especialmente el llevado a cabo por mujeres y jóvenes con el objetivo de favorecer el relevo generacional, la permanencia y el asentamiento de la población en los pueblos. (Observatorio de RRHH,2021)

Actualmente, la situación de despoblación que se venía sucediendo año tras año en los pueblos de nuestro país, ha cambiado notablemente debido a la grave crisis de la Covid-19. El estallido de la pandemia y la implantación del teletrabajo, junto con la instalación de fibra óptica en las zonas rurales y las ayudas para emprender en dichos lugares, han permitido retener a los jóvenes, además de que gran parte de la población decida abandonar la ciudad y trasladar sus negocios al entorno rural en busca de mayor tranquilidad, libertad y mejores oportunidades empresariales (Haro, 2021).

El objetivo del trabajo es analizar los factores que afectan al emprendimiento en el medio rural, la influencia de la pandemia, así como los conocimientos de los emprendedores y las razones que llevan a la población a poner en marcha un negocio. Además, se pretende conocer diferencias respecto al emprendimiento en los entornos urbanos.

Para alcanzar estos objetivos investigaremos y recopilaremos información acerca del tema de estudio a través de páginas web de internet, informes técnicos, artículos y noticias relacionadas con el ámbito rural. Además, utilizaremos la base de datos del GEM España para el análisis de distintos aspectos influyentes a la hora de emprender de la población rural y urbana.

El estudio realizado en este trabajo servirá para conocer los beneficios y las barreras que tienen el emprendedor en el medio rural, el nivel de formación emprendedora de aquellos que ponen en marcha un negocio, los motivos que les llevan a ello y su visión futura a corto o medio plazo, entre otros aspectos.

A continuación, el trabajo constará de un marco teórico donde se explicarán diferentes fundamentos teóricos sobre el tema de estudio, seguido del proceso y método empleado para alcanzar los resultados y conclusiones. El trabajo se complementa con una infografía y una nota de prensa a modo de anexo.

## **2.MARCO TEÓRICO**

### **CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO RURAL**

El emprendimiento rural se basa en la creación de negocios en entornos rurales cercanos a pueblos o en terrenos en medio del campo, con la condición de que este lugar debe estar ubicado lejos de la gran ciudad. (Comercionista.com, 2021)

Un emprendedor rural es aquel que decide poner en marcha un negocio en entornos naturales, con el objetivo de encontrar oportunidades en el mercado mediante el uso de las nuevas tecnologías.

Según el estudio del Global Entrepreneurship Monitor de 2019 , la tasa de población de 18 a 64 años involucrada en un proceso emprendedor es del 29,8% en las zonas rurales mientras que en las zonas urbanas es del 26,1%, porcentajes muy igualados a pesar de las diferencias en las oportunidades para emprender entre la población de las ciudades y las establecidas en el medio rural, presentando estas últimas mayores dificultades. (Unión de profesionales y trabajadores autónomos, 2020).

Según señala la Guía de “Emprendimiento en el ámbito rural “, cabe destacar que, en el ámbito rural, los emprendedores eligen los sectores extractivo y transformador (recursos minerales), mientras que en el urbano se centran en el sector servicios y actividades orientadas al consumidor, destacando en este último un mayor grado de innovación y competitividad.

Un aspecto reseñable es que los emprendedores rurales han dado un paso importante en los últimos años gracias a la mayor presencia de las nuevas tecnologías en el medio rural, lo que ha facilitado un avance más rápido en sus ideas de negocio.

Tal y como muestra el estudio elaborado por profesionales del mundo rural, “Oportunidades para la creación de empleo en el Medio Rural”, “se ha producido un cambio importante de percepción del mundo rural por parte de la sociedad”. Esto es debido a los menores costes de la vivienda y locales comerciales, las mejoras en los servicios e infraestructuras, un modelo de vida más sostenible y oportunidades de negocio para emprendedores.

## **FACTORES QUE HAN BENEFICIADO EL CRECIMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO RURAL**

El cambio de opinión de la población acerca del mundo rural ha permitido numerosos beneficios para el emprendimiento rural. Según señala Nicuesa (2018) , uno de los principales es la presencia de la tecnología en el ámbito rural. La aparición de Internet ha cambiado la idea o concepto del emprendimiento rural, ya que existen factores más determinantes que la ubicación física. Internet ha permitido reducir las distancias con el cliente adoptando ambas partes, emprendedor y cliente una posición más cercana y comunicativa.

Otro factor muy importante es el turismo rural, el cual, despierta gran interés en los clientes al proporcionar la paz y tranquilidad que necesitan para desconectar de la rutina diaria. Se logra incrementar la afluencia de visitas a una zona determinada, que tanta falta hace sobre todo en aquellos pueblos prácticamente despoblados, consiguiendo dar notoriedad y publicidad a dicho lugar y un mayor interés en la población cercana y sus alrededores. Además, gracias al turismo rural se favorece la protección de la naturaleza y su conservación.

El emprendimiento técnicamente más avanzado y la innovación en los sectores de ganadería y agricultura han permitido potenciar dichos ámbitos, favoreciendo el desarrollo futuro de las ideas de negocio asociadas a esos sectores. (Nicuesa, 2018)

Cabe destacar que el emprendimiento rural provoca nuevas oportunidades de trabajo, que permiten generar riqueza y desarrollo económico en medios rurales con el fin de favorecer el relevo generacional y el asentamiento de la población.

## LA ESPAÑA VACIADA

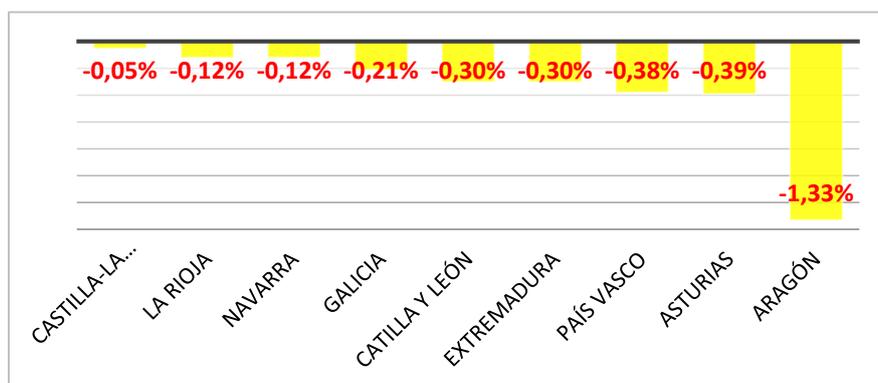
Estos factores que han contribuido en el avance y crecimiento de las zonas rurales han permitido paliar el abandono de población de los pueblos, conocido como la “España Vacuada”. Para González y Carnicero (2020), este concepto de España Vacuada, es el proceso de despoblación de los territorios rurales, principalmente del interior y noroeste peninsular, para su posterior asentamiento en las áreas urbanas. Esta pérdida de población supone menor mano de obra y mayor ausencia de jóvenes, atraídos por el modo de vida de las ciudades y mayor acceso a más oportunidades para su futuro. Esta situación provoca que en las zonas rurales solo permanezcan las personas de edad avanzada. Por tanto, disminuye la tasa de natalidad, y aumenta la tasa de mortalidad produciéndose un envejecimiento de la población rural.

Como consecuencia, estos territorios, sufren notables pérdidas económicas que repercuten negativamente sobre importantes servicios como la sanidad y la educación.

Una buena forma de contrarrestar esta situación es invertir en investigación puntera para facilitar la atracción de personas con talento y capacidad emprendedora especializadas en la materia, capaces de implantar sus conocimientos e ideas y que, a su vez, sirvan de ayuda para renovar los negocios locales.

Como afirman Calvo, Sánchez y García (2020), un aspecto imprescindible es la necesidad de infraestructuras digitales que permitan el acceso a internet y a los mercados digitales en el territorio donde se quiera desarrollar el negocio, ya que la falta de ellas supondría un gran condicionante para el desarrollo del negocio.

**Gráfico 1: Variación porcentual de comunidades autónomas con pérdida de población durante el primer semestre 2021.**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

El gráfico 1 nos muestra la disminución porcentual de población que han sufrido distintas comunidades autónomas durante el primer semestre de 2021, principalmente motivado por el efecto de la despoblación. Destacamos un notable descenso del 1,33% en Aragón, debido fuerte saldo migratorio exterior de 15.874 personas, muy por encima regiones del norte del país como Asturias y País Vasco y del interior y sur peninsular como Castilla y León y Extremadura. Por otra parte, nos encontramos a Castilla La Mancha con una mínima disminución de población del 0,05%, favorecido por la migración interior de 3.625 personas procedentes de otras comunidades.

## **BARRERAS AL EMPRENDIMIENTO RURAL**

Este concepto de la España Vacía supone una de las barreras para aquel que desee emprender en esos lugares más alejados de la ciudad. Además, en cuanto a las principales dificultades para la puesta en marcha y consolidación de una empresa en el entorno rural, Molinero y Rodríguez (2012) destacan la complejidad y lentitud de los numerosos trámites administrativos a realizar por parte de los emprendedores, las dificultades para la buena comercialización de productos y servicios o para acceder a recursos importantes y necesarios como personal, financiación y medios tecnológicos.

Además, cabe mencionar la falta de información, tanto para la población rural como urbana, sobre oportunidades empresariales o proyectos de éxito en el propio ámbito rural, y la no disposición de un modelo de negocio correctamente diseñado o gestionado, en muchas ocasiones por la falta de formación empresarial.

Otros aspectos que impiden o limitan, pero en menor medida, el emprendimiento en el medio rural son los complicados accesos o comunicaciones en muchas zonas debido al estado de las carreteras o terrenos y las carencias de los servicios básicos como colegios y centros de salud. Otra barrera significativa es la sensación de aislamiento geográfico que, en muchas ocasiones produce el entorno rural y la inseguridad que conlleva por la escasa vigilancia que puede propiciar actos vandálicos o robos en los negocios.

## **LA MUJER EMPRENDEDORA EN EL MEDIO RURAL.**

Además de las barreras comentadas que están presentes para todos aquellos que deseen iniciar un negocio en el medio rural, las mujeres tienen mayores dificultades emprendedoras.

Las mujeres poseen una gran relevancia en el desarrollo de la economía rural ya que son el 48,9% del total de población de estos lugares. Sin embargo, a lo largo de los años, cambios como la desagrarización, la pluriactividad y la desfamiliarización agraria han provocado que las mujeres tengan acceso a menos puestos de trabajo y contratos de duración más corta que los hombres. Esto a su vez, ha propiciado que las mujeres con formación educativa superior se marchen a las ciudades en busca de mejores oportunidades laborales. (Agroboca, 2016)

Tal y como explica Izanami Martínez, CEO en The Notox Life, empresa líder del sector, en Innovaspain, es muy importante que las niñas que viven en los entornos rurales tengan unas referentes empresariales en las que fijarse para así evitar que abandonen los pueblos nada más acabar sus estudios (Palacín, 2020).

Esta situación de desigualdad ha conllevado que las organizaciones representantes de las mujeres rurales pidan ayudas al gobierno con el objetivo de conseguir mejores condiciones como el reconocimiento de la titularidad compartida de las explotaciones agrarias y leyes que les otorguen el 50% de los derechos del negocio familiar. Para solucionar el problema, desde el gobierno han lanzado el programa “Desafío mujer rural” con el que proporcionan todo tipo de asesoramiento durante el proceso emprendedor, formación para adquirir los conocimientos necesarios que permitan solventar cualquier trámite que pueda aparecer y una tienda virtual como ayuda para la venta de sus productos o servicios.

Hoy en día, esta desigualdad continúa disminuyendo, y las mujeres están alcanzando un papel más protagonista en el medio rural. Esto podemos observarlo gracias al informe “*Mujer, pobreza y desarrollo sostenible*” realizado por COPADE (Comercio para el desarrollo), plasmado en el gráfico 2 donde se muestra que el 54% de los negocios del medio rural están dirigidos por mujeres y el 46% por hombres.

Sin embargo, aún queda camino por recorrer y más aún tras estos dos años de crisis sanitaria y la consiguiente situación de incertidumbre, falta de oportunidades y miedo a fracasar. Así lo relata la presidenta del Observatorio del emprendimiento de España, Ana Fernández Laviada en El Diario Montañés, *“La pandemia ha vuelto a abrir la brecha de género en el emprendimiento”*. (Martínez, 2022)

**Gráfico 2: Sexo de los emprendedores rurales**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de COPADE

## **IMPACTO DE LA COVID-19 SOBRE EL EMPRENDIMIENTO RURAL**

La crisis económica provocada por la pandemia ha afectado a las economías rurales, al igual que a toda la economía española, con una fuerte caída de la demanda interna, relacionada con la disminución de la renta de las familias, debido a la destrucción de empleo, del aumento del ahorro de la población ante una situación nueva y de total incertidumbre, y del retraso de las inversiones. De la misma manera, esta crisis también ha influido en la demanda externa reflejado en el descenso de los precios y en menores exportaciones con la paralización de las cadenas de suministro, desde la producción hasta la elaboración, el transporte, y la comercialización. (Comisión de trabajo de agricultura y pesca, 2021)

## Emprendimiento rural

Otra importante consecuencia derivada de esta situación, es la disminución o mantenimiento de los precios de venta de los productos de agricultores y ganaderos unido al incremento de los costes de producción y energéticos, acabando con la esperanza de una pronta recuperación o mejora económica.

Al igual que el sector agrario, el sector industrial también ha experimentado notables pérdidas en cuanto a producción y facturación, condicionado por el cierre de muchas empresas ante la imposibilidad de soportar los costes fijos y no disponer de ingresos de ningún tipo durante el estado de alarma.

Las necesidades del sector servicios en el medio rural se han visto evidenciadas durante la pandemia con las escasas farmacias, supermercados y comercios para adquirir bienes de primera necesidad o el complicado acceso a ellos para la población de avanzada edad. Además de ello, se ha constatado el déficit en las infraestructuras de transporte, suministro energético o de agua y acceso a internet. (Comisión de trabajo de agricultura y pesca, 2021)

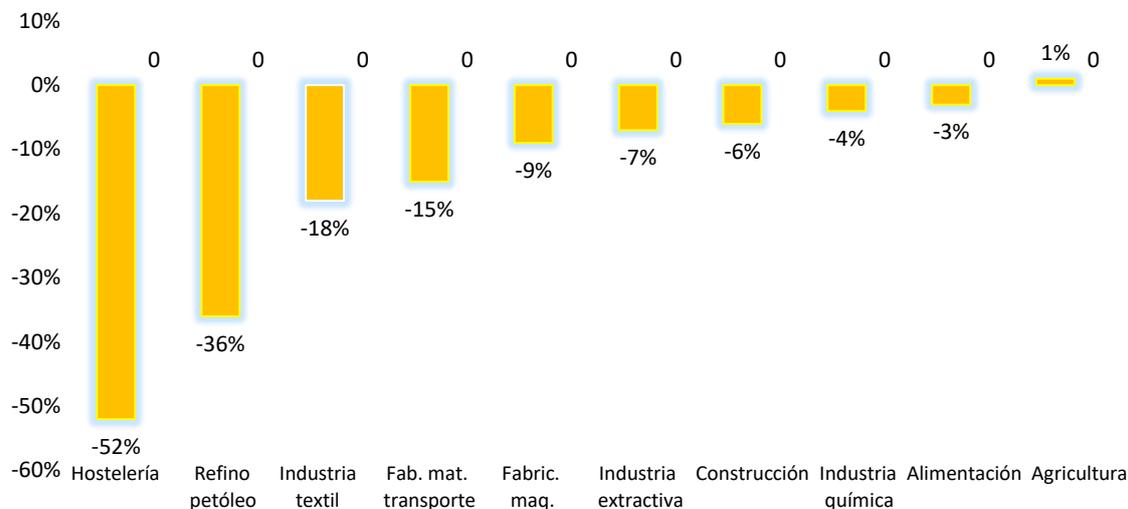
Sin embargo, las actividades del sector agroalimentario, consideradas de carácter esencial durante la pandemia de la COVID-19 no se vieron tan perjudicadas y se convirtieron en garantía de suministro para la población gracias a su solidez y seguridad de aprovisionamiento.

Además, debemos destacar el incremento de la utilización de canales alternativos para comercializar los productos como el comercio de proximidad, como pequeñas tiendas de alimentación, prioritario también para los consumidores, que se ha consolidado gracias a la cercanía y mayor confianza que trasmite en la población.

Las ventas a través de internet también han aumentado exponencialmente debido a la mayor variedad y comodidad para el consumidor, y el turismo rural condicionado por las restricciones para viajar a otros países se ha visto favorecido por la menor aglomeración de gente en las zonas rurales.

Por otro lado, la implantación del teletrabajo y herramientas digitales ha conllevado el traslado temporal de la población con segundas residencias en pueblos rurales a dichos lugares lo que ha favorecido el crecimiento económico en esas zonas.

**Gráfico 3: Variación porcentual de la facturación empresarial por sectores (los más presentes en el ámbito rural) en 2020.**



Fuente: Elaboración propia a partir del Informe anual de 2020 del Banco de España.

Tal y como se muestra en el gráfico 3, la hostelería, tanto en el ámbito rural como urbano ha sido el sector que más ha reducido su facturación durante 2020, un 52% respecto a 2019. Seguido de ella se encuentran las refinerías de petróleo, situadas en las zonas rurales apartadas de la gran ciudad, con un 36% menos este año. Con menor decrecimiento destacamos la industria textil, la industria extractiva (minerales, gas o petróleo), las empresas constructoras y de alimentación entre otras. Por último, resaltamos que, a pesar de todas las dificultades, la consideración del sector agroalimentario como actividad esencial durante el estado de alarma, permitió mantener el nivel de facturación del sector o incluso aumentarlo en torno a un 1% en este 2020.

### 3.METODOLOGÍA

#### 3.1. ANÁLISIS DEL EMPRENDIMIENTO RURAL EN ESPAÑA DE 2019 A 2021 A TRAVÉS DEL ESTUDIO DE DATOS DEL GEM ESPAÑA.

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es la red más importante sobre emprendimiento a nivel mundial cuyo objetivo es hacer llegar a la población información de calidad, precisa y útil sobre el proceso emprendedor. (Observatorio del Emprendimiento de España, 2022)

## Emprendimiento rural

En el caso de España, este proyecto es llevado a cabo por equipos de investigadores distribuidos por todas las comunidades autónomas con una misión común: analizar el fenómeno emprendedor de nuestro país.

A continuación, analizaremos los resultados de las encuestas que realizan en el Observatorio, a través de una selección de variables utilizando para ello del programa estadístico SPSS v.15. Esta encuesta fue realizada por GEM España a 81.160 personas, 11.981 procedentes del ámbito rural y 69.179 del ámbito urbano entre 2019 y 2021, para conocer los aspectos más significativos que rodean el proceso emprendedor.

A continuación describimos las características de la muestra analizada.

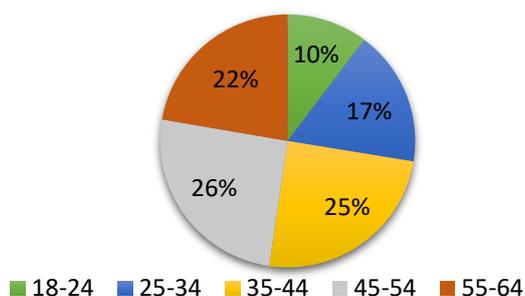
### Gráfico 4: Distribución por sexo de los encuestados.



Fuente: Elaboración propia a través de datos del GEM

En este gráfico 4 se exponen los datos recogidos en la encuesta, correspondiendo prácticamente de la misma proporción de hombres y mujeres, un 50% de cada sexo, con una diferencia de 64 hombres más encuestados.

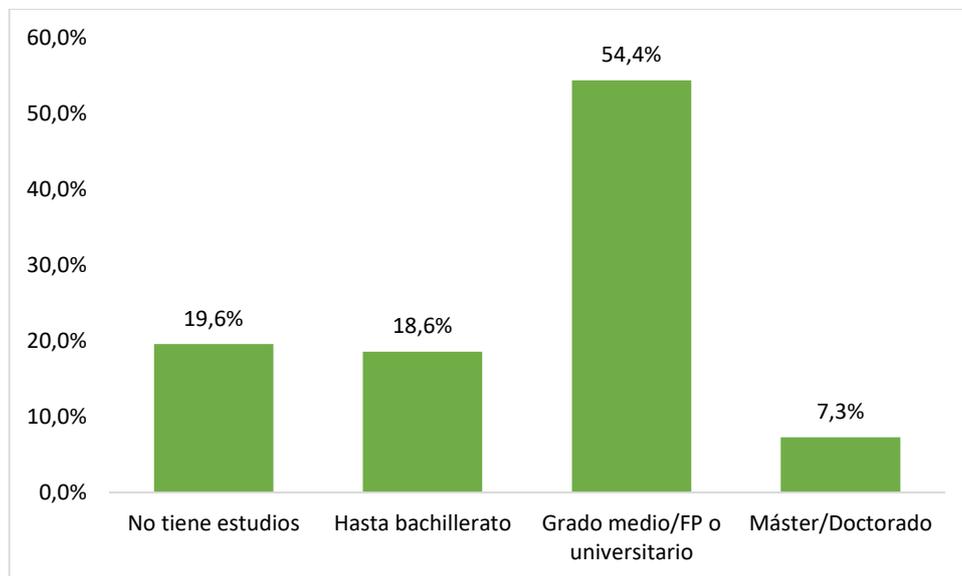
### Gráfico 5: Población correspondiente a cada rango de edad.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del GEM

En este gráfico 5 podemos observar la proporción de población correspondiente a los distintos grupos en edad de trabajar, la población activa. Cabe mencionar que el rango de edad con menor presencia entre los encuestados es el correspondiente entre los 18 y 24 años, con un 10%, seguido del grupo de 25-34 años con un 17% del total. Destacamos la mayor proporción de población perteneciente al grupo adulto de 45-54 años (26%), un 1% más que el sector anterior de 35 a 44 años, ambos acaparando más de la mitad del total de los entrevistados. Además, el gráfico nos muestra que el último rango de edad que abarca los hombres y mujeres de 55 a 64 años alcanza hasta un 17%.

**Gráfico 6: Nivel de educación máxima de la población encuestada.**

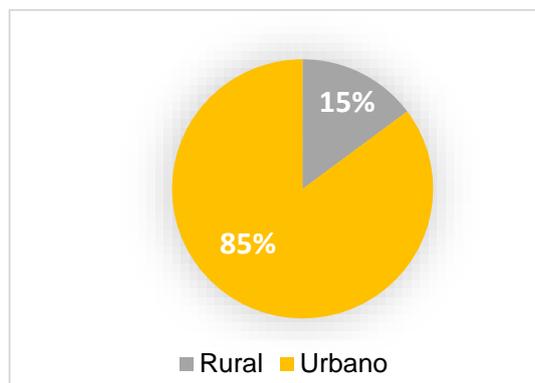


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del GEM

Este gráfico 6 nos ofrece el nivel de educación adquirido por los encuestados. Destacamos que hasta el 19,60% de ellos no posee ni educación primaria ni secundaria, lo cual es un dato preocupante para la sociedad, al igual que el 18,60% que simplemente estudió hasta bachillerato. Más de la mitad de los encuestados, concretamente el 54,40% presenta estudios superiores de formación profesional o grado medio o formación universitaria. Con menor presencia se encuentran aquellos que poseen un máster o doctorado, con un 7,30% del total.

La escasa formación de la población más allá de una carrera universitaria puede provocar una menor predisposición para poner en marcha un negocio ante la falta de conocimientos específicos del sector o para revertir una situación complicada.

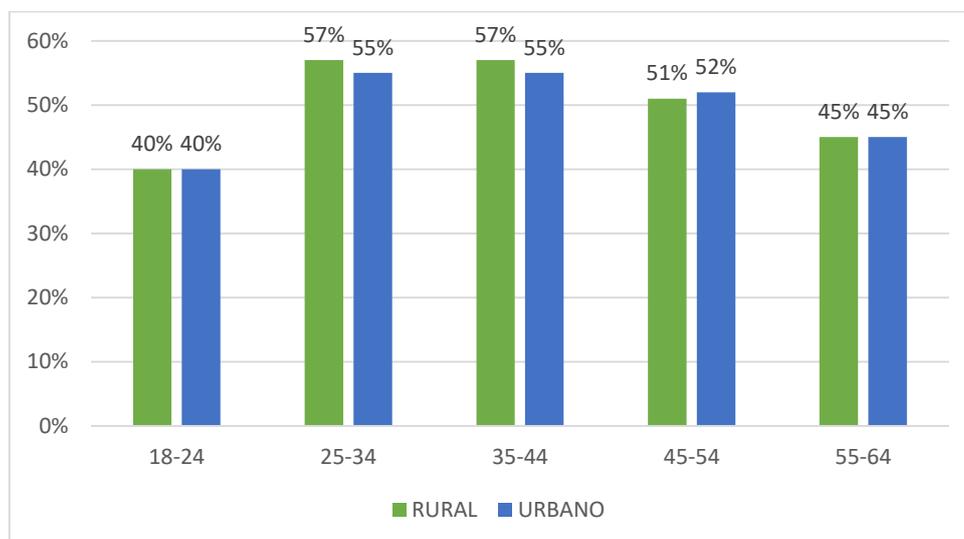
**Gráfico 7: Ámbito de los encuestados según su lugar de residencia**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del GEM

El gráfico 7 anterior nos proporciona la proporción de población encuestada que pertenece al ámbito rural (15%) y urbano (85%). Entendiéndose en el GEM por ámbito rural los municipios de menos de 5.000 habitantes. Esta diferencia significativa se debe a la despoblación que sufren los entornos rurales alejados de la gran ciudad, principalmente provocada por el fallecimiento de las personas mayores y la necesidad de los jóvenes de buscar un futuro profesional más prometedor y con acceso a todo tipo de servicios.

**Gráfico 8: Percepción de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender. Distribuido por rango de edad en el ámbito rural y urbano.(2019 a 2021).**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del GEM.

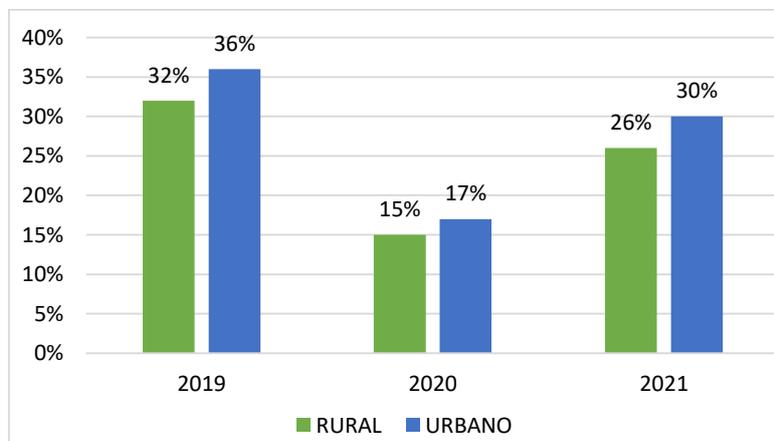
Este gráfico 8 nos muestra para cada rango de edad y para el contexto rural y urbano, si los encuestados tienen o no los conocimientos, habilidades y experiencia para emprender un nuevo negocio en el ámbito rural en el periodo de 2019 a 2021. En cuanto al grupo de personas de 18 a 24 años, tanto de los pueblos como de las ciudades, destaca que, a pesar de su corta edad, un 40% de ellos dicen estar capacitados frente al 60% que no lo están por el momento. Esto puede deberse a la buena enseñanza recibida en cuanto a emprendimiento, unido a las propias ganas de cada uno de llevarlo a cabo.

Los grupos de edad de 25 a 34 años y de 35 a 44 años si perciben que tienen experiencia y conocimientos para ser emprendedores, pero prácticamente no varían entre ambos sectores manteniéndose en torno al 57% en las zonas rurales y al 55% en las urbanas.

La franja de 45 a 54 años mantiene más igualdad ya que un 51% de la población de los pueblos se consideran los suficientemente preparados frente al 52% de las ciudades. Esta situación tan pareja entre los que están preparados y los que no, puede deberse a la inestable situación económica provocada por la pandemia, el miedo a no recuperar el dinero invertido o a fracasar al poner en marcha el negocio.

Por último, en el grupo de 55 a 64 años, el 45% de ellos tanto de zonas rurales como urbanas posee las habilidades e información suficiente para emprender. Este sector de edad presenta la ventaja de la experiencia y el conocimiento del mercado, pero la continua evolución de las nuevas tecnologías pueden ser un factor que les provoque rechazo a la hora de emprender.

**Gráfico 9: Percepción de oportunidades en el ámbito rural 2019-2021.**



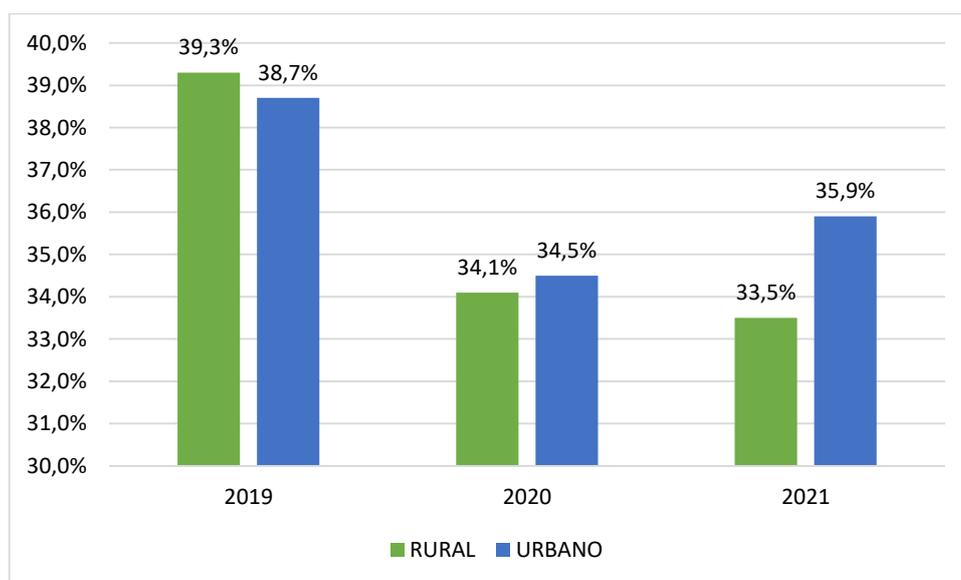
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del GEM

## Emprendimiento rural

El gráfico 9 nos muestra la evolución de 2019 a 2021 de la percepción de oportunidades de la población en los seis meses posteriores a la fecha de la encuesta. Cabe mencionar que durante los tres años la predisposición es negativa en ambos ámbitos, es decir, los encuestados no ven buenas oportunidades para iniciar un negocio ni en el mundo rural ni en el urbano. Destacamos una diferencia significativa en 2020 respecto al año anterior, ya que se produjo un descenso del 17% y del 19% de la población rural y urbana respectivamente, que veía oportunidades óptimas para emprender. Esto es debido a la pandemia provocada por la Covid-19, iniciada en marzo de 2020, y las graves consecuencias económicas que originó y su consiguiente situación de incertidumbre tanto a la hora de comenzar un negocio como para solventar los problemas en los ya instalados.

Sin embargo, en 2021 aumentó un 11% y un 13% la población que veía oportunidades de emprender en los pueblos y en las ciudades, respectivamente, respecto a 2020. Esto se vio plasmado, según cuenta la noticia “La creación de empresas se dispara un 27,7% y marca récord desde 2008” del diario “Cinco Días” en base a datos del INE, al crearse durante 2021 un 27,7% más de sociedades mercantiles, terminando así con dos años consecutivos de caídas del 1,2% y del 15,7% en 2019 y 2020 respectivamente.

**Gráfico 10: Evolución de la facilidad para emprender en cada ámbito.**



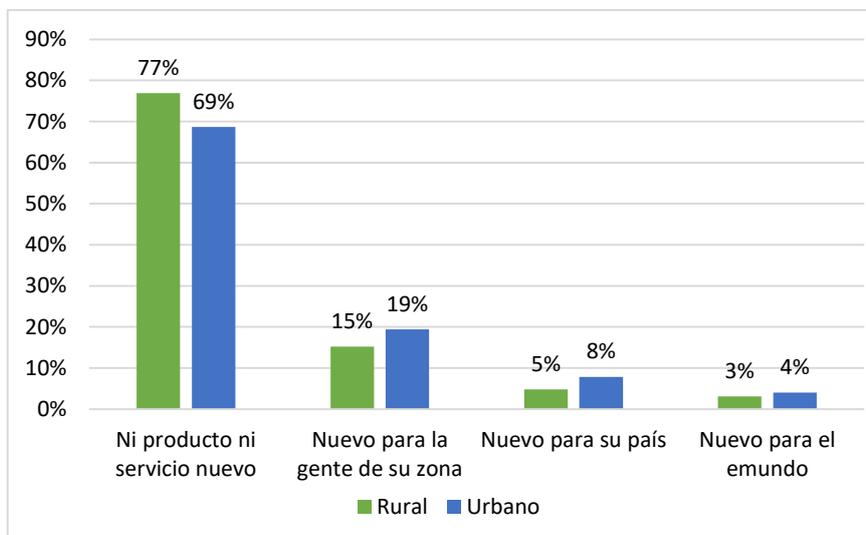
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del GEM

La facilidad para iniciar el proceso emprendedor se ha visto condicionada negativamente por la COVID-19. Este aspecto viene reflejado en el gráfico 10 anterior, dónde podemos observar como en 2019, meses antes de iniciar la pandemia, alrededor de un 40% de los habitantes, tanto del medio rural como del urbano pensaban que era fácil iniciar un negocio en nuestro país, frente a un 60% que pensaba que no lo era.

Sin embargo, en 2020, este pensamiento sufrió variaciones, disminuyendo un 5,2% la población rural y un 4,2% la del medio urbano que percibía facilidades para emprender y por lo tanto incrementaron los habitantes en desacuerdo con dicha facilidad. En 2021, la tendencia continuó a la baja en la opinión del sector rural, pero la variación fue menor que en 2020 ya que apenas se produjo un descenso del 0,6%. Por su parte, la gente del medio urbano percibió mayores facilidades en 2021, hasta un 1,4% más que el año anterior.

Este cambio se debe al pensamiento generalizado de los jóvenes de encontrar mayores oportunidades de empleo en la ciudad, unido a las medidas de apoyo del gobierno en este ámbito, como las publicadas en diciembre de 2021, destinadas a la creación de Startups. Tal y como relataba la ministra de Asuntos Económicos y Transformación Digital, Nadia Calviño, el objetivo de estas ayudas era generar oportunidades para los jóvenes y atraer inversión y talento, además de ayudar financieramente en las fases iniciales de los negocios. (Del Monte, 2021)

**Gráfico 11: Grado de innovación del producto/servicio de los emprendedores en fase inicial.**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del GEM

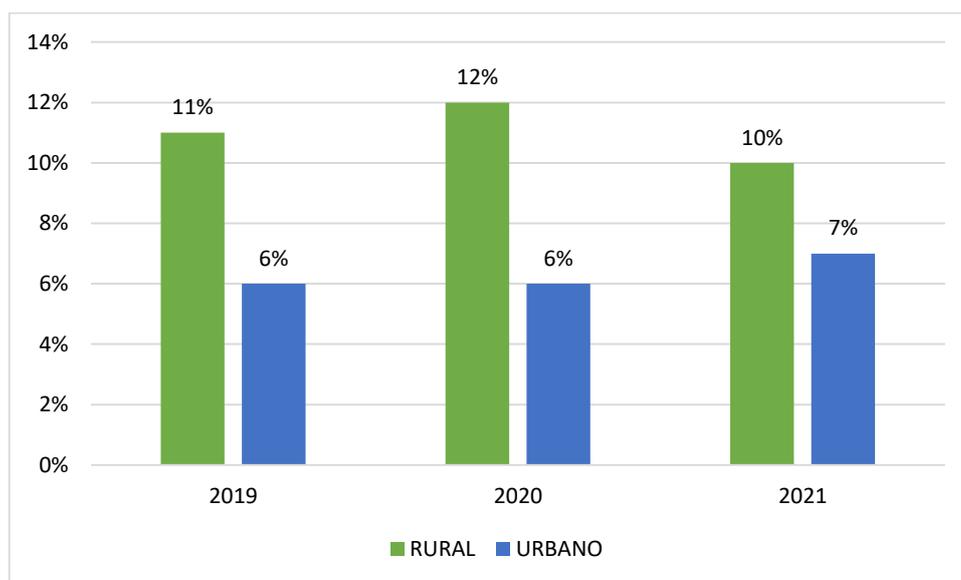
## Emprendimiento rural

El emprendimiento innovador es uno de los motores de la economía tanto en el ámbito rural como urbano y más aún en los tiempos que vivimos. El gráfico 11 nos muestra que en el sector rural, en el periodo correspondiente de 2019 a 2021, el 77% de los emprendedores que iniciaron un negocio no fueron innovadores e implantaron una idea empresarial ya conocida. El 15% desarrolló un concepto nuevo para su área de residencia, mientras que el 5% y 3% del total presentaron ideas más sofisticadas y nunca vistas en España y en el mundo respectivamente.

Por otro lado, en el entorno urbano, el sector de emprendedores que no innovó en sus ideas de negocio descendió un 8%, situándose en el 69%. Además, aumentaron un 4% aquellos que desarrollaron conceptos nuevos para su zona geográfica, llegando hasta el 19% del total, un 3% para los que lo hicieron a nivel nacional y un 1% los que tuvieron ideas emergentes a nivel mundial.

Estas variaciones entre ambas zonas se deben en gran medida a las diferencias en cuanto a la facilidad de acceso a tecnologías e internet. El 88% de la población urbana tiene acceso digital, mientras que la población rural asciende al 78,3% pero con más dificultades, lo que limita sus posibilidades de crecimiento o innovadoras. Por esta razón los emprendedores del medio rural apuestan más por el desarrollo de negocios ya conocidos, relacionados con la agricultura, ganadería y turismo de naturaleza. (Atlántico,2021)

**Gráfico 12: Población que posee un negocio con más de 42 meses de antigüedad.**



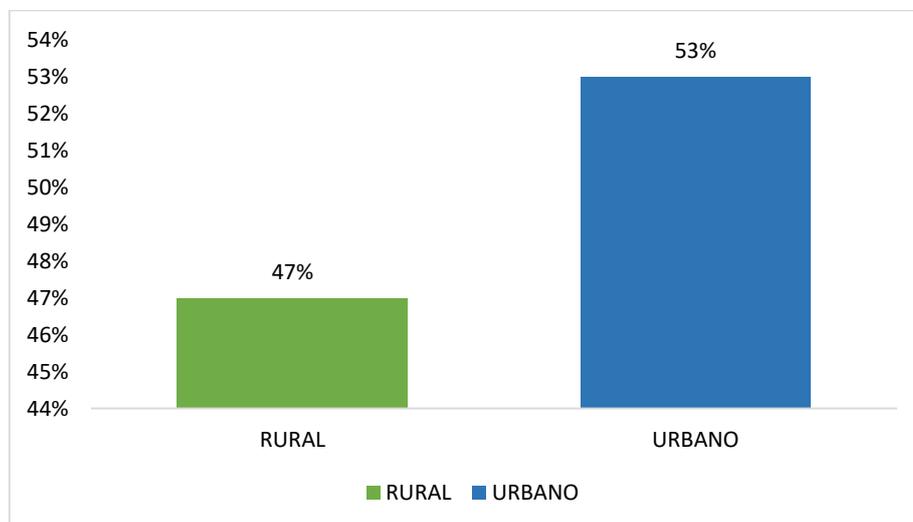
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del GEM

Tal y como nos muestra el gráfico 12, la mayor parte de la población de las zonas rurales y urbanas no ostentaba un negocio consolidado con más de 42 meses de antigüedad. En el caso de las regiones rurales, durante los años 2019, 2020 y 2021, el 11%, 12% y 10% respectivamente, poseían un negocio con dicha duración.

Por otro lado, en la población urbana, estos porcentajes sufrieron una disminución del 5% en 2019, 6% en 2020 y 3% en 2021, alcanzando una media superior al 6% correspondiente a los encuestados emprendedores consolidados con una antigüedad superior a 42 meses.

Esta diferencia entre ambos sectores se debe a las condiciones del mercado de cada área geográfica, los precios superiores del alquiler de los locales para iniciar la actividad en la ciudad y los programas de ayudas o entorno con menos competencia en las áreas rurales. Todos ellos son factores que facilitan más la duración de los negocios situados en el medio rural.

**Gráfico 13: Opinión de los emprendedores en fase inicial sobre el estatus de ser emprendedor. Periodo 2019-2021.**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del GEM.

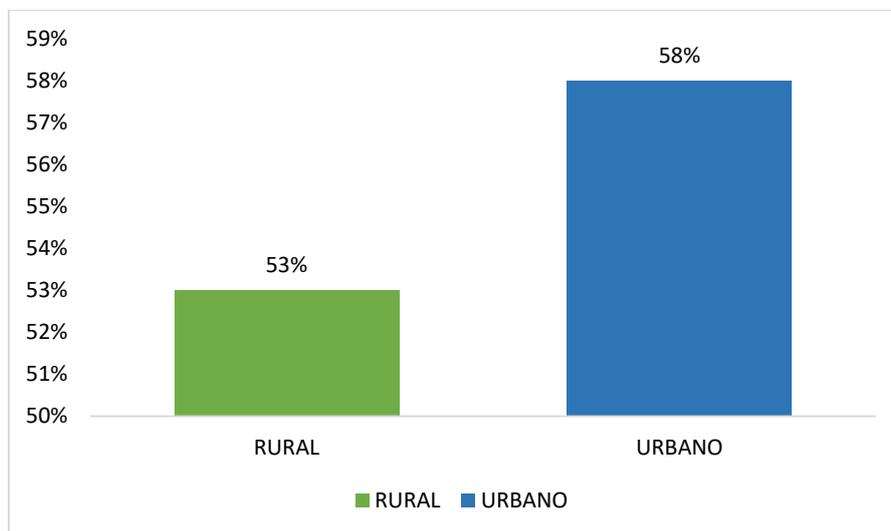
En este gráfico 13 podemos observar la opinión de los emprendedores en las primeras fases de desarrollo de un negocio, tanto del medio rural como urbano, sobre si los emprendedores exitosos son respetados y adquieren un estatus considerable.

## Emprendimiento rural

El 47% de las personas del entorno rural en la fase inicial de sus negocios creen que los emprendedores que alcanzan el éxito empresarial obtienen su reconocimiento y respeto por parte de la sociedad, mientras que el 53% cree que no poseen el estatus merecido. En las ciudades, ocurre lo contrario, ya que el 53% piensa que los resultados positivos de cada emprendedor son valorados.

La diferencia entre ambos sectores (rural y urbano) puede deberse a la relación más cercana y personal de los emprendedores del medio rural con sus clientes lo que les confiere un reconocimiento mayor.

**Gráfico 14: Opinión de los emprendedores en fase inicial sobre la difusión de noticias sobre nuevos y exitosos negocios. Periodo 2019-2021.**



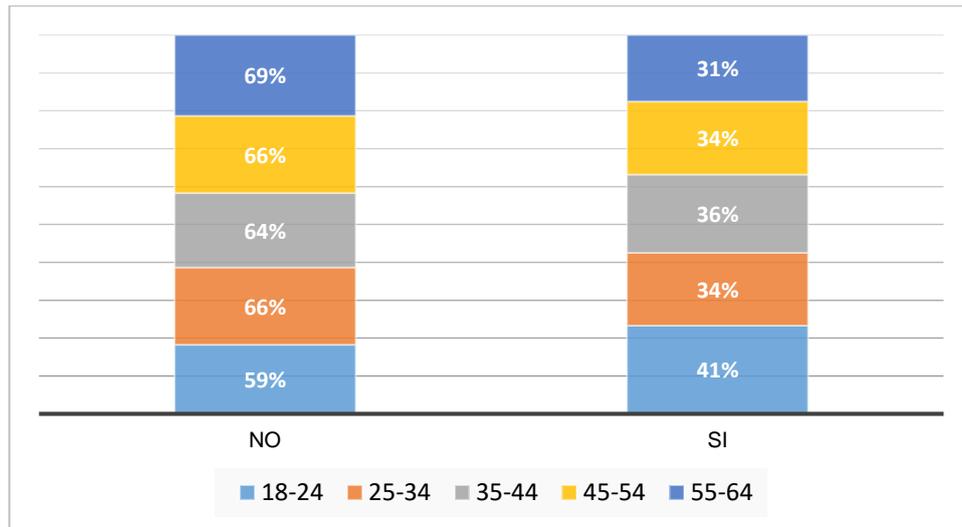
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del GEM.

En el gráfico 14 podemos observar la opinión de los emprendedores en las primeras fases de desarrollo de un negocio, tanto del medio rural como urbano, acerca de si consideran que se difunde información sobre la creación de nuevas empresas y su éxito en el mercado.

El 53% de los emprendedores en fase inicial del mundo rural, suponen que están lo suficientemente informados acerca de ello y el 47% considera que no lo está. En las zonas urbanas, estos porcentajes variaron un 5%, alcanzando un 58% los emprendedores con la necesaria información sobre el éxito de nuevos negocios.

En este caso, destacamos que la mayor información en las ciudades sobre los emprendedores exitosos se debe al mayor alcance de público a través de carteles publicitarios en lugares céntricos o en el transporte público, lo que permite que los emprendedores se fijen en ello y pueda ayudarles en su idea de negocio.

**Gráfico 15: Educación financiera por rango de edad en el medio rural 2019-2021.**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del GEM.

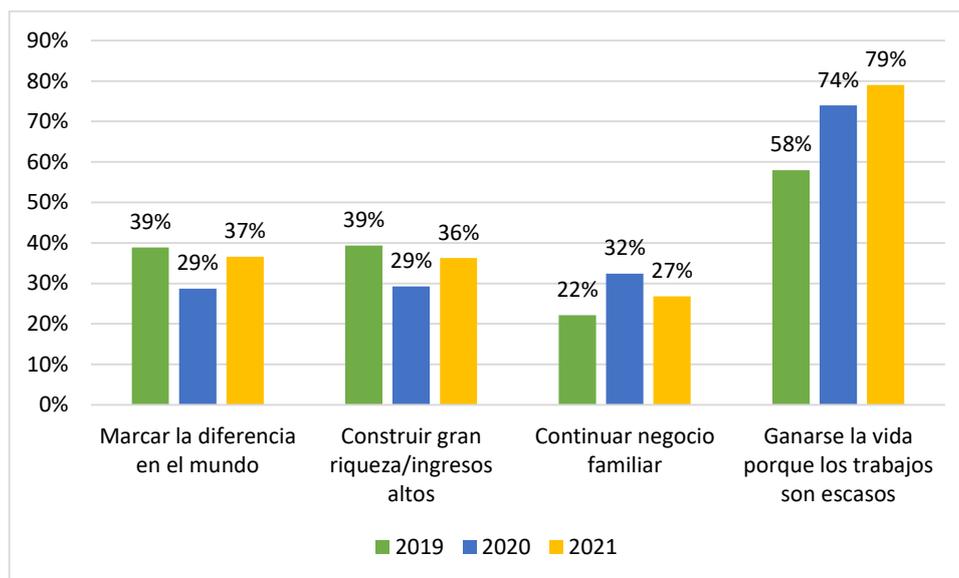
La educación emprendedora es un aspecto muy importante para iniciar un negocio. Este gráfico 15 nos muestra la proporción de población que ha recibido formación a lo largo de su vida para emprender en el mundo rural. Destacamos la variación porcentual, en torno al 6% de conocimientos emprendedores adquiridos entre el sector de adolescentes (41%) y los grupos de adultos correspondientes hasta los 54 años (alrededor del 35%). Sin embargo, la diferencia es mayor respecto al grupo de edad de 55 a 64 años, prácticamente del 10%.

Uno de los motivos principales que explican esto fue la creación de la carrera universitaria de emprendimiento en 2014 con el objetivo de formar a los jóvenes para trabajar en equipo e incentivar a poner en marcha sus iniciativas emprendedoras. Por esta razón el grupo de edad de adolescentes posee más conocimientos emprendedores que el resto, especialmente respecto a la población mayor de 54 años.

## Emprendimiento rural

A pesar de ello, la población sin conocimientos emprendedores debe continuar disminuyendo y esto se debe llevar a cabo invirtiendo más desde el gobierno en educación en base al emprendimiento que permita obtener las nociones básicas sobre la puesta en marcha y el funcionamiento de una empresa.

**Gráfico 16: Motivos para emprender en el ámbito rural 2019-2021**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del GEM

Los motivos que llevan a la población a emprender en el medio rural son variados. El gráfico 16 nos ofrece que entre ellos se encuentran el objetivo de marcar la diferencia respecto al resto, la construcción de una gran riqueza o la obtención de unos altos ingresos, la continuación de un negocio familiar de muchos años, y la necesidad de ganarse la vida ante la escasez de trabajos.

En primer lugar, con un 58% en 2019, un 74% en 2020 y un 79% en 2021 del total de los entrevistados a favor respecto a este factor, destacamos que una de las principales razones para iniciar un negocio es la de poder ganarse la vida y un futuro ante la complicada situación laboral actual del país. Estos porcentajes reflejan con claridad el impacto de la covid-19 en la población, provocando un mayor pensamiento de que el principal motivo para poner en marcha un negocio es el de ganarse un futuro estable.

La creación de riqueza o generar ingresos para su propio disfrute y buscar diferenciarse en la sociedad y en el mundo, presentan prácticamente los mismos porcentajes. Estos dos motivos sufrieron una disminución del 10% en el año del estallido de la pandemia, recuperando un 8% en 2021. Ambos son dos motivos que incitan a muchas personas a montar su propio negocio.

Por último, la continuación del negocio familiar no es una de las razones más predominantes en la población a la hora de emprender. Sin embargo, en 2020 aumentó un 10% la población que lo consideraba una buena opción. Gran parte de este aumento procedía de la disminución de los dos factores analizados anteriormente. En cuanto al negocio familiar, según cuenta la noticia "La continuidad de la empresa familiar, un reto que necesita un plan específico del diario "Cinco Días", es un factor en el que se debe incidir, ya que la no tenencia de una idea o un plan definido para las nuevas generaciones provoca que nueve de cada diez negocios no superen la tercera generación y se vean obligados a buscar ayuda externa que en muchas ocasiones es complicado adaptar a la organización de la actividad.

**Gráfico 17: Porcentaje de personas emprendedoras en fase inicial por rango de edad en el medio rural. (2019-2021)**

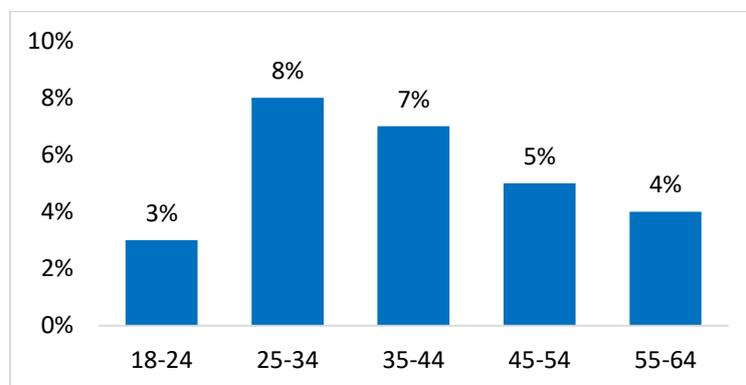


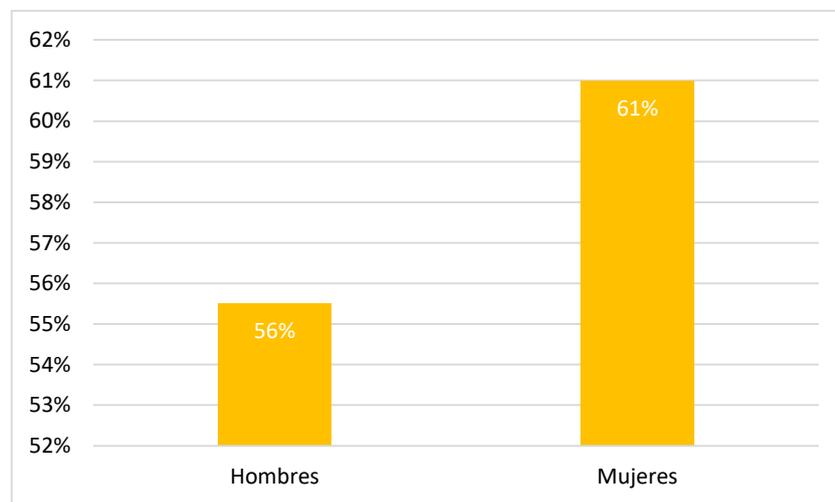
Tabla: Elaboración propia a partir de datos del GEM

Este gráfico 17 nos relata que durante el periodo de 2019 a 2021, el número de emprendedores en fase inicial en el medio rural era bastante reducido. El colectivo emprendedor más joven y el senior son los que poseían menos personas involucradas en la fase inicial de desarrollo de un negocio, con un 3% y 4% respectivamente. Esto se debe principalmente a que la mayoría del grupo de 18 a 24 años se encuentran estudiando y todavía es pronto para emprender y en el sector de 55 a 64 años la mayor parte se encuentran en etapas más avanzadas o incluso finales del proceso emprendedor.

## Emprendimiento rural

Seguido de estos grupos, se encuentra el segmento que abarca de los 45 a 54 años, con un 5% de ellos presentes en los primeros pasos de la puesta en marcha de un negocio. Por último, destacamos a los colectivos emprendedores que abarcan los grupos de 35 a 44 años y 25 a 34 años, con un 7% y 8 % respectivamente, que se corresponden según datos de GEM España con los grupos con mayor presencia en la primera fase de emprendimiento, especialmente el sector de 25 a 34 años ya que posee estudios realizados recientemente y una cierta estabilidad económica.

**Gráfico 18: Percepción del miedo al fracaso por sexo en el ámbito rural 2019-2021.**

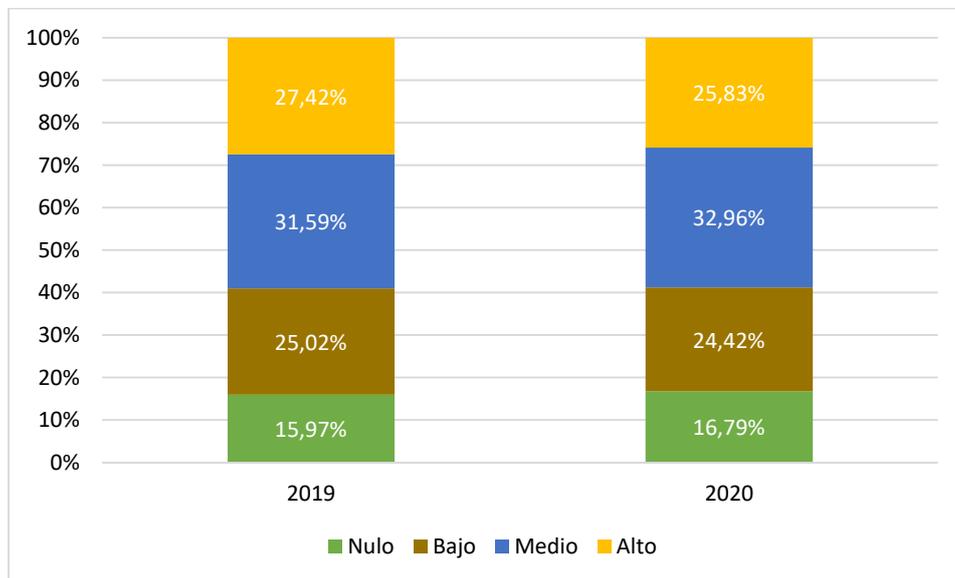


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del GEM.

El miedo al fracaso a la hora de iniciar un negocio es un aspecto que tienen muy en cuenta tanto hombres como mujeres, y así nos lo muestra este gráfico 18. Tal es su importancia, que entre 2019 y 2021, en torno al 61% de la población femenina de las zonas rurales no emprendería por esta razón mientras que en el caso de los hombres era de un 56%. Tal y como relata Paz Álvarez en El País, un estudio del Observatorio del Emprendimiento del GEM muestra que en torno a un 22% de las mujeres están involucradas en el proceso de emprendimiento rural, pero necesitan alrededor de 67.000 euros para montar un negocio, su gran mayoría, un 66% procedente de sus ahorros personales. Esto es un gran inconveniente debido al riesgo de que no funcione y la incertidumbre a consecuencia de la pandemia.

Además, la presidenta del Observatorio GEM en España, Ana Fernández Laviada, en relación a las diferencias entre hombres y mujeres en el proceso emprendedor, afirma: “Aunque la brecha se ha visto reducida en los últimos 15 años, la crisis COVID ha impactado leve, pero negativamente en este avance, y su mayor miedo al fracaso y menor percepción de oportunidades tienen mucho que ver”. Este aspecto relacionado con el fracaso podemos verlo reflejado en el gráfico con la diferencia porcentual del 5% entre ambos sexos.

**Gráfico 19: Índice de apoyo cultural al emprendimiento rural en 2019 y 2020.**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del GEM

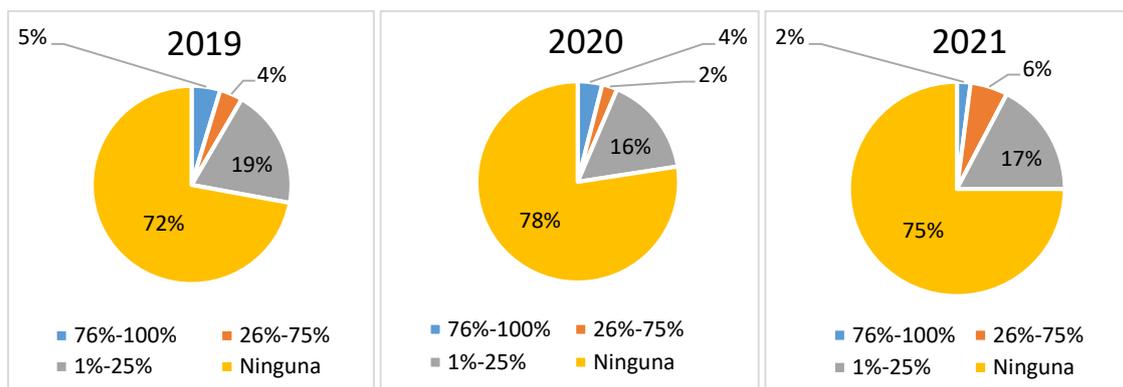
Este gráfico 19 nos muestra la población del mundo rural que percibe una cultura favorable a la hora de emprender. Durante el 2019 los valores culturales favorables al emprendimiento se situaron en el 59% con un apoyo alto del 27,42% y un apoyo medio del 31,6%. Sin embargo, en 2020, el mayor apoyo reflejó una disminución del 1,6% respecto al año anterior, mientras que en relación al apoyo medio sucedió lo contrario, ya que aumentó un 1,37% en comparación a 2019. Esto se tradujo en mínimo descenso de aquellos que consideraban que en el entorno rural se apoya el emprendimiento, pasando del 59% de 2019 al 58,2 en 2020.

Por otra parte, destacamos el incremento del nulo apoyo del 0,82% en 2020 respecto a 2019, situándose cerca del 17%.

## Emprendimiento rural

Estos apoyos medio y alto pueden verse aumentados en 2021 y 2022 ya que actualmente, se trata de incentivar el emprendimiento cultural a través de iniciativas destinadas a las áreas alejadas de las ciudades. Tal y como relata la noticia de Europa Press del pasado mes de mayo, desde el ministerio de Cultura y Deporte lanzaron la iniciativa “Emprendoteca.es repensemos la ruralidad” con el objetivo de promover el empleo en los pueblos.

**Gráfico 20: Nivel de exportaciones de los emprendedores rurales 2019-2021.**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del GEM.

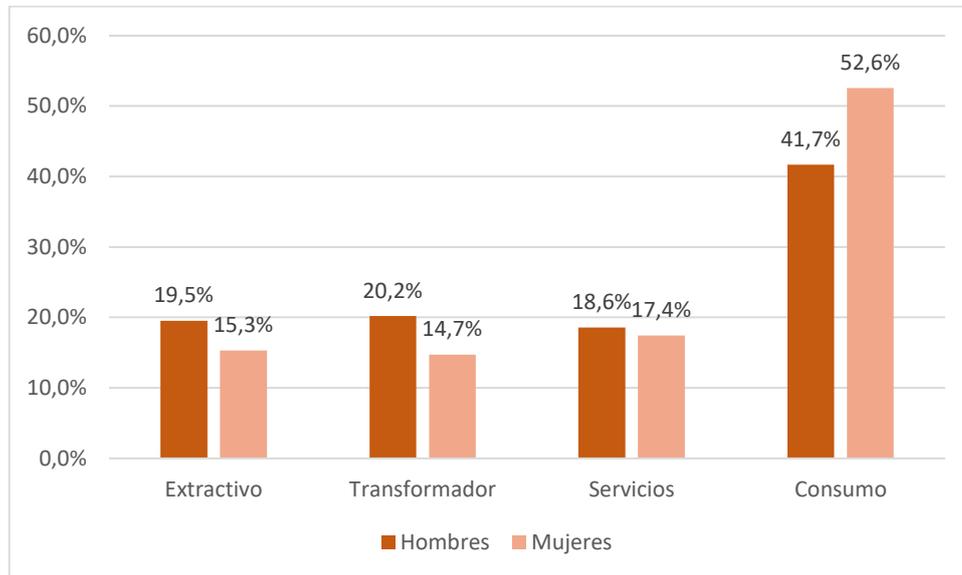
El nivel de exportaciones de los negocios, especialmente de los establecidos en el entorno rural, suele ser en su mayoría bajo o nulo. En este gráfico 20 podemos observar el nivel de las exportaciones distribuido en 4 niveles.

En primer lugar, destacamos que en 2019 el 72% de los negocios rurales no realizaba ninguna exportación ni a otras regiones del país ni a otros países, mientras que el 19% exportaban entre un 1% y un 25% de su producción. Alrededor del 9% destinaban buena parte de sus productos o servicios a para otras empresas o lugares.

En 2020, a consecuencia de la Covid-19 y sus restricciones, se produjo un descenso del de las exportaciones de las áreas rurales situándose en el 78% los negocios sin realizar dicha actividad. Ya en 2021, se ha recuperado parte de la actividad exportadora previa al comienzo de la pandemia, aumentando un 3% las empresas que dedican parte de su producción para exportar.

Tal y como señala el informe de 2021 “Un medio rural vivo y sostenible”, a causa de la Covid-19, la demanda externa fue la causante de la contracción de las exportaciones y los problemas surgidos en las cadenas de suministro, además del descenso de los precios.

**Gráfica 21: Distribución de emprendedores en fase inicial, según el sexo por el sector de actividad de sus negocios.2019-2021.**



Fuente Elaboración propia a partir de datos del GEM

Este análisis, plasmado en el gráfico 21, nos ofrece un conocimiento más específico de los negocios puestos en marcha por mujeres y hombres en el medio rural.

En cuanto a los hombres, podemos destacar que el ámbito sectorial más común es el sector de servicios de consumo, con un 41,7% del total, seguido del sector transformador de la industria (20,2%), el extractivo (19,5%) y el orientado a los servicios para empresas, con 18,6%.

Con relación a las mujeres, al igual que las iniciativas masculinas, pero con un 11% más de presencia, predominan el sector de consumo como el favorito para emprender, con bastante diferencia respecto al resto. En segundo lugar, se encuentra el sector servicios, muy parejo respecto a los hombres, seguido del extractivo y el transformador, ambos en torno al 15%.

## **4.RESULTADOS**

Entre los resultados que obtenemos tras realizar el análisis del emprendimiento rural en España, se encuentra la importancia de emprender en las zonas rurales ya que provoca mayor riqueza y atractivo turístico para estos lugares, recuperando así la esencia perdida durante años a causa de la “España Vacía”.

Cabe destacar que gran parte de aquellos que ponen en marcha un negocio no poseen la formación académica o empresarial adecuada (un 64% de la población), lo que más adelante desemboca en la elaboración de una estrategia inapropiada o problemas difíciles de solucionar.

Además, debemos resaltar la importancia de la mujer emprendedora en el desarrollo de la economía rural, y su positiva evolución a lo largo de los últimos años, sobrepasando incluso el número de hombres emprendedores, 54% de mujeres frente al 46% de hombres. Sin embargo, la pandemia, ha provocado un retroceso los avances de la desigualdad de condiciones entre géneros, por lo que se necesitan ayudas para el grupo de población femenino.

Por último, cabe mencionar que el principal motivo que lleva a los españoles a emprender, con un 70% de población a favor, es la necesidad de ganarse la vida ante la escasez de trabajo y además la mayoría de los emprendedores del campo (77%) y de la ciudad (69%) optan por no innovar y basar su negocio en productos o servicios ya conocidos.

## **5.CONCLUSIONES**

El análisis efectuado sobre el emprendimiento rural en España nos ha aportado una visión más profunda sobre todo aquello que influye a la hora de emprender en el campo y gracias a ello hemos podido dar respuesta a los objetivos planteados en un principio: conocer el nivel de formación de los emprendedores, los motivos o razones para iniciar un negocio, la influencia de la pandemia, así como ciertas diferencias respecto al medio urbano.

Este estudio nos ofrece una visión más cercana y personal de los aspectos más importantes que rodean el proceso emprendedor en ámbito rural. Gracias a los datos analizados podemos evaluar las percepciones, como puede ser el miedo al fracaso o la visión a corto o medio plazo de los emprendedores, tanto antes de empezar como una vez comenzada la actividad. Además, los datos estadísticos ofrecen a organismos e instituciones, estudios más concretos sobre distintos factores, como los motivos que llevan a la población a emprender o la novedad de los productos desarrollados, permitiéndoles tomar las medidas correctoras al respecto que permitan la evolución del sector.

Una posible debilidad de este trabajo es la reducida muestra de población analizada en algunos de los gráficos tras obtener las tablas en el SPSS.

En futuros trabajos de este tipo podría estudiarse la proporción de población extranjera que opta por instalarse en el ámbito rural creando un negocio propio, así como los motivos que les han llevado a abandonar su país y asentarse en España.

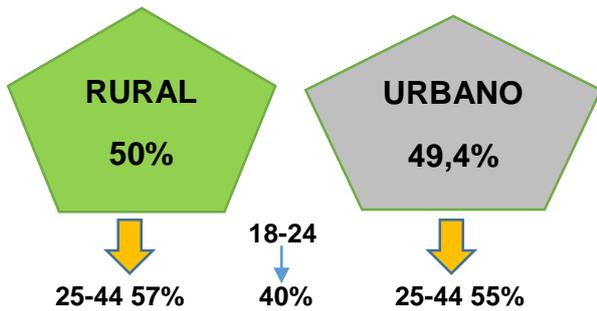
La realización de este trabajo me ha permitido mejorar y agilizar mi capacidad de análisis e interpretación a través de la realización de las tablas con la unión de distintas variables del SPSS y la posterior elaboración de las gráficas en Excel. Además, me ha proporcionado mayor capacidad explicativa a través de la búsqueda de información procedente de noticias informes y documentos relacionados con el tema de análisis. Por último, me ha posibilitado obtener importantes conocimientos acerca del mundo emprendedor, tanto rural como urbano desde un punto de vista interno y profesional, mediante la opinión de los propios emprendedores y de la población en general, que pueden servirme de gran ayuda en caso de iniciar mi propio negocio en un futuro.

## **6.ANEXOS**

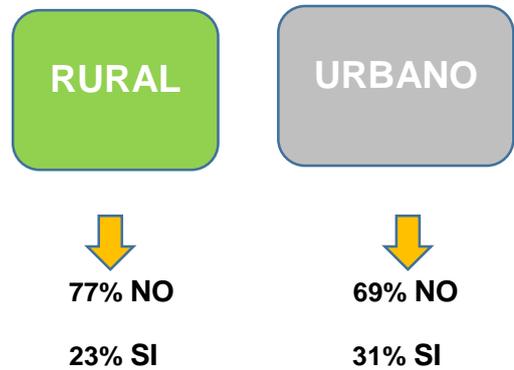
### **INFOGRAFÍA**

A continuación, se realizará una infografía basada en los resultados y datos más importantes obtenidos en el análisis de emprendimiento rural en España entre 2019 y 2021.

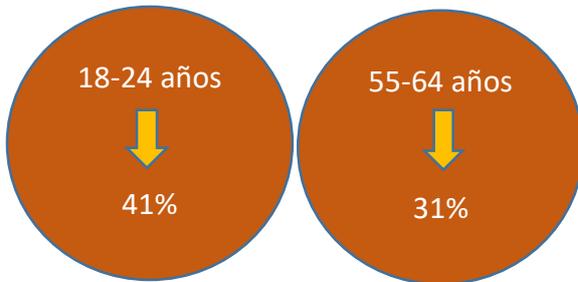
**CONOCIMIENTOS EMPRENDEDORES**



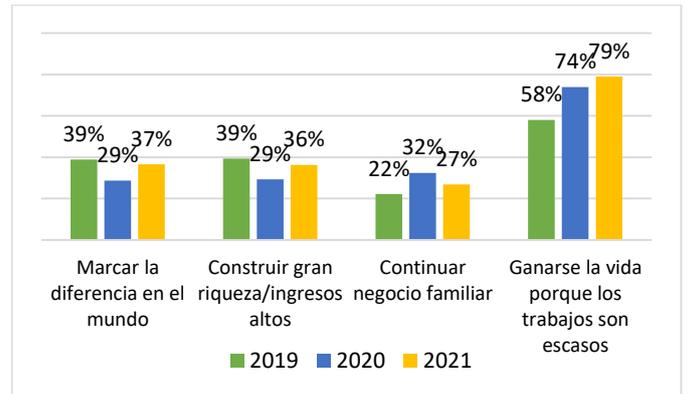
**PRODUCTOS INNOVADORES**



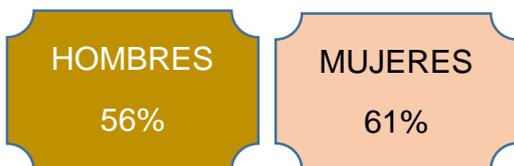
**EDUCACIÓN FINANCIERA (POBLACIÓN RURAL)**



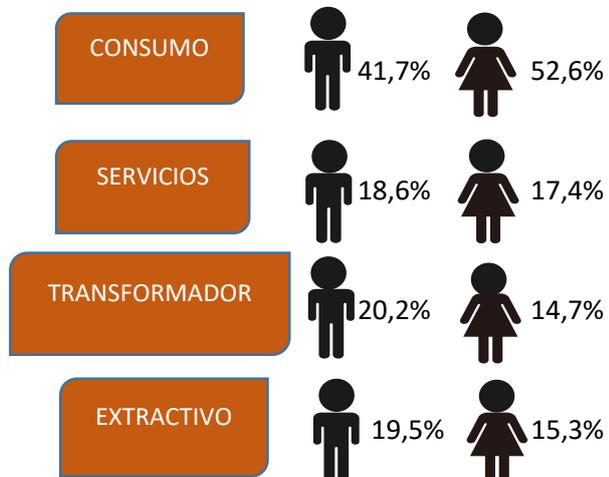
**MOTIVOS PARA EMPRENDER (POBLACIÓN RURAL)**



**MIEDO AL FRACASO (POBLACIÓN RURAL)**



**SECTORES CON MAYOR PRESENCIA EMPRENDEDORES NUEVOS (5,4%) (POBLACIÓN RURAL)**



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del trabajo.

## NOTA DE PRENSA



#Emprendimiento rural

# EL EMPRENDIMIENTO RURAL REVIVE TRAS LA PANDEMIA

Tras dos complicados y duros años, la vida y los negocios en áreas rurales pasa a ser la prioridad de muchos españoles.

**15-06-2022**

A lo largo de los últimos años y décadas, los pueblos rurales han ido perdiendo cada vez más población, tanto por la elevada proporción de habitantes mayores de 65 años, cercano al 40%, (frente al 28% de las ciudades) como por el abandono de los jóvenes en busca de mejores oportunidades laborales en la ciudad y de formarse en materia de emprendimiento y financiera, la cual únicamente 4 de cada 10 jóvenes de 18 a 24 años la tienen.

Sin embargo, de la grave pandemia de la COVID-19 comenzada en marzo de 2020 no ha generado solo efectos negativos, ya que para las zonas rurales ha supuesto una ayuda frente a la despoblación. El periodo de confinamiento sufrido durante varios meses por los españoles ha provocado un cambio de mentalidad en muchos de ellos, por el hecho de que a día de hoy valoran más la tranquilidad y la libertad de los entornos rurales. Además, la implantación del teletrabajo, junto con el desarrollo del comercio electrónico, son aspectos que han contribuido a fortalecer ese cambio de perspectiva, incluso para aquellos que, años atrás, decidieron abandonar el pueblo para instalarse en la ciudad. Según datos del INE, durante 2020 se registraron 428.073 nuevas personas en los municipios menores de 10.000 habitantes, frente a las 397.718 de 2019. De todos ellos, algunos optaron por desarrollar negocios en dichos lugares, sobre todo en el sector de consumo, en torno al 43% de la población. Gran parte de estos nuevos negocios, casi 8 de cada 10, optaron por no innovar y desarrollar su idea con productos tradicionales.

Estos factores también han favorecido que se produzca un menor abandono de población de las zonas rurales y decidan permanecer en sus pueblos. Según el informe “Despoblación y políticas de lugar” publicado por el Centro de Políticas Económicas de Esade, hasta 60.000 personas menos en 2020 optaron por buscar oportunidades en la ciudad.

La evolución digital y la mejora de calidad de vida de las áreas rurales, junto con las medidas implantadas tras la pandemia, están provocando el resurgimiento de la actividad laboral en los pueblos, disminuyendo el miedo al fracaso presente a la hora de emprender en el 58,5% de la población. Además, esto permite atraer mayor número de turistas que posibilitan el crecimiento económico, que todos esperamos que se siga manteniendo con el transcurso de los años.

Sin embargo, todavía hay camino por recorrer, ya que el 80% de aquellos que inician el proceso emprendedor, lo hacen para ganarse la vida porque los trabajos son escasos.

José María Acebo Torre

[jose-maria.acebo@alumnos.unican.es](mailto:jose-maria.acebo@alumnos.unican.es)

671740464

Santander

## 7.BIBLIOGRAFÍA

Agroboca. 2016. La mujer emprendedora y el desarrollo sostenible en el medio rural. [Consulta:14-06-2022].

<https://www.agroboca.com/ayudas-mujeres-rurales-emprendedoras>

Álvarez, P. 2021. Las emprendedoras necesitan 67.000 euros para montar su negocio. CincoDías, 19 de noviembre. [Consulta:8-05-2022].

[https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/11/18/fortunas/1637264084\\_262173.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/11/18/fortunas/1637264084_262173.html)

Arce, O. 2021. La economía española: Impacto de pandemia y perspectivas. Banco de España. Informe Anual 2020. [Consulta:22-04-2022].

<https://www.bde.es/f/webbde/GAP/Secciones/SalaPrensa/IntervencionesPublicas/DirectoresGenerales/economia/Arc/Fic/arce260521.pdf>

Atlántico. 2021. La brecha digital en el rural, un desafío para la sociedad. En: Atlántico, 16 de noviembre. [Consulta:05-06-2022].

<https://www.atlantico.net/articulo/tecnologia/brecha-digital-rural-desafio-sociedad/20211116234757876440.html>

Bello Huidobro, A. 2022. El emprendimiento reactiva la vida de “la España rural”. En: El economista, 9 de mayo. [Consulta:20-06-2022].

<https://www.eleconomista.es/economia/noticias/11754225/05/22/El-emprendimiento-reactiva-la-vida-de-la-Espana-rural.html>

Calvo, J.L.; Sánchez, C.; García, R. 2020. Emprendimiento digital y desarrollo local. ¿Es posible el emprendimiento digital en la España vaciada? Universidad Nacional de Educación a Distancia. [Consulta:12-03-2022].

<https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/417/CALVO,%20SANCHEZ%20Y%20GARC%C3%8DA.pdf>

Cerejido, J.L. 2021. Trece comunidades perdieron población en el primer semestre de 2021. En: El periódico de España, 16 de diciembre. [Consulta:20-06-2022]

<https://www.epe.es/es/espana/20211216/trece-comunidades-perdieron-poblacion-primer-12991067>

Cincodías. 2022. Compañías. La creación de empresas se dispara un 27,7% y marca récord desde 2008. [Consulta:22-05-2022]

[https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/02/11/companias/1644567463\\_259627.html#:~:text=El%20n%C3%BAmero%20de%20nuevas%20sociedades,Nacional%20de%20Estad%C3%ADstica%20\(INE\).](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/02/11/companias/1644567463_259627.html#:~:text=El%20n%C3%BAmero%20de%20nuevas%20sociedades,Nacional%20de%20Estad%C3%ADstica%20(INE).)

CincoDías. 2021. La continuidad de la empresa familiar, un reto que necesita un plan específico. [Consulta:29-05-2022].

[https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/10/25/extras/1635156739\\_995291.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/10/25/extras/1635156739_995291.html)

## Emprendimiento rural

Comercionista.com.2021. Emprendimiento rural: ideas de negocio rurales. ¿Qué es el emprendimiento rural? Definición de emprendimiento rural. [Consulta:25-02-2022].

<https://www.comercionista.com/emprender/emprendimiento-rural-ideas/#:~:text=Definici%C3%B3n%20de%20emprendimiento%20rural,sus%20nuevos%20productos%20o%20servicios.>

Consejo económico y social España. Comisión de Trabajo de Agricultura y Pesca.2021. Impacto de Covid-19 sobre el emprendimiento rural. Economía y empleo. Actividad económica y tejido empresarial. Colección Informes Número 02/2021. [Consulta: 26-02-2022]. <http://www.ces.es/documents/10180/5250220/Inf0221.pdf>

Consejo económico y social España. Comisión de Trabajo de Agricultura y Pesca.2021. Informe sobre un medio rural vivo y sostenible. [Consulta:21-04-2022]. <https://www.ccoo.es/0fd5444a6b85068433d03ca90e115d28000001.pdf>

Del Monte, D.2021. El gobierno aprueba el Proyecto de Ley de Startups para favorecer el emprendimiento innovador. En: La Moncloa, 10 de diciembre. [Consulta:2-05-2022]. [https://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/resumenes/Paginas/2021/101221-rp\\_cministros-extraordinario.aspx](https://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/resumenes/Paginas/2021/101221-rp_cministros-extraordinario.aspx)

Díaz-Lanchas, J.; Loras, D.; Martínez Jorge, A.; Roldán, T.2022.Despoblación y políticas de lugar: un análisis de la brecha demográfica, económica y de actitudes. Informe técnico: Esade. [Consulta:15-06-2022].

<https://www.esade.edu/ecpol/es/publicaciones/despoblacion-politicas-de-lugar-analisis-brecha-demografica-economica-y-de-actitudes/>

EFE.2014. El emprendimiento se convierte en carrera universitaria. En:20minutos,19 de abril.[Consulta:14-05-2022]<https://www.20minutos.es/noticia/2116474/0/como-se-educar/emprededor/empleo-formacion/>

Europa Press. 2022.Presentación de Emprendotec.es, plataforma digital para el emprendimiento cultural en el ámbito rural.[Consulta:21-06-2022] <https://www.europapress.es/comunicados/sociedad-00909/noticia-comunicado-presentacion-empredotecaes-plataforma-digital-emprendimiento-cultural-ambito-rural-20220526124039.html>

GEM España.2022. Quienes somos. [Consulta: 5-05-2022]. <https://www.gem-spain.com/quienes-somos/>

Gobierno de España. 2021. Ministerio de Igualdad. Emprendimiento. Programa Desafío mujer rural. [Consulta:16-06-2022].

<https://www.inmujeres.gob.es/areasTematicas/Emprendimiento/EmpFemMundoRural.htm#:~:text=Desaf%C3%ADo%20Mujer%20Rural%20es%20una,competitividad%20de%20sus%20proyectos%20empresariales>

González Álvarez, C.; Carnicero Huerga, F. 2020. Lecciones aprendidas de una década liderando dos proyectos de emprendimiento digital en el Bierzo y León. La España Vacía. [Consulta:7-03-2022].

<https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/417/GONZA%CC%81LEZ%20Y%20CARNICERO%20HURGA.pdf>

Haro, I. 2021. ¿Cómo aprovechar las oportunidades de emprender que hay en los pueblos? En: Autónomos y Emprendedores, 8 de noviembre. [Consulta:14-06-2022].

<https://www.autonomosyemprendedor.es/articulo/tu-negocio/como-aprovechar-oportunidades-emprender-que-pueblos/20211105135315025432.html>

Instituto Nacional de Estadística 2021. Cifras de población a 1 de julio de 2021. Estadística de migraciones. Primer semestre de 2021. Nota de prensa. [Consulta:15-03-2022]. [https://www.ine.es/prensa/cp\\_j2021\\_p.pdf](https://www.ine.es/prensa/cp_j2021_p.pdf)

Manteca Agüeros, J.; Navarro, M.A. 2018. Mujer, pobreza y desarrollo sostenible. Informe técnico. [Consulta:15-06-2022]

[https://copade.es/wpcontent/uploads/2018/04/Informe\\_Mujer\\_y\\_Development\\_2018\\_web.pdf](https://copade.es/wpcontent/uploads/2018/04/Informe_Mujer_y_Development_2018_web.pdf)

Martínez, M. 2022. La pandemia ha vuelto a abrir la brecha de género en el emprendimiento. En: El Diario Montañés, 16 de abril. [Consulta:15-06-2022].

<https://www.eldiariomontanes.es/cantabria/pandemia-vuelto-abrir-20220414183815-ntvo.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>

Molinero Espadas, M.A; Rodríguez Pieguezuelo, C.R. 2012. Oportunidades y barreras al emprendimiento rural. Barreras al emprendimiento rural. [Consulta: 26-02-2022].

[http://www.rurapolis.es/models/recursos/6/FRDeDDbXi5KwrSAeBOOK\\_OPORTUNIDADES\\_Y\\_BARRERAS\\_AL\\_EMPRENDIMIENTO\\_RURAL.pdf?1417447845](http://www.rurapolis.es/models/recursos/6/FRDeDDbXi5KwrSAeBOOK_OPORTUNIDADES_Y_BARRERAS_AL_EMPRENDIMIENTO_RURAL.pdf?1417447845)

## Emprendimiento rural

Nicuesa, M. 2018. Cinco beneficios del emprendimiento rural. Empresariados, 3 de abril. [Consulta: 26-02-2022].

<https://empresariados.com/cinco-beneficios-del-emprendimiento-rural/>

Observatorio de RRHH. 2021. Emprendimiento rural: oportunidades y retos. [Consulta: 14-06-2022]. <https://www.observatoriorh.com/al-dia/emprendimiento-rural-oportunidades-y-retos.html>

Palacín, J.T. 2020. El papel de la mujer emprendedora en el mundo rural. En: Innovaspain, 28 de octubre. [Consulta: 14-06-2022] <https://www.innovaspain.com/mujer-rural-emprendimiento/>

Pérez Díaz, J.; Abellán García, A.; Aceituno Nieto, P.; Fariñas, D.R. 2020. Un perfil de las personas mayores en España, 2020, indicadores estadísticos básicos. Informes envejecimiento en red nº25, 39p. [Consulta: 15-06-2022]

<http://envejecimiento.csic.es/documentos/documentos/enredindicadoresbasicos2020.pdf>

Unión de profesionales y trabajadores autónomos. 2020. Economía social rural y trabajo autónomo. Emprendimiento en el ámbito rural. Emprendimiento rural. [Consulta: 25-02-2022]. <https://economiasocialrural.org/wp-content/uploads/2020/12/Emprendimiento-en-el-ambito-rural.pdf>