

EMPRENDEDORAS

RURALES EN ESPAÑA

ANÁLISIS CON DATOS GEM 2021-2022



INFORME MUJER EMPRENDEDORA

ÍNDICE

- PROYECTO GEM	3
- FICHA TÉCNICA	4
- INTRODUCCIÓN	5
- EL PROCESO EMPRENDEDOR EN EL ÁMBITO RURAL	8
- CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES	14
- PERCEPCIONES Y MOTIVACIONES DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES	27
- LAS EMPRESAS CREADAS POR MUJERES EN EL ÁMBITO RURAL	38
- ADOPCIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES EN LAS EMPRESAS DE MUJERES RURALES	51
- IMPACTO Y PROYECCIÓN DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES Y SUS EMPRESAS	59
- CONCLUSIONES FINALES	67
- RESUMEN EJECUTIVO	71
- CASOS DE ÉXITO DE EMPRENDEDORAS RURALES EN ESPAÑA	78
- EQUIPO INVESTIGADOR	84

PROYECTO GEM

El proyecto **Global Entrepreneurship Monitor (GEM)** es un observatorio internacional que, desde 1999, analiza anualmente el fenómeno emprendedor.

En concreto sus estudios permiten conocer:

- Los valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población adulta activa.
- La actividad emprendedora y sus características.
- El contexto en el que se desarrolla el proceso emprendedor.

El GEM es el único proyecto que, para estudiar este fenómeno, utiliza fuentes de información primarias que obtiene a través de dos encuestas, conocidas por su denominación y siglas en inglés como:

ADULT POPULATION SURVEY (APS)

Se hace a una muestra representativa a nivel país de la población de entre 18-64 años y sirve para obtener los principales indicadores de actividad emprendedora y caracterizarla.

NATIONAL EXPERT SURVEY (NES)

Se hace a un panel de agentes del ecosistema y sirve para valorar el estado de las principales variables que influyen en el proceso emprendedor y que pueden condicionar su magnitud y características.

Para realizar este informe se han utilizado los datos de la APS recogidos en el periodo junio-septiembre de 2021. En concreto, han participado 31.785 individuos, de los cuales 8.379 pertenecen a municipios de menos de 10.000 habitantes que, a efectos de este estudio, consideramos como población rural. Un total de 546 mujeres rurales han indicado haber iniciado y desarrollado un negocio. Para obtener información adicional sobre sus negocios e impacto, 200 de estas emprendedoras han sido nuevamente entrevistadas en mayo-junio de 2022.



FICHA TÉCNICA

	Universo	▶ Población residente en España de 18 a 64 años
	Población objetivo	▶ 29.962.392 individuos
	Muestra	▶ 31.785 individuos
	Fecha recogida	▶ Junio-septiembre 2021



MUESTRA TOTAL	SEXO		EDAD					ÁMBITO GEOGRÁFICO			
	HOMBRE	MUJER	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	RURAL*		URBANO	
31.785	15.932	15.853	3.270	5.428	7.663	8.183	7.241	8.379		23.406	
								Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
								3.970	4.409**	11.962	11.444
100%	50,1%	49,9%	10,3%	17,1%	24,1%	25,7%	22,8%	26,4%		73,6%	

* Municipios de menos de 10.000 habitantes.

** En esta población rural femenina se identificaron 546 mujeres emprendedoras. Entre mayo y junio del año 2022 se entrevistó nuevamente a 200 de ellas con preguntas adicionales sobre sus negocios.

A close-up photograph of a woman with voluminous, curly, reddish-brown hair. She is smiling warmly, looking slightly to her left. She is wearing a black leather motorcycle jacket over a black scarf with white polka dots. The background is blurred, showing some bokeh lights and a red surface, possibly a carpet or a wall.

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

- ▶ El **medio rural** representa más del 85% del territorio nacional y acoge al grueso del patrimonio ambiental y a una significativa representación del histórico y cultural. En este ámbito se **realiza gran parte de la actividad del sector primario y juega un papel clave en la preservación ambiental del país**. Sin embargo, uno de sus principales problemas es la menor presencia de población (en torno al 20% del total), especialmente, jóvenes y mujeres.
- ▶ **Las mujeres rurales son esenciales para el mantenimiento y desarrollo sostenible de la vida y riqueza de los pueblos**, pero durante años han estado relegadas a un papel secundario en el trabajo, la propiedad y la toma de decisiones. Este escenario desfavorable, unido a **la falta de oportunidades, ha llevado a muchas de ellas a abandonar el medio rural** en las últimas décadas.
- ▶ Actualmente, la necesidad de revertir el proceso de la despoblación ha acentuado **la atención de las administraciones y los programas de apoyo que se destinan al medio rural**. Esto ha aumentado su atractivo como sitio para vivir en un entorno tranquilo y saludable, así como para ofrecer oportunidades profesionales y empresariales. Además, **el avance en los procesos de digitalización** derivados de la pandemia ha favorecido, aún más, la atracción de talento, la innovación y la creación de negocios en el ámbito rural. Este nuevo contexto hace que las mujeres rurales, como otras procedentes de zonas urbanas, consideren al **medio rural un lugar idóneo para llevar a cabo su iniciativa empresarial**.
- ▶ Este informe analiza **la situación de las emprendedoras rurales** ofreciendo un panorama de sus perfiles personales y negocios con un doble objetivo: por un lado, **visibilizar su relevante papel para el sostenimiento social y económico** en estos territorios, y por otro, ayudar a **establecer políticas acordes a sus necesidades** empresariales que **mantengan el actual talento femenino y atraigan a nuevo**.

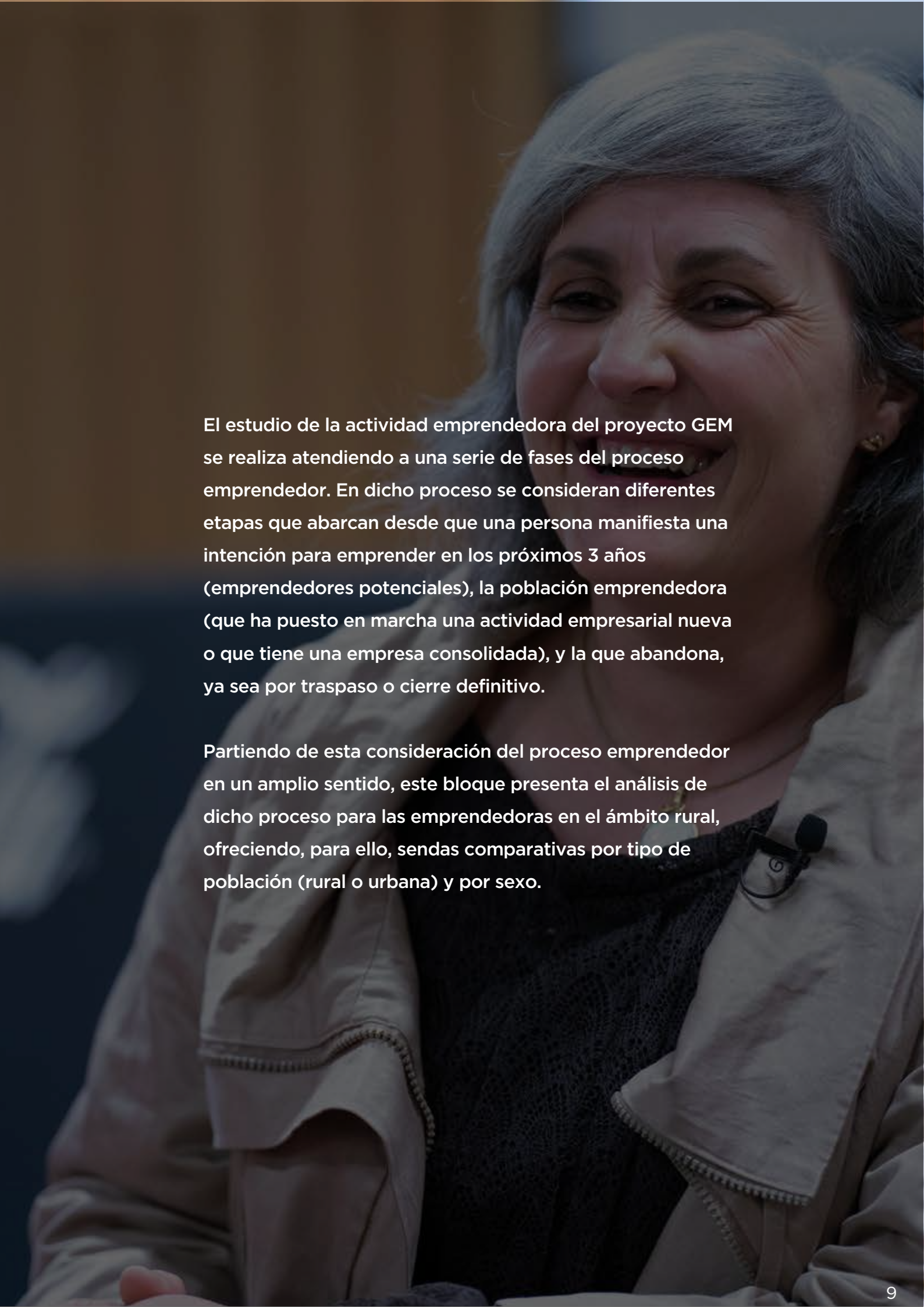
- ▶ El presente informe se ha elaborado con datos procedentes del **Global Entrepreneurship Monitor (GEM)**, que dispone de información sobre el **proceso emprendedor** que incluye tanto a **las emprendedoras rurales actuales, como a las que quieren emprender (potenciales) y las que han abandonado la actividad**. Esta información ha sido comparada con datos de emprendedoras en el contexto urbano y con emprendedores masculinos rurales. Adicionalmente, el informe recoge los resultados de una **encuesta específica realizada a 200 de las emprendedoras rurales** participantes en el estudio para tratar con **mayor profundidad algunos aspectos sobre sus negocios y el impacto generado**.
- ▶ El informe presenta los contenidos en seis bloques. El primero recoge los datos de la participación de las mujeres rurales en el **proceso emprendedor**. En el segundo y tercero de los bloques se abordan los **perfiles sociodemográficos** y sus **percepciones y motivaciones** para emprender, respectivamente. El cuarto ofrece información sobre las **características de los negocios** en cuanto a tamaño, tipo de actividad, propiedad y gestión. El quinto bloque analiza una cuestión de especial relevancia para las emprendedoras rurales como es la **digitalización de su actividad**. Finalmente, el bloque seis muestra diferentes dimensiones del impacto de las emprendedoras rurales. En los bloques mencionados se realizan **comparaciones con emprendedoras urbanas y comparativas por sexo**, en función de los datos disponibles.
- ▶ Para ir más allá de las cifras del informe, se incluyen **cinco casos de emprendedoras rurales, participantes del programa GIRA Mujeres**, que muestran sus experiencias personales y las empresas que han puesto en marcha, presentando el lado humano de las protagonistas del informe.



PROCESO EMPRENDEDOR

EN EL ÁMBITO RURAL

- INTRODUCCIÓN	9
- ETAPAS DEL PROCESO EMPRENDEDOR SEGÚN GEM	10
- PARTICIPACIÓN EN EL PROCESO EMPRENDEDOR POR TIPO DE POBLACIÓN (RURAL Y URBANA)	11
- PARTICIPACIÓN EN EL PROCESO EMPRENDEDOR POR SEXO	12
- CONCLUSIONES	13



El estudio de la actividad emprendedora del proyecto GEM se realiza atendiendo a una serie de fases del proceso emprendedor. En dicho proceso se consideran diferentes etapas que abarcan desde que una persona manifiesta una intención para emprender en los próximos 3 años (emprendedores potenciales), la población emprendedora (que ha puesto en marcha una actividad empresarial nueva o que tiene una empresa consolidada), y la que abandona, ya sea por traspaso o cierre definitivo.

Partiendo de esta consideración del proceso emprendedor en un amplio sentido, este bloque presenta el análisis de dicho proceso para las emprendedoras en el ámbito rural, ofreciendo, para ello, sendas comparativas por tipo de población (rural o urbana) y por sexo.



En este informe se identifican las siguientes etapas del proceso emprendedor:



*En terminología Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Total Early-Stage Entrepreneurial Activity (TEA).

PARTICIPACIÓN EN EL PROCESO EMPRENDEDOR

POR TIPO DE POBLACIÓN

POBLACIÓN FEMENINA
(RURAL Y URBANA) EN EL PROCESO
EMPRENDEDOR: POTENCIAL,
NUEVO, CONSOLIDADO Y
ABANDONO

2021



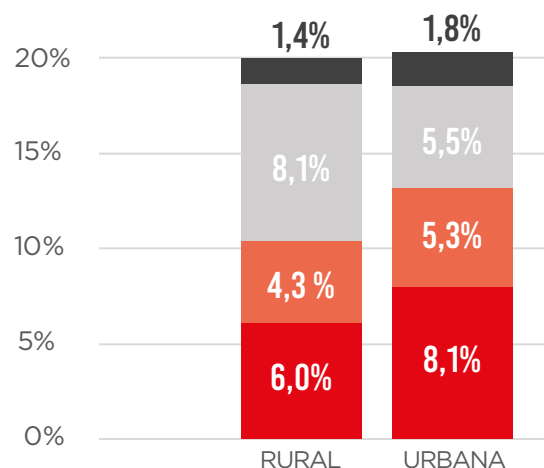
20%



21%

POBLACIÓN FEMENINA
INVOLUCRADA EN EL PROCESO
EMPRENDEDOR

- Potencial
- Nuevo
- Consolidado
- Abandono



✓ **Las mujeres ubicadas en núcleos rurales participan en el proceso emprendedor, fundamentalmente, a través de iniciativas consolidadas y presentan menores tasas de emprendimiento potencial, nuevo y abandono que las mujeres localizadas en áreas urbanas.**

Considerando en un sentido amplio las diferentes fases del proceso emprendedor, el porcentaje de mujeres rurales involucradas es 1 punto porcentual inferior al de las mujeres urbanas.

No obstante, el análisis en profundidad revela un predominio notable del emprendimiento consolidado en las áreas rurales (8,1%), así como una diferencia notable con respecto a las localizaciones urbanas (5,5%). En el mismo sentido, cabe destacar que las mujeres ubicadas en zonas rurales presentan una menor tasa de abandono (1,4%) en comparación con las localizadas en enclaves urbanos (1,8%). Por último, la comparación entre el ámbito rural y el urbano pone de manifiesto que el primero presenta menores tasas de emprendimiento potencial (6% vs. 8,1%) y nuevo (4,3% vs. 5,3%)

PARTICIPACIÓN EN EL PROCESO EMPRENDEDOR

POR SEXO

POBLACIÓN RURAL
(MENOS DE 10.000 HABITANTES)
EN EL PROCESO EMPRENDEDOR:
POTENCIAL, NUEVO, CONSOLIDADO
Y ABANDONO

2021



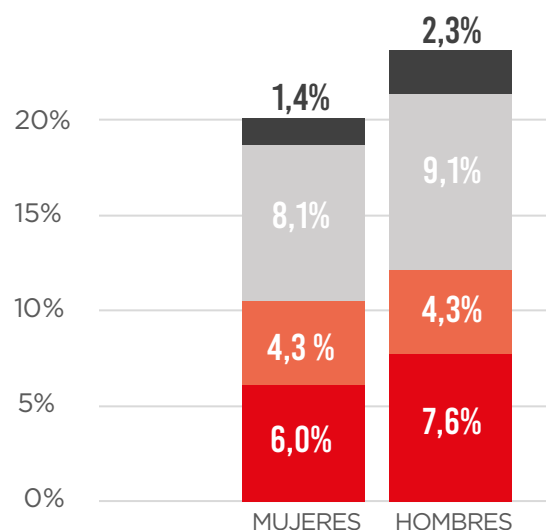
20%



23%

POBLACIÓN INVOLUCRADA
EN EL PROCESO EMPRENDEDOR
RURAL

- Potencial
- Nuevo
- Consolidado
- Abandono



Las mujeres participan en menor medida que los hombres en las diferentes fases del proceso emprendedor en poblaciones inferiores a 10.000 habitantes.

Considerando en un sentido amplio las diferentes fases del proceso emprendedor, el porcentaje de mujeres involucradas es 3 puntos porcentuales inferior al de los hombres.

Las diferencias más marcadas se encuentran en el emprendimiento potencial y en el consolidado. Las mujeres tienen menor intención de emprender en los próximos tres años que los hombres (6% frente a un 7,6%) y el porcentaje de mujeres con negocios consolidados (más de tres años y medio de vida) se sitúa en un 8,1%, frente al 9,1% de los hombres. En el polo opuesto, cabe destacar que las tasas de emprendimiento nuevo de hombres y mujeres son idénticas (4,3%) y que el porcentaje de abandonos de las mujeres (1,4%) es casi 1 punto inferior con respecto al de los hombres (2,3%).

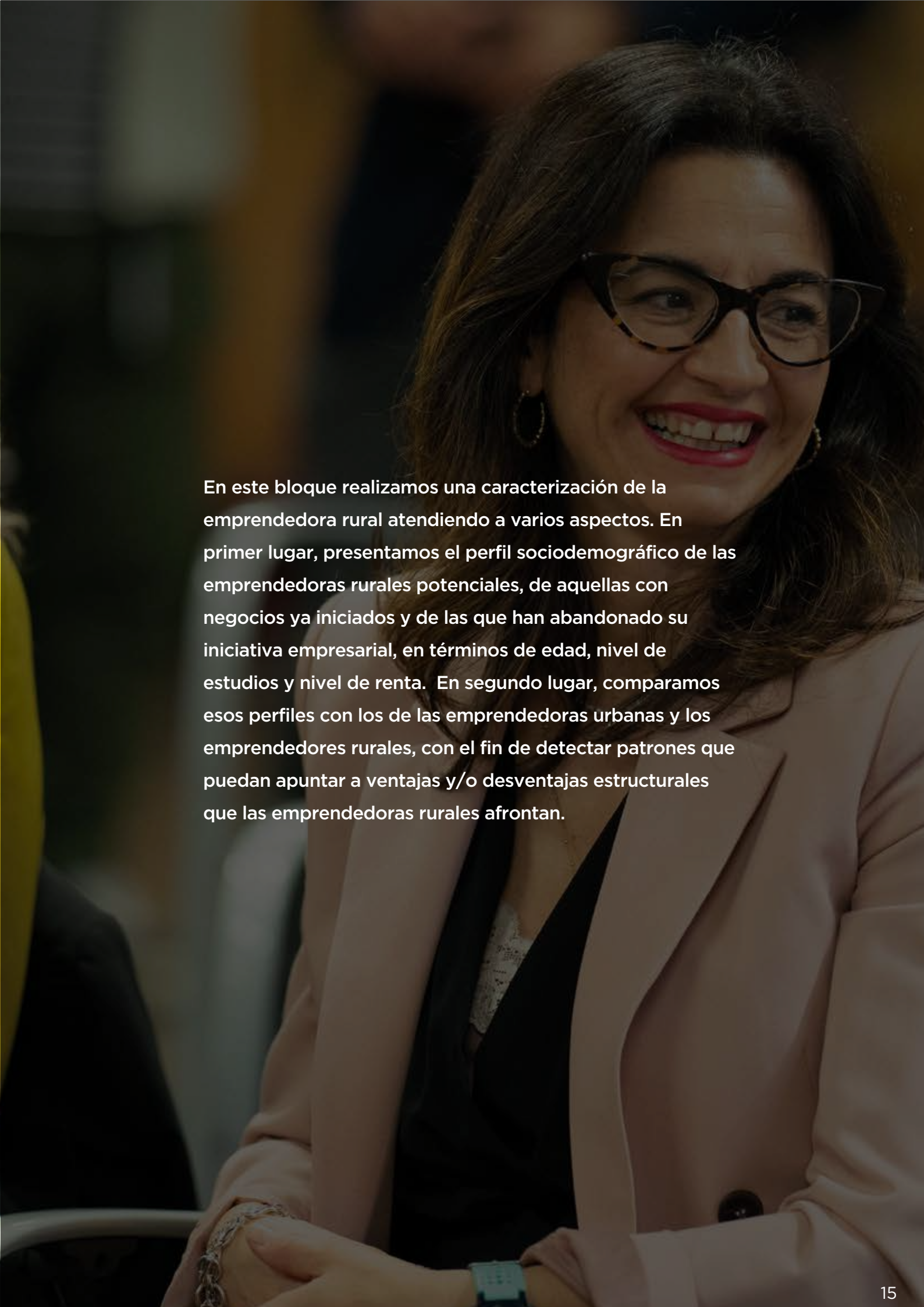
CONCLUSIONES

- ✓ El análisis del proceso emprendedor de las mujeres ubicadas en **entornos rurales** revela un escenario en el que el **emprendimiento consolidado** cobra un especial protagonismo, al presentar tasas notablemente superiores a las del emprendimiento potencial y nuevo.
- ✓ Del análisis del proceso emprendedor por **tipo de población** (rural vs. urbana) es posible extraer, en términos generales, una involucración muy similar de las mujeres, independientemente del entorno en el que se encuentren ubicadas. Sin embargo, el análisis de las fases del proceso emprendedor revela que las **mujeres rurales** se encuentran inmersas en un **porcentaje muy superior** al de sus homólogas urbanas en **iniciativas consolidadas** y que, además, presentan **menores tasas de abandono**. En sentido opuesto, las mujeres localizadas en enclaves rurales exhiben **menores porcentajes de emprendimiento potencial y nuevo**.
- ✓ La comparativa entre **mujeres y hombres** localizados en enclaves **rurales** pone de manifiesto, en términos generales, una **menor involucración de las mujeres** en el proceso emprendedor. Específicamente, las mujeres rurales presentan **menores tasas de emprendimiento potencial y consolidado**, mientras que el porcentaje de mujeres y hombres inmersos en una iniciativa nueva es idéntico. No obstante, cabe destacar la **menor tasa de abandono** exhibida por las mujeres rurales.

CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES

- INTRODUCCIÓN	15
- DISTRIBUCIÓN POR EDAD DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES POTENCIALES, DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES Y DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES QUE ABANDONAN	16
- NIVELES DE ESTUDIOS DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES POTENCIALES, DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES Y DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES QUE ABANDONAN	17
- NIVELES DE RENTA DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES POTENCIALES, DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES Y DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES QUE ABANDONAN	18
- COMPARACIÓN ENTRE LOS PERFILES DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES POTENCIALES, DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES Y DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES QUE ABANDONAN	19
- COMPARACIÓN ENTRE LOS PERFILES DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES Y URBANAS POTENCIALES	20
- COMPARACIÓN ENTRE LOS PERFILES DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES Y URBANAS	21
- COMPARACIÓN ENTRE LOS PERFILES DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES Y URBANAS QUE ABANDONAN	22
- COMPARACIÓN ENTRE LOS PERFILES DE LAS EMPRENDEDORAS Y LOS EMPRENEDORES RURALES POTENCIALES	23
- COMPARACIÓN ENTRE LOS PERFILES DE LAS EMPRENDEDORAS Y LOS EMPRENEDORES RURALES	24
- COMPARACIÓN ENTRE LOS PERFILES DE LAS EMPRENDEDORAS Y LOS EMPRENEDORES RURALES QUE ABANDONAN	25
- CONCLUSIONES	26

A close-up photograph of a woman with long, wavy brown hair, wearing black-rimmed glasses and a light pink blazer over a dark top. She is smiling broadly, showing her teeth. The background is blurred, suggesting an indoor setting with other people. The text is overlaid on the left side of the image.

En este bloque realizamos una caracterización de la emprendedora rural atendiendo a varios aspectos. En primer lugar, presentamos el perfil sociodemográfico de las emprendedoras rurales potenciales, de aquellas con negocios ya iniciados y de las que han abandonado su iniciativa empresarial, en términos de edad, nivel de estudios y nivel de renta. En segundo lugar, comparamos esos perfiles con los de las emprendedoras urbanas y los emprendedores rurales, con el fin de detectar patrones que puedan apuntar a ventajas y/o desventajas estructurales que las emprendedoras rurales afrontan.

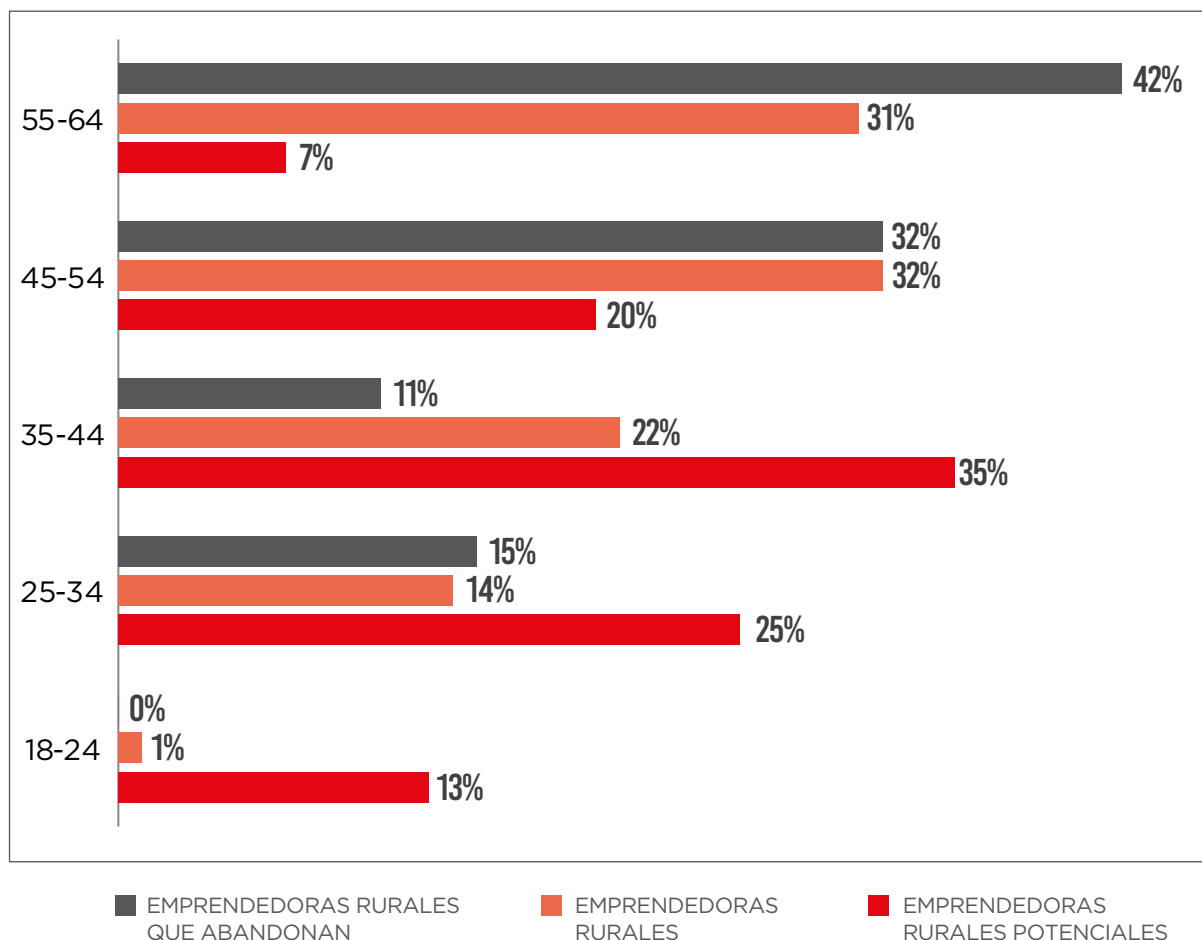
DISTRIBUCIÓN POR EDAD

EMPRENDEDORAS RURALES POTENCIALES, EMPRENDEDORAS RURALES Y EMPRENDEDORAS RURALES QUE ABANDONAN



Las mujeres rurales con intención de emprender son más jóvenes que las emprendedoras y las que han abandonado una actividad empresarial.

Las emprendedoras rurales se distribuyen mayoritariamente (63%), y de manera muy similar, en los dos tramos de edad superiores a 45 años, mientras que las potenciales se concentran en los tramos inferiores a 45 años (74%). La proporción de mujeres rurales que se plantean emprender baja drásticamente pasados los 55 años. Las emprendedoras rurales que abandonan se concentran en los dos tramos de edad más avanzada (74%) y principalmente en el último (42%), lo que puede coincidir, al menos parcialmente, con la retirada de la vida laboral.



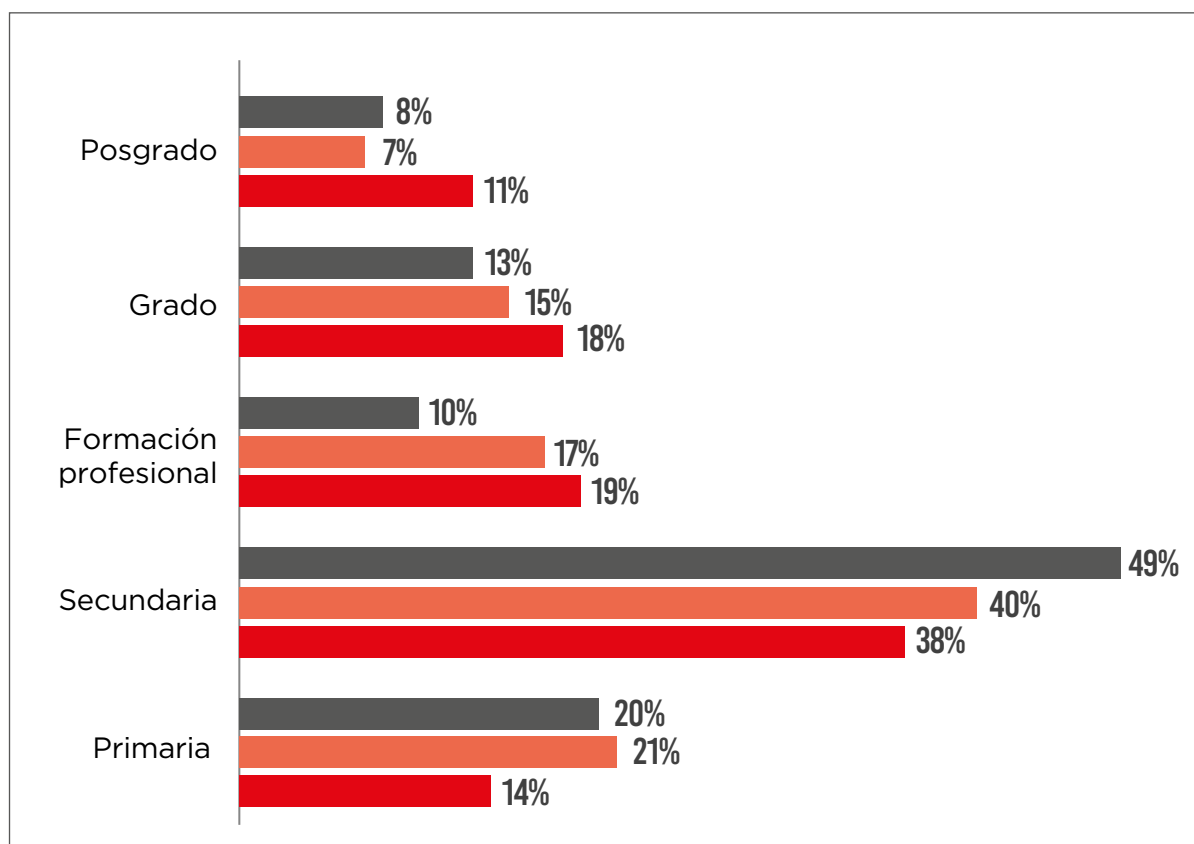
NIVELES DE ESTUDIOS

EMPRENDEDORAS RURALES POTENCIALES, EMPRENDEDORAS RURALES Y EMPRENDEDORAS RURALES QUE ABANDONAN



Las emprendedoras rurales potenciales son las que presentan los mejores niveles formativos.

La mayoría de las mujeres rurales que han emprendido (61%) y de las que abandonan la actividad emprendedora (69%) han alcanzado como mucho el nivel de estudios secundarios. Entre las potenciales, hay una mayor proporción de mujeres con estudios universitarios (grado y posgrado), concretamente 7 puntos porcentuales más que entre las que tienen negocios en marcha. No obstante, en su conjunto, los datos muestran que, en todas las categorías de emprendedoras rurales, una amplia mayoría carece de formación universitaria.



■ EMPRENDEDORAS RURALES QUE ABANDONAN

■ EMPRENDEDORAS RURALES

■ EMPRENDEDORAS RURALES POTENCIALES

NIVELES DE RENTA

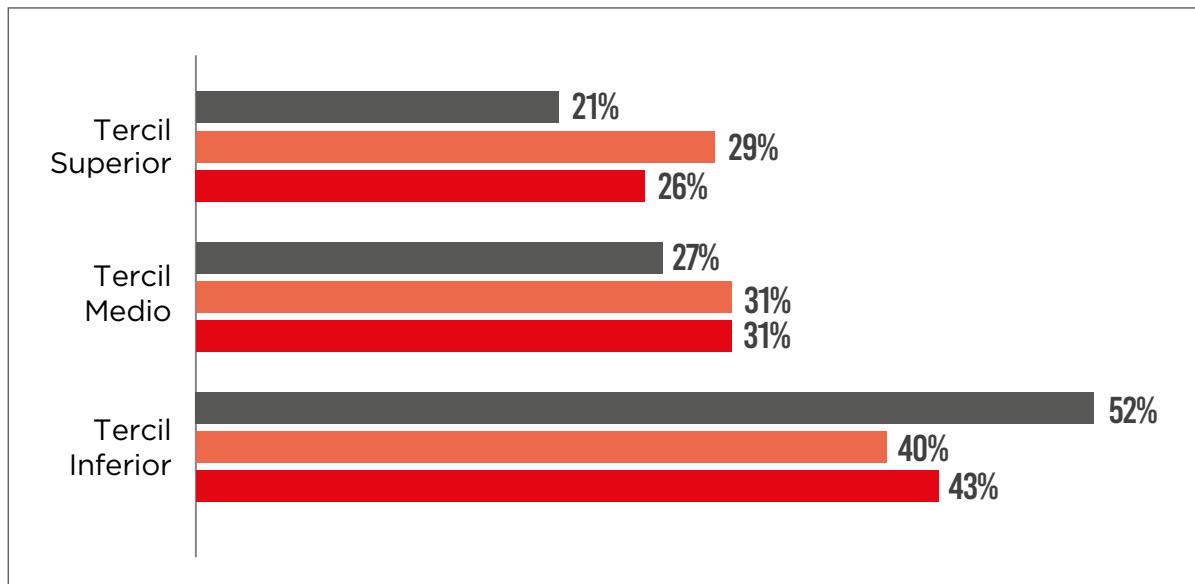
EMPRENDEDORAS RURALES POTENCIALES, EMPRENDEDORAS RURALES Y EMPRENDEDORAS RURALES QUE ABANDONAN



El emprendimiento femenino rural se concentra en el tercio inferior de la distribución de la renta.

Las tres categorías de mujeres rurales (emprendedoras potenciales, emprendedoras y emprendedoras que abandonan) **se concentran en mayor medida en el tramo inferior de renta** (un 43%, 40% y 52%, respectivamente). No obstante, las que presentan una mayor concentración en esta categoría de renta son las que abandonan la actividad.

Las emprendedoras y las potenciales se distribuyen de forma parecida entre los tramos medio y alto de renta.



■ EMPRENDEDORAS RURALES QUE ABANDONAN

■ EMPRENDEDORAS RURALES

■ EMPRENDEDORAS RURALES POTENCIALES

COMPARACIÓN ENTRE PERFILES

EMPREDEDORAS RURALES POTENCIALES, EMPREDEDORAS RURALES Y EMPREDEDORAS RURALES QUE ABANDONAN



EMPREDEDORA RURAL POTENCIAL

Entre 35 y 44 años ▶ 35%

Estudios secundarios ▶ 38%

Nivel bajo de renta ▶ 43%



EMPREDEDORA RURAL

Entre 45 y 54 años ▶ 32%

Estudios secundarios ▶ 40%

Nivel bajo de renta ▶ 40%



EMPREDEDORA RURAL QUE ABANDONA

Entre 55 y 64 años ▶ 42%

Estudios secundarios ▶ 49%

Nivel bajo de renta ▶ 52%



Las emprendedoras rurales potenciales son más jóvenes y tienen niveles de estudios más altos que las emprendedoras y las que abandonan.

Las emprendedoras rurales presentan similitudes entre los perfiles dominantes: el nivel de estudios más alto alcanzado es el de estudios secundarios y pertenecen en su mayoría al tercil más bajo de renta. La diferencia más importante entre estas categorías se refiere a la edad: **mientras que entre las emprendedoras que abandonan predominan las que tienen más de 45 años, entre las que tienen negocios activos predominan las que tienen entre 45 y 54 años. Las emprendedoras potenciales se diferencian de las emprendedoras y las emprendedoras que abandonan, principalmente en términos de edad y nivel de estudios: son más jóvenes y con mayores niveles de estudios.**

COMPARACIÓN ENTRE PERFILES

EMPREDEDORAS RURALES Y URBANAS POTENCIALES



EMPREDEDORA RURAL POTENCIAL

Menos de 35 ▶ 38%

Estudios secundarios y FP ▶ 56%

Nivel bajo de renta ▶ 43%



EMPREDEDORA URBANA POTENCIAL

Menos de 35 ▶ 49%

Estudios secundarios y FP ▶ 53%

Nivel bajo de renta ▶ 43%



Las emprendedoras urbanas potenciales son más jóvenes y tienen niveles de estudios y renta más altos que las emprendedoras rurales potenciales.

Más mujeres jóvenes (menores de 35 años) se plantean emprender en el entorno urbano que en el entorno rural, concretamente 11 puntos porcentuales más. La distribución por niveles de estudios entre las emprendedoras potenciales es relativamente parecida en el entorno rural y urbano, aunque, **en su conjunto, las mujeres urbanas presentan niveles de estudios más altos que las rurales** (6 puntos porcentuales más de las urbanas tienen estudios universitarios). Tanto en el ámbito urbano como en el rural la mayoría de las emprendedoras potenciales pertenecen al tramo inferior de renta (43% en ambos casos). No obstante, **las emprendedoras urbanas potenciales se concentran en mayor medida** (concretamente 8 puntos porcentuales más) **en el tramo más alto de renta que las rurales.**

COMPARACIÓN ENTRE PERFILES

EMPREDEDORAS RURALES Y URBANAS



EMPREDEDORA RURAL

Entre 55 y 64 ▶ 31%

Estudios secundarios y FP ▶ 58%

Nivel bajo de renta ▶ 39%



EMPREDEDORA URBANA

Entre 55 y 64 ▶ 25%

Estudios secundarios y FP ▶ 50%

Nivel alto de renta ▶ 42%



Las emprendedoras rurales tienen edades más avanzadas y menores niveles de estudios y renta que las emprendedoras urbanas.

La distribución por edad de las emprendedoras rurales y urbanas es muy parecida en los tramos inferiores a 55 años y muestra una **diferencia destacable en el tramo 55-64, con 6 puntos porcentuales más de mujeres rurales implicadas en una actividad emprendedora. Las emprendedoras rurales tienen también menores niveles de estudios que las urbanas:** aunque en ambos casos la mayoría cuenta con estudios secundarios, la proporción de mujeres rurales con estudios superiores es 17 puntos porcentuales inferior a la de mujeres urbanas. En cuanto a la renta, al igual que en el caso de las emprendedoras potenciales, **las emprendedoras en el ámbito urbano se concentran en mayor medida en el tramo alto de renta, mientras que las del ámbito rural se concentran en mayor medida en el tramo bajo de renta.**

COMPARACIÓN ENTRE LOS PERFILES

EMPREDEDORAS RURALES Y URBANAS QUE ABANDONAN



EMPREDEDORA
RURAL QUE
ABANDONA

Entre 55 y 64 ▶ 42%

Estudios secundarios y FP ▶ 59%

Nivel bajo de renta ▶ 52%



EMPREDEDORA
URBANA QUE
ABANDONA

Entre 55 y 64 ▶ 23%

Estudios secundarios y FP ▶ 57%

Nivel bajo de renta ▶ 43%



Las diferencias en el perfil de las emprendedoras que abandonan en el ámbito rural y urbano mantienen el mismo patrón que las de las emprendedoras potenciales y las emprendedoras, pero se acrecientan en lo referente a las edades y al nivel de renta.

Al comparar las mujeres emprendedoras que abandonan la actividad en el ámbito rural y urbano, observamos que, al igual que en el caso de las emprendedoras potenciales y las emprendedoras, **las mujeres del entorno rural presentan edades más avanzadas y menores niveles de estudios y renta.** Sin embargo, las diferencias entre el ámbito rural y urbano son mucho más pronunciadas en el caso de las emprendedoras que abandonan que en el caso de las demás. Así, **la proporción de mujeres de entre 55 y 64 años que abandonan en el ámbito rural es casi el doble que en el urbano.** Aunque la mayoría presenta niveles de estudios secundarios tanto en el entorno rural (59%) como en el urbano (57%), **la proporción de mujeres rurales que abandonan teniendo estudios universitarios es 8 puntos porcentuales inferior a la de mujeres urbanas.** Las emprendedoras rurales que abandonan también se sitúan en mayor medida que las urbanas en el tramo más bajo de renta (52% y 43%, respectivamente).

COMPARACIÓN ENTRE PERFILES

EMPRENDEDORAS Y EMPRENDEDORES RURALES POTENCIALES



EMPRENDEDORA RURAL POTENCIAL

Menos de 35 años ▶ 38%

Estudios secundarios y FP ▶ 56%

Nivel bajo de renta ▶ 43%



EMPRENDEDOR RURAL POTENCIAL

Menos de 35 años ▶ 42%

Estudios secundarios y FP ▶ 60%

Nivel alto de renta ▶ 40%



Las emprendedoras rurales potenciales tienen rentas más bajas que los emprendedores rurales potenciales.

La distribución por edad de las emprendedoras y los emprendedores potenciales rurales es relativamente parecida. Las principales diferencias por sexo en este grupo se encuentran en los niveles de estudios y de renta. Aunque la mayor proporción de hombres y mujeres tienen estudios secundarios (nivel secundario y FP superior), **más mujeres presentan estudios universitarios**, concretamente 6 puntos porcentuales más que los hombres. **Las mujeres se concentran en mayor medida en el nivel bajo de renta, mientras que los hombres lo hacen en el nivel alto de renta.**

COMPARACIÓN ENTRE PERFILES

EMPRENDEDORAS Y EMPRENDEDORES RURALES



Entre 55-64 años ▶ 32%

Estudios secundarios y FP ▶ 58%

Nivel bajo de renta ▶ 40%



Entre 55-64 años ▶ 39%

Estudios secundarios y FP ▶ 54%

Nivel alto de renta ▶ 44%



Los emprendedores rurales tienen más presencia en el tramo de edad más avanzada y niveles de renta más altos que las emprendedoras rurales.

La distribución por edad de las emprendedoras y los emprendedores es relativamente similar, aunque **las mujeres se concentran en mayor medida que los hombres en los tramos inferiores a 45 años**, mientras que ellos lo hacen en los tramos superiores a 45 años. **La distribución por niveles de estudios no presenta diferencias notables entre emprendedoras y emprendedores.** Sin embargo, **las diferencias más pronunciadas se dan en el caso de la renta**, donde hombres y mujeres se sitúan mayoritariamente en los extremos: las mujeres en el extremo inferior y los hombres en el superior.

COMPARACIÓN ENTRE PERFILES

EMPREDEDORAS Y EMPREDEDORES RURALES QUE ABANDONAN



Más de 45 años ▶ 74%

Estudios secundarios y FP ▶ 59%

Nivel bajo de renta ▶ 53%



Más de 45 años ▶ 56%

Estudios secundarios y FP ▶ 54%

Nivel bajo de renta ▶ 44%



Los emprendedores rurales que abandonan presentan un perfil diferenciado del de las emprendedoras rurales que abandonan en todas las dimensiones.

Aunque tanto las emprendedoras como los emprendedores que abandonan la actividad emprendedora se encuentran en su mayoría en edades superiores a los 45 años, **la proporción de mujeres con edades por encima de 45 años es 18 puntos porcentuales superior a la de hombres.** Por tanto, un 32% más de mujeres que hombres cierran sus negocios entre las personas emprendedoras mayores de 45 años. Ambos sexos presentan en su mayoría niveles de estudios secundarios, sin embargo, **la proporción de hombres que presentan estudios universitarios es ligeramente superior a la de mujeres.** Por último, en lo referente a la renta, **tanto los hombres como las mujeres que abandonan la actividad emprendedora se encuentran preponderantemente en el tercio más bajo de la distribución de la renta.**

CONCLUSIONES

PERFILES

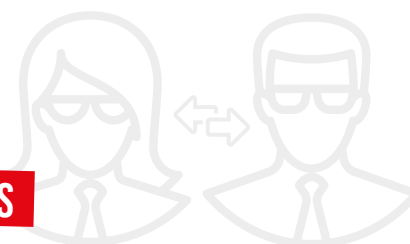
DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES



- ▶ Las emprendedoras rurales potenciales son más jóvenes y tienen niveles de estudios más altos que las que tienen un negocio en marcha y las que abandonan la actividad.
- ▶ Las emprendedoras que abandonan son las que tienen edades más avanzadas, lo que podría estar relacionado en parte con la retirada de la vida laboral.
- ▶ La mayor proporción de las emprendedoras, en todas las categorías, presenta estudios secundarios.
- ▶ Todos los perfiles de emprendedoras se concentran en el tercil inferior de la distribución de la renta.
- ▶ Todos los perfiles de mujeres analizadas en el ámbito rural tienen edades más avanzadas y menores niveles de estudios y renta que sus contrapartes del ámbito urbano. Estas diferencias son particularmente grandes cuando se trata de mujeres emprendedoras que abandonan la actividad.

COMPARACIÓN ENTRE LOS PERFILES

DE EMPRENDEDORAS Y EMPRENDEDORES RURALES

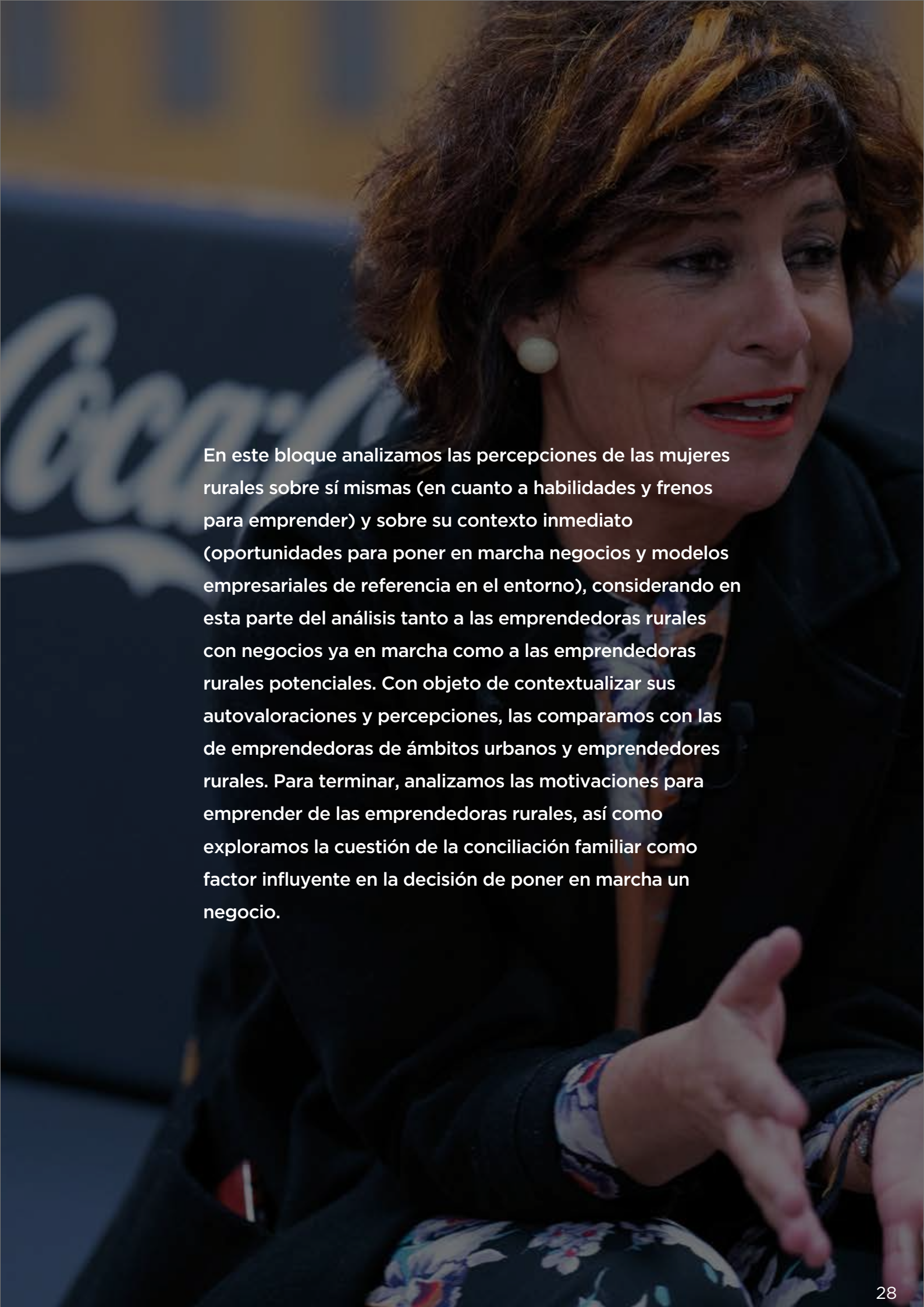


- ▶ El nivel de renta es un elemento diferenciador importante entre las emprendedoras y los emprendedores, en todas las categorías: los hombres presentan niveles de renta más altos que las mujeres.
- ▶ Las emprendedoras rurales potenciales y que abandonan tienen edades más avanzadas que su contraparte masculina, mientras que en el caso de aquellas que tienen negocios en marcha pasa lo opuesto.
- ▶ Los niveles de estudios de las emprendedoras y los emprendedores son parecidos. Sin embargo, observamos diferencias en el caso del emprendimiento potencial y del abandono. Las emprendedoras potenciales presentan mejores niveles de estudios que los emprendedores; en el caso de las que abandonan se da la situación inversa.

PERCEPCIONES Y MOTIVACIONES

DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES

- INTRODUCCIÓN	28
- PERCEPCIONES DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES SOBRE EMPRENDER	29
- PERCEPCIONES DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES SOBRE EL CONTEXTO PARA EMPRENDER	30
- COMPARATIVA ENTRE LAS PERCEPCIONES DE EMPRENDEDORAS POTENCIALES RURALES Y URBANAS	31
- COMPARATIVA ENTRE LAS PERCEPCIONES DE EMPRENDEDORAS RURALES Y URBANAS	32
- COMPARATIVA ENTRE LAS PERCEPCIONES DE EMPRENDEDORAS Y EMPRENDEDORES RURALES POTENCIALES	33
- COMPARATIVA ENTRE LAS PERCEPCIONES DE EMPRENDEDORAS Y EMPRENDEDORES RURALES	34
- MOTIVACIONES PARA EMPRENDER	35
- LA CONCILIACIÓN FAMILIAR COMO MOTIVACIÓN PARA LAS EMPRENDEDORAS RURALES	36
- CONCLUSIONES	37



En este bloque analizamos las percepciones de las mujeres rurales sobre sí mismas (en cuanto a habilidades y frenos para emprender) y sobre su contexto inmediato (oportunidades para poner en marcha negocios y modelos empresariales de referencia en el entorno), considerando en esta parte del análisis tanto a las emprendedoras rurales con negocios ya en marcha como a las emprendedoras rurales potenciales. Con objeto de contextualizar sus autovaloraciones y percepciones, las comparamos con las de emprendedoras de ámbitos urbanos y emprendedores rurales. Para terminar, analizamos las motivaciones para emprender de las emprendedoras rurales, así como exploramos la cuestión de la conciliación familiar como factor influyente en la decisión de poner en marcha un negocio.

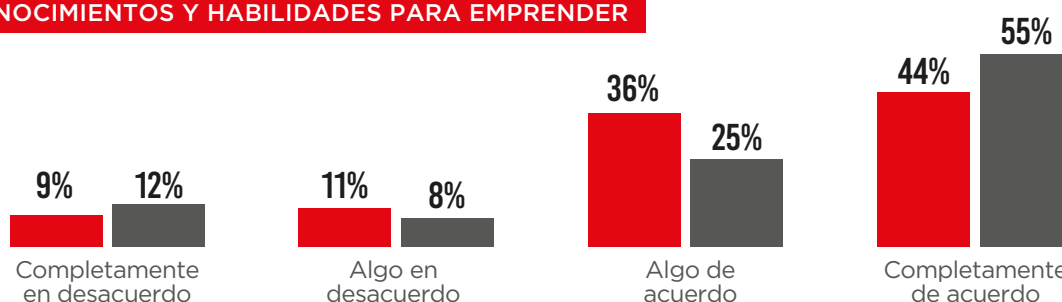
PERCEPCIONES DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES

SOBRE EMPRENDER



El 80% de las emprendedoras rurales, tanto potenciales como con iniciativas ya en marcha, valoran en alto grado su posesión de conocimientos y habilidades emprendedoras. Alrededor de la mitad manifiestan miedo al fracaso como impedimento para emprender, tanto en el grupo de las que tienen intención de emprender (54%) como entre las que ya han emprendido (50%).

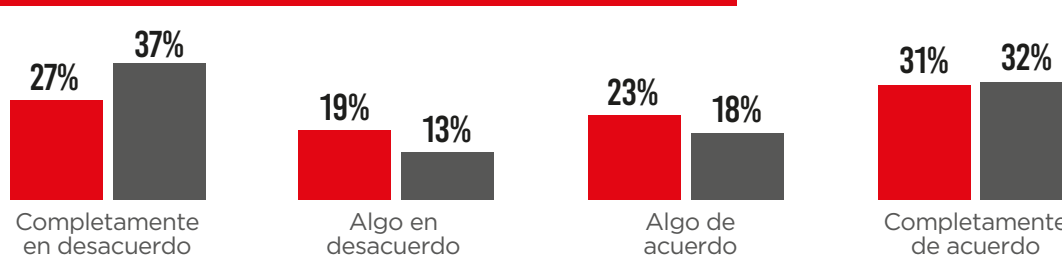
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES PARA EMPRENDER



En cuanto a la posesión de **conocimientos y habilidades para la puesta en marcha de una empresa**, tanto las mujeres en entornos rurales que tienen intención de emprender como aquellas con negocios ya en marcha **muestran altas autovaloraciones** (80% en ambos grupos).

En cambio, atendiendo al extremo más favorable de la escala, encontramos un 11% de distancia porcentual, despuntando notablemente las emprendedoras frente a las emprendedoras potenciales (55% y 44%, respectivamente).

MIEDO AL FRACASO COMO OBSTÁCULO PARA EMPRENDER



Más de un tercio de las emprendedoras rurales (37%) **no sienten** en absoluto como propio el **miedo al fracaso como impedimento para crear empresas**, y en menor medida, aunque de forma también notable, más de una cuarta parte de las emprendedoras rurales potenciales se sitúan en este extremo (27%). Sin embargo, al considerar conjuntamente las dos posiciones que reflejan acuerdo, vemos que **más de la mitad (54%) de las mujeres con intención de emprender manifiestan este temor**, siendo así para el 50% de las mujeres con negocios ya en marcha.

PERCEPCIONES DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES

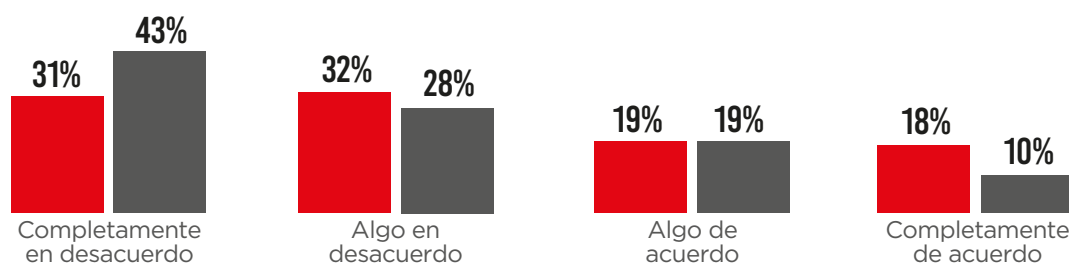
SOBRE EL CONTEXTO PARA EMPRENDER



En percepción de oportunidades para emprender en un futuro próximo, las emprendedoras potenciales son más optimistas que las emprendedoras con negocios ya iniciados (37% frente a 29%).

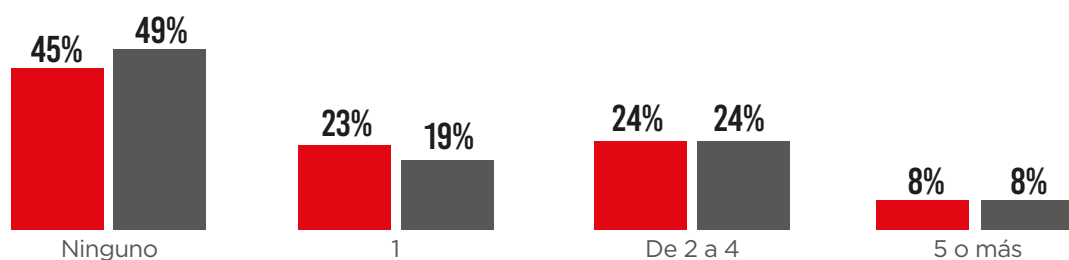
Las emprendedoras potenciales manifiestan contar con al menos un emprendedor reciente entre sus contactos en mayor medida que las mujeres ya involucradas en la gestión de un negocio propio (55% frente a 51%).

PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES



Las emprendedoras rurales tienden a valoraciones desfavorables sobre la disponibilidad de buenas oportunidades empresariales en un futuro inmediato, sobresaliendo las que ya tienen iniciativas en marcha frente a las que tienen intención de emprender (71% y 63%, respectivamente, al aglutinar los valores en desacuerdo de la escala). Por el contrario, solo el 37% de las emprendedoras potenciales y el 29% de las emprendedoras se muestran optimistas en este sentido.

MODELO DE REFERENCIA



Contar en el entorno personal con alguien que recientemente ha puesto en marcha un negocio (concretamente, en los dos últimos años) puede constituir un **modelo de referencia para emprender**. En este sentido, y aunque la diferencia no es mucha, curiosamente son más las emprendedoras potenciales las que afirman contar entre sus contactos con al menos un emprendedor reciente (55%), en comparación con las emprendedoras rurales que ya tienen en marcha un negocio (51%).

■ EMPRENDEDORA RURAL POTENCIAL

■ EMPRENDEDORA RURAL

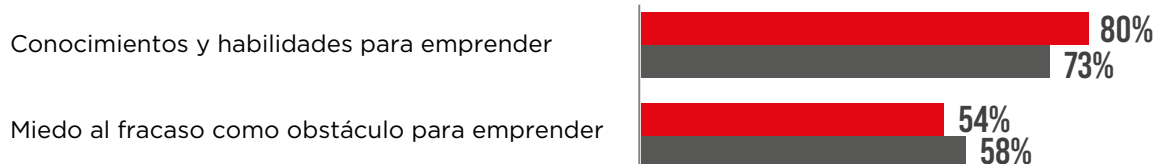
COMPARATIVA ENTRE LAS PERCEPCIONES

DE EMPRENDEDORAS POTENCIALES RURALES Y URBANAS



Las emprendedoras potenciales en ámbitos rurales muestran mayor autoconfianza en sus capacidades para emprender (80%) que las de entornos urbanos (73%). Por el contrario, son ligeramente menos optimistas en cuanto a la percepción de buenas oportunidades para emprender (37% frente a 40%).

AUTOVALORACIONES



CONTEXTO PARA EMPRENDER



■ EMPRENDEDORAS RURALES POTENCIALES

■ EMPRENDEDORAS URBANAS POTENCIALES



EMPRENDEDORA
RURAL POTENCIAL

Conocimientos y habilidades: ▶ 80%
Miedo al fracaso: ▶ 54%
Percepción de oportunidades: ▶ 37%
Modelo de referencia: ▶ 55%



EMPRENDEDORA
URBANA POTENCIAL

Conocimientos y habilidades: ▶ 73%
Miedo al fracaso: ▶ 58%
Percepción de oportunidades: ▶ 40%
Modelo de referencia: ▶ 59%

COMPARATIVA ENTRE LAS PERCEPCIONES

DE EMPRENDEDORAS RURALES Y URBANAS



La percepción de conocimientos y habilidades para emprender muestra altos niveles para las emprendedoras con empresas ya en marcha, con mínima diferencia según si operan en entorno rural o urbano (80% y 81%). El temor al fracaso como freno para emprender es algo más marcado en el ámbito rural que en el urbano (50% frente a 47%). Más de la mitad de las emprendedoras cuentan con modelos de referencia emprendedores, aunque menos en contexto rural que urbano (51% y 56%, respectivamente).

AUTOVALORACIONES

Conocimientos y habilidades para emprender



Miedo al fracaso como obstáculo para emprender



CONTEXTO PARA EMPRENDER

Percepción de oportunidades



Modelo de referencia



■ EMPRENDEDORAS RURALES

■ EMPRENDEDORAS URBANAS



EMPRENDEDORA RURAL

Conocimientos y habilidades: ▶ 80%
Miedo al fracaso: ▶ 50%
Percepción de oportunidades: ▶ 29%
Modelo de referencia: ▶ 51%



EMPRENDEDORA URBANA

Conocimientos y habilidades: ▶ 81%
Miedo al fracaso: ▶ 47%
Percepción de oportunidades: ▶ 39%
Modelo de referencia: ▶ 56%

COMPARATIVA ENTRE LAS PERCEPCIONES

DE EMPRENDEDORAS Y EMPRENDEDORES RURALES POTENCIALES



En el grupo de población rural con intención de emprender observamos cifras muy similares entre hombres y mujeres, si bien destacan ligeramente estas últimas en su autoconfianza sobre la posesión de conocimientos y habilidades para poner en marcha una iniciativa empresarial (80% frente a 76%).

AUTOVALORACIONES

Conocimientos y habilidades para emprender



Miedo al fracaso como obstáculo para emprender



CONTEXTO PARA EMPRENDER

Percepción de oportunidades



Modelo de referencia



■ EMPRENDEDORAS RURALES POTENCIALES

■ EMPRENDEDORES RURALES POTENCIALES



EMPRENDEDORA
RURAL POTENCIAL

Conocimientos y habilidades: ▶ 80%
Miedo al fracaso: ▶ 54%
Percepción de oportunidades: ▶ 37%
Modelo de referencia: ▶ 55%



EMPRENDEDOR
RURAL POTENCIAL

Conocimientos y habilidades: ▶ 76%
Miedo al fracaso: ▶ 52%
Percepción de oportunidades: ▶ 37%
Modelo de referencia: ▶ 55%

COMPARATIVA ENTRE LAS PERCEPCIONES DE EMPRENDEDORAS Y EMPRENDEDORES RURALES



Por razón de sexo se observan algunas diferencias entre la población emprendedora rural con negocios ya iniciados. En comparación a los hombres, las mujeres manifiestan más miedo al fracaso como obstáculo para emprender (50% frente a 44%), así como tienden a ser ligeramente menos optimistas en cuanto al reconocimiento de oportunidades empresariales futuras (29% ellas, 34% ellos).

AUTOVALORACIONES

Conocimientos y habilidades para emprender



Miedo al fracaso como obstáculo para emprender



CONTEXTO PARA EMPRENDER

Percepción de oportunidades



Modelo de referencia



■ EMPRENDEDORAS RURALES

■ EMPRENDEDORES RURALES



EMPRENDEDORA
RURAL

Conocimientos y habilidades: ▶ 80%
Miedo al fracaso: ▶ 50%
Percepción de oportunidades: ▶ 29%
Modelo de referencia: ▶ 51%



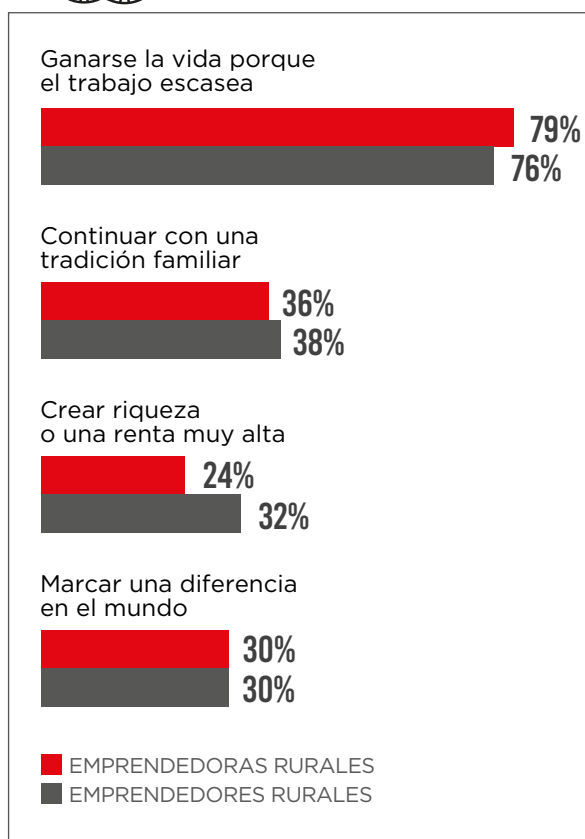
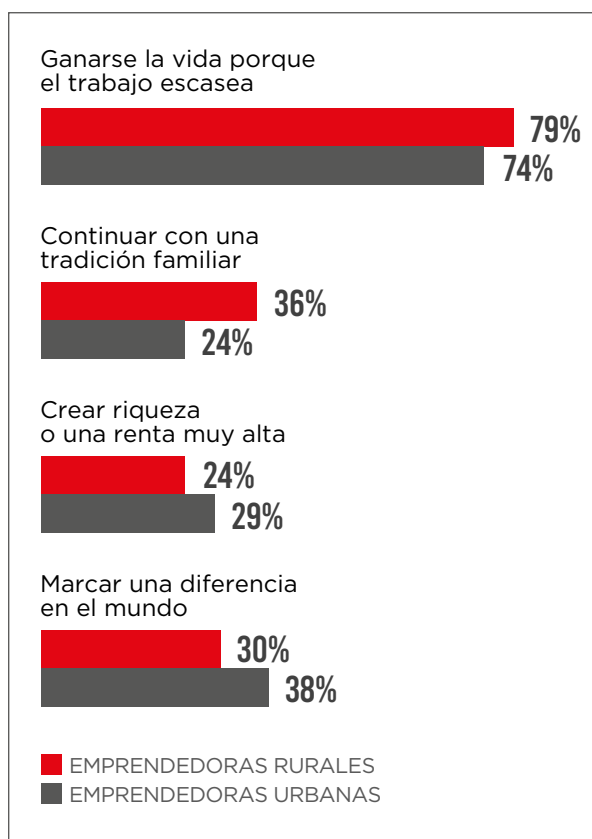
EMPRENDEDOR
RURAL

Conocimientos y habilidades: ▶ 81%
Miedo al fracaso: ▶ 44%
Percepción de oportunidades: ▶ 34%
Modelo de referencia: ▶ 55%

MOTIVACIONES PARA EMPRENDER



De entre las motivaciones para emprender, la más frecuente para las emprendedoras rurales es la necesidad de autoemplearse por la escasez de trabajo (79%), seguida de la tradición familiar (36%). Un 30% espera marcar una diferencia en el mundo, siendo el deseo de riqueza la motivación menos señalada (24%).



Entre las motivaciones preguntadas, en las emprendedoras rurales destaca por mucho la necesidad de ganarse la vida (79%), cifra superior a la correspondiente a las emprendedoras urbanas (74%), así como a la de los emprendedores rurales (76%). Le sigue por importancia el peso de la tradición familiar (36%), notablemente mayor que entre las emprendedoras urbanas (24%) y un poco por debajo del caso masculino en entorno rural (38%). El siguiente motivo más tenido en cuenta es el deseo de marcar alguna diferencia en el resto del mundo (30% entre emprendedoras y emprendedores rurales, y menor que para las urbanas, que recogen este motivo en un 38% de los casos).

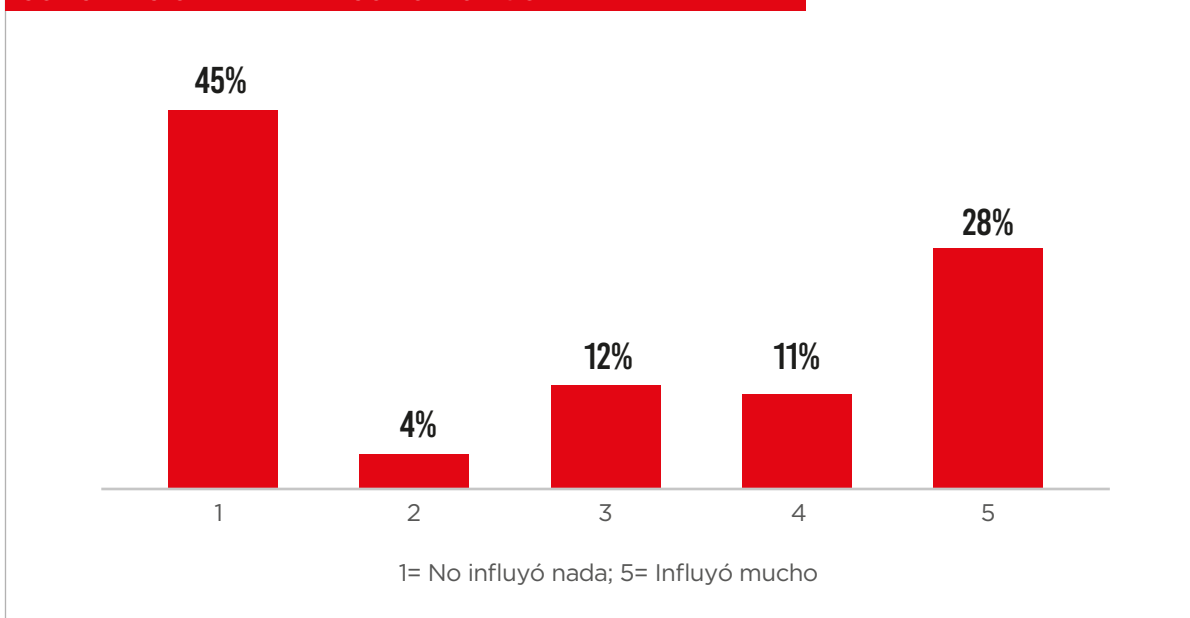
LA CONCILIACIÓN FAMILIAR COMO MOTIVACIÓN

PARA LAS EMPRENDEDORAS RURALES



De entre las 200 emprendedoras rurales preguntadas en el estudio específico, para un 49% la conciliación familiar no fue un factor decisivo a la hora de decidir iniciar su negocio, aunque sí resultó influyente para un 39% de las encuestadas.

CONCILIACIÓN FAMILIAR COMO MOTIVO PARA EMPRENDER



Considerando la **muestra específica de 200 emprendedoras rurales**, observamos en qué grado la **conciliación familiar** fue un factor decisivo para lanzarse a la puesta en marcha de un negocio propio. **Un 45% afirman rotundamente que la conciliación no tuvo influencia en la decisión de emprender**, porcentaje que pasa a ser el 49% si incluimos también el valor 2 de la escala. En el otro extremo, considerando conjuntamente las posiciones que reconocen alguna o mucha influencia (valores 4 y 5 de la escala), encontramos que un **39% piensa que fue un factor importante**.

CONCLUSIONES

PERCEPCIONES Y MOTIVACIONES

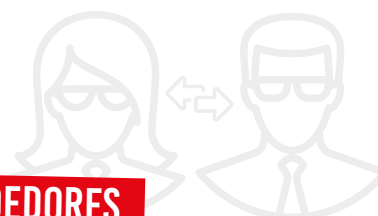
DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES



- ▶ Las **emprendedoras rurales**, tanto potenciales como con iniciativas ya en marcha, presentan una **alta autoconfianza en sus habilidades y conocimientos para emprender**.
- ▶ En ambos grupos, **el miedo al fracaso como freno para emprender se manifiesta en casi la mitad de los casos**.
- ▶ Las **emprendedoras rurales potenciales perciben más oportunidades empresariales futuras**, en comparación con las emprendedoras rurales con negocios ya iniciados.
- ▶ **Entre las emprendedoras rurales potenciales hay más mujeres que cuentan con modelos de referencia** en comparación con las que ya se han iniciado en la carrera emprendedora, si bien en ambos grupos esto ocurre para algo más de la mitad de los casos.
- ▶ La **motivación más frecuente** entre las emprendedoras rurales es la **necesidad de ganarse la vida** ante la escasez de trabajo, seguida de la **continuación de una tradición familiar**.

COMPARATIVA ENTRE PERCEPCIONES:

RURALES Y URBANAS, EMPRENDEDORAS Y EMPRENDEDORES

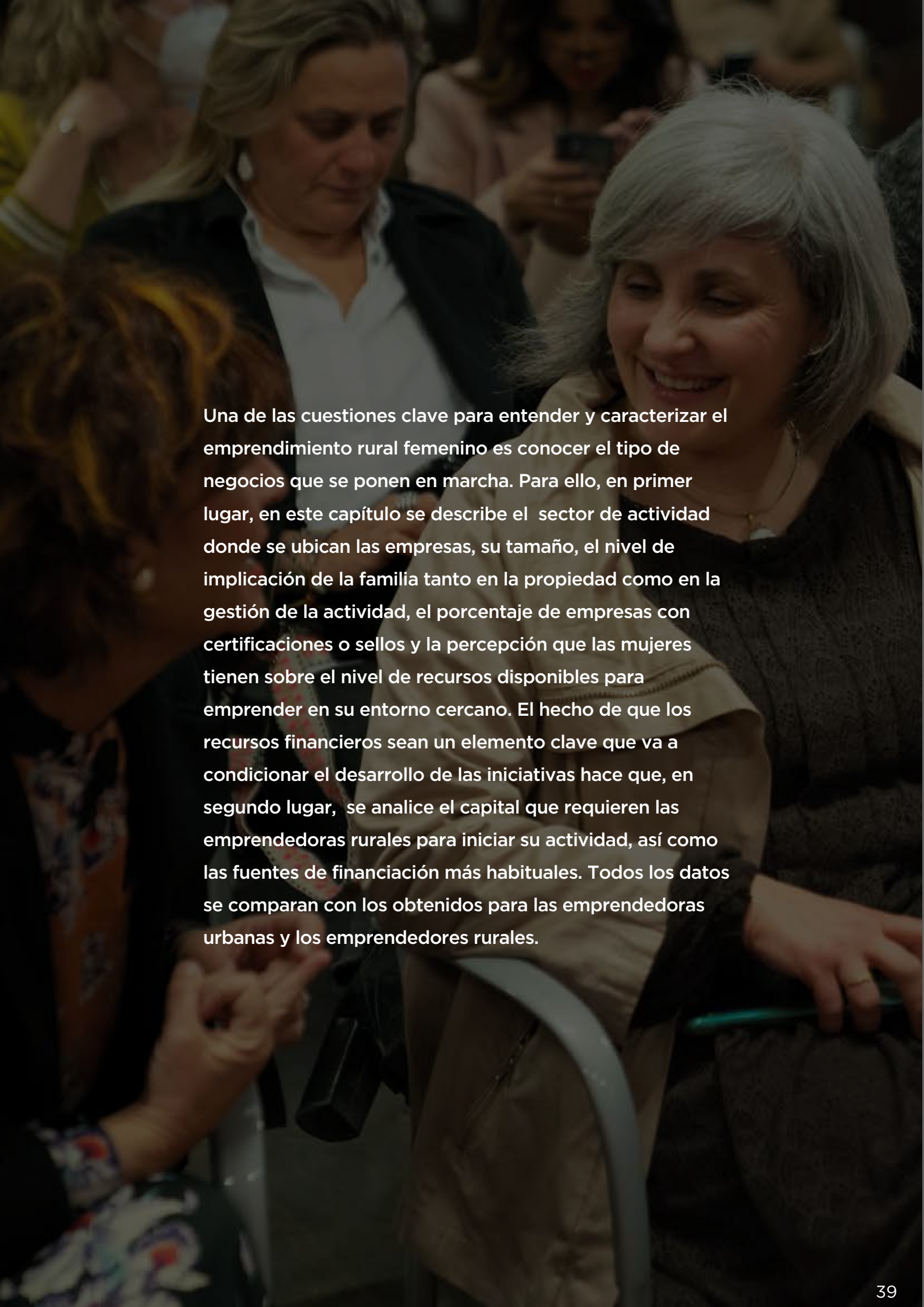


- ▶ Las **emprendedoras rurales potenciales** muestran **mayor autoconfianza que las urbanas** en sus capacidades para emprender y son **ligeramente más pesimistas en cuanto a la percepción de buenas oportunidades empresariales futuras**.
- ▶ Con cifras muy similares, **destaca un mayor miedo al fracaso entre las emprendedoras rurales en comparación con las emprendedoras urbanas**.
- ▶ Por razón de sexo **no hay apenas diferencias en la población emprendedora potencial de entornos rurales**, sobresaliendo ligeramente **una mayor autovaloración de las mujeres frente a los hombres** en cuanto a habilidades para emprender .
- ▶ En comparación con los emprendedores rurales, las **emprendedoras rurales manifiestan un mayor miedo al fracaso** como freno para poner en marcha negocios, y **tienden a percibir ligeramente menos oportunidades empresariales futuras**.

LAS EMPRESAS CREADAS POR MUJERES

EN EL ÁMBITO RURAL

- INTRODUCCIÓN	39
- CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS RURALES	
• SECTOR DE ACTIVIDAD	40
• TAMAÑO	41
• PROPIEDAD	42
• GESTIÓN	44
• CERTIFICACIONES Y SELLOS	45
• RECURSOS DISPONIBLES	46
- FINANCIACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	
• CAPITAL SEMILLA	47
• ORIGEN DE FONDOS	48
• AYUDAS Y SUBVENCIONES	49
- CONCLUSIONES	50

A photograph showing a group of women, some wearing traditional patterned clothing, gathered around a table. One woman in the foreground is smiling and looking down at something on the table. The background is slightly blurred, showing other people and what appears to be an outdoor or semi-outdoor setting.

Una de las cuestiones clave para entender y caracterizar el emprendimiento rural femenino es conocer el tipo de negocios que se ponen en marcha. Para ello, en primer lugar, en este capítulo se describe el sector de actividad donde se ubican las empresas, su tamaño, el nivel de implicación de la familia tanto en la propiedad como en la gestión de la actividad, el porcentaje de empresas con certificaciones o sellos y la percepción que las mujeres tienen sobre el nivel de recursos disponibles para emprender en su entorno cercano. El hecho de que los recursos financieros sean un elemento clave que va a condicionar el desarrollo de las iniciativas hace que, en segundo lugar, se analice el capital que requieren las emprendedoras rurales para iniciar su actividad, así como las fuentes de financiación más habituales. Todos los datos se comparan con los obtenidos para las emprendedoras urbanas y los emprendedores rurales.

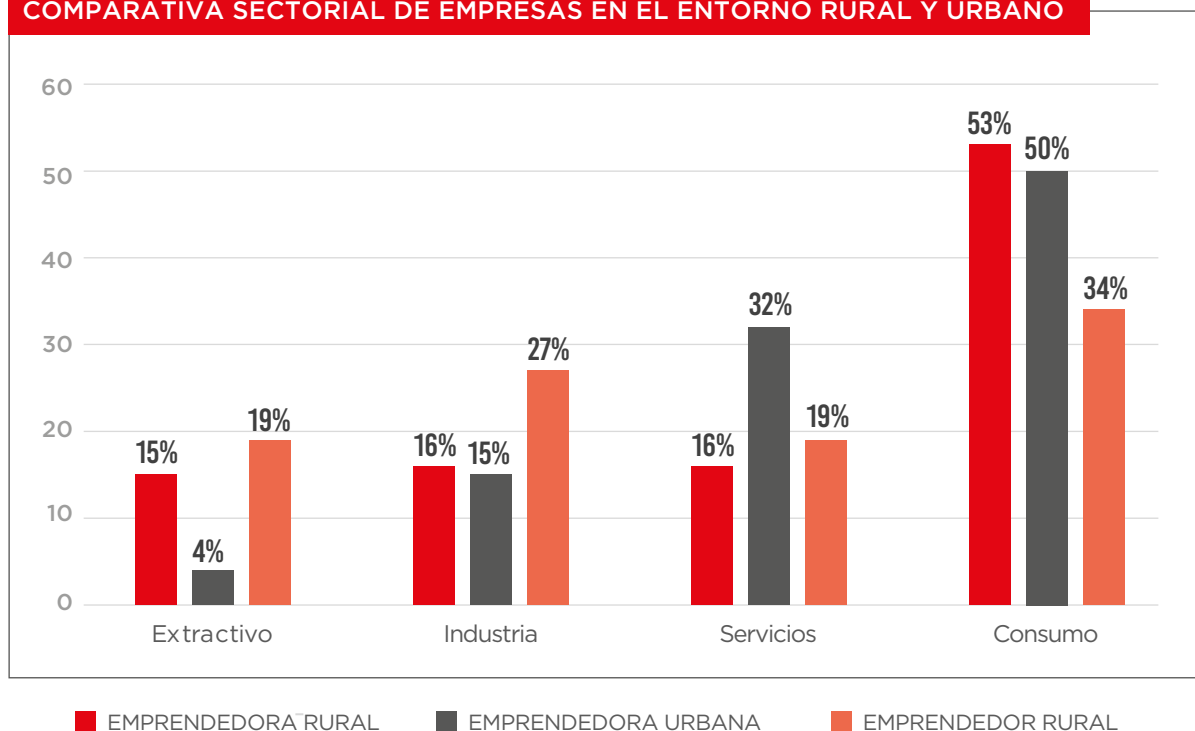
CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS

SECTOR DE ACTIVIDAD



El sector consumo tiene los mayores porcentajes de emprendedoras: una de cada dos mujeres afirman que su negocio pertenece a este sector, no existiendo apenas diferencias entre el ámbito rural y urbano.

COMPARATIVA SECTORIAL DE EMPRESAS EN EL ENTORNO RURAL Y URBANO



Las emprendedoras rurales están algo más presentes en el sector consumo que las urbanas (53% frente 50%) mientras que el porcentaje de las emprendedoras urbanas al frente de negocios en el sector servicios a empresas duplica al de las rurales (32% frente al 16%).

Como es de esperar, hay poca presencia de la mujer urbana en el sector extractivo (4%) frente al 15% de presencia de las emprendedoras rurales en este sector.

El sector industrial es liderado por los emprendedores rurales (27%), teniendo una presencia similar la emprendedora rural (16%) y la urbana (15%). Existen diferencias entre hombres y mujeres en todos los sectores, aunque las más marcadas se encuentran en el sector consumo.

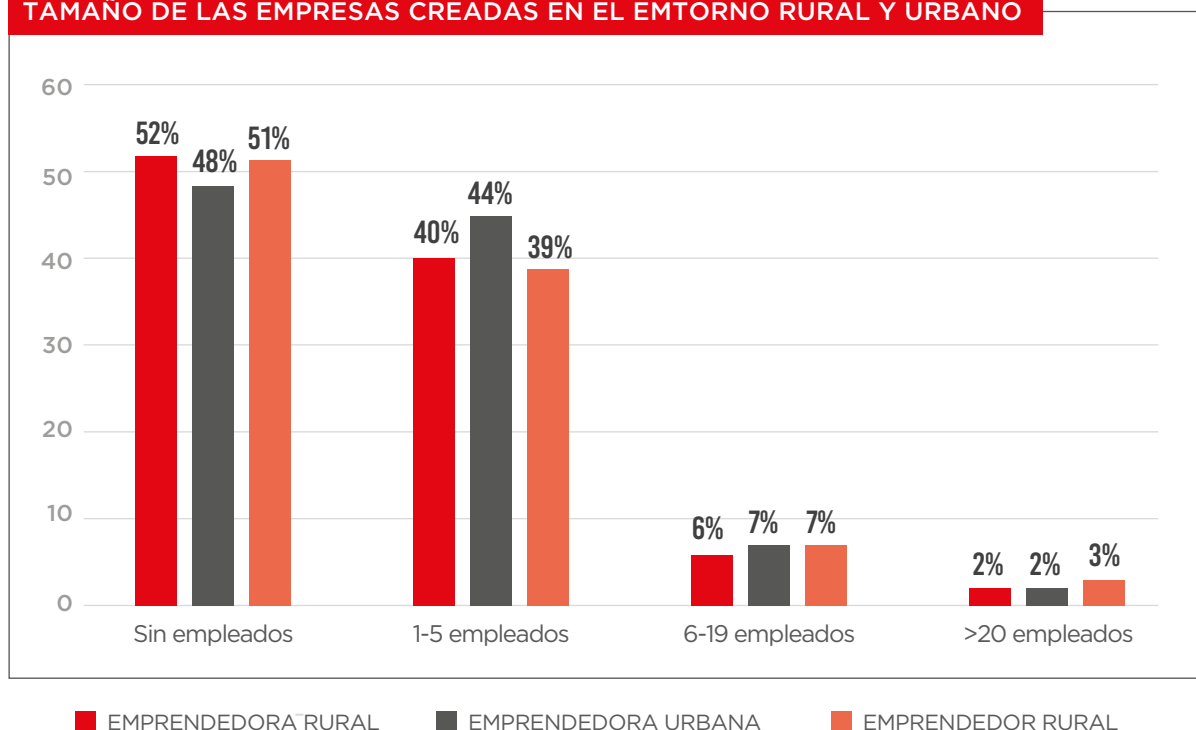
CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS

TAMAÑO



Los negocios rurales son de tamaño muy pequeño, más de la mitad no tiene ningún empleado y en torno al 40% tienen entre 1 y 5 empleados.

TAMAÑO DE LAS EMPRESAS CREADAS EN EL ENTORNO RURAL Y URBANO



Más del 50% de las empresas se ponen en marcha sin ningún empleado.

Las diferencias de tamaño de las empresas creadas por mujeres en el entorno rural y urbano son pequeñas, aunque es posible afirmar que las empresas urbanas son ligeramente más grandes que las rurales (el 51% tienen entre 1-19 empleados, frente al 46% en el entorno rural).

Las empresas creadas por hombres rurales son similares en tamaño a las creadas por las emprendedoras tanto rurales como urbanas.

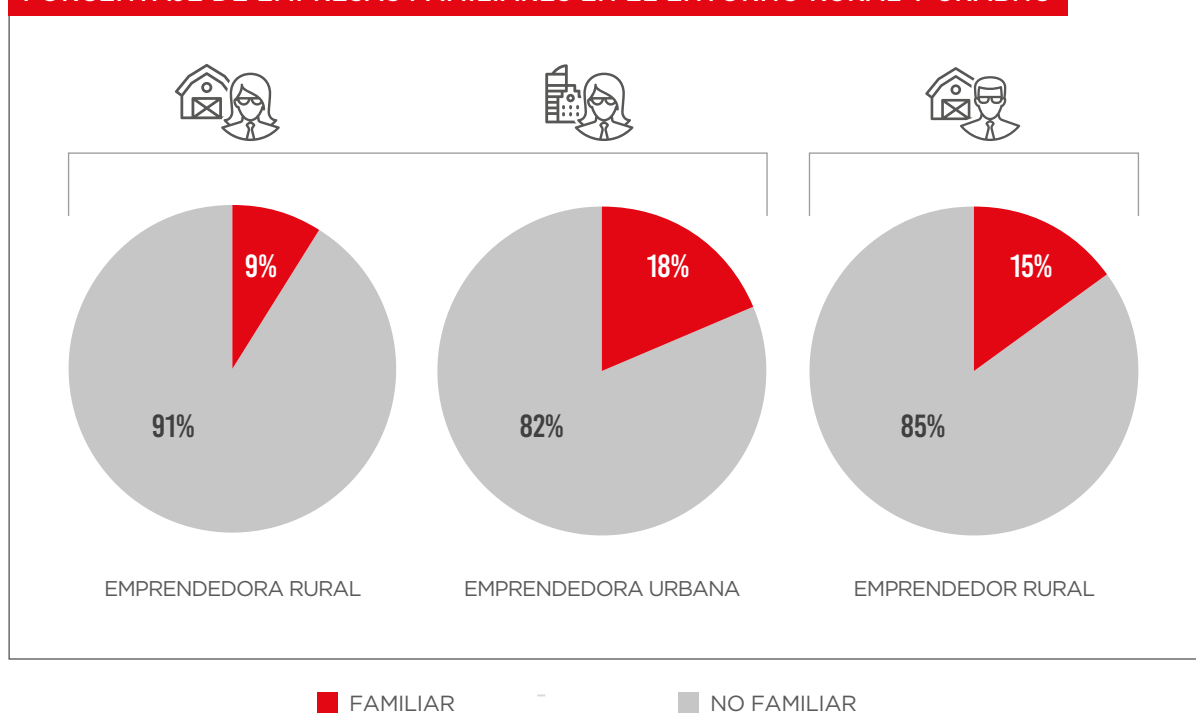
CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS

PROPIEDAD



Las empresas creadas por mujeres, en el ámbito rural y urbano, al igual que ocurre con las de los hombres rurales, en su mayoría están controladas por un grupo familiar.

PORCENTAJE DE EMPRESAS FAMILIARES EN EL ENTORNO RURAL Y URBANO



Las mujeres rurales crean más empresas familiares que las mujeres urbanas.

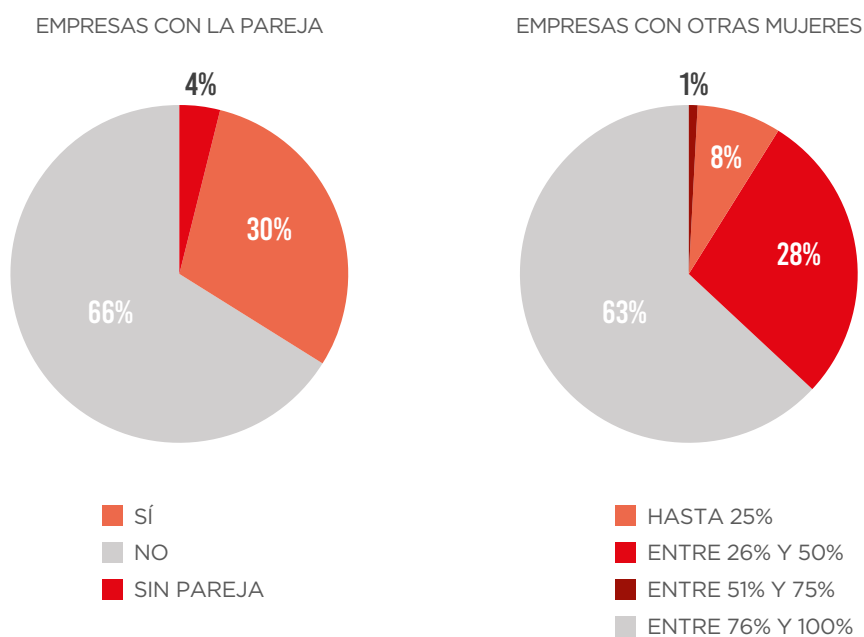
Concretamente así lo afirman el 91% de las mujeres rurales frente al 82% de las urbanas.

Las diferencias son similares en el caso de los hombres. El 85% de las empresas creadas por ellos en el ámbito rural son familiares.

CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS

PROPIEDAD

PORCENTAJE DE EMPRESAS EMPRENDIDAS POR MUJERES CON OTRAS PERSONAS EN EL ENTORNO RURAL



n=200 emprendedoras rurales

Considerando la encuesta de 200 emprendedoras, los datos muestran que uno de cada 3 negocios rurales creados por mujeres es emprendido con la pareja.

Una gran mayoría de las emprendedoras rurales ha emprendido con otras mujeres. El 63% de ellas afirman que entre el 76% y el 100% de su negocio pertenece a otras mujeres.

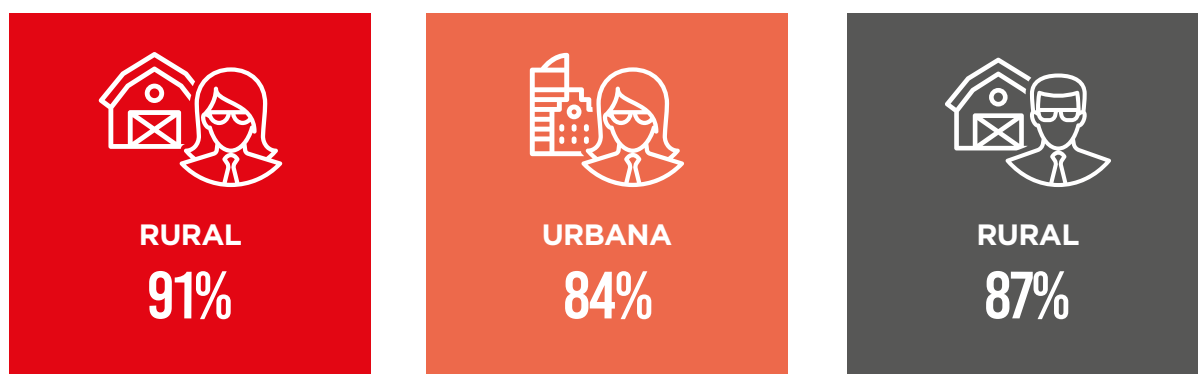
CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS

GESTIÓN



Las empresas rurales y urbanas están gestionadas por la propia familia mayoritariamente.

PORCENTAJE DE EMPRESAS GESTIONADAS POR LA FAMILIA POR SEXO EN EL ENTORNO RURAL Y URBANO



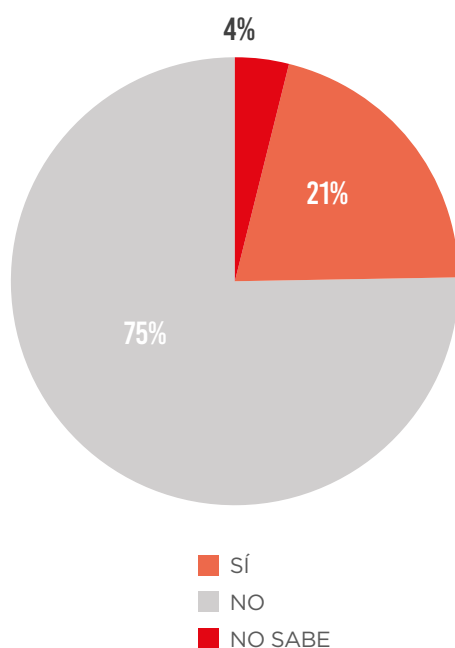
El porcentaje de empresas gestionadas por la propia familia en el caso de las emprendedoras es mayor en el entorno rural (91%) que en el urbano (84%).

El porcentaje de empresas creadas por hombres rurales y gestionadas por la familia (87%) es algo inferior al de las empresas creadas por las emprendedoras rurales (91%).

CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS

CERTIFICACIONES Y SELLOS

PORCENTAJE DE EMPRESAS EMPRENDIDAS POR MUJERES RURALES CON CERTIFICACIONES



n=200 emprendedoras rurales

Cada vez son más las empresas rurales que son conscientes de la importancia de acreditar el valor de sus negocios. Así lo pone de manifiesto el hecho de que una de cada cinco empresas creadas por mujeres rurales dispone de alguna certificación de calidad, medioambiente, ecológica o similar que le permite diferenciarse de sus competidores.

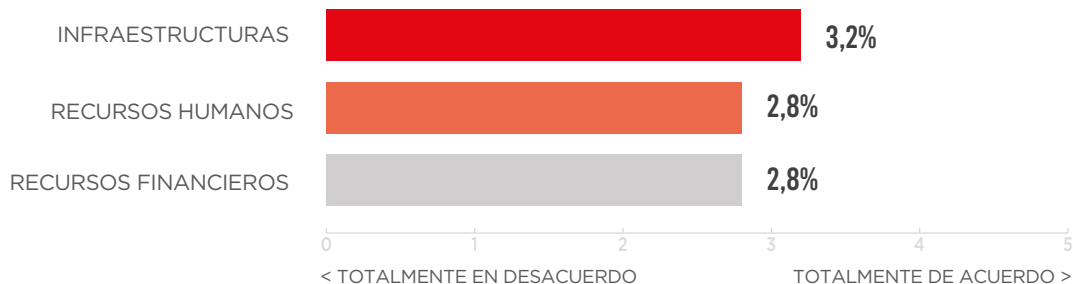
CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS

RECURSOS DISPONIBLES



Las emprendedoras rurales perciben que tienen recursos suficientes en infraestructuras físicas para hacer crecer su negocio con nuevas actividades, nuevos clientes o nuevos mercados en mayor medida que el personal o los recursos financieros

PERCEPCIÓN DE RECURSOS EXISTENTES PARA HACER CRECER SUS NEGOCIOS POR LAS MUJERES EN EL ENTORNO RURAL



n=200 emprendedoras rurales

Las infraestructuras como **instalaciones, maquinaria, vehículos y otros recursos físicos de la empresa son los recursos más abundantes** (3,2 sobre 5) en opinión de las emprendedoras rurales.

Las emprendedoras rurales consideran que tienen un acceso modesto a los recursos financieros y humanos (2,8).





FINANCIACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

CAPITAL SEMILLA



La cantidad más frecuente invertida por las mujeres en el entorno rural es de 10.000 euros, la mitad que la invertida por las emprendedoras urbanas y los emprendedores rurales.

CAPITAL SEMILLA NECESARIO POR LOS PROYECTOS NACIENTES EN EL ENTORNO RURAL Y URBANO

 CAPITAL	 RURAL	 URBANA	 RURAL
CAPITAL MEDIO	66.520 €	50.183 €	75.665 €
VALOR MÁS FRECUENTE	10.000 €	20.000 €	20.000 €
MENOS DE 3.000 €	19%	24%	14%
3.001-9.000 €	17%	20%	9%
9.001-30.000 €	33%	35%	30%
30.001-100.000 €	17%	13%	25%
100.001-300.000 €	9%	5%	18%
MÁS DE 300.000 €	5%	3%	4%

La puesta en marcha y el desarrollo de las empresas creadas por mujeres rurales requiere un promedio de **66.520 euros**, un 25% más que las iniciativas promovidas por mujeres en las zonas urbanas y están lejos de los 75.665 invertidos por los hombres. Esto refleja una menor envergadura de las iniciativas femeninas en el ámbito rural y urbano, más acusada en el ámbito urbano, hecho que al mismo tiempo facilita la financiación.

Más del 69% de las emprendedoras rurales, frente al 53% de los hombres, **necesitan menos de 30.000 euros para poner en marcha sus negocios**. El 22% de los negocios puestos en marcha por hombres requieren más de 100.000. Tan sólo el 14% de los negocios rurales emprendidos por mujeres requieren esta cantidad. La cantidad más frecuente invertida por las mujeres en el entorno rural es de 10.000 euros, la mitad que la invertida por las emprendedoras urbanas y los emprendedores rurales.

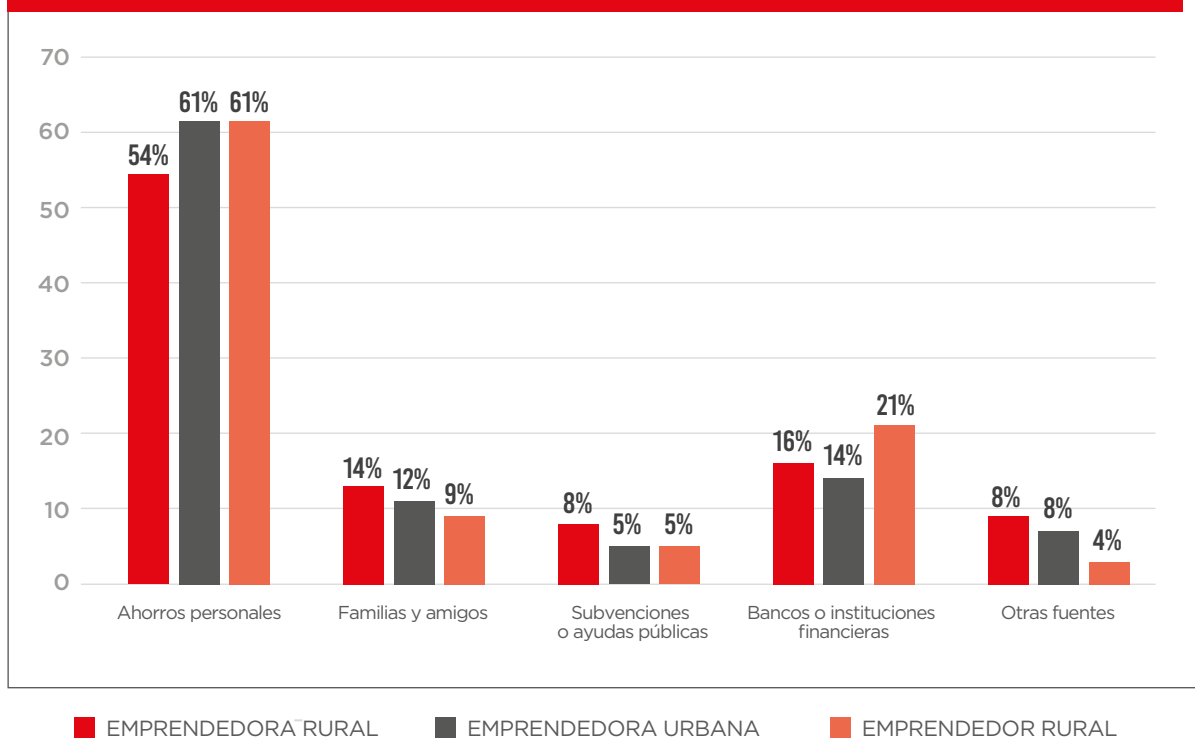
FINANCIACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

ORIGEN DE FONDOS



Los ahorros son el principal soporte de los negocios emprendidos por las mujeres. Son las mujeres urbanas quienes los utilizan en mayor medida.

ORIGEN DE LOS FONDOS INVERTIDOS POR SEXO EN EL ENTORNO RURAL Y URBANO



El mayor esfuerzo económico lo realizan las propias emprendedoras al aportar el 54% de los fondos necesarios en el caso de las emprendedoras rurales y el 61% en las zonas urbanas. **Este menor uso de ahorros en el ámbito rural se ve compensado por una mayor financiación de familiares, la obtención de más subvenciones y ayudas y un mejor acceso a la financiación bancaria.**

Los hombres tienen un mejor acceso a la financiación a través de bancos e instituciones financieras por lo que acuden menos que las mujeres a amigos y familiares.

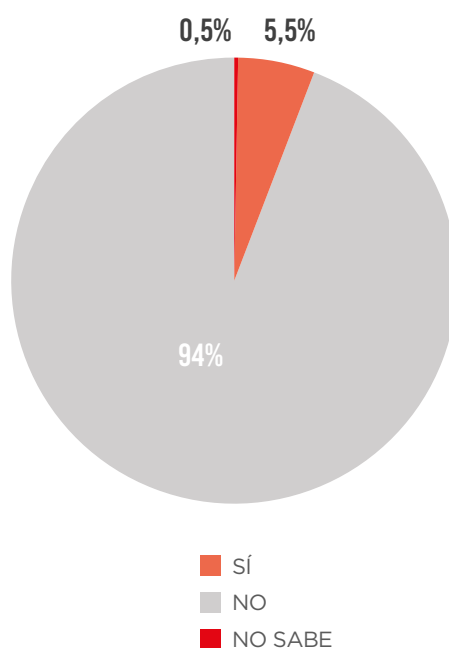
FINANCIACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

AYUDAS Y SUBVENCIONES



Tan sólo el 5,5% de las emprendedoras rurales afirma haber recibido algún tipo de apoyo vinculado al impulso del emprendimiento de mujeres en el entorno rural.

EMPRESAS RURALES DE MUJERES QUE HAN RECIBIDO AYUDAS ESPECÍFICAS AL EMPRENDIMIENTO RURAL



n=200 emprendedoras rurales

Los gobiernos e instituciones son conscientes de que la falta de financiación es un problema importante para emprender por lo que ponen en marcha políticas y programas que fomenten el desarrollo rural. Sin embargo, los datos reflejan un limitado uso de los mismos, puesto que casi el 95% de las entrevistadas afirman no haber recibido ayudas específicas para emprender en el medio rural.

CONCLUSIONES

CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS CREADAS

DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES



- ▶ Las emprendedoras rurales emprenden mayoritariamente en el **sector consumo**, liderando este sector. Las emprendedoras urbanas lideran el sector servicios a empresas y los hombres, el sector industrial.
- ▶ Las empresas de las emprendedoras rurales son **pequeñas (entre 1 y 5 empleados)**. Las empresas urbanas son ligeramente más grandes que las urbanas.
- ▶ Las emprendedoras rurales que no hayan emprendido en el sector de consumo, se reparten en porcentajes en torno al 15% entre el sector servicios, la industria y el sector extractivo.
- ▶ Los negocios de emprendedoras rurales son emprendidos habitualmente **con la pareja o con otras mujeres**.
- ▶ Las emprendedoras rurales son las que más **empresas familiares** crean. Además, se caracterizan por mantener la gestión en manos de las familias más que las emprendedoras urbanas.
- ▶ **Una de cada cinco** empresas rurales creadas por mujeres dispone de alguna **certificación de calidad medioambiental, ecológica** o similar.

FINANCIACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

DE LA MUJER RURAL

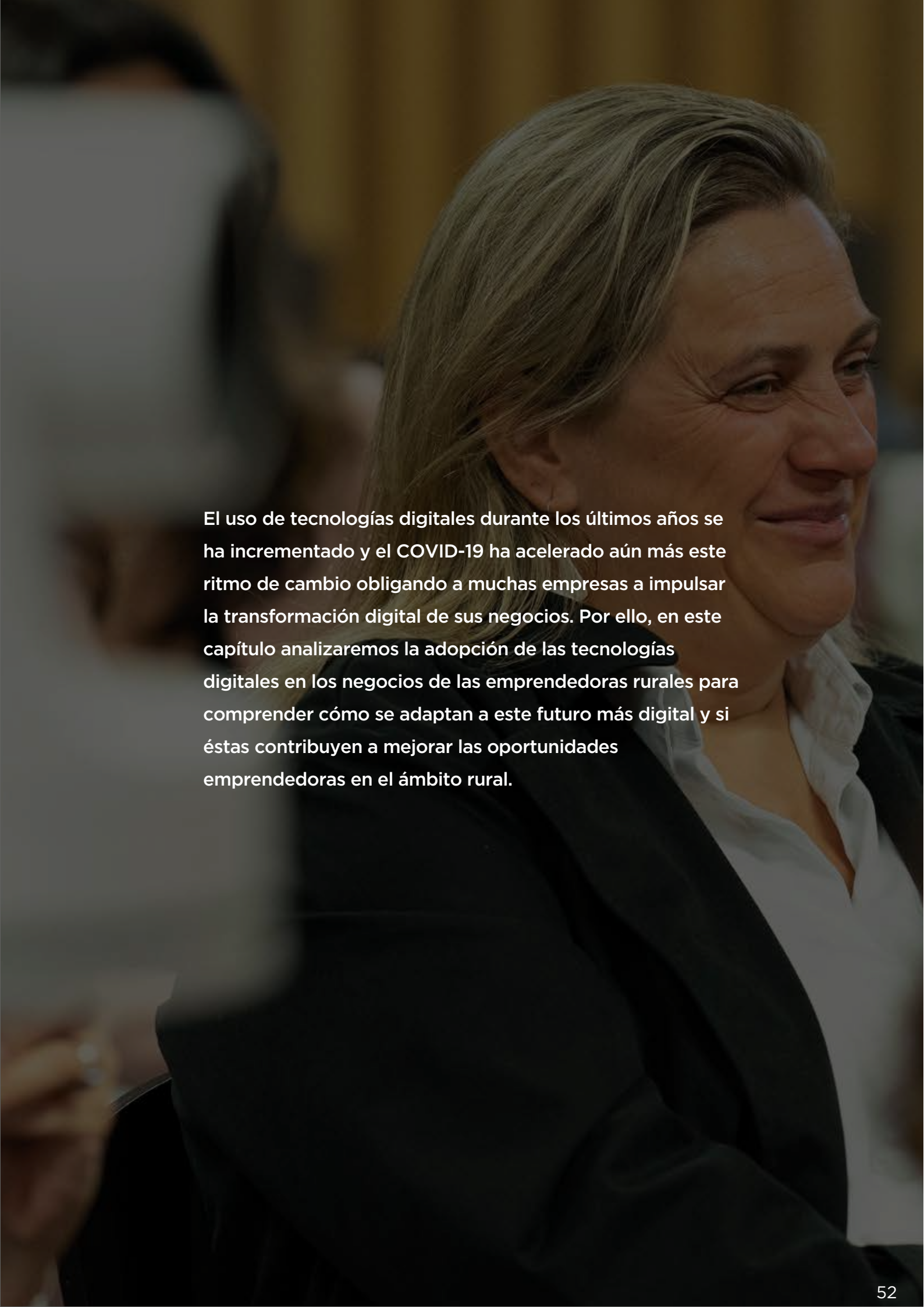


- ▶ Las emprendedoras rurales **utilizan menos sus propios ahorros** para comenzar su actividad que las emprendedoras urbanas. Este menor uso de ahorros en el ámbito rural se ve compensado por una mayor financiación de familiares, la obtención de más subvenciones y ayudas y un mejor acceso a la financiación bancaria.
- ▶ Las iniciativas creadas por las emprendedoras rurales **necesitan para comenzar a funcionar un promedio de 66.520 euros**, un 25% más que las iniciativas promovidas por mujeres en las zonas urbanas.
- ▶ **La cantidad más frecuente invertida** por las mujeres en el entorno rural es de **10.000 euros**, la mitad que la invertida por las emprendedoras urbanas y los emprendedores rurales.
- ▶ Tan sólo el **5,5%** de las emprendedoras rurales afirma haber recibido algún tipo de **apoyo vinculado al impulso del emprendimiento rural en mujeres**.

ADOPCIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES

EN LAS EMPRESAS DE MUJERES RURALES

- CONCLUSIONES	52
- ADOPCIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES ENTRE EMPRENDEDORAS RURALES, URBANAS Y EMPRENDEDORES RURALES	53
- ADOPCIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES ENTRE EMPRENDEDORAS RURALES Y URBANAS Y EMPRENDEDORES RURALES EN LOS PRÓXIMOS MESES	54
- PÁGINA WEB Y PORCENTAJE DE INGRESOS OBTENIDOS A TRAVÉS DE MEDIOS DIGITALES DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES	55
- USO Y CALIDAD DE INTERNET DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES	56
- REDES SOCIALES DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES	57
- CONCLUSIONES	58



El uso de tecnologías digitales durante los últimos años se ha incrementado y el COVID-19 ha acelerado aún más este ritmo de cambio obligando a muchas empresas a impulsar la transformación digital de sus negocios. Por ello, en este capítulo analizaremos la adopción de las tecnologías digitales en los negocios de las emprendedoras rurales para comprender cómo se adaptan a este futuro más digital y si éstas contribuyen a mejorar las oportunidades emprendedoras en el ámbito rural.

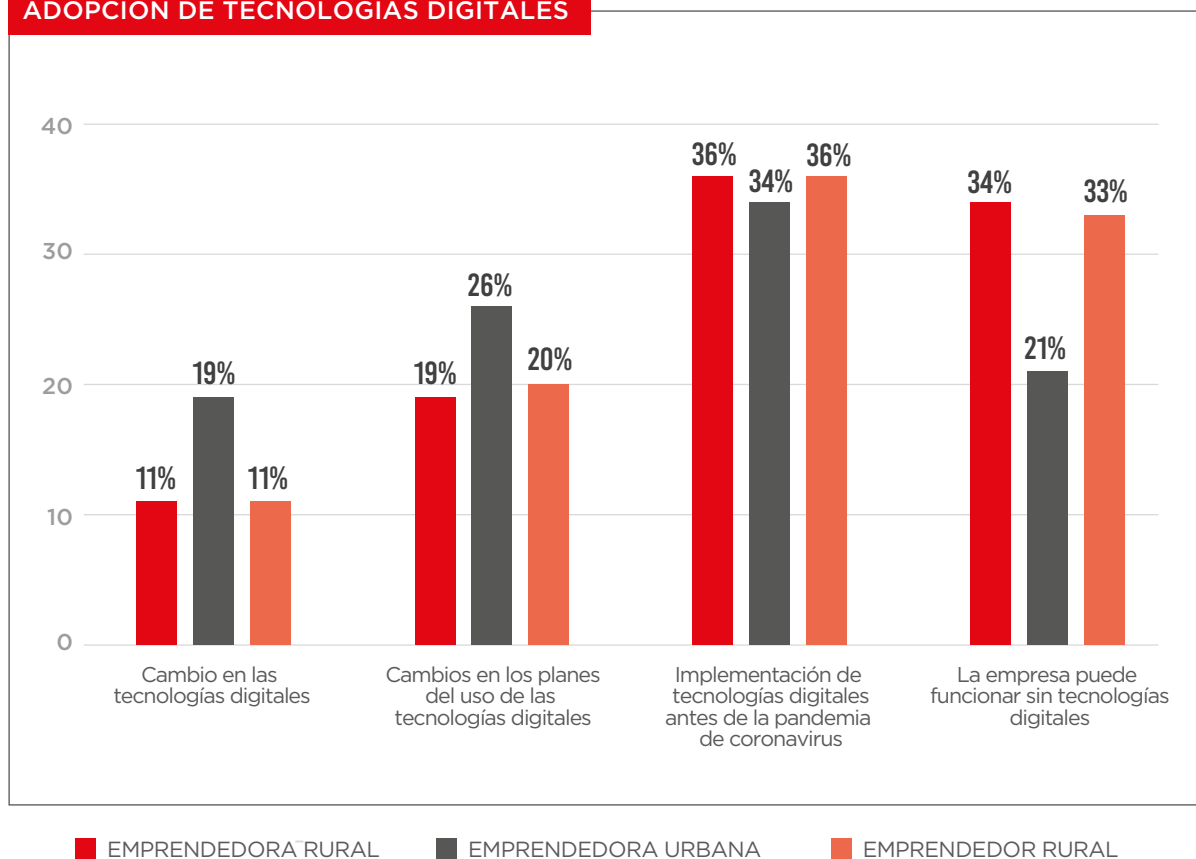
ADOPCIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES ENTRE

EMPRENDEDORAS RURALES, URBANAS Y EMPRENDEDORES RURALES



Tres de cada diez emprendedoras rurales ha realizado cambios en el uso de las tecnologías digitales para afrontar la pandemia. En el ámbito urbano, aumenta a cinco de cada diez emprendedoras.

ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS DIGITALES



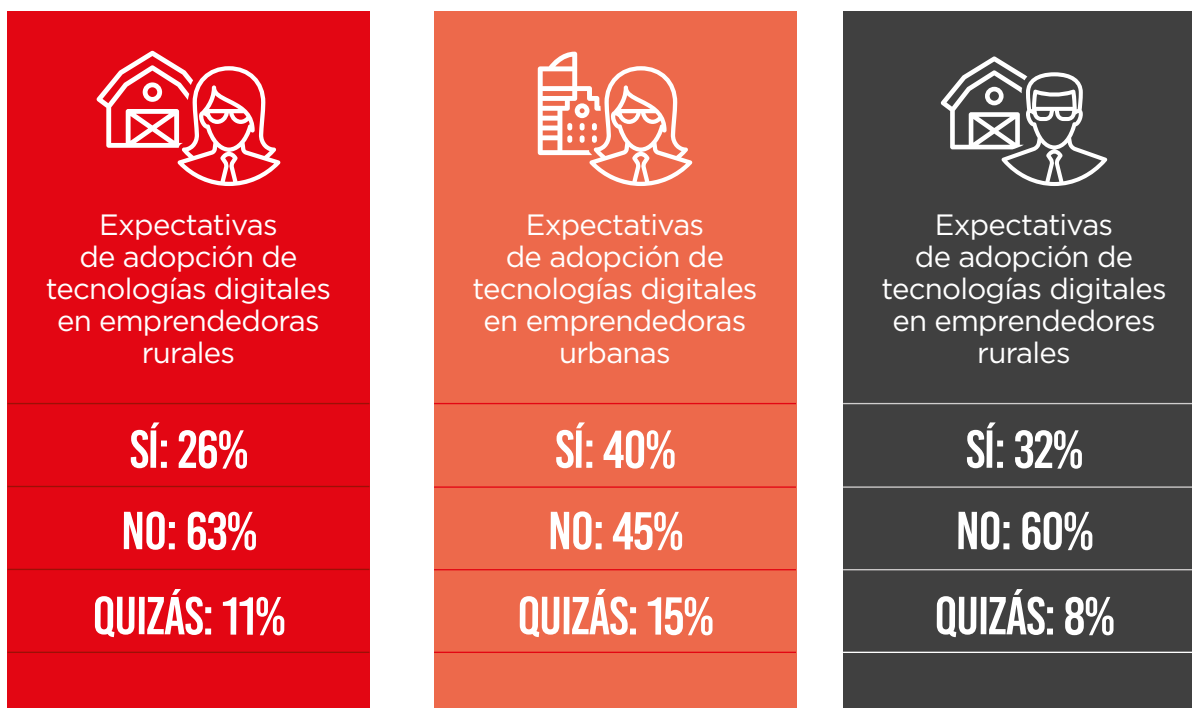
Alrededor de un **36%** de los negocios de las **emprendedoras rurales** planificaron la **implementación** de una serie de **tecnologías digitales** antes de la pandemia de coronavirus, y un **34%** manifiestan que puede funcionar **sin tecnología digital**. Estos porcentajes son muy similares a los negocios de los **emprendedores rurales** (**36%** y **33%**). Sin embargo, en el **ámbito urbano** sólo un **21%** de los negocios de las **emprendedoras** manifiestan que pueden funcionar **sin tecnología digital**.

ADOPCIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES ENTRE

EMPRENDEDORAS RURALES Y URBANAS EN LOS PRÓXIMOS MESES



Cuatro de cada diez emprendedoras urbanas esperan que en sus empresas utilicen más tecnologías digitales para vender sus productos o servicios en los próximos seis meses. Sin embargo, en el ámbito rural aproximadamente sólo tres de cada diez emprendedoras esperan hacerlo.



El **63%** de las **empreendedoras rurales no esperan utilizar más tecnología** digital para vender sus productos o servicios en los próximos seis meses, porcentaje similar al de los **emprendedores rurales (60%)**.

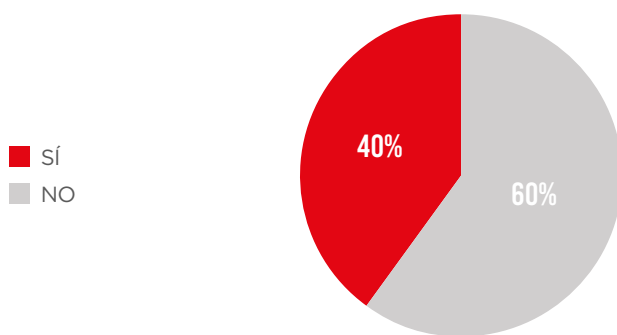
PÁGINA WEB Y PORCENTAJE DE INGRESOS OBTENIDOS

A TRAVÉS DE MEDIOS DIGITALES DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES



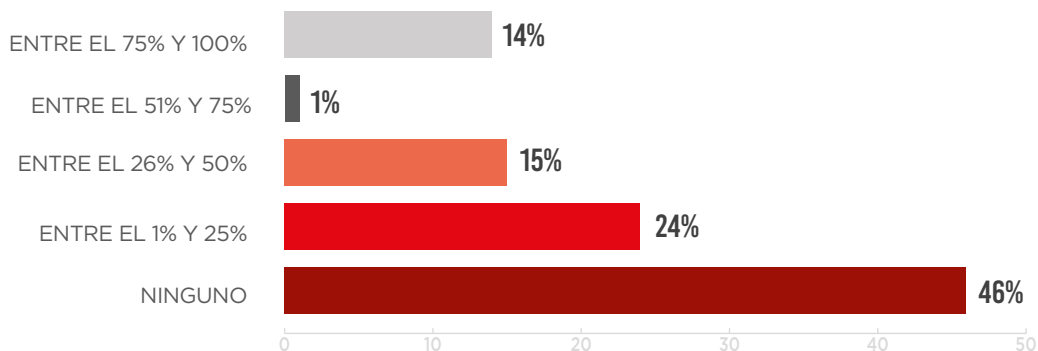
Más de la mitad de las emprendedoras rurales (60%) no tienen página web para vender sus productos y servicios online.

PÁGINA WEB



n=200 emprendedoras rurales

PORCENTAJE DE INGRESOS



n=200 emprendedoras rurales

El **46%** indica que **no obtiene ingresos** de su negocio a través de medios digitales. Por el contrario, el **24%** de las emprendedoras rurales **obtienen entre 1% y 25%** y solo el **14%** de las emprendedoras rurales obtienen entre 76% y 100%, es decir, la mayoría de sus **ingresos se alcanzan a través de medios digitales**.

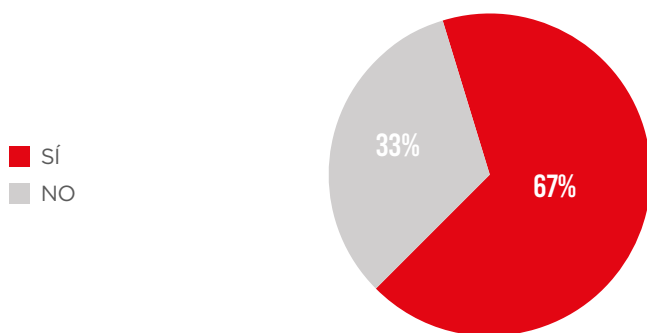
USO Y CALIDAD DE INTERNET

DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES



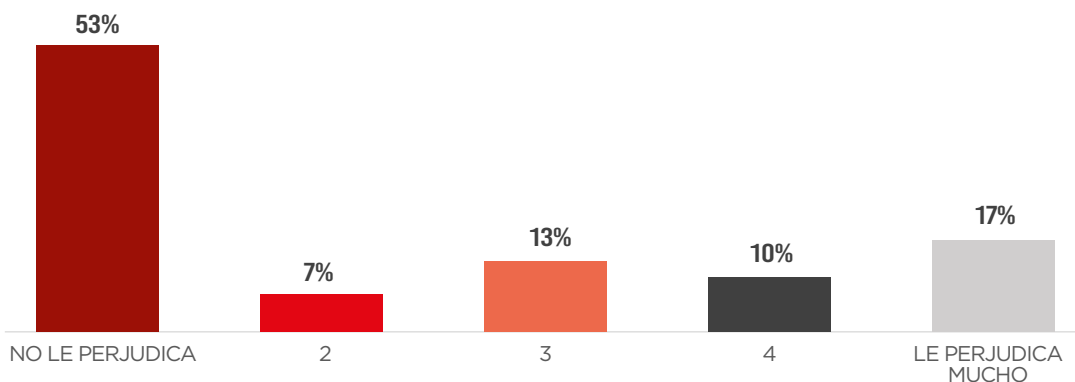
Las emprendedoras rurales suelen usar internet prácticamente a diario (67%) para su negocio o para fines profesionales.

USO DE INTERNET



n=200 emprendedoras rurales

CALIDAD DE ACCESO A INTERNET



n=200 emprendedoras rurales

A la mayoría de las emprendedoras rurales (53%), la calidad del acceso a Internet y de las telecomunicaciones **no les perjudica** en el desarrollo de su negocio.

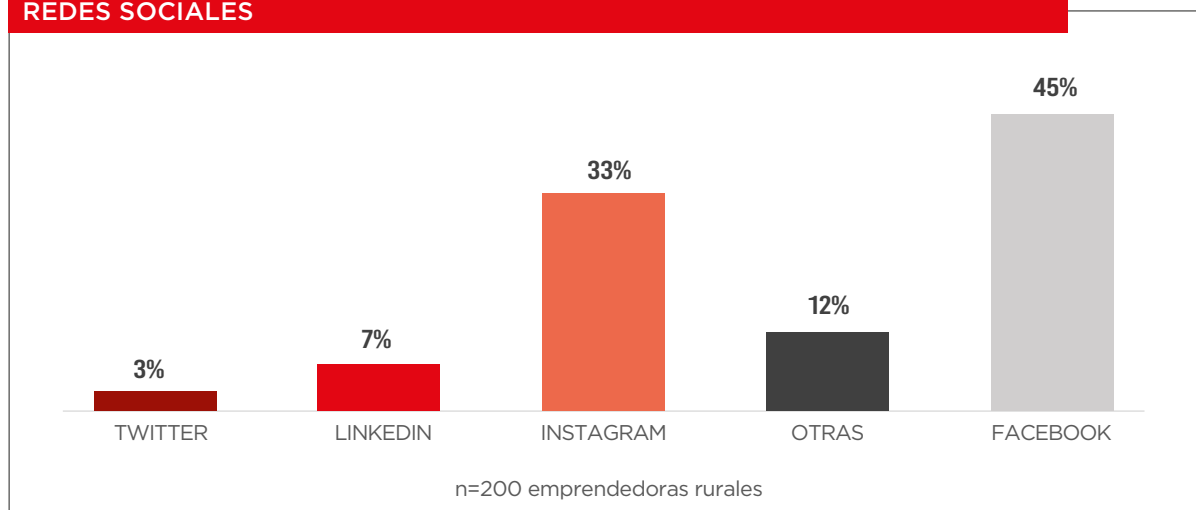
REDES SOCIALES

DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES



La red social más utilizada por las emprendedoras rurales para crear el perfil de su negocio en redes sociales es Facebook.

REDES SOCIALES



El **45%** de los negocios emprendidos en entornos rurales tienen perfiles en **Facebook**, un **33%** lo tiene en **Instagram** y el **22%** en otras redes sociales como Twitter y LinkedIn entre otras.

CONCLUSIONES

COMPARACIÓN ENTRE LAS EMPRENDEDORAS

Y LOS EMPRENDEDORES RURALES

- ▶ Un pequeño porcentaje de emprendedoras y **emprendedores rurales han realizado cambios** en el uso de **las tecnologías digitales** para vender sus productos o servicios, en respuesta a **la pandemia de coronavirus**. Asimismo, en los próximos seis meses las emprendedoras y emprendedores rurales **no tienen expectativas de adopción de tecnologías digitales**.
- ▶ Por otra parte, las **emprendedoras urbanas han invertido más** que las emprendedoras y emprendedores rurales **en tecnologías digitales durante la pandemia** y tienen más **expectativas de adopción de tecnologías digitales** en los próximos meses.

CARACTERÍSTICAS DE LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES

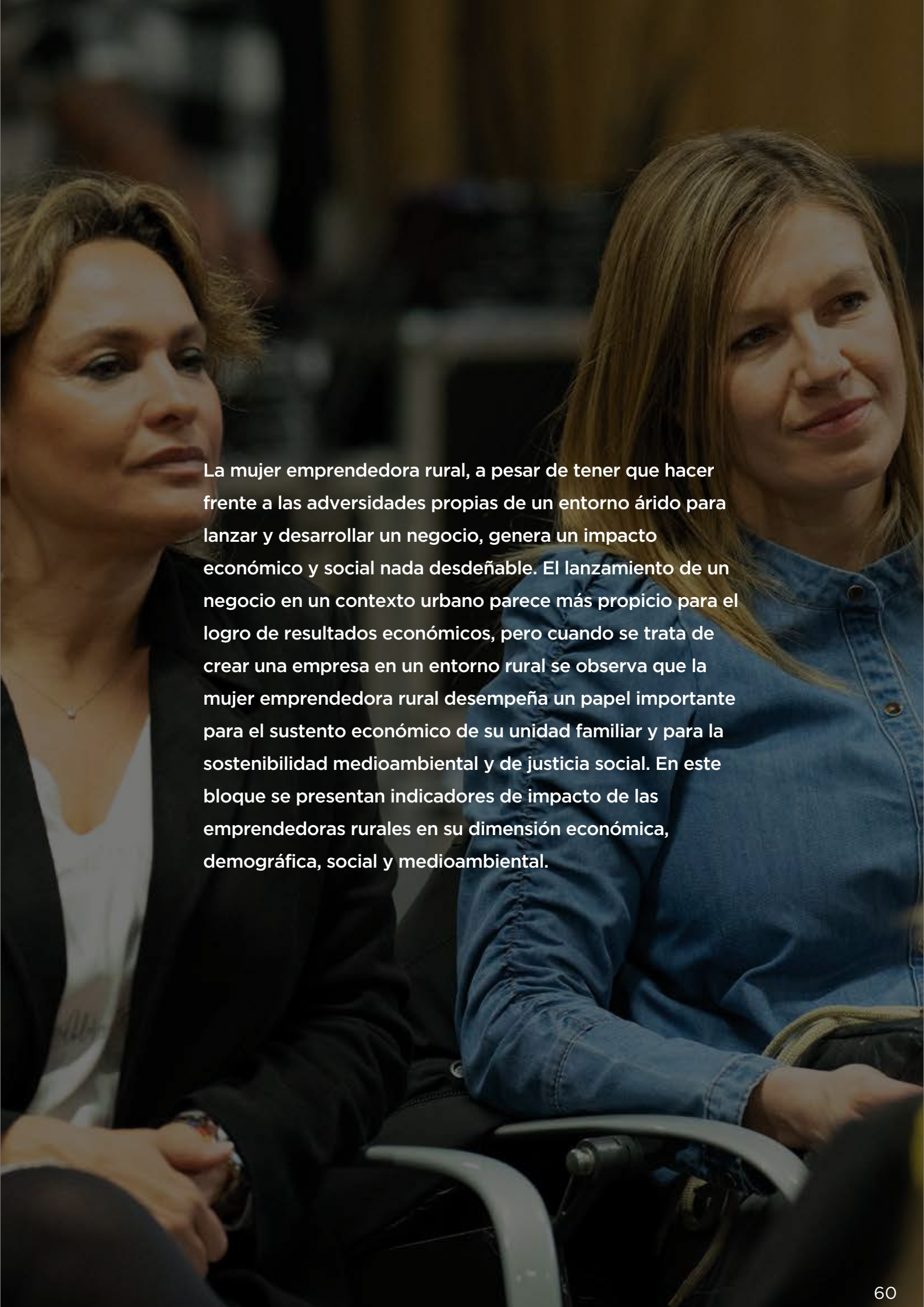
EN LAS EMPRENDEDORAS RURALES

- ▶ Las emprendedoras rurales no suelen tener página web para vender sus productos y servicios, y la mayoría no obtienen los ingresos de su negocio a través de medios digitales.
- ▶ La red social más utilizada por las emprendedoras rurales para crear el perfil de su negocio en redes sociales es Facebook, seguida de cerca por Instagram. Además, suelen usar Internet para el día a día de su negocio y la calidad de las telecomunicaciones no les perjudica en el desarrollo de su empresa.

IMPACTO Y PROYECCIÓN

DE LAS EMPRENDEDORAS RURALES Y SUS EMPRESAS

- CONCLUSIONES	60
- IMPACTO ECONÓMICO DEL NEGOCIO DE LA EMPRENDEDORA RURAL: CREACIÓN DE EMPLEO	61
- IMPACTO ECONÓMICO DEL NEGOCIO DE LA EMPRENDEDORA RURAL: INNOVACIÓN, TECNOLOGÍA E INTERNACIONALIZACIÓN	62
- IMPACTO DEMOGRÁFICO: ARRAIGO DE LA EMPRENDEDORA RURAL EN EL TERRITORIO	63
- IMPACTO MEDIOAMBIENTAL Y SOCIAL DEL NEGOCIO DE LA EMPRENDEDORA RURAL	64
- IMPACTO DE LA EMPRENDEDORA RURAL EN EL CONTEXTO FAMILIAR	65
- CONCLUSIONES	66



La mujer emprendedora rural, a pesar de tener que hacer frente a las adversidades propias de un entorno árido para lanzar y desarrollar un negocio, genera un impacto económico y social nada desdeñable. El lanzamiento de un negocio en un contexto urbano parece más propicio para el logro de resultados económicos, pero cuando se trata de crear una empresa en un entorno rural se observa que la mujer emprendedora rural desempeña un papel importante para el sustento económico de su unidad familiar y para la sostenibilidad medioambiental y de justicia social. En este bloque se presentan indicadores de impacto de las emprendedoras rurales en su dimensión económica, demográfica, social y medioambiental.

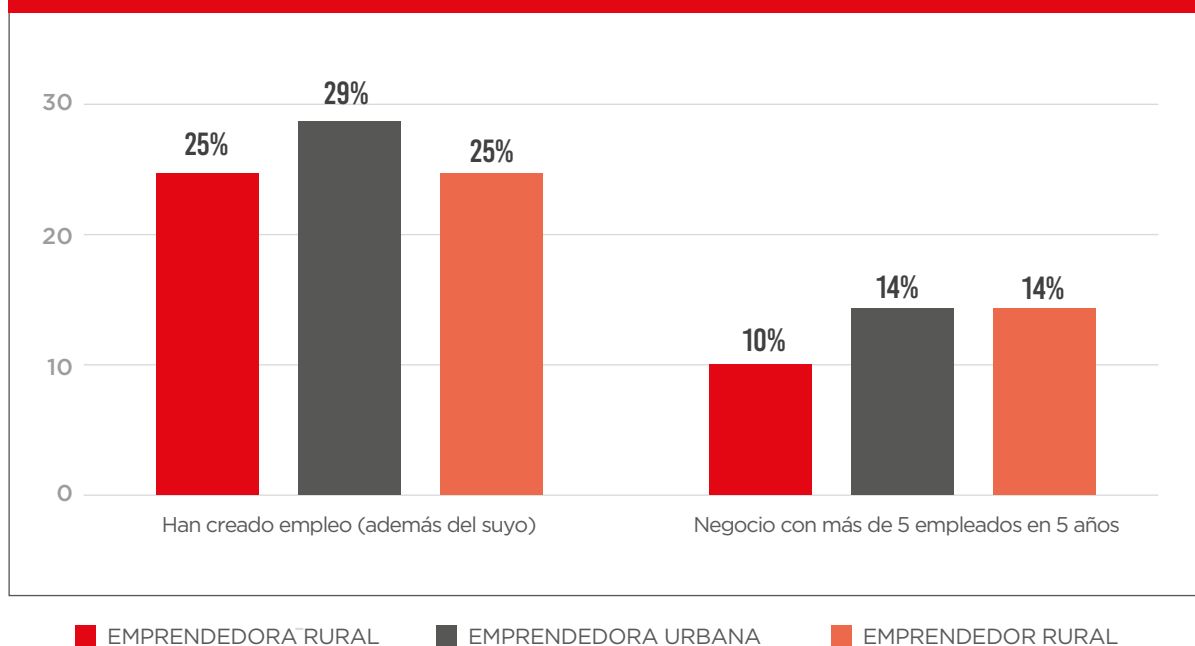
IMPACTO ECONÓMICO DEL NEGOCIO

DE LA EMPRENDEDORA RURAL: CREACIÓN DE EMPLEO



El porcentaje de emprendedoras que genera empleo en el entorno rural es similar al de los emprendedores rurales. En cambio, el porcentaje de emprendedoras rurales que aspira a hacer crecer sus negocios es la mitad (al de los emprendedores rurales).

CREACIÓN DE EMPLEO Y EXPECTATIVAS DE EMPLEO EN LOS PRÓXIMOS CINCO AÑOS EN EMPRESAS EN EL ENTORNO RURAL Y URBANO



Una de cada cuatro emprendedoras rurales ha generado nuevos puestos de trabajo durante el difícil periodo de la crisis causada por la COVID-19.

Aunque como se ha indicado previamente, el tamaño de los negocios suele ser modesto, **un 10% de las emprendedoras rurales espera emplear a más de cinco personas a cinco años vista.**

Los datos de la muestra específica de 200 emprendedoras rurales muestran que en el **24% de los negocios iniciados por emprendedoras rurales, la mayoría de las personas empleadas son mujeres.**

IMPACTO ECONÓMICO DEL NEGOCIO

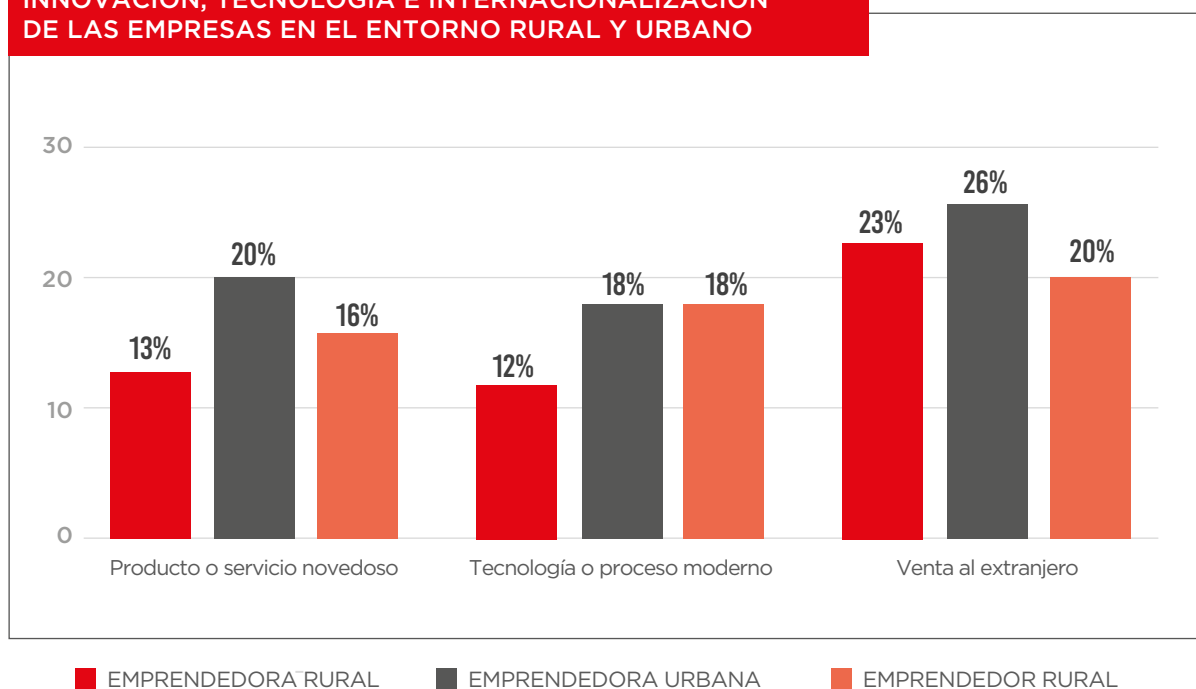
DE LA EMPRENDEDORA RURAL:

INNOVACIÓN, TECNOLOGÍA E INTERNACIONALIZACIÓN



El negocio de la emprendedora rural no siempre es tradicional y local.

INNOVACIÓN, TECNOLOGÍA E INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS EN EL ENTORNO RURAL Y URBANO



El 13% de las emprendedoras rurales revela que los productos/servicios ofrecidos desde su negocio guardan cierto grado de novedad, que utiliza tecnologías o procesos modernos (12%) y que se dirige a clientes extranjeros (23%) para la venta de sus productos o servicios.

Estas cifras son inferiores con respecto a los indicadores de las emprendedoras urbanas y de los emprendedores rurales.

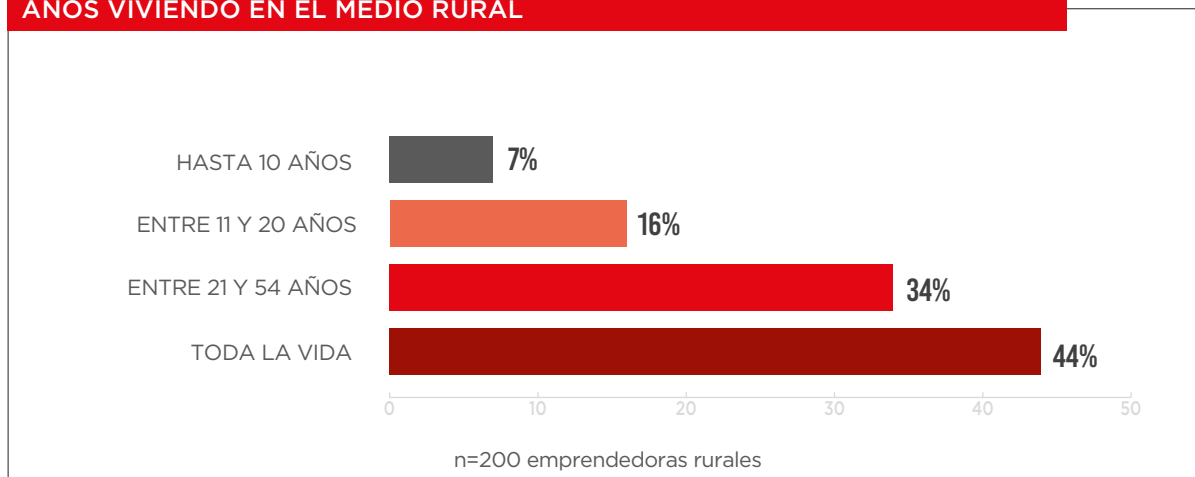
IMPACTO EN LA DEMOGRAFÍA:

ARRAIGO DE LA EMPRENDEDORA RURAL EN EL TERRITORIO



Las emprendedoras rurales se asientan en el territorio local para una permanencia duradera.

AÑOS VIVIENDO EN EL MEDIO RURAL



Cuatro de cada cinco emprendedoras rurales están arraigadas al entorno rural desde hace más de 20 años. Un 44% de las emprendedoras lleva toda la vida viviendo en el medio rural.

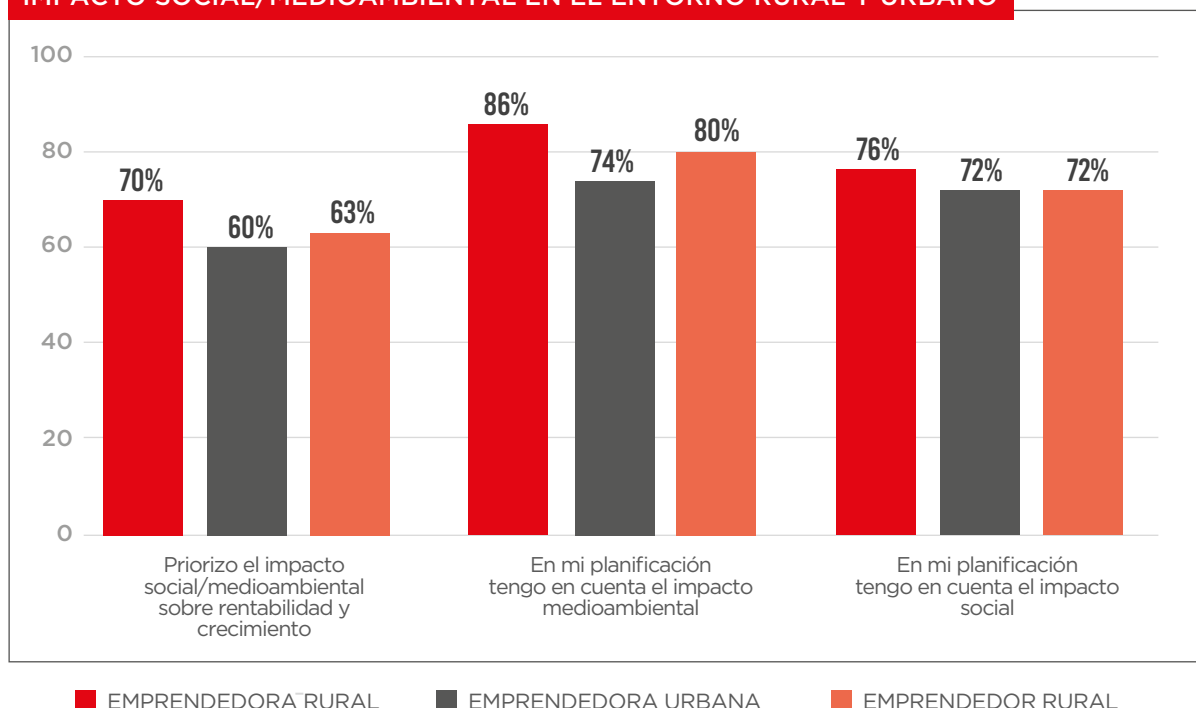
IMPACTO MEDIOAMBIENTAL Y SOCIAL DEL NEGOCIO

DE LA EMPRENDEDORA RURAL



La conciencia medioambiental y social está más extendida entre las emprendedoras rurales que entre los emprendedores rurales o las emprendedoras urbanas.

IMPACTO SOCIAL/MEDIOAMBIENTAL EN EL ENTORNO RURAL Y URBANO



Dos de cada tres emprendedoras rurales anteponen el logro de objetivos sociales/medioambientales al logro de objetivos de rentabilidad y crecimiento del negocio.

El 86% y el 76% de las emprendedoras rurales, respectivamente, consideran seriamente el impacto medioambiental o social que desean conseguir a la hora de planificar sus negocios (estas cifras son ligeramente superiores a las de las emprendedoras urbanas y a las de los emprendedores rurales).



EMPRENDEDORA RURAL

GENERA IMPACTO MEDIO AMBIENTAL Y/O SOCIAL (64%)
INSPIRA A OTRAS MUJERES PARA EMPRENDER (69%)

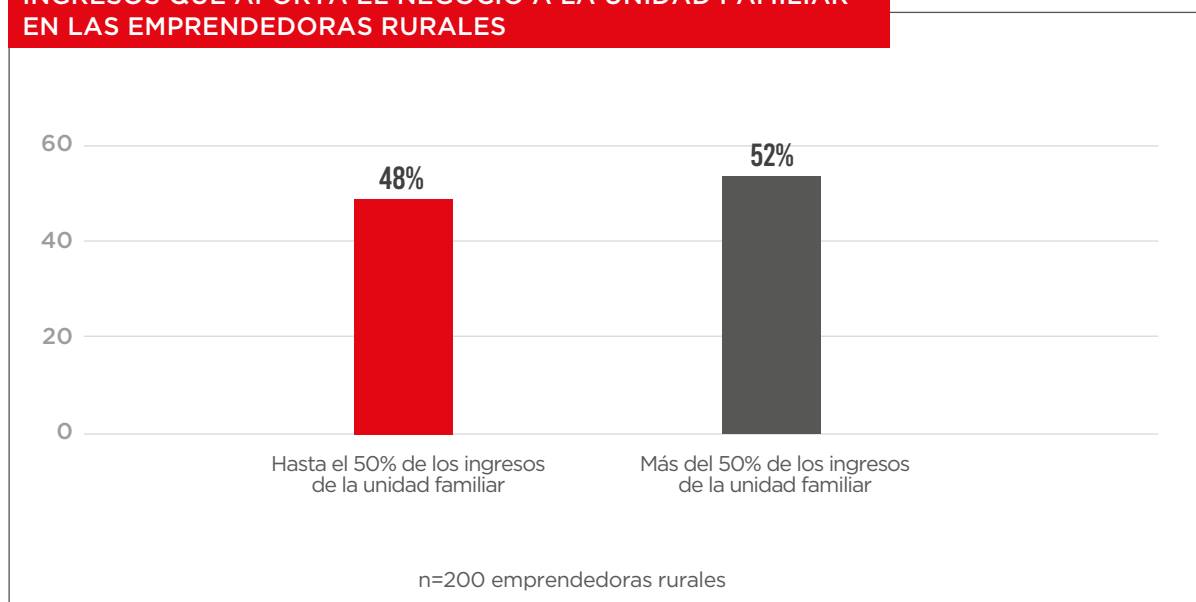
IMPACTO EN EL CONTEXTO FAMILIAR

INGRESOS EN LA UNIDAD FAMILIAR



La mayoría de las emprendedoras rurales gestionan negocios que constituyen el sustento principal de sus familias.

INGRESOS QUE APORTA EL NEGOCIO A LA UNIDAD FAMILIAR EN LAS EMPRENDEDORAS RURALES



Algo más de la mitad de las emprendedoras rurales manifiesta que su negocio es la fuente principal de ingresos en su unidad familiar.

CONCLUSIONES

- ▶ Si bien la orientación hacia la innovación e internacionalización de los negocios de las emprendedoras rurales es menos acusada en comparación a la de los emprendedores rurales y las emprendedoras urbanas, **el porcentaje de emprendedoras rurales que genera empleo es similar** al porcentaje de los dos grupos anteriores. Cabe destacar que un porcentaje modesto de ellas (una de cada cuatro emprendedoras rurales) crea negocios donde la mayoría de las personas empleadas son mujeres.
- ▶ Más allá de generar un impacto económico equiparable al de otros colectivos, **las emprendedoras rurales son relativamente más sensibles al impacto social y medioambiental que producen sus negocios** (al menos parecen estar más concienciadas que los emprendedores rurales y las emprendedoras urbanas sobre el impacto medioambiental y social de sus respectivas empresas). La mayoría de las emprendedoras rurales se preocupan y planifican ese impacto (siendo muchas de ellas de hecho las que logran el impacto deseado), y además sirven de ejemplo para otras mujeres del entorno rural.
- ▶ En un contexto más reducido, **la importante labor de la emprendedora rural afecta a muchas familias**, ya que más de la mitad de las emprendedoras rurales declara que su negocio supone la fuente principal de los ingresos de la familia.

A photograph of a woman with shoulder-length grey hair and black-rimmed glasses, smiling warmly. She is wearing a grey and white patterned blazer over a white top. In the foreground, the side profile of another person's face is visible, looking towards the woman. The background is blurred, suggesting an indoor setting with other people.

CONCLUSIONES FINALES

CONCLUSIONES FINALES



- ✓ Tradicionalmente el medio rural ha presentado unas particularidades culturales, sociales y económicas que han condicionado el papel de las mujeres. Durante años han sido el sostén familiar que ha llevado el peso del cuidado de la casa, de los hijos y de los mayores, a la vez que han trabajado en labores agrícolas y ganaderas o en cualesquiera que contribuyeran a la economía familiar. Pese a ello, muchas mujeres han estado en desigualdad en cuanto a la propiedad de los bienes, la gestión o la toma de decisiones.
- ✓ Los datos de este informe ponen de manifiesto que el emprendimiento en el ámbito rural ofrece grandes oportunidades para las mujeres y que, en los últimos años, está siendo un medio para transformar social y económicamente el medio rural. El papel de la mujer emprendedora rural es clave para la revitalización de las zonas más despobladas. La importancia de la mujer emprendedora rural radica en su capacidad para generar empleo y crear riqueza en muchas familias, al tiempo que produce un impacto medioambiental y social destacado en el territorio local. Además, su compromiso es duradero, ya que normalmente se resiste a abandonar el entorno rural.
- ✓ La actividad emprendedora femenina en el ámbito rural presenta un marcado carácter consolidado, ya que la mayoría de las iniciativas emprendedoras se corresponden con esta fase del proceso emprendedor. Además, tienen unas tasas de abandono o cierre menores que las emprendedoras urbanas o los emprendedores rurales, lo que demuestra una mayor continuidad de sus negocios. Por el contrario, es menor el porcentaje de mujeres rurales que manifiesta tener intención de emprender en los próximos años, aspecto que puede reflejar la percepción de un contexto más desfavorable para ellas a la hora de poner en marcha una iniciativa empresarial.
- ✓ En este sentido, las emprendedoras rurales, tanto potenciales como con negocios, presentan una alta autoconfianza en sus habilidades y conocimientos para el emprendimiento. En concreto, las emprendedoras potenciales rurales reportan percepciones más positivas respecto de la población rural masculina con intención de emprender y de las mujeres de entornos urbanos con potencial de poner en marcha una iniciativa de negocio. Estas altas autovaloraciones sobre sus capacidades contrastan con el hecho de que el miedo al fracaso sea reconocido como un obstáculo para emprender por aproximadamente la mitad de las emprendedoras rurales. Entre sus

motivaciones más frecuentes, destacan la necesidad de ganarse la vida por escasez de oportunidades laborales y la continuación de una tradición familiar.

- ✓ Su participación en el proceso emprendedor también se entiende en mejor medida si analizamos los perfiles socio-demográficos de las distintas categorías de emprendedoras rurales (potenciales, con negocios y que abandonan). En general, todas ellas presentan características comunes: la mayor parte tiene estudios secundarios y rentas situadas en el tercio inferior. Entre ellas, el principal elemento diferenciador es la edad, siendo las emprendedoras potenciales las más jóvenes y las emprendedoras que abandonan las que tienen edades más avanzadas. La comparativa con las emprendedoras urbanas pone de relieve que las mujeres rurales son mayores y tienen menores niveles de estudios y renta. En relación a los emprendedores rurales, las emprendedoras se diferencian principalmente con respecto al nivel de renta: ellas tienen rentas más bajas.
- ✓ Las empresas puestas en marcha por las emprendedoras rurales no presentan diferencias sustanciales en el tamaño con respecto a las emprendedoras urbanas o los emprendedores rurales. Sin embargo, sectorialmente hablando, las emprendedoras rurales tienen en mayor medida negocios en el sector de servicios al consumo y en el sector primario en relación a las emprendedoras urbanas, pero en menor medida que los emprendedores rurales masculinos.
- ✓ La importancia del ámbito familiar queda patente en el caso de las emprendedoras rurales, puesto que hay un muy elevado porcentaje de empresas con propiedad familiar que también interviene en la gestión, y en mayor medida que para los emprendedores rurales o las emprendedoras urbanas. También es reseñable señalar que hay una destacada mayoría que comparte su propiedad con otras mujeres. Un importante número de las empresas de mujeres rurales suponen el grueso de los ingresos familiares.
- ✓ Frente a las urbanas, las emprendedoras rurales se financian en menor medida con ahorros, pero consiguen mayores aportaciones de familiares y amigos, entidades financieras y ayudas o subvenciones. Entre los recursos que limitan más su crecimiento se encuentran los relacionados con los recursos humanos y los financieros, pero encuentran menos limitaciones en el caso de infraestructuras propias para el desarrollo del negocio.

- ✓ Un aspecto con un amplio margen para la mejora es el referido a la digitalización de sus empresas. Las emprendedoras rurales no suelen vender sus productos de forma online a través de su página web y menos de la mitad de estas emprendedoras obtienen ingresos mediante medios digitales. La red social más utilizada para crear el perfil de su negocio en redes sociales es Facebook. Pese a lo anterior, emplean internet a diario con fines profesionales y no creen que la calidad de acceso a internet les perjudique en el desarrollo de su actividad.
- ✓ Además, la gran mayoría de las emprendedoras y emprendedores rurales no realizaron cambios tecnológicos para afrontar la pandemia, mientras que cerca de la mitad de las emprendedoras urbanas sí realizaron cambios. Asimismo, en el entorno rural, un tercio de las emprendedoras (y de los emprendedores) pueden funcionar sin tecnología digital, y más de la mitad de las emprendedoras consideran que no van a necesitar más tecnología para vender sus productos o servicios en los próximos seis meses. Esto les diferencia de las emprendedoras urbanas, que tienen un mayor uso y reclamo de las tecnologías digitales. Un mayor apoyo a los procesos de digitalización en el ámbito rural, especialmente para las mujeres, podría ayudar a mejorar la innovación, orientación tecnológica e internacional de sus negocios.
- ✓ Finalmente, un aspecto a destacar es el escaso número de emprendedoras rurales que afirma haber participado en programas de emprendimiento para mujeres en el medio rural, lo cual sugiere la necesidad de reforzar las acciones para aumentar el potencial emprendedor de este colectivo, como lo hace en la actualidad y desde hace ya 7 años el programa GIRA Mujeres de Coca-Cola. Los programas deben contribuir a mejorar la percepción de oportunidades y a dotar de más modelos de referencia para reforzar su propia proyección como emprendedoras. Por otro lado, la formación empresarial debe orientarse a la digitalización de procesos y al desarrollo de modelos de negocio aprovechando todo el potencial de las nuevas tecnologías.



RESUMEN EJECUTIVO

MUJERES EMPRENDEDORAS RURALES

- | | |
|--|----|
| - EL PROCESO EMPRENDEDOR POR SEXO EN LA ESPAÑA RURAL | 72 |
| - MUJERES QUE EMPRENDEN: CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS | 72 |
| - PERCEPCIONES Y VALORACIONES DE LAS MUJERES SOBRE EL EMPRENDIMIENTO | 74 |
| - MOTIVACIONES PARA EMPRENDER | 75 |
| - CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS | 75 |
| - ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS DIGITALES | 76 |
| - IMPACTO DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO | 77 |

EL PROCESO EMPRENDEDOR

POR SEXO EN LA ESPAÑA RURAL

- ▶ El número de mujeres involucradas en las diferentes fases del proceso emprendedor en el ámbito rural y urbano no difiere considerablemente (20% y 21%, respectivamente), al considerarse de manera agregada, pero sí hay diferencias entre las distintas fases de dicho proceso. La mayor parte de mujeres rurales tienen negocios en la fase de consolidación (8,1%), mientras que, para el caso de las mujeres urbanas, esta situación y con la misma representación (8,1%) se da en la fase de emprendimiento potencial.
- ▶ En el ámbito rural, la participación de las mujeres en el proceso emprendedor es menor que la de los hombres (20% y 23% respectivamente). De las distintas fases que forman el proceso emprendedor, solamente en los nuevos negocios (hasta 3,5 años) existe un dato similar entre emprendedores y emprendedoras (4,3% para ambos colectivos). Por su parte, en las fases en las que se encuentra una mayor diferencia por sexo, y a favor de los hombres, es en el emprendimiento potencial (6,0% emprendedoras rurales y 7,6% emprendedores rurales) y en el consolidado (8,1% emprendedoras rurales y 9,1% emprendedores rurales). Sin embargo, en lo referente a la tasa de abandono, las emprendedoras rurales (1,4%) lo hacen en menor medida que los emprendedores rurales (2,3%).

MUJERES QUE EMPRENDEN:

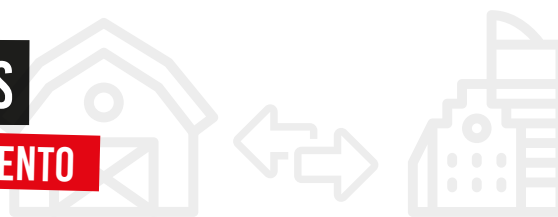
CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

- ▶ Las emprendedoras rurales potenciales, las emprendedoras rurales y las que abandonan tienen mayoritariamente niveles bajos de renta (43%, 40% y 52%, respectivamente) y estudios secundarios (38%, 40% y 49%, respectivamente). No obstante, las que abandonan se concentran en mayor medida que las demás en el tercio más bajo de la renta (52%) y sus niveles de estudios son en general más bajos (un 69% han alcanzado como mucho el nivel de estudios secundarios).
- ▶ Las rentas más altas las presentan las emprendedoras rurales (un 29%), mientras que los niveles de estudios más altos los presentan las emprendedoras rurales potenciales (48% tienen como mínimo formación profesional superior). Con respecto a la edad, la mayor proporción de emprendedoras rurales son mayores de 45 años (63%), mientras que las emprendedoras potenciales rurales se concentran en mayor medida en las cohortes de entre 25 y 44 años (60%). El 74% de las emprendedoras rurales que abandonan tienen más de 45 años.
- ▶ En general, se observa una relación negativa entre el nivel de renta y el emprendimiento rural, para todos los tipos de emprendedoras: conforme aumenta el nivel de renta disminuye la proporción de emprendedoras en el ámbito rural.

- ▶ La comparación entre el emprendimiento femenino rural y urbano pone de relieve que, en todas las categorías (potenciales, emprendedoras y que abandonan), en el ámbito rural las emprendedoras son mayores y tienen menores niveles de estudios y renta que las correspondientes tres categorías en el ámbito urbano.
- ▶ Estas diferencias son más pronunciadas en el caso de las emprendedoras que abandonan, particularmente en lo referente a las edades y al nivel de renta: el 42% de las emprendedoras rurales que abandona tienen entre 55 y 64 años y el 52% tiene las rentas más bajas, frente al 23% y 43%, respectivamente, de las urbanas. Observamos también diferencias reseñables en cuanto a la edad de las emprendedoras rurales y urbanas potenciales: la proporción de emprendedoras rurales potenciales con menos de 35 años es 12 puntos porcentuales inferior a la de emprendedoras urbanas potenciales.
- ▶ Por su parte, si comparamos el emprendimiento femenino y masculino en el entorno rural, observamos que el nivel de renta es el factor diferenciador más importante: la mayor proporción de emprendedoras rurales potenciales y con un negocio activo se sitúan en el tercio inferior de la renta (43 y 40%, respectivamente), mientras que sus contrapartes masculinas se sitúan en el tercio superior de renta (40 y 44%, respectivamente). En el caso del abandono, aunque tanto las mujeres como los hombres presentan en su mayoría niveles bajos de renta, la proporción de ellas es 8 puntos porcentuales superior a la de ellos.
- ▶ Las emprendedoras rurales potenciales y que abandonan tienen edades más avanzadas, pero niveles de estudios más elevados que su contraparte masculina. Por el contrario, en el caso de emprendimiento, son ellas las que son más jóvenes: las mujeres se concentran en mayor medida en los tramos inferiores a 45 años, mientras que ellos lo hacen en los tramos superiores a 45 años.

PERCEPCIONES Y VALORACIONES

DE LAS MUJERES SOBRE EL EMPRENDIMIENTO



- ▶ El 80% de las emprendedoras rurales (tanto potenciales como con iniciativas ya en marcha) tienen unas altas valoraciones sobre sus conocimientos y habilidades para la puesta en marcha de negocios.
- ▶ El miedo al fracaso afecta a la mayoría de las emprendedoras rurales, siendo solamente el 27% de las emprendedoras potenciales y el 37% de las emprendedoras las que no creen que el temor al fracaso sea un impedimento para emprender.
- ▶ En general se perciben pocas oportunidades de negocio, pero lo cierto es que las emprendedoras rurales potenciales (37%) se muestran más positivas al respecto que las emprendedoras rurales que ya han creado una empresa (29%).
- ▶ La mayoría de las emprendedoras rurales, tanto potenciales (55%) como con empresa constituida (51%), manifiestan que tienen un modelo de referencia al conocer y tener contacto con alguien que ha puesto en marcha un negocio en los dos últimos años.
- ▶ La comparativa por sexos muestra unos perfiles que no difieren considerablemente en la mayoría de las percepciones, pero resultan más positivas para los emprendedores rurales que para las emprendedoras rurales. No obstante, las emprendedoras rurales potenciales (80%) valoran en mayor proporción que los emprendedores rurales potenciales (76%) sus conocimientos y habilidades para crear un negocio.
- ▶ A las emprendedoras rurales (50%) les afecta el miedo al fracaso en mayor proporción que a los emprendedores rurales (44%). Se observa un mayor optimismo en la percepción de oportunidades de los emprendedores (34%) frente a las emprendedoras (29%) en el ámbito rural.
- ▶ La comparativa por territorios (rural y urbano) muestra unos perfiles consistentemente menos favorables para las emprendedoras rurales que para las urbanas en la mayoría de las percepciones observadas. Sin embargo, este hecho no ocurre cuando se habla de emprendedoras potenciales, ya que en los indicadores sobre autovaloraciones (conocimientos y miedo al fracaso) la emprendedora potencial rural obtiene mejores resultados que la urbana.

MOTIVACIONES

PARA EMPRENDER

- ▶ Más del 70% de los emprendedores (independientemente del sexo y del territorio) indicaron que la principal motivación para emprender es “ganarse la vida porque el trabajo escasea”. Si se atiende al medio rural, el siguiente motivo para ambos sexos (36% emprendedoras y 38% emprendedores) es “continuar con una tradición familiar”, mientras que en el medio urbano (38%) el segundo motivo es “marcar una diferencia en el mundo”.
- ▶ Para el 45% de las emprendedoras rurales la conciliación familiar no influyó a la hora de emprender, aunque para el 28% esta fue un factor decisivo.

CARACTERÍSTICAS

DE LAS EMPRESAS

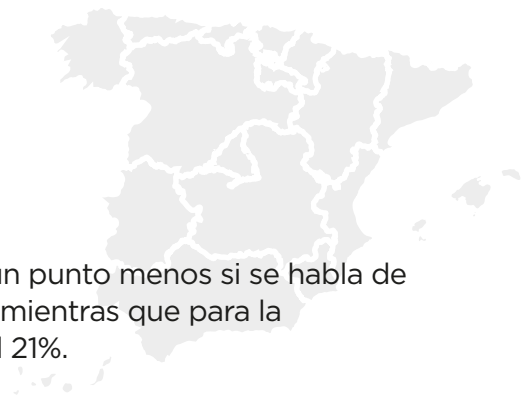
- ▶ Independientemente del territorio y del sexo, el sector consumo es el que acumula mayor nivel de emprendimiento. La mayoría de las emprendedoras tanto rurales (53%) como urbanas (50%) crean empresas en el sector consumo.
- ▶ Para todos los colectivos analizados, las empresas creadas son principalmente micro y pequeñas empresas. En el ámbito rural, independientemente del sexo, la mayoría no cuenta con ningún trabajador y en torno al 40% tienen menos de 5 trabajadores.
- ▶ La mayoría de las emprendedoras rurales (91%) crean sus empresas con miembros de su entorno familiar y están gestionadas por la propia familia, un 30% la crea con su pareja y el 63% afirma que entre el 75 y el 100% de su negocio pertenece a otras mujeres.
- ▶ El 21% de las empresas creadas por emprendedoras rurales cuentan ya con certificaciones y sellos medioambientales.
- ▶ Las emprendedoras rurales consideran que cuentan en mayor medida con recursos suficientes de infraestructuras para hacer crecer su empresa ya sea a través de nuevas actividades, nuevos clientes o nuevos mercados, frente a los recursos humanos o recursos financieros.

- ▶ La menor envergadura de las iniciativas rurales femeninas se pone de manifiesto al comprobar que la cantidad más frecuentemente invertida por las emprendedoras rurales es de 10.000 euros, justo la mitad de la invertida por las emprendedoras urbanas y por los emprendedores rurales.
- ▶ Los ahorros son la principal fuente de financiación para la emprendedora rural (54%), al igual que para la urbana (61%) y el emprendedor rural (61%), seguido por los bancos e instituciones financieras (16%) y por los familiares y amigos (14%).
- ▶ Solamente el 5,5% de las emprendedoras rurales ha recibido algún tipo de ayuda específica para el emprendimiento en el medio rural por parte de los gobiernos e instituciones.

ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS

DIGITALES

- ▶ En el medio rural, el 34% de las emprendedoras (un punto menos si se habla de emprendedores) pueden funcionar sin tecnología, mientras que para la emprendedora urbana ese dato desciende hasta el 21%.
- ▶ Tan solo el 26% de las emprendedoras rurales tiene previsto utilizar más tecnologías digitales en los próximos 6 meses, cifra menor a la de los emprendedores rurales (32%), pero aun menor que las emprendedoras en el medio urbano (40%).
- ▶ El 60% de las emprendedoras rurales no disponen de una página web para vender sus productos o servicios de forma online.
- ▶ Mientras que el 46% de las emprendedoras rurales no obtienen ingresos mediante medios digitales, el 14% obtiene entre el 76% y el 100% de sus ingresos de esta forma.
- ▶ La mayoría de las emprendedoras rurales (67%) utiliza internet a diario con fines profesionales. Además, aunque el 53% de ellas indica que la calidad de acceso a internet no les perjudica en el desarrollo de su actividad, al 17% les perjudica mucho.
- ▶ Por último, la red social más extendida entre las emprendedoras rurales es Facebook (45%), seguida en importancia por Instagram (33%).



IMPACTO DEL EMPRENDIMIENTO

FEMENINO

- ▶ El 25% de las emprendedoras y de los emprendedores rurales, ha creado empleo en su territorio, dato que para las emprendedoras urbanas asciende al 29%. Sin embargo, solo el 10% de las emprendedoras rurales aspira a hacer crecer su negocio, menos que las emprendedoras urbanas y los emprendedores rurales, que se sitúan en un 14%.
- ▶ Tan solo el 13% de las emprendedoras rurales comercializan un producto o servicio novedoso, cifra inferior a la obtenida tanto por los emprendedores rurales (16%) como por las emprendedoras urbanas (20%).
- ▶ Únicamente el 12% de las empresas creadas por mujeres rurales utilizan tecnologías o procesos modernos, mientras que para las emprendedoras urbanas y los emprendedores rurales ascendió al 18%
- ▶ El 23% de las emprendedoras rurales venden sus productos en el extranjero, cifra que asciende al 26% para las emprendedoras urbanas y al 20% para los emprendedores rurales.
- ▶ El 78% de las emprendedoras rurales están arraigadas desde hace más de 20 años en su territorio local.
- ▶ Las emprendedoras rurales tienen una mayor orientación social y medioambiental (70%) que las emprendedoras urbanas (60%) y que los emprendedores rurales (63%).
- ▶ Más del 50% de las emprendedoras rurales indican que los ingresos procedentes de su empresa suponen la mayoría de los ingresos de la unidad familiar.



CASOS

DE ÉXITO

- | | |
|-------------------|----|
| - HORTALBAR | 79 |
| - 100PORCIENRURAL | 80 |
| - LADRÓN DE MIEL | 81 |
| - ALPACANA | 82 |
| - MICO TIME | 83 |

HORTALBAR

NOMBRE

Begoña Polo Toribio

UBICACIÓN

Calomarde Terurel

AÑO DE LANZAMIENTO

2019

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Cultivo de verduras y hortalizas de forma ecológica, sin utilización de ningún tipo de fungicidas, herbicidas e insecticidas, para su posterior venta. Con el excedente se elaboran conservas vegetales sin ningún tipo de aditivos que se ofertan a familias, tiendas de la zona y mercados de la Comunidad de Aragón.



“

Es una satisfacción personal de haber logrado convertir un sueño en realidad. Dedicarme a una actividad que me apasiona y hacerla mi modo de vida, en el lugar donde siempre he querido vivir.

“

La burocracia ha sido mi mayor impedimento, sobre todo en la adaptación de las infraestructuras a las exigencias de urbanismo municipales y la adaptación necesaria para que sanidad diera el visto bueno de las instalaciones. El hecho de ser mujer no ha supuesto ningún impedimento para poder poner en marcha el negocio.

“

En mi caso particular, el COVID-19 no ha supuesto ningún impedimento, ya que el 90% de mis ventas van destinada a familias de la Comarca de la Sierra de Albarracín. Sí que ha sido negativo el impacto en las ventas realizadas al sector turístico. Por otra parte, tuve la fortuna de participar en un proyecto del Gobierno de Aragón que a través de la Asociación FADEMUR se repartieron alimentos de productores de Aragón a las familias más necesitadas, y esto me ayudó a poder vender mis productos elaborados.

100 POR CIENT RURAL

NOMBRE

M^a del Robledo Lechuga Gómez

UBICACIÓN

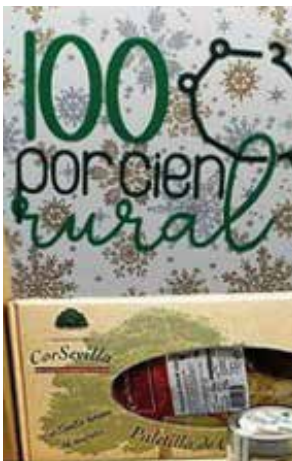
Sevilla

AÑO DE LANZAMIENTO

2020

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Marketplace de productos artesanales rurales y publicidad de servicios rurales, como a María le gusta llamarlo un “mercado web rural”



“

Ser emprendedora es hacer realidad una visión que otros no han tenido y tú sabes que sería bueno hacer, aunque eres consciente que es un camino de muchas incertidumbres, pero alcanzables y realizables. Somos visionarias locas cuerdas valientes.

“

Desde el comienzo, el proyecto ha tenido muy buena aceptación siendo mis hijos mi principal apoyo, junto a familiares, artesanos y clientes. Sabía que ese camino no lo quería recorrer sola y conté inicialmente con la ayuda de dos amigas.

“

Gracias a los cursos de formación gratuitos y los que me ha regalado Gira Mujeres de Coca Cola me he formado en todo lo que me ha hecho falta para gestionar correctamente este negocio y así quitar gastos y que pueda ser viable a corto plazo.

“

Estamos creando entre todos, una gran familia. Para los negocios hay que tener equilibradas las dos partes cerebrales (emocional-razional) y en eso las mujeres tenemos ventajas, desde la prehistoria, somos grandes gestoras y cuidadoras de nuestros hogares.

LADRÓN DE MIEL

NOMBRE

Marleen Schafer

UBICACIÓN

El Gastor, Sierra de Cádiz

AÑO DE LANZAMIENTO

2020

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Proyecto dedicado a la apicultura natural. Jóvenes apicultores que ofrecen visitas a su colmenar, apadrinamientos de colmenas y productos ecológicos de las abejas.



“

Lo más importante para mí es poder seguir mi propio camino. Poner mi energía y creatividad en mis sueños y ver el significado en ellos. Ser mi propia jefa me da cierta libertad, pero por supuesto también muchas obligaciones.

“

Los obstáculos más importantes han sido los administrativos, pero en mi caso también algunas diferencias culturales, porque soy alemana. Como apicultora, es ciertamente más difícil ser reconocida por otros apicultores. Te sientes como una extraña y es más difícil construir una buena red.

“

Personalmente, he emprendido en la pandemia. El confinamiento me dio la oportunidad de centrarme por completo en mi proyecto, porque de todos modos no podía hacer otra cosa. Al mismo tiempo, tenía claro que necesitaba una tienda online para ser más independiente en estas situaciones.

“

Empezar de cero en la agricultura o ganadería no siempre es fácil y no se le reconoce fácilmente de otros agricultores y ganaderos.

ALPACANA

NOMBRE

Ana María Lus Santisteban

UBICACIÓN

Real Valle de Guriezo - Cantabria

AÑO DE LANZAMIENTO

2017

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Granja de alpacas que se dedica a su cría y al procesamiento de su fibra.



“

Ser emprendedora es poder trabajar en lo que realmente me apasiona, disfrutar de lo que hago y poner mi granito de arena. Montar un proyecto desde sus inicios, luchar duro y verlo crecer y convertirse en tu medio de vida.

“

Emprendí mi negocio en solitario. Mi principal apoyo siempre y en todo momento ha sido mi familia. Además, he tenido la suerte de que por este camino me voy encontrando gente increíble y he ido creando alianzas y sinergias. Pero realmente la carga se hace más dura en solitario.

“

Realmente la pandemia ha marcado un antes y un después en todo. A mi alrededor veo cómo los problemas, la parálisis de la economía, el impacto del confinamiento ha tocado a muchos sectores, y si bien han surgido oportunidades también ha dejado muy tocado a muchos emprendedores.

“

En los últimos tiempos los accesos y facilidades al medio rural están cambiando y la forma de trabajar y de ver la vida también están cambiando. Me siento realmente afortunada por el medio en el que vivo.

MICO TIME

NOMBRE

Beli Casillas

UBICACIÓN

Cortes de la Frontera. Málaga.

AÑO DE LANZAMIENTO

2015

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Micoconsultoría técnica, innovación, micoturismo y educación ambiental. Proyecto empresarial que trabaja en el conocimiento, identificación, conservación y el aprovechamiento sostenible de los recursos micológicos.



“

Ser emprendedora es poder tomar las riendas de tus propios proyectos e intentar que se hagan realidad, pero no es tan fácil, sino que también hay que ver que sea viable, medir que sea posible económicamente hablando y que pueda generar ingreso para seguir adelante, y además que pueda crecer y generar más puestos de trabajo a tu alrededor.

“

Como mujer, a veces, eres menos considerada a la hora de presentar proyectos a administraciones o privados, parece que los directivos de empresa siempre tienen que ser hombres. Sin embargo, cuando trabajas con determinadas entidades, acaban dándose cuenta de tu trabajo y confiando en ti, sin considerar el género.

“

La COVID-19 hizo que muchas de las actividades de formación, ecoturismo y talleres que eran presenciales, no se pudieran hacer. Tuvimos, como la mayoría de las empresas, que buscar una alternativa a ello, pasando a realizar muchas de ellas on-line, como las ponencias, los talleres o la formación.

También, se ha producido un incremento del turismo de interior nacional desde la COVID-19 llenando muchos alojamientos y restaurantes de los pueblos, sobre todo en verano.



EQUIPO INVESTIGADOR

Dirección

Fuentes Fuentes, M^a del Mar
Fernández Laviada, Ana

Dirección Técnica

San Martín Espina, Paula
Palazuelos Cobo, Estefanía
Diáñez González, Juan Pablo

Equipo investigador

Bojica Bojica, Ana M^a
Diáñez González, Juan Pablo
Nicolás Martínez, Catalina
Palazuelos Cobo, Estefanía
Peña Legazkue, Iñaki
Rubio Bañón, Alicia
Ruiz Arroyo, Matilde
Ruiz Jiménez, Jenny María
San Martín Espina, Paula

Citar:

OEE (2022): Emprendedoras rurales en España. Análisis con datos GEM 2021-2022. Ed. Observatorio del Emprendimiento de España.

ISBN 978-84-09-44713-8

Edita: Observatorio del Emprendimiento de España

Maqueta: Coca-Cola EUROPACIFIC PARTNERS, S.L.U.

EMPRENDEDORAS RURALES EN ESPAÑA

ANÁLISIS CON DATOS GEM 2021-2022



POR:

