



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Máster

El grado de innovación del
emprendimiento en entornos rurales en
España

Autor/es

Iván Lafuente Bautista

Director/es

María Consuelo
González Gil

Facultad de
Economía y Empresa

2023

RESUMEN

Este artículo analiza el grado de innovación del emprendimiento en entornos rurales. A priori, podría parecer evidente que el grado de innovación influye de manera negativa en el entorno rural, debido a una serie de factores que en este entorno son más complejos que en el urbano. Los resultados empíricos obtenidos en este estudio, utilizando datos GEM, revelan que el grado de innovación en el entorno rural no presenta la significatividad necesaria para que tenga influencia. Por lo tanto, de cara a futuros estudios sería interesante poder analizar qué factores resultan significativos para el grado de innovación.

ABSTRACT

This article analyzes the degree of innovation of entrepreneurship in rural environments. A priori, it might seem evident that the degree of innovation has a negative influence in rural environments, due to a series of factors that are theoretically more complex in rural environments than in urban environments. The empirical results obtained in this study, using GEM data, reveal that the degree of innovation in the rural environment is not significant enough to have an influence. Therefore, for future studies it would be interesting to analyze which factors are significant for the degree of innovation.

RESUMEN	2
ABSTRACT	2
INTRODUCCION	4
MARCO TEORICO	6
Innovación	6
Emprendimiento rural	8
Emprendimiento femenino en entornos rurales	10
HIPOTESIS	11
METODOLOGIA	14
RESULTADOS	16
MODELOS	19
MODELO 1	20
MODELO 2	21
MODELO 3	22
CONCLUSIONES Y LIMITACIONES	23
BIBLIOGRAFÍA.....	27

INTRODUCCION

La innovación y el cambio tecnológico se señalan como factores claves del crecimiento económico de los países, como queda demostrado en varios trabajos empíricos en el ámbito de la empresa, del sector o de la economía en su conjunto (Griliches Z, 1986; Mansfield E, 1988; Lichtenberg F, 1992). En estos trabajos de investigación se analiza la relación entre la innovación y el crecimiento económico, utilizando como medida para la innovación el gasto en I+D, el número de patentes o el número de innovaciones. Cameron (1998) afirmaba que existía un consenso en la literatura en cuanto a que la innovación tiene un efecto significativo sobre la productividad de la empresa, de la industria y del país, estableciéndola como parte fundamental del crecimiento económico del país y su devenir.

Sin embargo, no todo tipo de emprendimiento genera el mismo crecimiento económico (Baumol, 1990; Wennekers y Thurik, 1999; Baumol y Strom, 2007), a pesar de ello, se encuentran estudios que apoyan que el emprendimiento ligado a la innovación, lo cual conlleva un impacto significativo en el crecimiento económico (Wong et al., 2005). Por ello, este tipo de emprendimiento es denominado como “emprendimiento innovador”, y los factores que lo determinan han sido objeto de estudio en los últimos años.

Por un lado, se ha estudiado qué existen una serie de factores psicológicos, como el miedo al fracaso o la tolerancia al riesgo, y otros de capital humano, como la educación y la experiencia previa del emprendedor, propiciando que pueda llegar a ser más o menos innovador (Fuentelsaz y Montero, 2015).

Cabe destacar que en esta investigación ha sido primordial tener presente los ámbitos tanto rurales y urbanos y cómo afectaría sobre ellos el grado de innovación del emprendimiento, dicha opinión la presentan varios autores que hablan de manera individualizada tanto del emprendimiento rural y del grado de innovación, por lo que he considerado que puede ser interesante realizar un estudio para ver la influencia que tiene el grado de innovación en el emprendimiento rural debido a que ambos términos de manera independiente son muy importantes para el desarrollo económico en España.

Por lo tanto, es una oportunidad de rellenar el GAP que existe hoy en día en la literatura debido a que apenas se cuenta con estudios previos en España.

Por otro lado, sí que he encontrado en la literatura estudios como el de Autio et al., (2014); Welter (2011); Zahra et al., (2014) han profundizado acerca de la importancia del grado de innovación (producto, proceso, tecnología) a la hora de emprender, generando oportunidades para el emprendedor y poder entrar a un mercado de manera firme gracias a esa innovación diferencial respecto a la competencia.

En este sentido, ahondando aún más en este aspecto se determinó que la influencia del entorno geográfico en el que se desenvuelve la actividad emprendedora es clave para la detección de nuevas oportunidades de negocio (Gaddefors y Anderson, 2017). Estos factores geográficos van desde la proximidad a centros urbanos (Mueller et al., 2008), a universidades (Audretsch y Feldman, 2004) y a otras empresas (Audretsch y Keilbach, 2004) conllevando a que la ubicación es un factor importante para iniciar la actividad emprendedora.

Continuando con la línea argumentativa, se encuentran presente estudios (Smallbone et al., 2002) que ratifican que las empresas que operan en un contexto rural presentan ciertas desventajas, puesto que estas sociedades se encuentran más alejadas de mercados clave, lo cual dificulta su vinculación a redes de apoyo estructurales dada la baja densidad comercial del entorno.

A pesar de las dificultades que presenta el contexto rural, me resulta destacable el papel que desempeñan las mujeres en el emprendimiento rural y cuál es el grado de innovación que desempeñan en su proceso de emprendimiento, dado que hay que considerar con el paso de los años el cambio positivo de las mujeres en el ámbito laboral, sería interesante ver si gracias a la innovación ha aumentado la cuota de mujeres emprendedoras en un contexto tan complicado históricamente para las mujeres como es el ámbito rural (Camberos, 2017).

Como se ha mencionado anteriormente, las mujeres han sufrido un proceso de modernización en el cual la mujer se ha empoderado en lo social, adquiriendo una mayor participación en el espacio rural, confirmando el vínculo principal con el emprendimiento en economías locales y rurales (Balcázar, 1998). Destacable el estudio

publicado por Santander, Fernández y Yañez (2016) en el que se muestra como el empoderamiento y el emprendimiento de las mujeres son fundamentales para mejorar los niveles de pobreza y fortalecer un ambiente que promueve la actividad emprendedora y dinámica que aporta al crecimiento económico rural de un país.

El ámbito de la investigación está ceñido a España, donde el contexto rural presenta un gran impacto en la economía del país y a nivel más local en la economía de muchas familias que dependen del ámbito rural. A lo largo de todo el trabajo voy a nombrar en repetidas ocasiones ámbito rural, por lo tanto, es importante definir que consideramos “ámbito rural”. Para ello, me he guiado por la definición que utiliza el informe GEM España 2021-22, considerando “ámbitos rurales” a aquellos municipios con una población inferior a 5.000 habitantes.

La investigación tiene por objetivos analizar la influencia del contexto rural sobre el grado de innovación del emprendimiento y estudiar qué grado de influencia tendría el emprendimiento femenino en un entorno rural. Con ello, se pretende contribuir a la literatura existente realizando un análisis empírico sobre la relación del grado de innovación y su influencia en el contexto rural, así como si variara esta relación si se tratara de mujeres emprendedoras. Tomar todo el estudio como base de futuras investigaciones para poder realizar valoraciones más profundas y con mayores datos con los que partir en próximas investigaciones.

MARCO TEORICO

Innovación

La innovación juega un papel fundamental en el desarrollo económico de las naciones (Baumol, 2002), siendo una fuente principal de ventajas competitivas que ayudan a la supervivencia del emprendimiento (Martins et al., 2015).

Cuando la literatura distingue entre tipos de emprendimiento lo hace utilizando una amplia variedad de términos: innovadores o imitadores (Schumpeter, 1934), emprendedor productivo o improductivo (Baumol, 1990), orientado a actividades de

alto crecimiento o no (Estrin et al., 2013), emprendedor formal o informal (Dau y Cuervo-Cazurra, 2014) y emprendedor por oportunidad frente a emprendedor por necesidad (Reynolds et al., 2005). Sin embargo, a pesar de las numerosas clasificaciones existentes, la investigación realizada coincide en que las nuevas iniciativas empresariales tienen consecuencias muy distintas desde el punto de vista del desarrollo y del crecimiento económico en función del tipo de emprendimiento (Minniti, 2008; Shane, 2009).

Focalizando la atención en el comportamiento de los emprendedores más innovadores, se puede innovar de diversas formas: del producto en el mercado, innovaciones tecnológicas en el proceso productivo o innovaciones en el modelo organizacional (Aldrich, 1999; Cliff et al., 2006).

Para que sean más factibles todas estas maneras diferentes de innovación, serán fundamentales las ayudas que reciban las empresas para poder implantarlas. Dada esta situación, algunos autores sostienen que las instituciones deberían apoyar el emprendimiento innovador, buscando su supervivencia y no en el apoyo de nuevos emprendedores indistintamente de si son innovadores o imitadores (Shane, 2009; Mason y Brown, 2013).

Una vez mencionados los tipos de emprendimiento y las diferentes formas del emprendimiento innovador, el siguiente paso es centrarse en aquellas características que favorecen a dicho emprendimiento innovador, a pesar de que la literatura no tiene un consenso claro en cuanto a las características que lo componen (McMullen et al., 2007; Koppl, 2008), dado que el proceso de emprendimiento se opera a dos niveles: micro y macro (Davidsson y Wicklund, 2001).

Por lo tanto, es más apropiado distinguir estas características de manera individual en función de cada uno de los niveles macro o micro. Respecto al nivel macro, una de las características más estudiadas es el papel de las instituciones, pudiendo favorecer a la innovación en el emprendimiento con políticas de apoyo (Mason y Brown, 2013), con el fin de que los emprendedores puedan tener una serie de recursos complementados por las instituciones y reducir las posibles limitaciones de los emprendedores (De Clercq et al., 2014).

Por otro lado, la literatura muestra que las características correspondientes a los aspectos micro del emprendimiento se han focalizado en cómo son las características individuales de los emprendedores innovadores, desarrollando un perfil del emprendedor innovador. Para definir el perfil de emprendedor innovador, existen factores psicológicos y características que explican por qué unos emprendedores innovan más que otros, estas características que identifican a los emprendedores más innovadores son: el menor miedo al fracaso y/o una mayor tolerancia al riesgo que los emprendedores imitadores (Fuentelsaz y Montero, 2015).

Los emprendedores más innovadores hacen actividades más arriesgadas y menos contrastadas, buscando oportunidades de mercado (Koellinger, 2008).

A la hora de indagar en la literatura se pudo observar que la mayoría de los artículos hacen hincapié en entornos céntricos y urbanos. Aunque otra línea de investigación propone que la innovación debiera de aplicarse a entornos más rurales (Peet y Hartwick, 1999), a pesar de contar con la escasez de información sobre la innovación aplicada en ámbitos rurales, por lo tanto, es uno de los GAP que se puede encontrar en la literatura y que ha motivado la investigación.

Emprendimiento rural

Las zonas rurales concentraban a comienzos del siglo XX, la mayoría de los habitantes a nivel mundial (Galpin et al., 1918), sin embargo, la industrialización en ciertos territorios propició la migración poblacional hacia las grandes ciudades (Farley, 1937) motivadas por las oportunidades que generaban tales como el desarrollo educativo de los hijos, la posibilidad de encontrar trabajos mejor remunerados, la búsqueda de mayor estabilidad y certidumbre económica, o la facilidad y mejor propensión para iniciar negocios en un ambiente urbano, frente a un escenario de ruralidad incierta (De Jong & Fawcett, 1981; Mazumdar, 1987); trayendo consigo el despoblamiento de áreas rurales (Frederick & Long, 1989; Watkins, 1907).

Siguiendo el planteamiento del párrafo anterior, la industrialización de las ciudades trajo consigo el progreso económico; mientras las áreas rurales se estancaban y se aislaban en su papel de ser proveedores de materias primas con poco o ningún valor agregado

(Harris, 1969; Tauger, 2010). Este proceso cambiante propició que las condiciones del mercado variaran continuamente, por lo que los empresarios rurales tuvieron que asumir nuevos roles en el proceso de creación de empresas, apostando últimamente por las actividades propias del sector terciario tomando un mayor peso, a su vez, que las del sector primario. Además de adaptarse a todos los cambios que se producen en el entorno y sostenerlos en el tiempo, lo cual se convierte en un desafío constante, ante una ruralidad la cual es menos competitiva comparada a los entornos urbanos (Harpa & Moica, 2014).

Para este estudio es importante destacar la innovación en las áreas rurales, debido a ello, cabe resaltar la opinión de autores como es el caso de Myrdal en el año 1957 que expuso la teoría centro-rural, basándose en que las regiones rurales tienen la oportunidad de localizar actividades económicas de ventaja comparativa en una red de pequeñas y medianas empresas innovadoras, además, de estar apoyadas por la lealtad espacial entre los agentes económicos y sociales de cada ámbito territorial (Pallarès-Barberà et al., 2004).

Por su parte, Peet y Hartwick (1999) constatan que los modelos de desarrollo cada vez se alejan más del simple crecimiento de las magnitudes económicas y priorizan especialmente la innovación en áreas rurales, buscando oportunidades de mercado en los pequeños emprendimientos basados en las actividades que aporten valor añadido.

El emprendimiento se ha convertido en el motor de desarrollo económico en las áreas rurales (Lordkipanidze, Brezet y Backman, 2005) en parte, gracias al papel que desempeñan las nuevas innovaciones aplicadas tanto a nivel estructural, de proceso y tecnológico. La implantación de estas innovaciones ha supuesto reforzar a dichas empresas y diferenciarlas de esta manera con sus competidoras, por lo tanto, debido a esa innovación se busca promover el espíritu emprendedor, la cooperación, la comercialización y el desarrollo de una imagen de marca (Garrod et al., 2006, Oliver y Jenkins, 2003 en Andersson et al., 2009).

Si hablamos de la innovación en un contexto de emprendimiento rural, se debe tener en cuenta las políticas de desarrollo rural que han apoyado la innovación en el emprendimiento como una herramienta para solventar las debilidades del mercado de trabajo rural. Además de incentivar el autoempleo, lo cual ha permitido generar nuevos

puestos de trabajo. Por lo tanto, se ha contribuido a impulsar la participación laboral, además de suponer, un incremento en la participación de las mujeres en el medio rural y a mejorar su calidad de vida personal, independencia, satisfacción del trabajo y expectativas de beneficio personal (Lordkipanidze et al., 2005).

Emprendimiento femenino en entornos rurales

Bartolomé (2018) definió el emprendimiento femenino como la evolución de la mujer en el ámbito laboral dentro de una sociedad, sumado a su participación en la creación de empresas dentro de las cuales se enfrentan a retos financieros, familiares, culturales y sociales.

Para conocer más detalladamente la situación que se encuentra una emprendedora a la hora de iniciar un negocio en un entorno rural, es importante conocer una serie de particularidades que presenta el propio entorno. Como, por ejemplo: el tamaño poblacional, un entorno limitado (no permite crecer fácilmente) y falta de recursos, la cual genera que la dificultad del emprendimiento femenino en entornos rurales sea superior a entornos urbanos.

Además, históricamente tampoco ha sido sencillo emprender en entornos rurales por parte de las mujeres, debido a la fuerte orientación de la ideología rural (influyendo de manera muy estricta sobre el rol de las mujeres) que sigue arraigada en muchas regiones más atrasadas culturalmente, en las cuales las mujeres siguen teniendo un papel secundario con respecto a los hombres (Little, 1987).

Estas barreras comentadas en el párrafo anterior puedan explicar los motivos por los que las mujeres en zonas rurales han tenido una menor iniciativa a la hora de innovar en sus emprendimientos en ámbitos rurales que sus homólogos masculinos (Braithwaite, 1994; Wiskerke et al., 2003). Sin embargo, hoy en día, no se puede plantear un desarrollo rural sin mujeres debido a que son claves para favorecer el empuje económico de los territorios rurales, gracias a la aparición de emprendedoras que han decidido cambiar el rol que tenían las mujeres en el ámbito rural y apostar por la innovación de sus empresas en este entorno (García, 2004; Sampedro y Camarero, 2007).

Debido al incremento de la participación de las mujeres en entornos rurales, los últimos estudios que se han realizado en la literatura han sido abordados desde una perspectiva más innovadora, en la que el género es tratado partiendo de un proceso de modernización en la innovación que ha permitido el empoderamiento de la mujer en lo económico y en lo social, adquiriendo una mayor participación en el espacio rural (Balcázar, 1998).

Al haber progresado en la modernización de la cultura en ámbitos rurales, dejando atrás pensamientos e ideologías impropias del siglo en el que vivimos, se ensalza el papel adquirido por las mujeres, consiguiendo reducir la desigualdad con respecto a los hombres en el ámbito rural, adquiriendo la posibilidad de acceder a sectores de distribución y producción, aportando así cada vez más ingresos al sector económico formando parte imprescindible en su desarrollo (Manzanera y Lizarraga, 2013; Palacios, 2010).

HIPOTESIS

La presencia de las nuevas tecnologías en las empresas ha crecido de forma significativa, siendo capaces de provocar modificaciones en los procesos de producción y a nivel organizativo. Esta línea de pensamiento sobre la innovación en las empresas ha sido abordada por autores como Cox (2008), Harris y Chrispeels (2006), Nachmias, Mioduser y Forkosh-Baruch (2008).

Es importante, recalcar que la innovación no abarca únicamente a la mejora tecnológica, innovar es también la introducción de ideas, mejorar el enfoque en cuanto a la organización se refiere, desarrollar mejoras en productos y servicios, novedosos procesos productivos, nuevas prácticas de trabajo (Adair, 1992). Continuando con esta línea de pensamiento de Adair, podemos establecer que la innovación, es la implementación de la idea nueva y útil. De esta manera, se busca lograr cambios en el sistema, con el propósito de mejorar y perfeccionar algún aspecto de su estructura, contenido o funcionamiento.

La innovación en los entornos rurales también ha ido incorporando nuevas tecnologías, conscientes de la importancia y oportunidades que éstas pueden ofrecer, contribuyendo

de esta manera al desarrollo local pudiendo impulsar empresas distantes geográficamente para permitirles desarrollarse y potenciar sus procesos, adquiriendo así una mayor eficiencia (Del Moral y Villalustre, 2011).

La innovación, como he mencionado con anterioridad, es también el desempeño organizacional, el cual está ligado al comportamiento de los factores externos e internos de las empresas, es, por ende, que en un entorno tan complejo como es el rural, los nuevos enfoques en el ámbito organizativo de las empresas nacientes son más difíciles a la hora de implantarlos (Tidd, 2001).

Además, coincide con la opinión expresada por otros autores como Damanpour y Evan (1984), los cuales sustentan que los cambios y la incertidumbre del entorno estimulan cambios e innovaciones en la estrategia y la estructura organizacional, aunque los resultados y la eficacia que generen estos nuevos modelos organizacionales estarán directamente relacionados por el contexto en el que se implantan.

Por lo previamente mencionado, las nuevas tecnologías en el contexto rural generan ciertas complicaciones para la creación de empresas, debido a que en las áreas rurales resulta difícil acceder a financiaciones públicas y privadas que puedan cubrir los costes de dichas innovaciones a nivel organizativo o tecnológico (proceso, productos o servicio), inclusive, se dispone de menor radio de redes de contacto al pertenecer a un entorno tan complejo (Fuller-Love et al., 2006).

Por lo tanto, siguiendo con línea de pensamiento de Fuller-Love (2006) no es tan sencillo introducir esos nuevos desarrollos en la innovación en las empresas nacientes por los componentes mencionados con anterioridad, y es por ello, que en varias ubicaciones rurales no se pueden llevar a cabo la implementación de estas tecnologías en las empresas. En este sentido, podemos afirmar que la dificultad del emprendimiento innovador es mayor en el contexto rural.

Por este motivo, se propone la siguiente hipótesis:

H1: El contexto rural influye negativamente en el grado de innovación del emprendimiento.

El reconocimiento e inserción de las mujeres rurales en el ámbito laboral ha sido desde los años 80 uno de los principales objetos de estudio, tanto en España como a nivel internacional. Dichos estudios han revelado que la inclusión económica de las mujeres en el mundo rural ha estado siempre negada por las estructuras patriarcales y las condiciones de una economía exclusivamente agrarias (Barthez, 1982; Lagrave, 1983; Whatmore, 1991; Little, 1990; Shortall, 1999).

El medio rural ha supuesto tradicionalmente una discriminación sociocultural y económica para las mujeres, generando complejos procesos de masculinización (Camarero y Sampedro, 2009). Sin embargo, la tendencia de las investigaciones realizadas en los últimos tiempos plantea un nuevo enfoque, en el cual las mujeres adquieren un nuevo rol en el marco de la reestructuración económica del mundo rural (Marsden, Lowe y Whatmore, 1990).

Dada la nueva línea investigativa, las mujeres han obtenido un mayor protagonismo y peso en la toma de decisiones en el contexto rural, siendo artífices principales de la reestructuración rural y del surgimiento de nuevos mercados de trabajo (Marsden, Lowe y Whatmore, 1990).

Todo este aumento del protagonismo de las mujeres en el ámbito rural ha supuesto el incremento del emprendimiento femenino en este entorno, por lo tanto, los negocios más comunes puestos en marcha por mujeres rurales en España se identifican con iniciativas de pequeña escala, bajo el prisma de la Economía Social y Solidaria (ESS), concentradas en el sector terciario: turismo, artesanía, cuidados, producción de alimentos y agroturismo (Alario y Morales, 2016; Esteban, Pérez y Gargallo, 2018).

Por lo tanto, las mujeres en ámbitos rurales tienen una mayor representación en el sector servicios, dicho sector es el que más cambios ha sufrido a nivel de innovación en los últimos años, teniendo un crecimiento exponencial (Anthopolou, 2010).

Durante las últimas décadas se ha percibido como las mujeres emprendedoras en entornos rurales han logrado avanzar logrando la igualdad de género desde la innovación. Tal y como expresan algunos trabajos como los de Paredes, Castillo y Saavedra (2019) : la mujer emprendedora posee capacidades que influyen en su emprendimiento como la experiencia laboral, gusto por las actividades y menor miedo

al fracaso, además de emprender a partir de diferentes necesidades socioeconómicas como apoyar el ingreso familiar y mejorar su nivel de vida.

Para que las emprendedoras rurales estén en la disposición de aprovechar las oportunidades que puedan surgir en el mercado laboral a la hora de innovar es necesario que dispongan de diversos conocimientos y fuentes de información, de cultura, saberes y costumbres. Todo lo mencionado anteriormente unido con la creatividad, genera el surgimiento de la innovación impositiva, de ideas novedosas acerca de las diferentes áreas, productos y aspectos del negocio (Paredes, Castillo y Saavedra, 2019).

Por lo tanto, las emprendedoras que han apostado por la innovación han contribuido al impacto económico de las áreas rurales españolas, mejorando las condiciones sociales y económicas del entorno rural, y generando progreso para sí mismas, para sus familias, y para sus organizaciones, produciendo una influencia positiva y necesaria en el ámbito rural (Díaz y Echevarría, 2016).

Se propone la siguiente hipótesis:

H2: El emprendimiento femenino modera la influencia del grado de innovación en el contexto rural.

METODOLOGIA

El análisis empírico de este trabajo se realiza a partir de unas bases de datos, en total son cuatro y cada una de ellas representa los años 2015, 2016, 2017 y 2018, dichas bases fueron obtenidas de los datos resultantes de las encuestas del Global Entrepreneurship Monitor. La muestra final del estudio será de 4806 individuos.

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es un proyecto a nivel mundial que trata de analizar el emprendimiento, las actitudes y las aspiraciones de los individuos. Mediante las encuestas que realiza genera datos para obtener los indicadores que describen el proceso emprendedor y con ellos elaborar informes anuales, con el fin de que un mayor número de público tenga disponible información acerca de la actividad emprendedora.

En la edición de 2021 el informe GEM aporta información sobre la actividad emprendedora observada en 51 países participantes. Los informes que se elaboran desde el Observatorio del Emprendimiento (Red GEM España) se sustentan sobre un marco teórico de análisis del fenómeno emprendedor que se ha venido perfeccionando en los años recientes en el seno del Consorcio GEM. En España, se realiza desde el año 2000, ayudando a determinar cuál es el perfil del emprendedor y los factores que caracterizan el entorno, siendo muy útil debido a que permite conocer la relación que existe entre la actividad de creación empresarial y el crecimiento económico. (Global Entrepreneurship Monitor, 2021)

En este estudio se ha tomado como variable dependiente el grado de innovación en el emprendimiento, dicha variable se medirá creando una variable dummy adquiriendo valor 1 si el encuestado respondió a la pregunta de si incorpora nuevas innovaciones (tecnológica, producto, proceso), tomará valor 0 si por el contrario no dispone de innovaciones.

Respecto a las variables independientes, este estudio se centra en dos variables independientes, la primera, denominada contexto rural y la segunda, como variable moderadora, el emprendimiento femenino.

Respecto al contexto rural, lo mediremos en función de una variable dummy que adquiere valor 1 si el emprendedor se encuentra en un entorno rural y 0 si no.

He tomado como referencia los estudios realizados por los autores Arenius y Minniti (2005), para establecer la variable género, guiándonos con la medición de esta variable que realiza el GEM, adquiriendo un valor de 1 cuando sea mujer y 0 cuando sea hombre.

En referencia a las variables de control, basándonos en estudios previos como Fuentelsaz et al. (2018), se incide en que la influencia de la variable edad en la innovación no está clara. Propiciando variaciones en función de la juventud del emprendedor y su tolerancia al riesgo. Se utilizará en este estudio la variable edad del GEM. Por lo tanto, se medirá a los encuestados mediante intervalos de edad que se conforman desde los 18-24 años, 25-34 años, 35 a 44 años, 45 a 54 años hasta los 55 a 64 años.

Respecto a los ingresos familiares, los emprendedores necesitan capital tanto para iniciar su actividad emprendedora como a la hora de innovar en el proceso o producto, por lo

tanto, unos altos ingresos familiares facilitan esa capacidad a la hora de emprender y hacer frente a las innovaciones (Fuentelsaz y Montero, 2015). Para este estudio, se optó por la variable ingresos del GEM, dividiéndose los ingresos en 3 grupos dependiendo del ingreso del encuestado respecto al emprendimiento medio del país (España), tomando valor 1 el tercio más pobre, valor 2 el tercio intermedio y valor 3 el tercio más rico.

Para finalizar, en referencia a la red de contactos, utilizaremos la variable red de contactos del GEM. La variable adquirirá valor 1 en caso de que posean contactos que hayan iniciado una actividad emprendedora en el último año y 0 en caso contrario.

RESULTADOS

A continuación, voy a realizar un análisis descriptivo extraído de las bases de datos que se ha utilizado a lo largo del trabajo.

	2015		2016		2017		2018	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
	Rural	15,31%	14,32%	15,14%	14,40%	14,49%	12,05%	14,70%
Urbano	84,69%	85,68%	84,86%	85,60%	85,51%	87,95%	85,30%	88,08%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tabla 1: emprendedores por áreas. Elaboración propia.

La tabla 1 nos indica el porcentaje de representación de los emprendedores en áreas rurales y urbanas, a lo largo de los diferentes años de la muestra.

Como se puede observar, la tendencia se ha mantenido a lo largo de los cuatro años, representando las áreas rurales entorno al 15% de los emprendedores, pero cabe destacar que dentro de ese 15% predomina mayor porcentaje de representación de las mujeres respecto a los hombres, es resaltable este dato porque como hemos visto anteriormente en la literatura, los entornos rurales siempre han estado predominado por el hombre.

En el año 2018 el 14,70% de las mujeres emprendedores pertenecen al ámbito rural, mientras que el 11,92% emprendedores son masculinos formando parte del entorno rural, en vista de los datos obtenidos en la tabla, se puede observar una tendencia continuista de pérdida de peso de los hombres en el entorno rural, debido a que a lo largo de los cuatro años de la muestra han ido perdido porcentaje de representación de manera progresiva.

NIVEL TECNOLÓGICO EN LAS EMPRESAS EN ESPAÑA								
	2015		2016		2017		2018	
	Rural	Urbano	Rural	Urbano	Rural	Urbano	Rural	Urbano
Última tecnología	4,54%	3,98%	2,76%	4,83%	5,49%	5,54%	4,09%	6,88%
Tecnología nueva	7,78%	8,50%	11,38%	12,11%	6,64%	10,56%	13,62%	13,23%
Tecnología obsoleta	87,69%	87,53%	85,86%	83,07%	87,87%	83,90%	82,29%	79,90%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tabla 2: Nivel tecnológico de las empresas en España. Elaboración propia.

La tabla 2 plasma el grado de innovación tecnológica que presentan las empresas en entornos rurales y urbanos.

A pesar de los aumentos a la hora de la utilización de nuevas tecnologías o las últimas disponibles, la amplia mayoría de empresas no disponen de tecnología novedosa porque los porcentajes siguen siendo superiores al 82% en el ámbito rural mientras que, en urbano, sí que es cierto que son algo inferiores y en 2018 se consiguió bajar esta cifra hasta el 79%.

La última tecnología disponible en entornos rurales presenta porcentajes muy similares a lo largo de los cuatro años. Mientras que el entorno urbano ha seguido una progresión positiva en cuanto al grado de utilización de dicha tecnología, partiendo en 2016 en un 3,98% y en 2018 llegando al 6,88%.

Respecto a la tecnología nueva, cabe destacar específicamente el año 2017, debido a que los porcentajes son muy dispares en los campos urbano y rural, estando dicha tecnología representada en el entorno rural por un 6,64% mientras que en el entorno urbano supera el 10,50% de representación.

NIVEL TECNOLÓGICO DE LAS EMPRESAS DE MUJERES EMPRENDEDORAS EN ESPAÑA								
	2015		2016		2017		2018	
	Rural	Urbano	Rural	Urbano	Rural	Urbano	Rural	Urbano
Última y novedosa tecnología	4,39%	4,27%	5,04%	4,45%	4,37%	4,53%	6,01%	4,92%
Tecnología nueva	8,78%	7,72%	12,23%	10,73%	3,40%	9,25%	12,02%	11,42%
Tecnología no novedosa	86,83%	88,01%	82,73%	84,82%	92,23%	86,23%	81,97%	83,66%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tabla 3: NIVEL TECNOLÓGICO DE LAS EMPRESAS DE MUJERES EMPRENDEDORAS EN ESPAÑA. Elaboración propia.

De la tabla 3, me voy a centrar en resaltar que en el año 2016 y 2018, las mujeres emprendedoras en España están por encima de la media española (tabla 2) a la hora de utilizar última tecnología en sus emprendimientos, sobre todo en el año 2018 superan en un 150% el porcentaje de la media española, es decir presentan un nivel tecnológico superior las mujeres emprendedoras en España que los hombres en dichos años.

Conocimientos y capacidades para iniciar un negocio								
	2015		2016		2017		2018	
	rural	Urbano	rural	urbano	rural	urbano	Rural	Urbano
SI	43,71%	43,11%	44,29%	43,76%	46,55%	41,33%	47,77%	45,72%
NO	53,43%	54,24%	51,37%	52,23%	49,90%	55,67%	49,24%	51,44%
NO responde	2,86%	2,65%	4,34%	4,01%	3,54%	3,01%	2,99%	2,84%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tabla 4. CONOCIMIENTOS Y CAPACIDADES PARA INICIAR UN NEGOCIO. Elaboración propia.

Del recorrido por la literatura que aborda el emprendimiento de la mujer (especialmente en áreas rurales), se concluye que, junto a la dimensión de género, resulta especialmente interesante abordarlo desde una perspectiva competencial, ya que ambas guardan una estrecha relación. De hecho, las competencias “blandas” (Cobo, 2012) aparecen asociadas a las cualificaciones y conocimientos tácitos, una asociación se hace respecto a las habilidades de la mujer (paciencia, minuciosidad o relación, entre otras). Por el contrario, las competencias “duras” se asocian a los conocimientos, capacidades y destrezas objetivas, relacionadas con el modelo de comportamiento masculino. A diferencia de las competencias “duras”, las “blandas” son difíciles de identificar y, mucho más, de medir.

Por todo ello, es interesante identificar cual es la importancia de las skills y conocimientos de las mujeres a la hora de emprender, para ello, he decidido realizar la tabla 4 para saber la media en España en estas capacidades y la tabla 5 se centrará específicamente en los conocimientos y habilidades de las mujeres para el emprendimiento y así poder ver si existen diferencias con la tabla 4.

En la tabla 4, es indicativo que en el ámbito urbano a lo largo de los cuatro años de la muestra ha mantenido porcentajes constantes alrededor del 44% de los emprendedores creían que sí estaban capacitados para emprender. Los emprendedores en ámbitos rurales han mantenido un crecimiento constante a la hora de aumentar la representación desde 2015 (43,71%) a 2018 (47,77%).

Conocimientos y capacidades de las mujeres para iniciar un negocio								
	2015		2016		2017		2018	
	Rural	Urbano	Rural	Urbano	Rural	Urbano	Rural	Urbano
SI	39,69%	38,61%	42,88%	40,82%	42,23%	38,40%	44,08%	39,53%
NO	57,44%	58,69%	52,59%	55,08%	54,34%	58,48%	53,03%	57,94%
NO responde	2,87%	2,70%	4,52%	4,10%	3,43%	3,12%	2,89%	2,53%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tabla 5. Conocimientos y capacidades de las mujeres para iniciar un negocio. Elaboración propia.

Centrándonos específicamente en las mujeres emprendedoras en España y sus capacidades, sumadas a sus conocimientos a la hora de emprender, lo que nos muestra la tabla 5, lo que se busca con esta tabla es obtener los datos de las mujeres exclusivamente para poder comprobar que poseen una seguridad mayor y capacidades a la hora de emprender que los hombres en España (tabla 4).

Se puede observar en la tabla 5 como en el año 2017 el 42, 23% de las mujeres en un ámbito rural frente al 38,40% de las mujeres en entornos urbanos, se ven capacitadas para iniciar un negocio y emprender con una serie de conocimientos.

Por su parte, en 2018 aún se incentiva mucho más la diferencia del ámbito rural y urbano, con el 44% las emprendedoras rurales dispuestas y capacitadas para emprender, mientras que en el entorno urbano se encuentran capacitadas el 39,53% de las emprendedoras.

MODELOS

A continuación, pasaremos al análisis econométrico que nos ayudará a testar las hipótesis y poder determinar su grado de cumplimiento, para ello he realizado un estudio de las variables mediante el modelo de los Mínimos Cuadrados Ordinarios y así poder conocer cuál es la significatividad de las variables, midiendo la relación del grado de innovación con las variables de control, formando el modelo 1: INNOVACION + VARIABLES DE CONTROL

El modelo 2 lo conformarán el grado de innovación, las variables de control y el ámbito rural.

Modelo 2: INNOVACION + VARIABLES DE CONTROL + AMBITO ACTIVIDAD

El modelo 3 incluye la relación del grado de innovación con las variables de control y la hipótesis ficticia creada fruto de la correlación de las mujeres en el ámbito rural.

Modelo 3: INNOVACION + VARIABLES DE CONTROL + AMBITO ACTIVIDAD + MUJER/RURAL

Todos los modelos presentan siempre una confianza del 95% y evitando la multicolinealidad.

MODELO 1

INNOVACION + VARIABLES DE CONTROL

Modelo 1: INNOVACIÓN + VARIABLES DE CONTROL			
F(3, 4802)		10,564	
Variable Dependiente	Coefficiente	Desv. Típica	Valor p
Innovacion	0,154	0,019	4,36E-15 ***
Variables de Control			
Edad	-0,012	0,004	0,003 ***
Ingresos Anuales	-0,015	0,006	0,018 **
Redes de contacto	0,038	0,009	4,50E-05 ***
*** p-valor< 0,01 / ** p-valor< 0,05 / *p-valor< 0,1			

El modelo 1 muestra el efecto directo de las variables de control sobre la innovación, por lo tanto, en referencia a la variable edad podemos observar que presenta un coeficiente negativo (-0,0123006), contando con un p-valor del 0,0038 lo que nos indica que cuanto más jóvenes son los emprendedores mayor grado de innovación muestran.

La variable ingresos presenta una relación significativa (0,0188 de p-valor) negativa (-0,0154972), indicándonos que a menor nivel de ingresos es más significativa la relación del grado de innovación con el emprendimiento.

Por último, las redes de contacto presentan un coeficiente positivo (0,0384973), mostrándonos que conforme se disponga de una red de contactos más amplia el impacto del grado de innovación en el emprendimiento será mayor. Con un p-valor 0,000045 se muestra la significatividad en la interacción de las redes de contacto con la innovación.

MODELO 2

INNOVACION + VARIABLES DE CONTROL + AMBITO ACTIVIDAD

Modelo 2: INNOVACIÓN + VARIABLES DE CONTROL + RURAL			
F(4, 4802)		8,114	
	Coefficiente	Desv. Típica	Valor p
Variable Dependiente			
Innovacion	0,156	0,019	3,12E-15 ***
Variables de Control			
Edad	-0,012	0,004	0,003 ***
Ingresos Anuales	-0,015	0,006	0,016 **
Redes de contacto	0,038	0,009	4,95E-05 ***
Variable Rural	-0,011	0,012	0,382
*** p-valor< 0,01 / ** p-valor< 0,05 / *p-valor< 0,1			

Las variables edad e ingresos anuales siguen teniendo un impacto negativo significativo con coeficientes y p-valor muy similares al primer modelo, mientras que la variable redes de contacto sigue la línea del modelo previo con una significatividad positiva.

En cuanto a la variable rural, nos indica el coeficiente negativo (-0,0107232) que la relación del grado de innovación en áreas rurales es negativa y no significativa al contar con un p-valor de 0,3823.

En vistas de los resultados obtenidos no se cumple la hipótesis 1, por lo tanto, el ámbito rural no influye en el grado de innovación del emprendimiento.

MODELO 3

INNOVACION + VARIABLES DE CONTROL + AMBITO ACTIVIDAD + MUJER/RURAL

Modelo 3: INNOVACIÓN + VARIABLES DE CONTROL + RURAL*MUJER			
F(4, 4802)		8,311	
	Coefficiente	Desv. Típica	Valor p
Variable Dependiente			
Innovacion	0,157	0,019	2,08E-15 ***
Variables de Control			
Edad	-0,012	0,004	0,004 ***
Ingresos Anuales	-0,016	0,006	0,014 **
Redes de contacto	0,038	0,009	5,42E-05 ***
Variable Rural*Mujer	-0,021	0,017	0,213
*** p-valor< 0,01 / ** p-valor< 0,05 / *p-valor< 0,1			

La variable ficticia creada a raíz de la multiplicación de la variable sexo y la variable rural, para medir el impacto de las mujeres en las áreas rurales sería la única variable con una relación no significativa (p-valor de 0,2132) y negativa (-0,0211297) del modelo.

Las variables edad e ingresos anuales siguen teniendo un impacto negativo significativo con coeficientes y p-valor muy similares al primer modelo, mientras que la variable redes de contacto sigue la línea del modelo previo con una significatividad positiva.

En vista de los resultados obtenidos la hipótesis 2 no se cumple, por lo tanto, el emprendimiento femenino no modera la influencia del grado de innovación en el contexto rural.

CONCLUSIONES Y LIMITACIONES

Como bien se ha visto en los modelos extraídos, la primera hipótesis no se cumpliría, por lo tanto, podemos establecer que el grado de innovación a la hora de emprender no tiene influencia en el contexto rural, esto es debido a que en el ámbito rural son otros factores los que toman más peso y adquieren una mayor significatividad como podrían ser las subvenciones públicas, aportaciones de capital privadas, el menor nivel de competencia en comparación con el ámbito urbano.

Por otro lado, la segunda hipótesis, tampoco se cumpliría debido a que tampoco llegan a ser significativos, aun así, con los resultados adquiridos se obtiene un coeficiente negativo superior por parte de las mujeres rurales que el obtenido en el ámbito rural del modelo 2, significando, que las mujeres rurales presentan una mayor influencia negativa en el grado de innovación en el contexto rural sin llegar a ser significativa. La posible explicación de los resultados obtenidos en la hipótesis 2, dado que las mujeres rurales a la hora de emprender se ven influidas por otros factores que igual adquieren una mayor importancia como son los planes de los gobiernos a la hora de la incorporación de la mujer al mundo laboral en el contexto rural o si las mujeres se ven obligadas a emprender por necesidad o por oportunidad.

Respecto a la variable “ámbito de actividad” (rural o urbano), no presentaba muestras de significatividad, por lo tanto, no influye en el grado de innovación del emprendimiento. Es interesante profundizar en esta variable y el por qué no ha resultado ser significativa en el modelo y cuáles son los factores que sí que podrían resultar significativos relacionados con la variable. Un estudio realizado por Leidy K. García Díaz y Juan Carlos Díaz Casero (2018), identificó como factores clave en el emprendimiento rural: el acceso a la infraestructura física, el apoyo a la mujer emprendedora, la educación, el interés y habilidades por la innovación, los programas gubernamentales, la percepción de oportunidades y el apoyo al crecimiento fueron las únicas condiciones que al parecer favorecieron las tasas de actividad emprendedora en el entorno rural.

Respecto a la condición educación y formación, hace referencia a la medida en la que los sistemas educativos y de formación incorporan herramientas para formar en creación, gestión y dirección de nuevas empresas, suele ser común que los habitantes de las áreas rurales tengan menores niveles educativos que los habitantes del entorno urbano, probablemente relacionado con la menor oferta educativa.

Las habilidades y el interés por la innovación es un factor poco valorado en el estudio de Leidy K. García Díaz y Juan Carlos Díaz Casero (2018), en el cual revelan la necesidad de generar estrategias para que la población adquiriera o mejore las habilidades para iniciar nuevos negocios;

de igual forma, se puede inferir que, a nivel rural, la población cree tener menos habilidades para iniciar un negocio que la población urbana, lo cual podría relacionarse con la menor oferta educativa que hay en estas áreas, la menor disponibilidad de experiencia en diferentes sectores productivos, y, de relacionamiento con emprendedores.

Otro de los factores que influyen en el emprendimiento a nivel rural y urbano fue el apoyo financiero; este, se refiere a la disponibilidad de recursos financieros, capital y deuda, para las empresas nuevas y en crecimiento (Pyme), incluyendo subvenciones y subsidios (GEM Consortium, 2016; Hernández y Díaz, 2005). El estudio establece que en los entornos rurales en España está muy presente la falta de capital propio, acceso a financiación de entidades financieras, de inversores privados o de capital riesgo para impulsar nuevas iniciativas empresariales y la baja salida a la bolsa.

En cambio, fue valorada de manera muy positiva la valoración que ofrecieron los expertos sobre el desarrollo y acceso con el que contaban los emprendedores en las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) era adecuado, servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.) y sistemas de comunicación (teléfono, internet, etc.). Los emprendedores podían acceder a estos servicios e infraestructuras en poco tiempo y afrontar los costos que suponían. Aunque se puede presuponer que emprender en el entorno rural puede llegar a suponer mayores dificultades por causa del aislamiento o por tener menor infraestructura que el entorno urbano, los resultados del estudio han mostrado todo lo contrario.

Respecto a la variable AMBITO ACTIVIDAD*MUJER/RURAL, resulto no ser significativa y por lo tanto no presentaba ningún efecto en la moderación del grado de innovación en el contexto rural, se debe seguir ahondando en esta variable, debido a que es un factor que sí que afecta al emprendimiento en entornos rurales pero no al grado de innovación (como ha quedado demostrado en los resultados de las hipótesis), por lo tanto, podemos destacar de esta variable que si sería significativa en otras circunstancias en un emprendimiento rural.

La percepción que existe en cuanto a las habilidades y capacidades que posee la mujer para emprender y las medidas de apoyo para su fomento (políticas, servicios sociales, normas sociales, etc.) (Hernández y Díaz, 2005). Junto con las valoraciones obtenidas en el estudio de K. García Díaz y Juan Carlos Díaz Casero (2018) describen que existió una situación favorable para que la mujer emprendiera, además, señalan que las mujeres tenían habilidades y capacidades para crear nuevas empresas, y, se habían impulsado diversos programas y medidas de apoyo en las CCAA de España.

Por su parte, las variables de control son todas significativas a pesar de que los ingresos y la edad, presentaban un impacto negativo, es decir cuanto mayor fuera la edad y los ingresos un menor impacto tenía el grado de innovación, esto nos indica como bien se ha expresado en la literatura, la necesidad de algunos jóvenes a la hora de innovar para poder emprender, sería interesante estudiar como futuras líneas si en caso de ser emprendimiento por oportunidad en el ámbito rural se obtendrían otros resultados. De otra manera, las redes de contacto sí que presentan una relación positiva con el grado de innovación, es por ello por lo que las zonas rurales, esto podría verse reflejado en la relación negativa que presenta el contexto rural con el grado de innovación, debido a que también se disponen de menos medios y contactos.

Cabe recalcar que es importante seguir investigando acerca de este tema, dado que con el tiempo se recopilaran más datos y puede que con mayor tamaño muestral y la tendencia de cambios e inclusión de la mujer en los últimos años, así como el impacto del COVID podrían modificar los resultados obtenidos.

El tema de investigación ha supuesto una gran motivación e incentivos para realizar este estudio, debido a la importancia que tiene el emprendimiento en España tanto rural como urbano. En referencia a esta línea de investigación, apenas hay estudios previos en España que reflejen dicha relación directa entre el emprendimiento rural y la innovación. A pesar de encontrarme con una serie de limitaciones como son: base de datos incompleta en diversas variables puede ser interesante usarlo como punto de partida para futuras investigaciones que sean complementadas con un apartado empírico realizado a partir de una base de datos más completa y densa, debido a que considero que las dos principales limitaciones de este proyecto son la propia base de datos y falta de literatura previa, porque a pesar de haber encontrado artículos que hablan de aspectos relacionados con el objetivo de la investigación, la información que se dispone en estos artículos es muy superficial y poco relacionada con el tema a tratar, por lo que me ha resultado bastante complicado poder hilvanar la información y relacionarla específicamente con el tema abordado en este documento.

Como futuras líneas de investigación sería interesante seguir ahondando en el contexto rural y determinar cuáles son realmente los factores potencialmente significativos para el emprendimiento rural, los cuales he mencionado y explicado anteriormente en este apartado, por lo tanto, resultaría muy interesante poder comprobarlo y a su vez realizar una comparación con el ámbito urbano para ver las diferencias que podrían llegar a generarse.

Para finalizar, sería importante que futuros estudios se focalizaran en la variable dependiente de este trabajo (el grado de innovación) y poder profundizar más en ella y así poder establecer nuevas hipótesis relacionadas con la innovación, de esta manera conoceríamos más la influencia que tiene en otros aspectos del emprendimiento.

BIBLIOGRAFÍA

ADAIR, JOHN (1992). El reto generacional de la innovación. SANTAFE DE BOGOTA: *LEGIS*, 1992.

Alario, M. y Morales, E. (2016) Iniciativas de las mujeres: emprendimiento y oportunidades en el espacio rural de Castilla y León. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, Vol. 62, Nº 3, pp. 613-637.

Aldrich HE (1999) *Organizations Evolving*. London: Sage.

Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small business economics*, 24(3), 233-247

Audretsch, D. B., & Feldman, M. P. (2004). Knowledge spillovers and the geography of innovation. In *Handbook of Regional and Urban Economics* (Vol. 4, pp. 2713-2739). Elsevier.

Audretsch, D. B., & Keilbach, M. (2004). Entrepreneurship and regional growth: an evolutionary interpretation. *Journal of Evolutionary Economics*, 14(5), 605-616.

Autio, E., Kenney, M., Mustar, P., Siegel, D., & Wright, M. (2014). Entrepreneurial innovation: The importance of context. *Research Policy*, 43(7), 1097-1108.

Balcazar, F. E., Keys, C. B., & Suarez-Balcazar, Y. (1998). Empowering Latinos with disabilities to address issues of independent living and disability rights: A capacity Building approach.

Barthez, A. (1982): *Famille, travail et agricultura*. París, Economica.

Baumol, W.J. (1990). Entrepreneurship: productive, unproductive and destructive. *Journal of Politics Economics*, 98(5), 893-921.

Baumol, W.J. (2002). *The free-market innovation machine: analysing the growth miracle of capitalism*. Princeton University Press.

Baumol, W. J., & Strom, R. J. (2007). Entrepreneurship and economic growth. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(3-4), 233-237.

Bartolomé, L. (2018). El emprendimiento femenino creció un 13% a nivel mundial en 2017. *El Economista*.

B Garrod, R Wornell, R Youell (2006). Revista de estudios rurales, 2006. *Volumen 22, Número 1, enero de 2006, páginas 117-128.*

Camarero y Sampedro (2009). La población rural de España. De los desequilibrios a la sostenibilidad social. *Encrucijadas: Revista Crítica de Ciencias Sociales, ISSN-e 21746753, Nº. 6, 2013, págs. 146-149.*

Camberos Sánchez, María Teresa (2017). Female empowerment and public policy: *a perspective based on social representations of gender.*

Charles J. Galpin, Walter J. Campbell & Paul L. Vogt (1918). *RURAL SOCIOLOGY: STANDARDIZATION OF RESEARCH.*

Cliff JE, Jennings PD and Greenwood R (2006) New to the game and questioning the rules: The experiences and beliefs of founders who start imitative versus innovative firms. *Journal of Business Venturing* 21(5): 633–663.

Damanpour, F. and Evan, W.M. (1984) Organizational Innovation and Performance: The Problem of “Organizational Lag”. *Administrative Science Quarterly*, 29, 392-409.

Davidsson, P., Wicklund, J. (2001). *Niveles de análisis en la investigación sobre emprendimiento: práctica de investigación actual y sugerencias para el futuro. Teoría y práctica del emprendimiento. 25, 81-99*

De Clercq, D., Honig, B., & Martin, B. (2013). The roles of learning orientation and passion for work in the formation of entrepreneurial intention. *International Small Business Journal*, 31(6), 652-676.

Díaz, I. & Echevarría, D. (2016). El emprendimiento en Cuba: un análisis de la participación de la mujer. *Entramado*, 12(2), 54-67.

Dipak Mazumdar (1987). Manual de economía regional y urbana. *Volumen 2, 1987, páginas 1097-1128.*

VA Braithwaite (1994). Social-psychological factors affecting help-seeking for emotional problems. *Social Science & Medicine. Volume 39, Issue 4, August 1994, Pages 563-572.*

E Harpa, S Moica (2014). Un modelo predictivo de innovación en el emprendimiento rural. *Tecnología Procedia Volumen 19, 2015, Páginas 471-478*

E Mansfield - The American Economic Review, 1988 – JSTOR

Harris, A. y Chrispeels, JH (2006). Mejorar las escuelas y los sistemas educativos: perspectivas internacionales. *Routledge*.

Miriam S. Farley (1937). El problema de los alquileres en Japón no resuelto. *vol. 6, núm. 14 (7 de julio de 1937), págs. 153-159 (7 páginas). Instituto de Relaciones del Pacífico*

Fuentelsaz, L. & Montero, J. (2015). What makes some entrepreneurs more innovative? *Universia Business Review*.

Fuller-Love, N., Midmore, P., Thomas, D., & Henley, A. (2006). Entrepreneurship and rural economic development: a scenario analysis approach. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 12(5), 289-305*.

Gaddefors, J., & Anderson, A. R. (2017). Entrepreneurs and context: when entrepreneurship is greater than entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 23(2), 267-278*.

George Watkins (1907). Publicaciones de la Asociación Económica Americana, *3ª Serie, vol. 8, núm. 4 (noviembre de 1907), págs. 1-170 (170 páginas)*.

GF De Jong, JT Fawcett - Migration decision making, (1981). *vol. 8, (primavera - verano, 1985/1986), págs. 41-62 (22 páginas)*.

Griliches and J.A. Hausman, "Patents and R&D: Is There a Lag?", *International Economic Review, 1986*.

Joe Tidd (2011). Innovation management in context: environment, organization and performance. *IJMR. Volumen 3, Número 3 septiembre de 2001. Páginas 169-183*

Koellinger, P. (2008). Why are some entrepreneurs more innovative than others? *Small Business Economics, 31, 21-27*.

Koppl, R. (2008). Computable entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice, 32(5), 919-926*.

LA Dau, A Cuervo - Cazurra - Revista de Business Venturing, 2014. *To formalize or not to formalize: Entrepreneurship and pro-market institutions. Volumen 29, Número 5, septiembre 2014, Páginas 668-686*

Lagrave, R.M. (1983): "Bilan critique des recherches sur les agricultrices en France", *Études Rurales*, 92, pp. 9-40.

Lichtenberg - *The Accounting Review*, 1992 – JSTOR

Little, J. W. (1987). Teachers as Colleagues. In V. Richardson-Koehler (Ed.), *Educators' Handbook: A Research Perspective (pp. 491-518)*. White Plains, NY: Longman.

Little, J. (2012): "Tourism, Nature and Wellbeing: New Perspectives on Fitness and the Body", *Sociologia Ruralis*, 52, 3, pp. 257-271.

Lourdes Villalustre Martínez y M^a Esther del Moral Pérez (2011). Teoría de la Educación. *Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, vol. 12, núm. 1, 2011, pp. 190-208.

Marsden, T., Lowe, P. and Whatmore, S. (1990). Rural restructuring: global processes and their responses. *Volume 16, Issue 4*.

Martins LL, Rindova VP and Greenbaum BE (2015). Unlocking the hidden value of concepts: A cognitive approach to business model innovation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9(1), 99–117.

Mason, C. y Brown, R. (2013). Creating good public policy to support high-growth firms. *Small Business Economics*, 40, 211-225.

McMullen, J. S., Plummer, L. A., & Acs, Z. J. (2007). What is an entrepreneurial opportunity? *Small Business Economics*, 28(4), 273-283.

Minniti, M. (2008). The role of government policy on entrepreneurial activity: productive, unproductive, or destructive? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(5), 779-790.

M Lordkipanidze, H Brezet, M Backman (2005) - Revista de producción más limpia, 2005. *Volumen 13, Número 8, junio de 2005, páginas 787-798*.

M Pallares-Barbera, AF Tulla, A Vera. Spatial loyalty and territorial embeddedness in the multi-sector clustering of the Berguedà region in Catalonia (Spain). *Geoforum* (2004).

Mueller, P., Van Stel, A., & Storey, D. J. (2008). The effects of new firm formation on regional development over time: The case of Great Britain. *Small Business Economics*, 30(1), 59-71.

S Paredes, M Castillo, M Saavedra (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Suma de Negocios*, 10 (23), 158-167.

Pérez y Gargallo (2018). LA COMPETENCIA APRENDER A APRENDER EN LA UNIVERSIDAD: PROPUESTA DE MODELO TEÓRICO. *Educación XX1*, vol. 23, núm. 1, pp. 19-44, 2020.

R Peet, E Hartwick – 1999. *Review of " Theories of Development Contentions, Arguments, Alternatives.*

Reynolds, J., Maestre, F., Huber-Sannwald, E., Herrick, J., & Kemp, P. (2006). *Aspectos socioeconómicos y biofísicos de la desertificación: Ecosistemas*, 14(3).

Roser Manzanera Ruiz, Carmen Lizárraga Mollinedo (2013). FEMALE COLLECTIVE ACTIONS AND ECONOMIC EMPOWERMENT IN THE COMMUNITY OF SONI (TANZANIA). *Revista de Antropología Iberoamericana*, ISSN-e 1578-9705, Vol. 8, Nº. 2, 2013, págs. 233-258.

Santander Astorga, Paulina; Fernández Robin, Cristóbal; Yáñez Martínez, Diego (2016). *Motivaciones y condicionantes contextuales en el emprendimiento liderado por mujeres chilenas. Revista de ciencias sociales*, ISSN-e 1315-9518, Vol. 22, Nº. 2, 2016, págs. 63-77

Sampedro Gallego, R., & Camarero Rioja, L. (2007). Mujeres empresarias en la España rural. El sujeto pendiente del desarrollo. *Revista Internacional De Sociología*, 65(48), 121–146.

S Estrin, J Korosteleva, T Mickiewicz - *Revista de emprendimiento empresarial*, 2013. Elsevier. Volumen 28, Número 4, julio de 2013, páginas 564-580.

Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development. Harvard University Press: Boston, MA.*

Shane, S. (2009). Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy? *Small Business Economics*, 33, 141-149.

Smallbone, D., Baldock, R., & Burgess, S. (2002). Targeted support for high-growth start-ups: some policy issues. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 20(2), 195-209.

Tauger, M.B. (2010). *Agriculture in World History. Abingdon, Oxon: Routledge.*

T Oliver, T Jenkins (2003). *Landscape Research*, 2003. *Páginas 293-307.*

Welter, F. (2011). Contextualizing entrepreneurship—conceptual challenges and ways forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 165-184.

Wennekers, S., & Thurik, R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. *Small Business Economics*, 13(1), 27-56.

Wong, P. K., Ho, Y. P., & Autio, E. (2005). Entrepreneurship, innovation and economic growth: Evidence from GEM data. *Small Business Economics*, 24(3), 335-350.

Zahra, S. A., Wright, M., & Abdelgawad, S. G. (2014). Contextualization and the advancement of entrepreneurship research. *International Small Business Journal*, 32(5), 479-500.