

Tourism and Entrepreneurship: Relationships

Edição Especial

ISSN: 2183-0800

www.isce-turismo.com

Volume 12 | Número 2 | Julho 2019 [22^a. edição]
Volume 12 | Number 2 | July 2019 [22st edition]
Volumen 12 | Número 2 | Julio 2019 [22^a edición]



EMPRENDIMIENTO RURAL: OBSTÁCULOS Y SUGERENCIAS PARA SU DESSARROLLO

122

Ezequiel Herruzo

Gabriela Alavez

Isabel Romero

José Carlos Sánchez

Luisa Dugo

Herruzo, E., Alavez, G., Romero, I., Sánchez, J. C. & Dugo, L. (2019). Emprendimiento rural: Obstáculos y sugerencias para su desarrollo. *Tourism and Hospitality International Journal*, 12 (2), 122-127.

Abstract

Rural entrepreneurship is a phenomenon that may be the key to avoid the displacement of workers to other regions inside or out of the country, by generating independent income. The obstacles they face are remoteness of the companies embedded in this context respect to larger markets and therefore access to resources, the lack of promotion tools or unqualified human capital, etc. We defined two types of entrepreneurship in the “Valle de los Pedroches”, a region located in southern Spain: those who have undertaken on their own and those who have undertaken within a family nucleus. For both types of entrepreneurship, we provide suggestions for their development in the rural environment.

Keywords: Rural entrepreneurship, Rural environment, Rural development

Introducción

Aunque el emprendimiento es un tema ampliamente estudiado, la mayoría de las investigaciones realizadas se centran en emprendedores de zonas urbanas, otra gran porcentaje analizan este fenómeno desde un contexto muy amplio, ya sea a nivel nacional o internacional (Wortman, 1990). Si bien en esencia este proceso en áreas rurales no difiere al encontrado en áreas urbanas, sí existen variaciones en cuanto a la diversidad de oportunidades y a la existencia de diferentes obstáculos, definidos por su contexto (Stathopoulou, Psaltopoulos & Skuras, 2004).

Antecedentes

Para estudiar este fenómeno en el contexto rural, es necesario definir primero qué es el medio rural. El Instituto Nacional de Estadística de España usa el tamaño del núcleo poblacional para construir cuatro categorías (Instituto Nacional de Estadística de España, 2011): municipios urbanos, intermedios, pequeños o rurales, con una población inferior a 2,000 habitantes, y municipios rurales, si cuentan con menos de 10,000 habitantes. Por su parte, la Ley 45/2007 para el Desarrollo Sostenible del Medio Rural (Jefatura del Estado, 2009), lo define como “el espacio geográfico formado por la agregación de municipios o entidades locales menores definido por las Administraciones competentes que posean una población inferior a 30,000 habitantes y una densidad inferior a los 100 habitantes por km²”. Así mismo, define al municipio rural de pequeño tamaño como “aquel que posea una población residente inferior a los 5,000 habitantes y esté integrado en el medio rural” (Jefatura del Estado, 2009).

A pesar de que en la actualidad el medio rural sufre la pérdida o falta de industrias de manufactura y la reestructuración de la agricultura, lo que ha causado el desplazamiento continuo de trabajadores, muchas familias no desean o no pueden dejar sus comunidades rurales, lo que ha abierto la necesidad de ingreso desligado a las granjas para que éstas puedan continuar operando (Stathopoulou, Psaltopoulos & Skuras, 2004; Wortman, 1990).

Desarrollo

Tomando en cuenta lo anterior, el emprendimiento rural se vislumbra como una forma de mejorar la calidad de vida en este contexto. Éste se define como “la creación de una nueva organización que introduce un nuevo producto, sirve o crea un nuevo mercado, o utiliza nueva tecnología en un medio rural” (Wortman, 1990). Así, la formación de nuevas empresas, en especial en los sectores secundario y terciario, es un medio para incrementar el ingreso y el empleo, además de que provee bienes y servicios que antes no existían y promueve la estabilidad y crecimiento en las comunidades rurales (Stathopoulou, Psaltopoulos & Skuras, 2004; Wortman, 1990). Una vez entendido como una necesidad, es importante buscar su creación y desarrollo.

Se debe promover la orientación emprendedora en las áreas rurales (Militaru, 2013). Después de varios estudios, este autor concluyó que, aunque las familias y

amigos juegan un rol importante, la educación, el entrenamiento, la infraestructura de la comunidad y la asistencia financiera son los elementos clave para incentivar esta conducta. Referencia (Camagni, 1995), por su parte, busca un entorno innovativo o innovative milieu, el cual es un espacio geográfico que cuenta con un medio para conducir la innovación que tiene, ante todo, fuertes elementos de emprendimiento local. Así, los niveles altos de emprendimiento se combinan con los de innovación, acelerando el desarrollo local.

Para otros autores, un aspecto esencial a tomar en cuenta para el desarrollo rural es el digital (Malecki, 2003; Salemink, Strijker & Bosworth, 2017). Según estos últimos estudios (Salemink, Strijker & Bosworth, 2017), hace falta una mayor difusión de la tecnología ya que en este contexto existen niveles bajos de educación y falta de habilidades digitales, lo que crea un impacto negativo en su adopción y uso. La paradoja radica en que pese a que las comunidades rurales son las que más necesitan conectividad para compensar su lejanía, también son las menos conectadas y excluidas.

Obstáculos

Los obstáculos que enfrenta la población rural para emprender se relacionan intrínsecamente con su contexto. Referencia (Stathopoulou, Psaltopoulos & Skuras, 2004) los dividió en dos: aquellos que tienen que ver con el factor físico y aquellos dependientes de los factores sociales y económicos. En la primera lista de dificultades se encuentran la distancia con respecto a grandes mercados, el escaso acceso a clientes, proveedores y recursos, así como la separación con fuentes de información e instituciones gubernamentales. En la segunda, encontramos la falta de preparación o conocimientos técnicos, así como de articulación entre las personas para crear un ambiente innovativo y de beneficio mutuo.

El presente estudio se desarrolla en el valle o comarca de los Pedroches, situado en la provincia de Córdoba en España, específicamente entre empresarios y emprendedores provenientes de los municipios de Añora, Dos Torres y Pozoblanco. La comarca del Valle de Los Pedroches está situada al norte de la provincia de Córdoba. Los pueblos de la comarca son pueblos pequeños, su población es una población envejecida y masculinizada como consecuencia de la huida de las mujeres a zonas urbanas en busca de oportunidades laborales, su densidad demográfica es aproximadamente 16 habitantes por km². Su cabecera de comarca es Pozoblanco con una población de 17.214 habitantes. El resto de los municipios en los que se han realizado las encuestas, Añora y Dos Torres, tienen 1539 y 2.415 habitantes respectivamente. Hay que destacar la importancia del sector ganadero como motor del desarrollo económico y social, con una incipiente industria agroalimentaria.

Para el desarrollo del trabajo se han realizado entrevistas no estructuradas, directamente en sus centros de trabajo, para conocer las características e historia de sus empresas. Después de recopilar lo dicho por estos empresarios, se catalogaron en dos diferentes vertientes: aquellos que han emprendido por cuenta propia y que buscan

obtener un sitio en el mercado, y aquellos que han emprendido dentro de un núcleo familiar y que suelen heredar el negocio.

El primer caso se refiere a emprendedores que tienen una formación técnica y que pueden depender de sus propias habilidades para obtener un ingreso. Entre ellos, se encuentran abogados, ingenieros, diseñadores o desarrolladores web, etc.

El segundo caso también encierra características particulares, ya que se centra en actividades del sector primario: agropecuario y ganadero. Suelen ser negocios heredados de sus padres, quienes hicieron una inversión inicial fuerte en su tiempo, y cuyos hijos se han encargado de adaptar a las nuevas tecnologías y tendencias en el sector.

También están aquellos que han debido depender de la ayuda de amigos o familiares para emprender, pero que ya contaban con alguna experiencia previa en la rama. Una de las principales amenazas que se vislumbran en esta categoría es la dependencia hacia un solo cliente, quien controla la producción y el valor en el mercado.

Propuesta de estrategias

Como estrategias, desde el punto de vista de incentivo al emprendimiento o de mejora de la eficiencia del emprendimiento iniciado, se sugieren las siguientes:

Para la categoría de empresarios en solitario:

- Cursos de formación en ventas, liderazgo y habilidades gerenciales, utilizando el potencial de las herramientas digitales para dar a conocer productos o servicios no sólo en la comarca, sino en toda España o fuera del país.
- Conocer y comprender los beneficios de monetizar o rentabilizar activos subutilizados a través de plataformas de economía colaborativa. Como podría ser, por ejemplo, la recogida de purines en granjas.
- Creación de una comunidad de emprendedores, donde puedan compartir sus experiencias, fracasos y consejos, lo que crearía un entorno innovador y de correspondencia, como varios autores han planteado.
- Facilitar por parte de la Administración Local un espacio físico para el desarrollo de este trabajo colaborativo, un espacio de coworking, en el que los emprendedores puedan desarrollar su actividad.

Para la categoría de empresas creadas en ambientes familiares y que ya tienen una trayectoria y conocimientos previos:

- Buscar la creación de un sistema de prácticas dentro de la empresa para jóvenes antes de iniciar sus estudios universitarios fuera de la comarca, para que sepan el panorama empresarial y de empleabilidad con el que cuenta su región.
- Plataformas de difusión de los perfiles que hacen falta en las empresas locales, para que los jóvenes tengan una dirección hacia donde encaminar sus estudios.
- Plataformas de difusión de los proyectos existentes, para orientar al consumo interno.
- Promover el aumento de la cartera de clientes de las empresas del sector primario, para evitar que se mantengan en una situación vulnerable.
- Estas sugerencias, aplicadas correctamente y no excluyentes con otras iniciativas, pueden ser claves para el detonante del emprendimiento en la zona.

Conclusión

El presente estudio se basó en las opiniones y consultas a empresarios ya establecidos, así como a expertos en el tema que han trabajado en estos tópicos por largo tiempo. Su perspectiva y conocimientos fueron clave para poder plantear sugerencias. Sin embargo, cabe mencionar que hace falta mirar el problema desde más y diferentes ángulos: el emprendimiento desde la niñez, en el arte, aquél basado en plataformas digitales, o en el llevado a cabo por personas con discapacidad o con escasos recursos. Para cada uno de estos casos las estrategias deberán replantearse y adaptarse a las necesidades de cada uno, por lo que no son transferibles.

Agradecimiento

Al Excmo. Ayuntamiento de Añora que a través de sus iniciativas en la zona ERI ha permitido el alojamiento y apoyo necesario para cubrir las necesidades de una estancia de investigación en la zona rural de su entorno.

Referencias

- Camagni, R. P. (1995). *The concept of innovative milieu and its relevance for public policies in European lagging regions*. Papers in regional science, 74(4), 317–340.
- Instituto Nacional de Estadística de España. (2011). *Censos de población y vivienda*.
- Jefatura del Estado. (2009). Ley 45/2007, de 13 de diciembre, para el desarrollo sostenible del medio rural. Legislación consolidada, 1–18. Retirado de <https://www.boe.es/buscar/pdf/2007/BOE-A-2007-21493-consolidado.pdf>.
- Malecki, E. J. (2003). Digital development in rural areas: potentials and pitfalls. *Journal of Rural Studies*, 19, 201–214.
- Militaru, G. (2013). Encouraging and supporting entrepreneurial orientation in rural Areas. Evidence from Romania. *International Journal of Management Science & Technology Information*, 10.
- Salemink, K., Strijker, D. & Bosworth, G. (2017). *Rural development in the digital age: A systematic literature review on unequal ICT availability, adoption, and use in rural areas*, (October). <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.09.001>
- Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D. & Skuras, D. (2004). Rural entrepreneurship in Europe: A research framework and agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 10 (6), 404–425. <https://doi.org/10.1108/13552550410564725>
- Wortman, M. S. (1990). *Rural entrepreneurship research: An integration into the entrepreneurship field*. *Agribusiness*, 6 (4), 329–344. [https://doi.org/10.1002/1520-6297\(199007\)6:4<329::AID-AGR2720060405>3.0.CO;2-N](https://doi.org/10.1002/1520-6297(199007)6:4<329::AID-AGR2720060405>3.0.CO;2-N)