



Co-funded by the  
European Union

# YERAME

**El espíritu empresarial de los jóvenes en las zonas rurales de los países  
mediterráneos**



**WP2: GUÍA DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL RURAL DE LOS  
JÓVENES**

**D2.1: Guía nacional de éxito**



Co-funded by the  
European Union



# experiencias en iniciativa empresarial juvenil

---

Acrónimo del proyecto: **YERAME**

Título completo del proyecto: El espíritu empresarial de los jóvenes en las zonas rurales de los países mediterráneos

Número de proyecto: 101093212

Fecha de inicio: 10/06/2023

Número del paquete de trabajo: WP2

Duración en meses: 24

Número de entrega: 2.1



## Contenido

-	Introducción	4
1.	<b>Resultados del cuestionario</b>	6
1.1	<b>Grecia</b>	6
1.1.1.	Introducción	6
1.1.2.	Conclusión	22
1.2	<b>Italia</b>	27
2.1.1.	Introducción	27
2.1.2.	El contexto italiano	27
2.1.3	Resultados del cuestionario	30
2.1.4	Conclusiones	39
1.3	<b>España</b>	42
2.1.3.	Introducción	42
2.3.2.	Resultados del cuestionario	43
	Conclusión	59
1.3	<b>Palestina</b>	64
2.4.1.	Introducción	64
2.4.2.	Resultados del cuestionario	65
2.4.3.	Conclusión	79
1.4	<b>Egipto</b>	83
2.5.1.	Introducción	83
2.5.2.	Resultados del cuestionario	85
2.5.3	Conclusión	101
2,6	<b>Túnez</b>	102
2.6.1	Introducción:	102
2.6.2	Resultados del cuestionario	103
2.6.3	Conclusión:	112



### 3. Conclusión y observaciones

113

#### Bibliografía

116

## - Introducción

El emprendimiento juvenil en las zonas rurales de los países mediterráneos es un tema de gran importancia debido a su potencial para impulsar el crecimiento económico, crear empleo y mejorar el bienestar general de las comunidades rurales. Los países mediterráneos, con sus diversas culturas, paisajes y economías, ofrecen oportunidades y desafíos únicos para los jóvenes emprendedores que buscan establecer negocios en las zonas rurales.

A continuación se presentan en detalle las actividades desarrolladas en el contexto del WP2, en lo que se refiere a la descripción de experiencias nacionales exitosas de emprendimiento joven en los países mediterráneos participantes, en el marco del proyecto YERAME "Youth entrepreneurship in rural areas of Mediterranean countries".

YERAME tiene como objetivo aumentar la capacidad de los jóvenes situados en zonas rurales, proporcionar oportunidades de aprendizaje centrándose en las habilidades empresariales de las organizaciones que trabajan con el grupo destinatario antes mencionado. En consecuencia, el proyecto está orientado a mejorar las capacidades empresariales de los jóvenes de las zonas rurales del Mediterráneo, con el objetivo de promover la creación de empresas sostenibles que no dependan totalmente del turismo y que, por lo tanto, puedan hacer frente a la desertización que sufren estas zonas. Seis países mediterráneos, Grecia, España, Italia, Egipto, Palestina y Túnez, se han asociado en el marco de YERAME y han contribuido a sus trabajos y actividades.

Como parte del proceso de investigación, se pidió a los países que elaboraran y aplicaran un cuestionario de 20 preguntas, de opción múltiple y abiertas, para explorar y comprender mejor las necesidades de la vida y el desarrollo rurales. Las variables más importantes de la encuesta fueron el número de encuestados, así como su país de origen. A continuación, se resumen los encuestados por



Co-funded by the  
European Union



país, sus respuestas, así como los comentarios derivados del examen de sus respuestas. Como breve introducción a los resultados nacionales, el cuestionario griego contó con 32 participantes de diferentes procedencias y niveles educativos, mientras que la participación italiana alcanzó los 16. De España y Palestina, tuvimos 25 y 30 participantes respectivamente, mientras que de Egipto tuvimos 80 participantes. El cuestionario se reprodujo en cada idioma por separado y se distribuyó a todos los participantes para facilitar su manejo. Los resultados por países se presentan detalladamente en los capítulos siguientes, con las respuestas y porcentajes representativos de cada país y organización.



# 1. Resultados del cuestionario

## 1.1 Grecia

### 1.1.1. Introducción

El emprendimiento juvenil en Grecia ha ido ganando atención como medio para hacer frente a las altas tasas de desempleo juvenil y estimular el crecimiento económico. Los retos y oportunidades del emprendimiento juvenil en Grecia se ven influidos por su singular paisaje económico, cultural y social.

En los últimos años, Grecia ha tomado medidas para apoyar el espíritu empresarial de los jóvenes a través de diversos programas, subvenciones e iniciativas. Aunque sigue habiendo retos, cada vez se reconoce más el potencial de los jóvenes empresarios para contribuir a la recuperación económica y al desarrollo del país.

A continuación, presentamos y detallamos las conclusiones basadas en las respuestas al cuestionario de los participantes griegos. El consorcio tuvo que ponerse primero de acuerdo sobre las preguntas, en cuanto a número y tema asignado, antes de decidir el formato que utilizaríamos para elaborar los gráficos y unificar todos los resultados.

El número total de respuestas que deberían recogerse a través de esta encuesta, para lograr validez y objetividad, es de 32. Todos los socios han dedicado grandes esfuerzos a lograr ese objetivo. Sin embargo, los obstáculos que tuvimos que superar fueron varios, ya que parece bastante difícil que la gente se comprometa y responda a largos cuestionarios y encuestas en línea, dado que la cultura de la inmediatez se está extendiendo. El proceso de difusión del cuestionario se inició con una base de datos exhaustiva de las partes interesadas que se elaboró para este proyecto hace unos meses como punto de referencia o de partida.



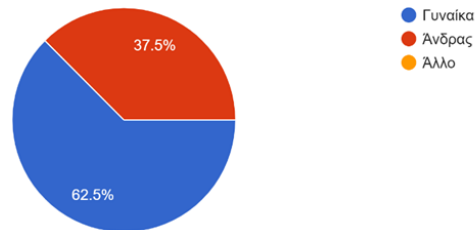
El proceso de búsqueda de instituciones, organizaciones y personas que apoyan o están interesadas en el espíritu empresarial nos ha permitido ampliar las redes de partes interesadas y ha mejorado enormemente el impacto de difusión del proyecto.

### 1. Dirección de correo electrónico.

En la primera pregunta recogimos las direcciones de correo electrónico de los participantes para poder contactar con ellos en futuras investigaciones e informarles de las oportunidades de formación y tutoría dentro del proyecto y más allá.

### 2. ¿Cuál es su sexo?

2. Φύλο:  
32 responses



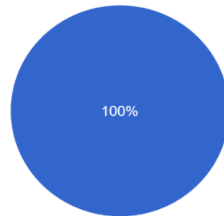
- 20 de los 32 participantes se identificaron como mujeres (62,5%) y 12 como hombres (37,5%), lo que indica que las mujeres parecían mucho más interesadas en participar en la encuesta.

### 3. ¿En qué país se encuentra actualmente?

- El 100% de los 32 participantes que respondieron al cuestionario se encuentran en Grecia.



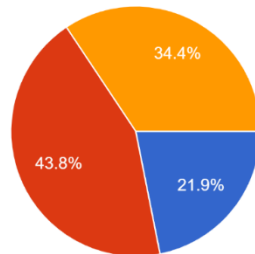
3. Σε ποια χώρα βρίσκεστε αυτήν τη στιγμή;  
32 responses



● Ελλάδα  
● Ισπανία  
● Τυνησία  
● Παλαιστίνη  
● Ιταλία  
● Αίγυπτο  
● Άλλο

#### 4. ¿Qué edad tienes?

4. Ποια είναι η ηλικία σου;  
32 responses



● 17-25  
● 26-30  
● Άνω των 30

- 7 de los 32 participantes tienen entre 17 y 25 años, lo que representa el 21,9% del objetivo, y otros 14 participantes tienen entre 26 y 30 años, otro 43,8%.
- Aunque la encuesta estaba dirigida a menores de 30 años, hemos recibido 11 respuestas de participantes de más de 30 años, lo que representa el 34,4% de las respuestas.
- Todos estos factores ponen de relieve el hecho de que en Grecia los jóvenes optan por el espíritu empresarial después de los 30 años, debido sobre todo a razones económicas.

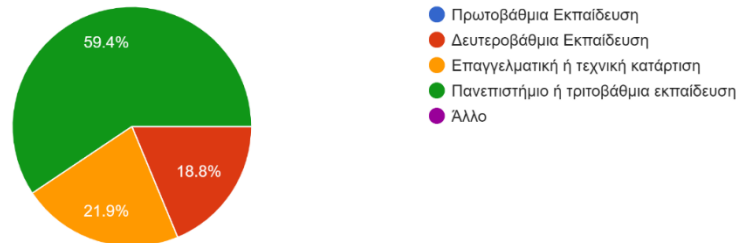
#### 5. ¿Cuál es su nivel de estudios más alto?





5. Ποιο είναι το υψηλότερο επίπεδο σπουδών σας;

32 responses

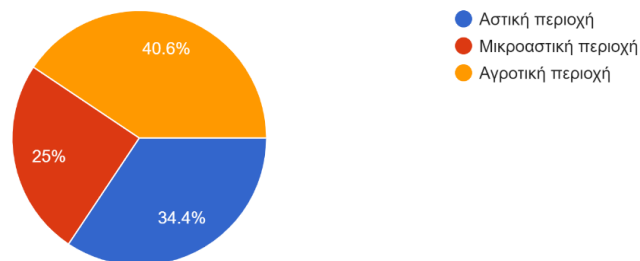


- 19 de las 32 personas que respondieron al cuestionario tienen estudios superiores, lo que representa el 59,4% de los participantes.
- 7 personas tienen formación profesional o técnica 21,9% del total
- 6 personas tienen estudios secundarios, lo que representa el 18,8% de los participantes.
- Las respuestas anteriores indican el hecho de que en Grecia la mayoría de los jóvenes han optado por cursar estudios superiores, o superiores, destacando el nivel educativo avanzado.

## 6. ¿En cuál de las siguientes zonas reside?

6. Σε ποια από τις παρακάτω περιοχές μένετε;

32 responses



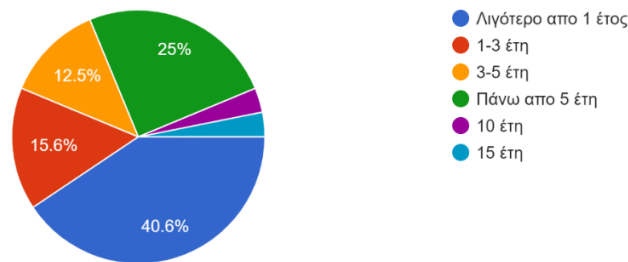
- El 40,6% de los participantes, 13 personas, viven en zonas rurales.



- 8 de ellos (25%) en zonas suburbanas.
- 11 personas 34,4% en una zona urbana.
- En general, en Grecia hay un índice mucho más alto de iniciativas empresariales y sistemas de apoyo en las zonas urbanas, hecho que está correlacionado con las ofertas educativas que se encuentran principalmente en las ciudades. Por eso, este proyecto se dirige especialmente a las zonas rurales.

## 7. ¿Cuánto tiempo lleva dedicado a la actividad empresarial en una zona rural?

7. Πόσο καιρό είστε αφοσιωμένοι στην επιχειρηματικότητα σε μια αγροτική περιοχή;  
32 responses



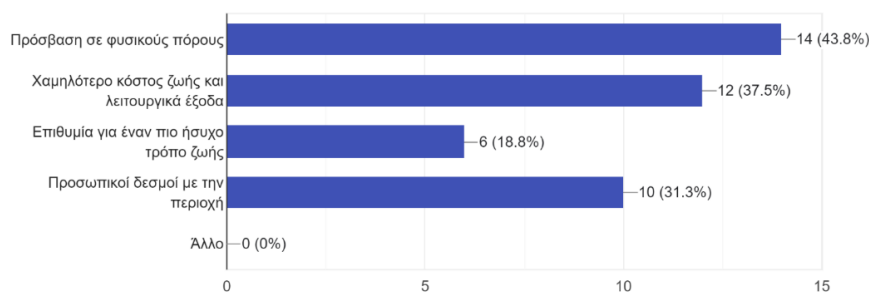
- 13 participantes (40,6%) llevan menos de 1 año en el programa
- 5 de ellas (15,6%) entre 1 y 3 años y otras 4 personas (12,5%) más de 3 años.
- 8 participantes (25%) llevan más de 5 años dedicados a la actividad empresarial en el medio rural.
- 1 participante (3,1%) lleva 10 años dedicado a la actividad empresarial en el medio rural y 1 participante (3,1%) 15 años.
- La duración de la iniciativa empresarial de los jóvenes en Grecia puede variar mucho en función de factores como el tipo de empresa, el sector, las condiciones del mercado y los objetivos del empresario. La fase más frecuente es la **de puesta en marcha (6 meses - 2 años)**: se trata de la fase inicial en la que el joven empresario desarrolla su idea de negocio, realiza estudios de mercado, crea un plan de empresa, consigue financiación y crea la



empresa. Esta fase suele durar entre 6 meses y 2 años, dependiendo de la complejidad de la empresa y de la preparación del empresario.

## 8. ¿Qué le motivó a crear su empresa en una zona rural?

8. Τι σας παρακίνησε να δημιουργήσετε την επιχείρησή σας σε μια αγροτική περιοχή;  
32 responses

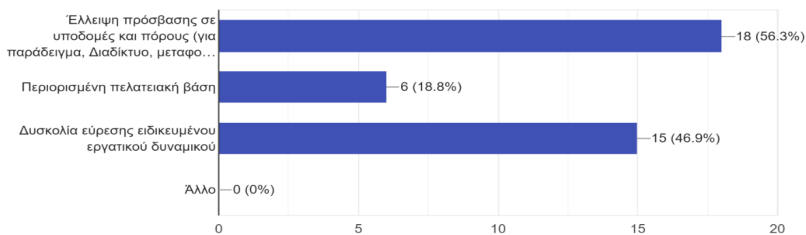


- Acceso a los recursos naturales: 14 participantes (43,8%)
- Menor coste de la vida y gastos de funcionamiento: 12 participantes (37,5%)
- Deseo de un estilo de vida más tranquilo: 6 participantes (18,8%)
- Vínculos personales con la zona: 10 participantes (31,3%)
- Otros (especifique) (0%)
- Algunas de las motivaciones que impulsan a los jóvenes a elegir las zonas rurales son las siguientes: pasión por el desarrollo comunitario, conexión con la naturaleza, oportunidades de mercado sin explotar, costes reducidos, acceso a los recursos naturales, calidad de vida, diversificación de la economía, conservación de la tradición, disponibilidad de tierras y espacios e incentivos gubernamentales.
- En general, la motivación para crear una empresa en una zona rural puede ser una decisión profundamente personal y polifacética. Los empresarios sopesan diversos factores, como sus valores, sus objetivos, sus preferencias de estilo de vida y las oportunidades únicas que ofrece un entorno rural.



## 9. ¿Se ha enfrentado a algún reto relacionado con la ubicación de su empresa en una zona rural? En caso afirmativo, ¿cuáles?

9. Έχετε αντιμετωπίσει προκλήσεις σχετικά με την τοποθεσία της εταιρείας σας σε μια αγροτική περιοχή; Αν ναι, τι ήταν;  
32 responses



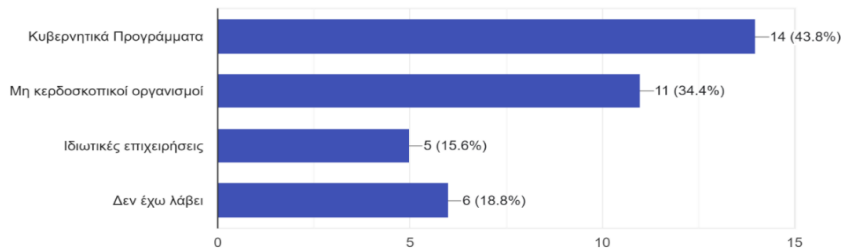
- Falta de acceso a infraestructuras y recursos (por ejemplo, Internet, transporte, servicios públicos): 18 participantes (56,3%)
- Base de clientes limitada: 6 participantes (18,8%)
- Dificultad para encontrar mano de obra cualificada: 15 participantes (46,9%)
- Otros (especifique): (0%)
- La iniciativa empresarial de los jóvenes en las zonas rurales se enfrenta a una serie de retos que pueden repercutir en el éxito y la sostenibilidad de las empresas. Estos retos pueden ser especialmente pronunciados debido a las características específicas de los entornos rurales. A continuación se enumeran algunos de los retos más comunes a los que se enfrenta la iniciativa empresarial de los jóvenes en las zonas rurales: acceso limitado a los recursos, tamaño y alcance limitados del mercado, aislamiento y creación de redes, carencias de cualificaciones, acceso limitado a la educación y la formación, problemas de infraestructura, acceso a la financiación, despoblación y fuga de cerebros, y problemas estacionales.

## 10. ¿Ha recibido algún tipo de formación o apoyo para la creación de empresas en una zona rural? En caso afirmativo, ¿de quién y en qué medida ha sido eficaz?



10. Έχετε λάβει κάποιο είδος εκπαίδευσης ή υποστήριξης για να αναλάβετε μια επιχείρηση σε μια αγροτική περιοχή; Εάν ναι, ποιανού και σε ποιο βαθμό ήταν αποτελεσματική;

32 responses



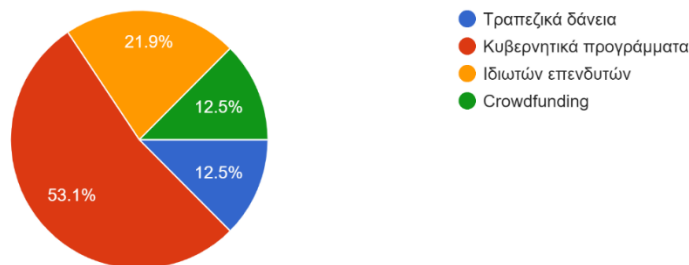
- Programas gubernamentales 14 (43,8%)
- Organizaciones sin ánimo de lucro 11 (34,4%)
- Empresas privadas 5 (15,6%)
- No aplicable 6 (18,8%)

Desgraciadamente, un pequeño porcentaje de los participantes ha recibido financiación pública de los participantes. Otra proporción razonable, sin embargo, no ha recibido financiación ni ayuda alguna.

## 11. ¿Ha recibido ayuda financiera para su empresa en una zona rural?

11. Είχατε οικονομική υποστήριξη για την επιχείρησή σας σε αγροτική περιοχή;

32 responses



- Préstamos bancarios 4 participantes (12,5%)
- Programas gubernamentales 17 participantes (53,1%)
- Inversores privados 7 participantes (21,9%)

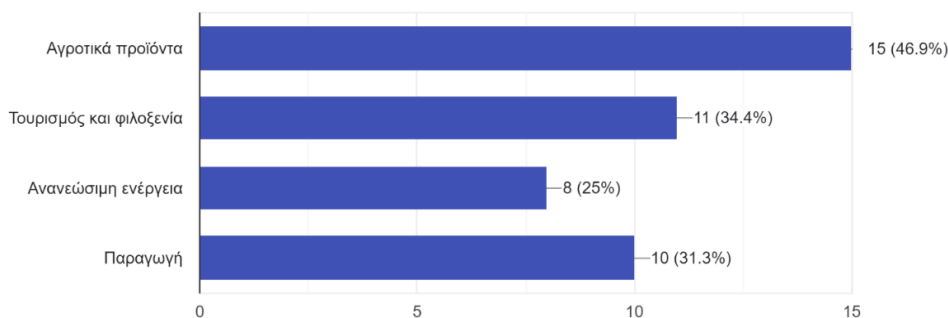


- Crowdfunding 4 participantes (12,5%)
- Sólo 17 han recibido apoyo financiero del gobierno y 4 participantes han recibido préstamos bancarios o de inversores privados. Conseguir financiación para las nuevas empresas puede ser especialmente difícil en las zonas rurales, donde las instituciones financieras pueden ser más reacias al riesgo o no estar familiarizadas con los modelos de negocio innovadores.

## 12. ¿Qué tipo de oportunidades de mercado existen en las zonas rurales?

12. Τι είδους ευκαιρίες αγοράς υπάρχουν στις αγροτικές περιοχές;

32 responses



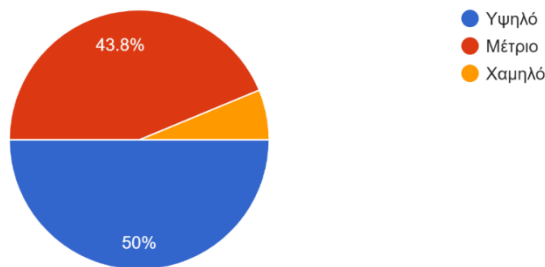
- Productos agrícolas 15 (46,9%)
- Turismo y hostelería 11 (34,4%)
- Energía renovable 8 (25%)
- Industria 10 (31,3%)
- La mayoría de los participantes consideraron que el turismo y la hostelería son el principal campo para el emprendimiento rural en Grecia. He aquí algunas oportunidades de mercado adicionales a tener en cuenta: agroturismo y experiencias locales, artesanía cultural, alimentos ecológicos y especiales, alojamiento ecológico, retiros de salud y bienestar, actividades al aire libre, proyectos de energías renovables, artesanía local y productos artesanales, enoturismo y oleoturismo, y eventos y festivales locales.



### 13. ¿Cuál es el nivel de competencia para las empresas de las zonas rurales?

13. Ποιο είναι το επίπεδο ανταγωνισμού για τις επιχειρήσεις στις αγροτικές περιοχές;

32 responses



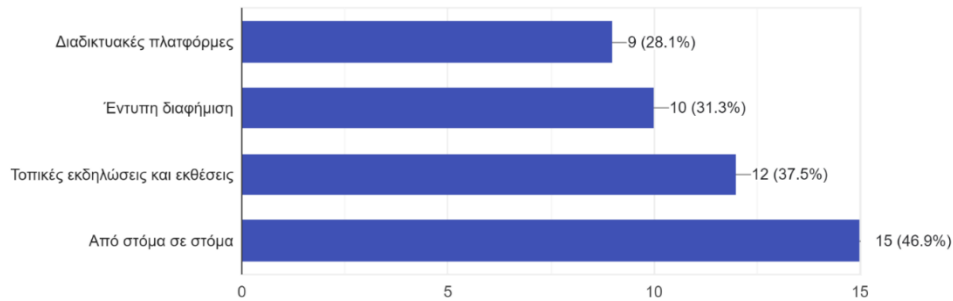
- Alta 16 personas (50%)
- Moderado 14 personas (43,8%)
- Bajo 2 (6,3%)
- El 50% de los participantes cree que el nivel de competencia es alto y sólo el 6,3% percibe que es bajo. Aunque las zonas rurales de Grecia pueden ofrecer oportunidades de mercado únicas, también pueden caracterizarse por altos niveles de competencia, sobre todo a medida que más empresarios reconocen el potencial de estas regiones. Aunque la alta competencia puede plantear retos, es importante recordar que no es necesariamente un factor negativo. Puede indicar que hay demanda y potencial en el mercado.

### 14. ¿Cómo llegar a los clientes de una zona rural?



14. Πώς προσεγγίζετε τους πελάτες σας σε μια αγροτική περιοχή;

32 responses



- Plataformas en línea 9 (28,1%)
- Publicidad impresa 10 (31,3%)
- Actos y ferias locales 12 (37,5%)
- De boca en boca 15 (46,9%)
- El canal preferido para llegar a los clientes son los eventos y ferias locales y el boca a boca ser el modo predominante de transmisión de información.
- Llegar a los clientes de una zona rural puede suponer un reto único debido a la dispersión de la población y a las posibles limitaciones de las infraestructuras. Sin embargo, con las estrategias y enfoques adecuados, puede conectar eficazmente con su público objetivo y atraerlo. Recuerde que establecer una presencia en una zona rural requiere paciencia, constancia y un compromiso genuino de servir a la comunidad. Es importante escuchar los comentarios, adaptar las estrategias a la realidad local y estar abierto a aprender de la dinámica propia de la zona.

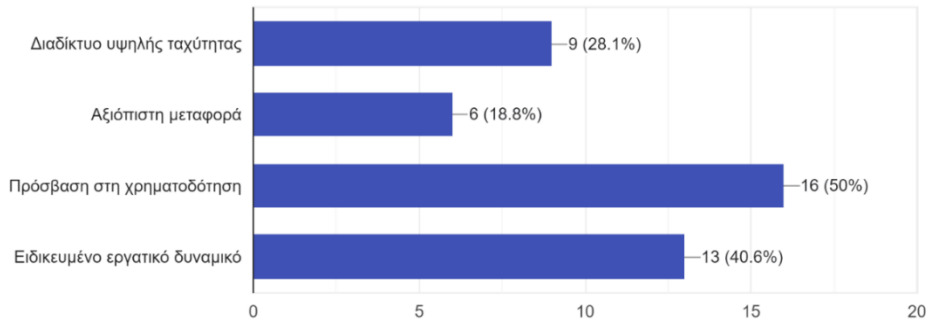
**15. ¿Qué tipo de infraestructuras o recursos faltan en las zonas rurales para apoyar el espíritu empresarial?**





15. Τι είδους υποδομές ή πόροι λείπουν στις αγροτικές περιοχές για τη στήριξη της επιχειρηματικότητας;

32 responses

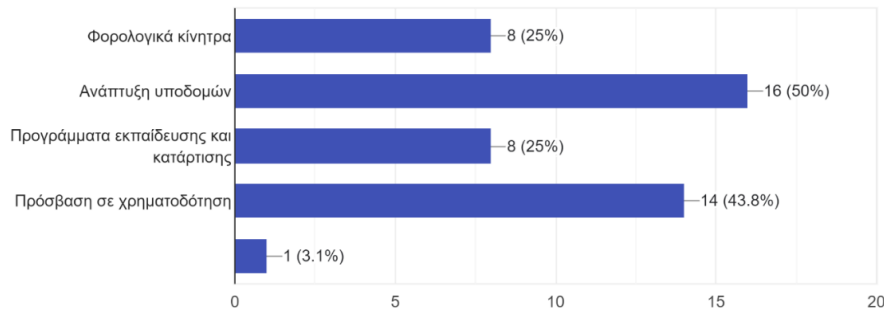


- Internet de alta velocidad 9 (28,1%)
- Transporte fiable 6 (18,8%)
- Acceso a la financiación 16 (50%)
- Mano de obra cualificada 13 (40,6%)
- La falta de infraestructuras y recursos en las zonas rurales puede plantear importantes retos a los empresarios y las empresas. Sin embargo, con una planificación estratégica y soluciones creativas, se pueden superar estos retos y encontrar formas de operar y tener éxito a pesar de los recursos limitados. Aunque los retos relacionados con las infraestructuras y los recursos pueden ser desalentadores, también ofrecen oportunidades para encontrar soluciones innovadoras y colaborar con la comunidad. Siendo adaptable, ingenioso y comprometido con el éxito de su empresa, puede tener un impacto positivo tanto en su negocio como en la zona rural en la que opera.

**16. ¿Qué tipo de política o ayuda gubernamental le gustaría ver para apoyar el espíritu empresarial en las zonas rurales?**



16. Τι είδους κυβερνητική πολιτική ή βοήθεια θα θέλατε να δείτε για την υποστήριξη της επιχειρηματικότητας στις αγροτικές περιοχές;  
32 responses



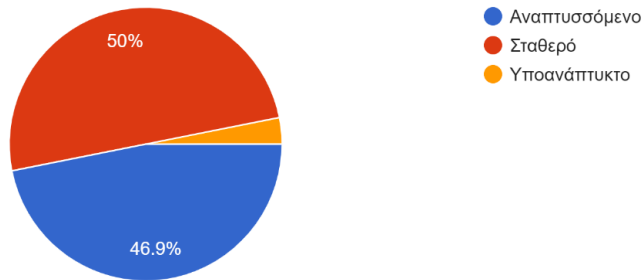
- Incentivos fiscales 8 (25%)
- Desarrollo de infraestructuras 16 (50%)
- Programas de educación y formación 8 (25%)
- Acceso a la financiación 14 (43,8%)
- Otros 1 (3,1%)
- Los gobiernos suelen reconocer la importancia de promover el espíritu empresarial en las zonas rurales para estimular el crecimiento económico, crear empleo y mejorar el bienestar general de estas comunidades. En consecuencia, pueden ofrecer diversas formas de apoyo para fomentar y facilitar las actividades empresariales. Algunos de los tipos de apoyo gubernamental más comunes son: incentivos financieros, formación y educación, desarrollo de infraestructuras, servicios de desarrollo empresarial, acceso y promoción de mercados, apoyo normativo y administrativo, ayuda a la exportación y fondos de desarrollo rural.

17. **¿Cómo ve el futuro del espíritu empresarial en las zonas rurales?**



17. Πώς βλέπετε το μέλλον της επιχειρηματικότητας στις αγροτικές περιοχές;

32 responses



- En crecimiento 15 (46,9%)
- Estable 16 (50%)
- En declive 1 (3,1%)
- La mayoría de los participantes percibe que el espíritu empresarial rural crecerá en los próximos años, lo que indica que los jóvenes perciben el futuro desde un punto de vista optimista.

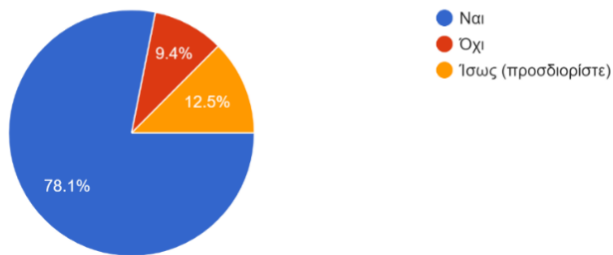
**18. ¿Recomendaría a otras personas la creación de empresas en zonas rurales? En caso afirmativo, ¿por qué?**



18 Θα συνιστούσατε σε άλλους ανθρώπους τη δημιουργία επιχειρήσεων σε αγροτικές περιοχές;

Εάν ναι, γιατί;

32 responses



Todos los participantes dieron una respuesta positiva o neutra a esta pregunta. Sólo 3 de los participantes respondieron que no estarían a favor de crear una empresa en una zona rural. Del cuestionario hemos recogido 15 respuestas a la pregunta de si recomendarían la creación de una explotación en una zona rural y por qué.

Las respuestas fueron:

- Creo que en los últimos años hemos visto que hay espíritu empresarial en las zonas rurales
- Expandir las empresas fuera de las zonas urbanas para devolver la vida a las comunidades rurales
- Sector difícil, requiere tiempo y recursos para triunfar
- Un sector emergente y con fines turísticos más allá de la subsistencia
- No es fácil, pero la urbanización está provocando un desplazamiento hacia las zonas rurales, así que tiene futuro.
- Depende de la empresa
- Porque la agricultura está desarrollada en Grecia.
- El trabajo depende del tiempo
- Es un sector difícil, quien lo elija tendrá que dedicarle tiempo para triunfar
- Es una nueva forma de implicar y desarrollar la comunidad y la economía locales.
- El turismo en Grecia es uno de los principales motivos económicos a los que uno puede dedicarse.



- La vida rural en Grecia puede ofrecer resultados prometedores y grandes beneficios. Una educación e información adecuadas son siempre suficientes.
- El sector agrícola crece constantemente con las infraestructuras adecuadas
- Lo recomiendo encarecidamente. Sin embargo, hace falta esfuerzo y tiempo para hacer crecer el negocio.
- El agroturismo es una buena oportunidad de desarrollo para nuestro país

**19. ¿Qué tipo de negocio o industria cree que tiene más potencial de crecimiento en las zonas rurales?**

- fábricas
- Con productos agrícolas y afines
- Granjas, pensiones
- turismo-hospitalidad-habitaciones
- No puedo elegir uno
- industria manufacturera comercio y turismo
- Con productos agrícolas o servicios agrícolas
- Con servicios agrícolas
- fábrica de zumos/compostaje
- Tiendas de productos ecológicos
- Agroturismo y participación en él a mayor escala.
- El turismo es rentable y explotable en gran medida. Es probable que el desarrollo del agroturismo tenga el mayor potencial de crecimiento.

Muchas respuestas tienen que ver con el turismo y la vida rural. El turismo rural ocupa una gran parte de las respuestas y elecciones de los participantes. Más del 50% de los participantes optaron por proponer el turismo y sus aplicaciones. El turismo surge a menudo como uno de los mayores mercados en las zonas rurales debido a una combinación de factores que hacen que estas regiones sean atractivas para los visitantes. Aunque el turismo presenta oportunidades significativas, es importante que las comunidades



rurales equilibren el crecimiento económico con la preservación de sus activos naturales y culturales. Las prácticas de turismo sostenible pueden garantizar que el turismo beneficie tanto a la economía local como al medio ambiente, lo que conduce al éxito a largo plazo de las zonas rurales como destinos turísticos deseables.

**20. ¿Hay algún comentario o información adicional que desee aportar sobre el tema del espíritu empresarial en las zonas rurales?**

- No tengo comentarios
- No
- Necesidad urgente de financiación en Grecia con una cobertura de costes elevada para la creación de este tipo de empresas, ya que la economía griega no puede apoyar a los emprendedores.
- No
- No



### 1.1.2. Conclusión

- **Género**

Hay un mayor porcentaje de mujeres que respondieron al cuestionario y están interesadas en participar en este proyecto, aunque el número total de respuestas recogidas no es tan elevado como para que se perciba como una muestra representativa.

- **Edad**

El 43,5% de los participantes tenían entre 26 y 30 años. Sin embargo, también hubo algunos participantes de más de 30 años. Esto indica la necesidad que tienen los jóvenes de nuevas actividades y nuevas oportunidades profesionales. La creación de empresas en las zonas rurales, aunque todavía no está generalizada, tiende a crecer de forma constante y alentadora. En la decisión de los jóvenes griegos de optar por el espíritu empresarial después de los 30 años puede influir una combinación de factores económicos, sociales y personales. Algunos de ellos son los siguientes: incertidumbre económica, seguridad financiera, experiencia en el mercado laboral, madurez personal, acceso a recursos, desarrollo de habilidades y existencia de sistemas de apoyo.

- **Educación**

El nivel educativo de la mayoría de quienes respondieron al cuestionario era de enseñanza superior y universitaria. Al menos un porcentaje respondió educación secundaria o técnica. El factor del nivel educativo indica que los encuestados optan por el desarrollo académico y la mejora de las competencias.

- **Zona/ Ubicación**

En general, en Grecia hay un índice mucho mayor de iniciativas empresariales y sistemas de apoyo en las zonas urbanas. Los jóvenes suelen elegir las zonas urbanas para crear sus empresas debido a una



combinación de factores que ofrecen estos entornos. Algunas de las razones que explican esta opción son las siguientes: acceso a los mercados, infraestructuras, acceso a los recursos y oportunidades de establecer contactos.

- **Experiencia**

Alrededor del 40% tenían menos de un año de empleo con iniciativa empresarial en las zonas rurales. Sin embargo, un alentador 25% tenía un empleo de más de 5 años. Dado que se ha observado que en Grecia los jóvenes optan por el espíritu empresarial después de los 30 años la mayoría de las veces, tener menos de un año de experiencia está justificado.

- **Motivación**

El acceso a los recursos naturales fue el mayor motivador para la mayoría, seguido del hecho de que el coste de la vida y los gastos fueran menores. Un pequeño porcentaje, sólo 6 individuos, eligió el modo de vida tranquilo que ofrecía o la ocupación y vida rurales, mientras que otros estaban vinculados por lazos personales con la zona. Algunas motivaciones que impulsan a los jóvenes a elegir zonas rurales son las siguientes: pasión por el desarrollo comunitario, conexión con la naturaleza, oportunidades de mercado sin explotar, costes reducidos, acceso a recursos naturales, calidad de vida, diversificación de la economía, conservación de la tradición, disponibilidad de tierras y espacios e incentivos gubernamentales.

En general, la motivación para crear una empresa en una zona rural puede ser una decisión profundamente personal y polifacética. Los empresarios sopesan diversos factores, como sus valores, sus objetivos, sus preferencias de estilo de vida y las oportunidades únicas que ofrece un entorno rural.

- **Desafíos**

Los jóvenes empresarios de las zonas rurales de Grecia se enfrentan a retos específicos que pueden ser distintos de los de los entornos urbanos. Estos retos pueden afectar a su capacidad para crear y desarrollar empresas con éxito.

Los principales retos y dificultades a los que se enfrentan la mayoría de los participantes son la falta de acceso a los recursos, y muchos tienen dificultades para encontrar personal cualificado. Varios se enfrentan





a problemas con la capacidad de respuesta de los clientes y la adquisición de sus productos. Otros ejemplos podrían ser las variaciones estacionales, el acceso limitado a los recursos, el tamaño y el alcance del mercado, los obstáculos normativos, las escasas oportunidades de establecer contactos, así como la limitada base de clientes.

- **Formación empresarial**

Más del 43% ha recibido formación o financiación de una organización pública o sin ánimo de lucro. El porcentaje restante, más o menos igual, nos deja con la duda de si estas oportunidades existen en variedad, y están disponibles y accesibles para todos, y los interesados tienen que informarse más a fondo, o si estas oportunidades son escasas.

- **Apoyo financiero**

Más de la mitad de los participantes han recibido financiación de programas gubernamentales. Un pequeño porcentaje recibió apoyo financiero de entidades privadas e inversores, mientras que un porcentaje igual se repartió entre préstamos bancarios y financiación colectiva. En Grecia, un fenómeno que se da con frecuencia es la financiación con medios privados, la mayoría de las veces procedentes de ahorros familiares, sobre todo porque en un alto porcentaje las empresas son heredadas.

- **Oportunidades de mercado**

Una gran parte de los encuestados considera que los sectores de los productos agrícolas y el turismo son los más desarrollados. Otros eligieron la producción y las fuentes de energía renovables. He aquí algunas oportunidades de mercado adicionales a tener en cuenta: agroturismo y experiencias locales, artesanía cultural, alimentos ecológicos y especializados, alojamiento ecológico, retiros de salud y bienestar, actividades al aire libre, artesanía local y productos artesanales, enoturismo y oleoturismo, y eventos y festivales locales.

- **Concurso**

El nivel de competencia percibido es elevado. Aunque las zonas rurales de Grecia pueden ofrecer oportunidades de mercado únicas, también pueden caracterizarse por altos niveles de competencia, sobre

todo a medida que más empresarios reconocen el potencial de estas regiones. Aunque la alta competencia puede plantear retos, es importante recordar que no es necesariamente un factor negativo. Puede indicar que hay demanda y potencial en el mercado.

- **Difusión**

El método preferido de difusión y comunicación es el boca a boca. Los actos locales y las exposiciones desempeñan un papel débil en la difusión de información, mientras que la forma impresa ya no desempeña un papel importante en la difusión y la potenciación económica de las medianas y pequeñas empresas. Llegar a los clientes de una zona rural puede suponer un reto único debido a la dispersión de la población y a las posibles limitaciones de las infraestructuras. Sin embargo, con las estrategias y enfoques adecuados, puede conectar eficazmente con su público objetivo y atraerlo. Recuerde que establecer una presencia en una zona rural requiere paciencia, constancia y un auténtico compromiso de servicio a la comunidad. Es importante escuchar los comentarios, adaptar las estrategias a la realidad local y estar abierto a aprender de la dinámica propia de la zona.

- **Barreras**

Los principales obstáculos a los que se enfrentan quienes se dedican a actividades agrícolas son el acceso a la financiación y la búsqueda de personal cualificado. Un transporte fiable y una Internet clara y de alta velocidad desempeñan un papel importante. Para los empresarios y emprendedores, la ausencia de infraestructuras y recursos en las zonas rurales puede plantear serias dificultades. Sin embargo, es posible superar estos obstáculos y encontrar formas de funcionar y tener éxito a pesar de contar con pocos recursos con una planificación estratégica e ideas originales. Aunque los problemas de infraestructuras y recursos pueden ser abrumadores, también presentan oportunidades de soluciones creativas y cooperación entre comunidades. Puede tener un efecto beneficioso en su empresa y en la comunidad rural en la que opera siendo flexible, ingenioso y dedicado al éxito de su empresa.

- **Apoyo a la asistencia política**

El desarrollo de infraestructuras y el acceso a la financiación son las dos peticiones más comunes que los interesados desearían ver satisfechas. A un gran porcentaje también le gustaría ver más programas de



educación y formación o mejores incentivos fiscales. Con frecuencia, los gobiernos son conscientes de lo crucial que es fomentar el espíritu empresarial en las zonas rurales para impulsar el crecimiento económico, crear empleo y mejorar la calidad de vida general de estas comunidades. Por ello, pueden ofrecer una serie de ayudas para promover y posibilitar las actividades empresariales. Incentivos financieros, programas de educación y formación, mejoras de las infraestructuras, servicios para el desarrollo empresarial, acceso y promoción de mercados, apoyo administrativo y normativo, ayudas a la exportación y subvenciones para el desarrollo rural son algunos ejemplos de las formas de apoyo gubernamental que se prestan con frecuencia.

- **El futuro del espíritu empresarial**

La mayoría de las opiniones giran en torno al hecho de que el desarrollo de la vida rural seguirá estancado, hay un porcentaje alentador que sostiene que crecerá en el próximo año. Los resultados de la encuesta indican que los jóvenes afrontan el futuro con optimismo.

- **Remendabilidad del espíritu empresarial**

En concreto, la mayoría de los participantes afirmaron que recomendarían a otras personas la creación de una empresa en zonas rurales, mientras que pocos participantes afirmaron que probablemente no recomendarían a otras personas la creación de una empresa en zonas rurales. El hecho de que la mayoría de las respuestas fueran positivas es un factor alentador.

- **Potencial de crecimiento**

El tipo de desarrollo y actividad más elegible que se señala en el cuestionario son los productos y servicios agrícolas. El turismo rural y las casas de huéspedes en zonas rurales también pueden influir positivamente en el desarrollo y la implantación de un modo de vida más ecológico.

Es importante, si no imperativo, que las comunidades locales y las autoridades gubernamentales apoyen este tipo de empresas e intenten por todos los medios financiarlas y apoyarlas. Existe un importante potencial de crecimiento del espíritu empresarial en las zonas rurales de Grecia. Aunque las regiones rurales se enfrentan a retos, también ofrecen oportunidades únicas que pueden contribuir al desarrollo de un próspero ecosistema empresarial.



Para liberar plenamente el potencial de crecimiento de la iniciativa empresarial rural, es crucial que los gobiernos, las comunidades y las partes interesadas colaboren para facilitar el acceso a la educación, la formación, la financiación, las infraestructuras y los servicios de apoyo. Un enfoque holístico que reconozca la singularidad de los contextos rurales y fomente la innovación puede conducir a un desarrollo económico sostenible y a la mejora de los medios de vida en estas zonas.

## **1.2 Italia**

### **2.1.1. Introducción**

El espíritu empresarial de los jóvenes en Italia ha cobrado fuerza en los últimos años, ya que los jóvenes están cada vez más interesados en perseguir sus ambiciones empresariales. Italia, con su rica historia y su variado panorama económico, presenta tanto oportunidades como retos para los jóvenes emprendedores.

En general, el espíritu empresarial de los jóvenes en Italia está en alza, impulsado por una mezcla de ideas innovadoras, determinación y un creciente apoyo del gobierno y de diversas partes interesadas. Con esfuerzos continuos para hacer frente a los retos y fomentar un ecosistema de apoyo, los jóvenes emprendedores italianos tienen el potencial de hacer contribuciones significativas al desarrollo económico del país.



Para llegar a los empresarios que cumplimentarían el cuestionario, se contactó con Coldiretti (que es la Confederación Nacional de Agricultores Directos y la principal organización agraria a nivel nacional) y se contactó directamente con más de 50 explotaciones agrícolas sicilianas, además de la difusión a contactos personales que se ocupan del empresariado rural en las zonas del sur de Italia (principalmente Sicilia), territorio en el que tiene su sede el CEIPES.

Antes de resumir las principales conclusiones de esta investigación, es necesario aportar datos contextuales del panorama nacional específico de Italia y la zona mediterránea, concretamente Sicilia y el sur de Italia, donde tiene su sede el CEIPES.

### **2.1.2. El contexto italiano**

La participación de los jóvenes en el sector agrario es uno de los objetivos de la Política Agrícola Común europea, y esto también es válido para Italia. Mientras que la tasa de desempleo juvenil alcanza niveles muy elevados, amplias zonas del territorio se ven afectadas por la despoblación, el envejecimiento de la población y la contracción de la actividad agraria, creando desequilibrios sociales y económicos y el abandono de tierras, con graves consecuencias también para el medio ambiente. Para realizar un análisis sobre los jóvenes en la agricultura es importante partir de algunas consideraciones de carácter demográfico y social sobre la evolución de la población y los estilos de vida en Italia.

La primera consideración se refiere al aspecto demográfico: Italia es la población con la edad media más alta y con el mayor índice de dependencia de ancianos de Europa.

Las zonas rurales se enfrentan a una serie de retos, además del envejecimiento demográfico: los niveles de renta bajos, la presencia de una brecha digital con las zonas urbanas y el creciente impacto del cambio climático en la renta agraria. Lamentablemente, para el conjunto de las zonas rurales, los datos de Italia no son positivos: en los últimos 20 años ha disminuido progresivamente el número de personas que viven en zonas rurales y, en particular, en sólo diez años se ha desplomado el número de jóvenes (- 44%) que, en cambio, en las zonas urbanas o intermedias permanecieron más o menos invariables o registraron descensos muy pequeños.



Los territorios rurales de Italia, sin embargo, se distinguen de los de la mayoría de los demás países, incluidos los europeos, por la presencia de un extenso y múltiple patrimonio de factores culturales, históricos, artísticos, medioambientales y paisajísticos, de cuya correcta explotación a menudo depende o podría depender el propio tejido económico y social.

La población juvenil italiana está en franco declive y los problemas que afectan a las nuevas generaciones son mayores que los que afrontan sus coetáneos de otros países europeos. En Italia, el concepto de "joven" ha experimentado una evolución a lo largo del tiempo, con un desplazamiento cada vez más hacia delante de la franja de edad de la población de referencia, debido también a importantes cambios sociales, como la ampliación del tiempo dedicado al estudio, el retraso en la entrada en el mundo laboral y la independencia económica y, por tanto, la prolongación de la estancia en la familia de origen.

Desde un punto de vista geográfico, más del 50% de los jóvenes empleados en la agricultura se encuentran en el sur de Italia, una zona en la que la incidencia de los jóvenes en el número total de trabajadores agrícolas es también superior a la media nacional (31,6% frente a una media del 29,8%). Debido a la ubicación geográfica del CEIPES, la mayoría de los empresarios que participaron en la encuesta sobre el espíritu empresarial de los jóvenes en las zonas mediterráneas trabajan en Sicilia, la región más meridional de Italia. Sicilia y Apulia son las dos regiones con mayor número de trabajadores agrícolas menores de 41 años, y por sí solas concentran casi el 28% del total nacional.

En Italia, los datos de los últimos cinco años muestran un crecimiento del número de empresas agrícolas gestionadas por empresarios menores de 35 años -las llamadas "empresas juveniles"-, que pasaron de 55 321 en 2017 a 56 172 a finales de 2021; en Sicilia, también a finales de 2021, había 6 880 empresas juveniles.

Las políticas de apoyo al empresariado rural también confirman la tendencia a incorporar al grupo de "jóvenes" a personas de hasta 40 años. Incluso entre los que participaron en la investigación realizada mediante la difusión de un cuestionario, el porcentaje de mayores de 30 años superaba el 65%.

Al aplicar los Fondos Europeos previstos dentro del FEADER - Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural al nivel periférico, la Región de Sicilia ha desarrollado su propio Programa de Desarrollo Rural (PSR) que consta de 21 Medidas para apoyar el espíritu empresarial rural. La medida 6 y, en particular, la submedida 6.1 se denomina "Ayudas para la puesta en marcha de actividades empresariales para jóvenes agricultores".



Los objetivos de esta submedida son:

1. Promover el apoyo financiero a los jóvenes agricultores que crean una empresa por primera vez y fomentar así el espíritu empresarial de los jóvenes en el sector agrícola y en las zonas rurales;
2. Rejuvenecer el sector empresarial agrícola;
3. Apoyar el empleo juvenil;
4. Fomentar la difusión de la innovación

Los beneficiarios de la medida pueden ser personas que no superen los cuarenta años de edad en el momento de presentar la solicitud, que posean cualificaciones y competencias profesionales adecuadas y que se instalen por primera vez en una explotación agraria como titulares de la misma. La medida prevé ayudas para nuevos asentamientos por un total de 40.000 euros a fondo perdido.

Como se desprende de los resultados de la encuesta realizada, aún queda mucho por hacer para fomentar la creación de nuevas empresas rurales gestionadas por jóvenes empresarios, debido también a las dificultades administrativas y burocráticas para desembolsar fondos comunitarios a nivel regional y periférico. Entre los grandes retos, pues, están los de hacer más eficientes las infraestructuras y el acceso a internet y reforzar los programas de formación.

### **2.1.3 Resultados del cuestionario**

El cuestionario difundido tenía como objetivo conocer, entre otras cosas, directamente de los jóvenes agricultores rurales, sus experiencias, los retos a los que se enfrentan, las razones que les impulsaron a iniciar una actividad agrícola en su territorio.



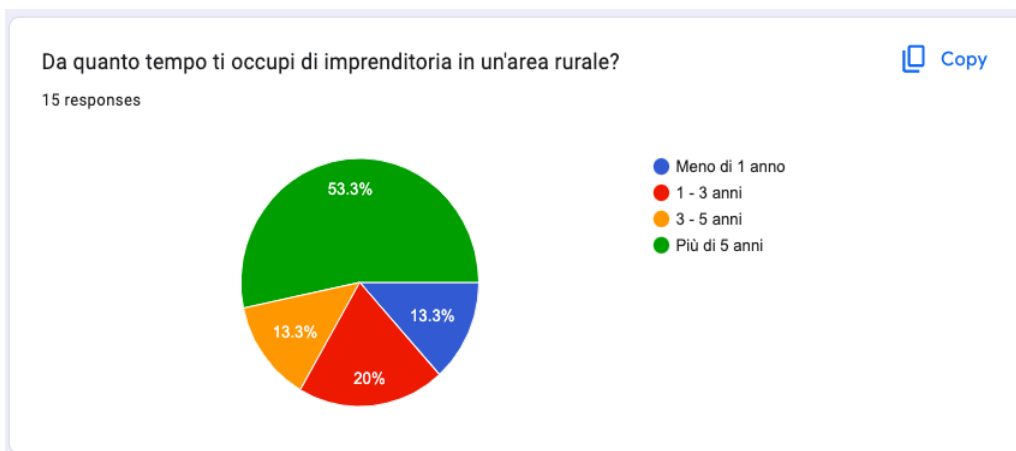
El cuestionario se difundió a más de 50 empresas rurales locales y a través de la red Coldiretti (la principal red nacional de empresas rurales), así como de contactos directos del CEIPES dedicados a actividades agrícolas y ganaderas.

Respondieron 16 empresarios y empresarias rurales, todos ellos de Italia.

El 6% de los participantes tiene más de 30 años y el 32% tiene entre 26 y 30 años.

El 50% de los encuestados declararon ser hombres, el 43% mujeres y el resto indicó la opción de respuesta "Otros" en relación con el sexo.

En relación con el tiempo dedicado a una actividad empresarial en una zona rural, el 53% contestó "durante más de 5 años", el 20% de "uno a 3 años", el 13% "de 3 a 5 años" y el 13% durante "menos de un año".



- A la pregunta "¿qué le impulsó a crear una empresa en una zona rural?", la mayoría de los encuestados (62%) respondió "los vínculos personales con la zona", el 50% "el deseo de un estilo de vida más tranquilo", el 43% "el acceso a los recursos naturales", el 6% "el menor coste de la vida" y otro 6% "la búsqueda de la felicidad". A la vista de las respuestas, se indica que las razones que motivaron a los jóvenes a crear una empresa en una zona rural de Italia son sobre todo personales, como la conexión con la zona o el deseo de un estilo de vida más tranquilo, más que económicas.

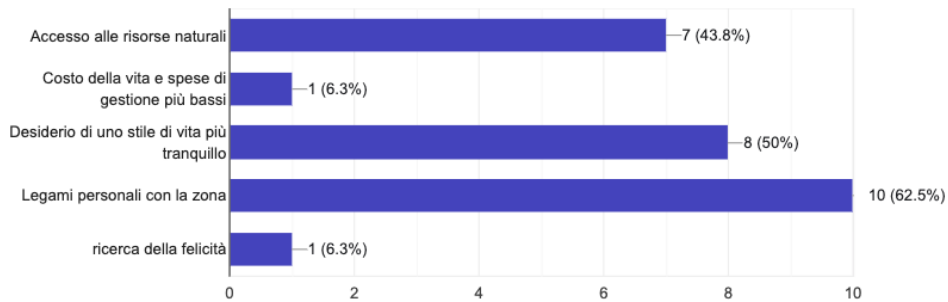




Cosa ti ha spinto ad avviare un'attività in un'area rurale?

Copy

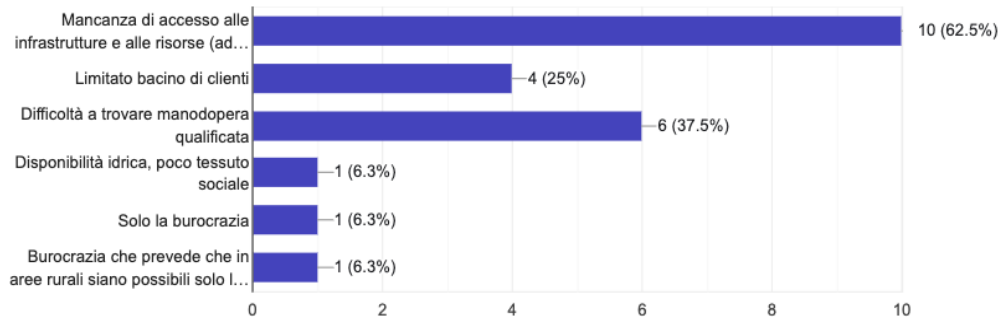
16 responses



- A la pregunta de a qué retos se enfrenta en relación con la ubicación de su empresa, los encuestados respondieron mayoritariamente (62%) a "la falta de acceso a infraestructuras y recursos", después a "la dificultad para encontrar mano de obra cualificada" (37,5%), "una base de clientes limitada" (25%) y un 6,3% respondió a "el escaso suministro de agua y la engorrosa burocracia para acceder a fondos". Según se desprende de las respuestas, los retos que preocupan a los jóvenes empresarios en Italia son sobre todo técnicos y burocráticos, más que personales.

Hai affrontato delle sfide legate all'ubicazione della tua attività in un'area rurale? Se si, quali sono state? Copy

16 responses

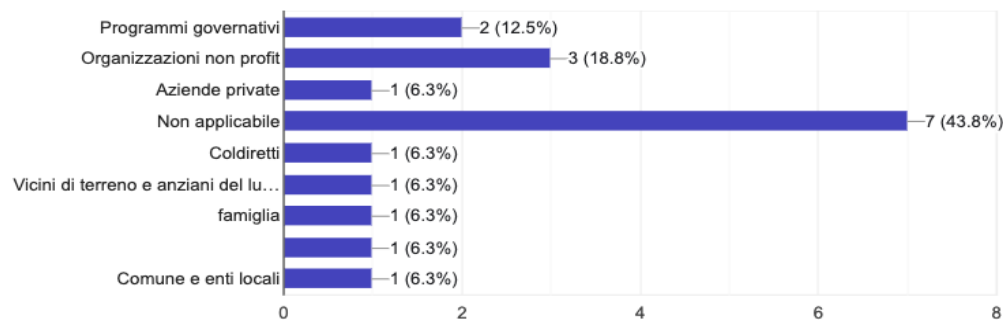




- A la pregunta de si los entrevistados han recibido formación y de quién, la mayoría respondió que no había recibido ninguna (43,8%), los que sí la recibieron han sido destinatarios de "programas gubernamentales" (12,5%) y "por organizaciones sin ánimo de lucro" (18,8%). Un entrevistado lo recibió de Coldiretti, otro de familiares, otro de ancianos locales y otro del Ayuntamiento. Las respuestas recibidas a esta pregunta ponen de manifiesto un doble reto: por un lado, existe la posibilidad de que existan programas de formación, pero no son tan conocidos por el público, o son accesibles sobre todo en los centros urbanos, mientras que, por otro lado, existe también una alta posibilidad de que los programas de formación pertinentes sean muy escasos.

Ha ricevuto formazione o supporto per l'imprenditorialità in un'area rurale? Se sì, da chi?

16 responses



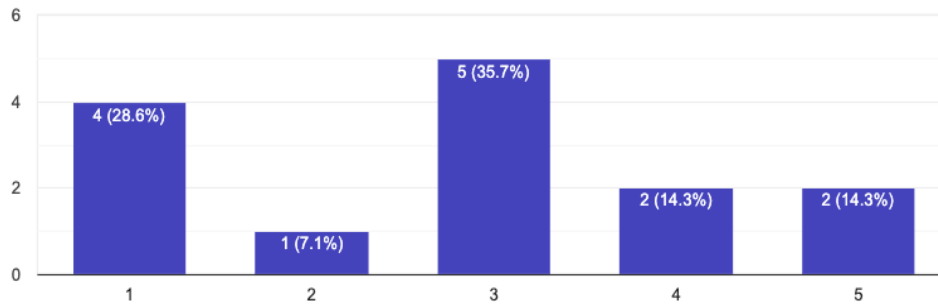
- En relación con la eficacia de la formación recibida, la mayoría de los encuestados (35,7%) respondió "regular", seguido de "muy poco" (28,6%) y, a continuación, el 14,3% respondió "bastante" y "mucho". Sólo un encuestado respondió "muy poco". Las respuestas dadas atestiguan que la mayoría de los programas de formación ofrecidos a los que han asistido los encuestados no cubren sus necesidades ni satisfacen sus expectativas.



Quanto è stata efficace questa formazione?



14 responses

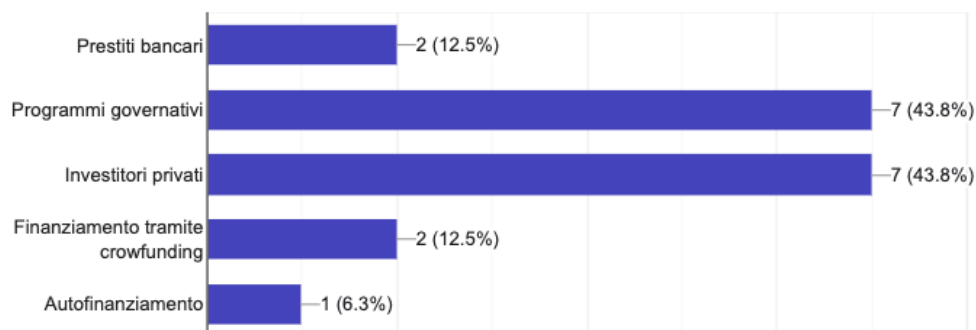


- En cuanto a los métodos de acceso a la financiación, la mayoría de los encuestados indicaron "programas gubernamentales" e "inversores privados" (43,8%). El 12,5% respondió "préstamos bancarios" y el mismo porcentaje indicó "financiación a través de crowdfunding". Sólo un encuestado indicó "autofinanciación". Siguiendo el mismo patrón, la mayoría de los encuestados optaron por ofertas gubernamentales y estatales, o inversiones privadas de inversores informales, en lugar de crowdfunding y autofinanciación.

Come accedi ai finanziamenti per la tua attività in un'area rurale?



16 responses



- Según la opinión de los encuestados, las principales oportunidades de mercado disponibles en las zonas rurales son principalmente los "productos agrícolas" (según el 87,5% de los encuestados),

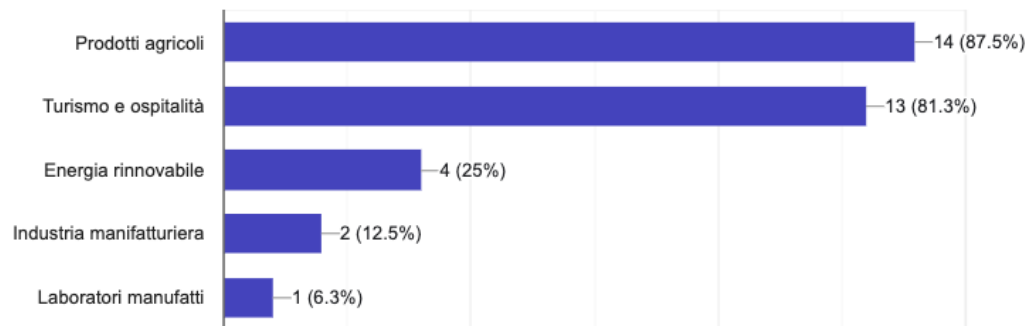


seguidos de los relacionados con el "turismo y la hostelería" (81,3%), las "energías renovables" (identificadas por el 25%), seguidas de la "industria manufacturera" (12,5%). Sólo un encuestado respondió "laboratorios manufactureros".

Che tipo di opportunità di mercato sono disponibili nelle aree rurali?



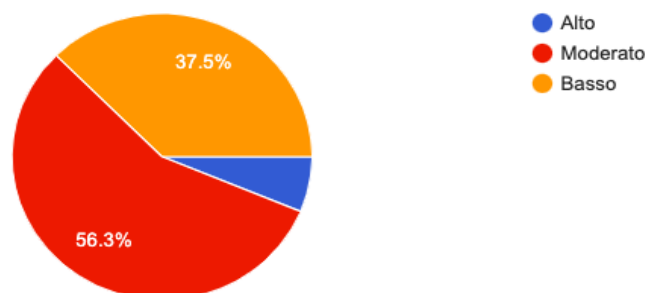
16 responses



El nivel de competencia para las empresas de las zonas rurales se considera "moderado" para el 56,3% de los encuestados, mientras que para el resto se considera "bajo". Sólo un encuestado indicó que el nivel de competencia era "alto". La competencia en las zonas rurales de Italia podría ser relativamente baja en comparación con las zonas urbanas debido a una combinación de factores relacionados con la demografía, la dinámica del mercado y las condiciones económicas.

Qual è il livello di concorrenza per le imprese nelle aree rurali?

16 responses



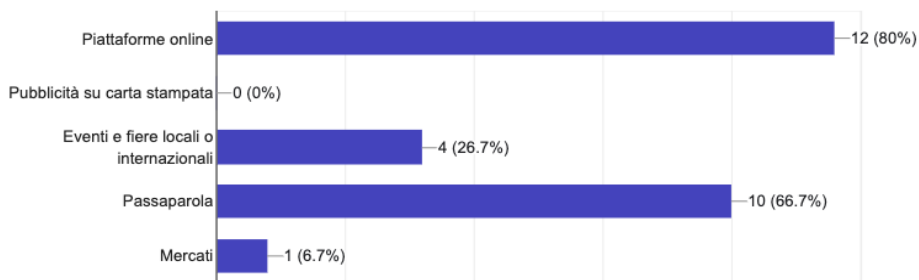


- La mayoría de los encuestados llegan a sus clientes gracias a "plataformas en línea" (80%), seguidos del "boca a boca" (66,7%), "gracias a eventos y ferias locales" (26,7%) y sólo el 6,7% gracias a "mercados locales". Un factor muy alentador es que el uso de la tecnología está muy extendido, incluso en las zonas rurales de Italia, y ayuda a maximizar el alcance de los jóvenes empresarios y sus logros.

Come raggiungi i tuoi clienti in un'area rurale?



15 responses



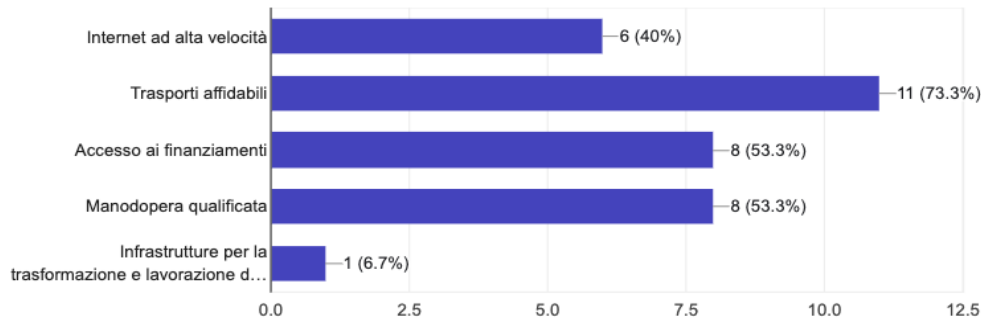
- La infraestructura considerada más deficiente está relacionada con "el transporte y su fiabilidad" (73,3%), seguida del "acceso a la financiación" (53,3%) y la "mano de obra cualificada" (53,3%). "Internet de alta velocidad" también es un recurso escaso (el 40% respondió así). Uno de los encuestados señaló la "presencia de industrias de transformación de materias primas" como un recurso que falta.



Che tipo di infrastrutture o risorse mancano nelle aree rurali per sostenere l'imprenditorialità?



15 responses



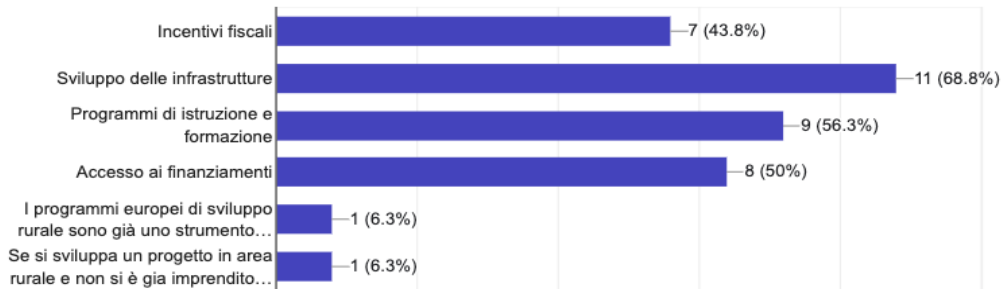
- A la pregunta de qué tipo de política o apoyo gubernamental en general desearían ver los empresarios más inversiones, la mayoría respondió "desarrollo de infraestructuras" (68,8%), seguido de "programas de formación y educación" (53,3%), "acceso a la financiación" (50%). Dos encuestados subrayaron la dificultad de acceder a la financiación también, cuando existe, debido a la ineficacia del sistema regional de desembolso de fondos. El gobierno italiano reconoce la importancia de promover el espíritu empresarial en las zonas rurales para estimular el desarrollo económico, crear puestos de trabajo y mejorar el bienestar general de las comunidades rurales. En consecuencia, existen diversas iniciativas y programas gubernamentales destinados a apoyar a los empresarios de las zonas rurales. He aquí algunos ejemplos de apoyo gubernamental a los empresarios de zonas rurales en Italia: Programas de Desarrollo Rural, Red Rural Nacional, Planes de Desarrollo Rural, Subvenciones y Ayudas, Iniciativas Agroalimentarias, Viveros de Empresas Rurales, Iniciativas Cooperativas e infraestructura digital.



Che tipo di politica o di supporto governativo vorresti vedere per sostenere l'imprenditorialità nelle aree rurali?



16 responses

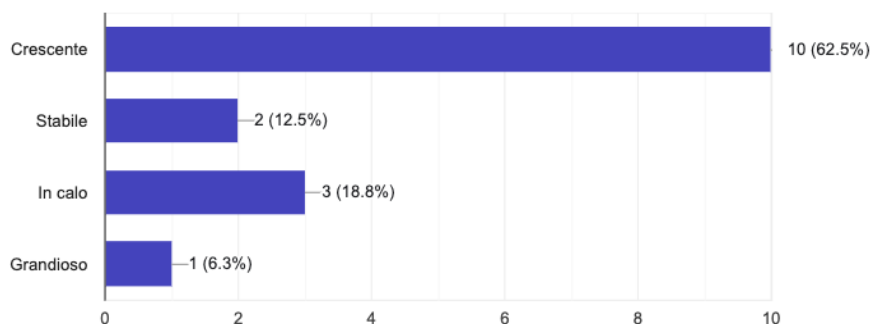


- La mayoría de los empresarios entrevistados ven el futuro del empresariado rural "en crecimiento" (62%5%), 3 encuestados creen que está "en declive", 2 "estable" y uno "estupendo". En la misma dirección que las respuestas de Grecia, los encuestados italianos parecen ser bastante optimistas respecto al futuro del empresariado rural, lo que significa que esperan que más jóvenes opten por ello y que se les preste más atención, tanto por parte del Estado como de los clientes.

Come vedi il futuro dell'imprenditoria nelle aree rurali?



16 responses



- A la pregunta de si los encuestados recomendarían a otros que emprendieran actividades empresariales rurales, la mayoría respondió "tal vez" (50%), seguido de "sí" para el 43,8% y "no"

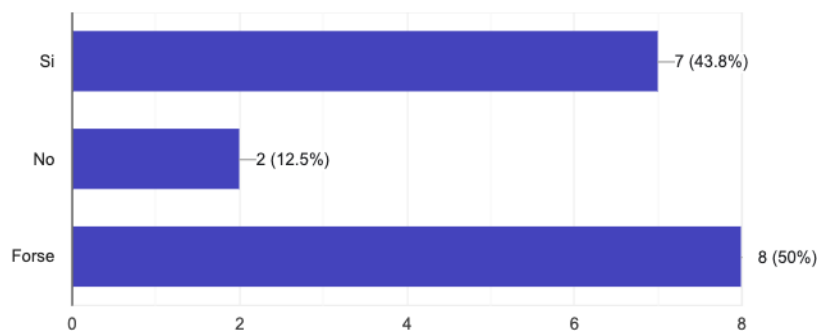


para el 12,5%. Los encuestados parecen bastante satisfechos, de modo que recomiendan a otros que opten por el empresariado rural, lo que significa que, en su opinión, se trata de una economía en alza con oportunidades.

Consigliaresti ad altri l'imprenditorialità nelle aree rurali?

Copy

16 responses



- A los que recomendarían emprender en zonas rurales se les preguntó por qué. Las respuestas fueron las siguientes:
  - Porque es una actividad de bajo impacto ambiental, por la calidad de vida y por la calidad de los recursos a los que se puede acceder.
  - Porque es una opción de estilo de vida, sobre todo en zonas con baja densidad de población.
  - Aumentar el grado de sociabilidad en las zonas rurales y así poder beneficiar a todos.
  - Porque el futuro avanza hacia la descentralización de servicios y recursos.
  - Porque experimentas nuevas tendencias, baja competitividad y, por tanto, tienes la oportunidad de sobresalir.
  - Porque hay buenas oportunidades, es un trabajo gratificante y que te permite vivir en contacto con la naturaleza.





### 2.1.4 Conclusiones

Las respuestas al cuestionario en línea, las entrevistas y la investigación documental revelaron las siguientes conclusiones:

- Los pequeños productores adoptan la cooperación, la creación de redes y la ayuda mutua como principal recurso y estrategia. Este método compensa las carencias y dificultades típicas que encuentran los empresarios de las zonas rurales (como la falta de infraestructuras, la lentitud de la maquinaria burocrática y, en Sicilia y el sur de Italia, más que en otras zonas del país, el suministro de agua). La conexión con otras realidades empresariales requiere un gran esfuerzo, pero es esencial.
- El apoyo a las políticas europeas se considera esencial para la supervivencia de muchas pequeñas y medianas empresas. Al mismo tiempo, sin embargo, el sistema de distribución de los



fondos comunitarios, en la Región de Sicilia, tropieza con la ineficacia e ineficiencia de la maquinaria burocrática y administrativa que hace que pasen años desde la presentación de un proyecto hasta el desembolso efectivo de los fondos. Esto supone un fuerte desincentivo para emprender actividades empresariales rurales en estas zonas. En Italia en general, como informan los datos del Tribunal de Cuentas (2018), el acceso al crédito para los jóvenes representa un problema muy importante, de hecho para los menores de 40 años este obstáculo lo encuentra el 57% de los jóvenes agricultores (frente al 33% del resto de Europa).

- Son importantes todas las actividades que puedan sensibilizar a los ciudadanos sobre el valor de crear pequeños grupos de compra locales para favorecer el encuentro entre el productor y el consumidor y evitar así el recurso a las grandes cadenas de distribución.
- El concepto de innovación puede ir de la mano de la recuperación de tradiciones ancestrales. La recuperación de granos y semillas ancestrales, por ejemplo, puede ser un elemento de innovación y no un salto al pasado. La idea sugerida es la de retroinnovación.
- Las mujeres siguen estando infrarrepresentadas en la tierra, a pesar de la presencia de programas de financiación específicos para las mujeres en la agricultura.
- La posibilidad de reutilizar los residuos parece replicable y exitosa. La práctica de transformar los residuos producidos en los procesos agrícolas puede tener un impacto económico y medioambiental en cualquier zona geográfica asumiendo las características de una práctica altamente reproducible.
- Las instituciones locales como la Región y su funcionamiento representan un límite con respecto al desarrollo de una red más densa de empresas juveniles en las zonas rurales del sur de Italia. Las universidades, por su parte, son protagonistas de diversos programas de estudio e investigación en cooperación con las empresas, creando un círculo virtuoso de colaboración con resultados apreciables para empresas y estudiosos. Una práctica de éxito relacionada con la colaboración entre instituciones y empresas rurales está representada por los Centros Experimentales de Granicultura, que conservan semillas y ecotipos permitiendo su replantación en el futuro y creando, de este modo, también un banco de memoria.
- Las políticas de la UE podrían tener aún más en cuenta las prácticas agroecológicas.



- Hoy en día, la agricultura ecológica es más apreciada por las personas con altos niveles de educación. La figura del agricultor propiamente dicha no es como la de hace 50 años. Hoy no se puede ser totalmente agricultor y no se puede ser sólo empresario. Por eso es necesaria la educación y la formación, la posibilidad de un aprendizaje continuo y constante.
- Desde el punto de vista cultural, el reto parece ser devolver la dignidad a las culturas campesinas, es decir, devolver la dignidad a este saber y hacer entender a la gente que el campo es un lugar deseable. "Se puede estar allí aunque no sólo se haga producción, por lo que en el campo se pueden celebrar actos y debates políticos. Hay que viajar por el campo sin limitarse a hacer agroturismo, por lo tanto no se trata sólo de iniciativas especulativas. De esta manera todo el sistema crecería, incluso ecológicamente. Habría más cuidado del patrimonio común y el territorio estaría más cuidado"<sup>1</sup>.
- Los jóvenes empresarios de hoy tienen mayores niveles de educación y están más formados que los agricultores de hace 40, 50 años y tienden a agregarse más. La figura del agricultor ha cambiado debido principalmente al mercado y sus cambios.
- Las motivaciones que impulsan a la mayoría de los jóvenes a dedicarse a una actividad empresarial rural suelen estar ligadas a la posibilidad de un estilo de vida más sano y en contacto con la naturaleza y a una reconexión con la memoria familiar y sus territorios
- Cada vez con más frecuencia, los aspectos ético-sociales parecen sumarse (y solaparse) a los económicos. Los jóvenes de hoy son especialmente sensibles a la sostenibilidad y, por tanto, al impacto que sus empresas pueden tener en el medio ambiente
- El concepto de KM Zero no debe asimilarse al concepto de salubridad de un producto. Muchos productos cultivados y vendidos localmente pueden no seguir prácticas agrícolas ecológicas y sostenibles.
- La mayoría de los jóvenes agricultores desean una formación de calidad.

---

<sup>1</sup>Entrevista del 20 de junio de 2023 con un empresario rural



En conclusión, el espíritu empresarial rural entre los jóvenes italianos es prometedor y tiene potencial. A medida que evoluciona el panorama empresarial y de la innovación, los jóvenes emprendedores se sienten cada vez más atraídos por las oportunidades que ofrecen las zonas rurales. La combinación única de patrimonio cultural, recursos naturales y mercados sin explotar presenta un lienzo en el que pueden prosperar empresas creativas y resistentes.

Aunque existen retos como el acceso limitado a los recursos, la menor densidad de población y las mentalidades tradicionales, no son en absoluto insuperables. El compromiso del Gobierno italiano con el desarrollo rural, unido al creciente reconocimiento del papel vital que desempeñan los jóvenes empresarios en la revitalización de las economías rurales, dibuja una trayectoria positiva para el futuro.

La convergencia de tecnología, sostenibilidad y búsqueda de experiencias auténticas encaja perfectamente con la esencia del espíritu empresarial rural en Italia. Con un pensamiento innovador, una planificación estratégica y una determinación inquebrantable, los jóvenes empresarios están transformando las zonas rurales en centros de creatividad, dinamismo económico y renovación comunitaria. Al tender puentes entre tradición y modernidad, estos jóvenes visionarios no sólo forjan su propio destino, sino que contribuyen al renacimiento cultural y económico de la Italia rural. El camino hacia la iniciativa empresarial rural puede ser difícil, pero es un camino lleno de potencial y propósito, que alimenta los sueños tanto de los individuos como de las comunidades.

## **1.3 España**

### **2.1.3. Introducción**



Co-funded by the  
European Union



El emprendimiento joven en las zonas rurales de España es un fenómeno dinámico y en evolución que encierra importantes promesas para las economías y comunidades rurales del país. Mientras España se enfrenta a los retos del declive demográfico en algunas regiones y trata de promover el desarrollo sostenible, los jóvenes emprendedores se perfilan como agentes de cambio y crecimiento.

En esencia, el emprendimiento joven en la España rural representa un faro de esperanza para revitalizar las economías locales, preservar el patrimonio cultural y fomentar el desarrollo sostenible. Con una combinación de creatividad, apoyo gubernamental y pensamiento innovador, los jóvenes emprendedores están transformando las zonas rurales en centros de innovación, resiliencia y dinamismo económico.

A continuación encontrará las respuestas recogidas de la encuesta distribuida en España.

El primer paso de este proceso fue acordar las preguntas entre el consorcio, en segundo lugar acordar el formato que queríamos utilizar para obtener gráficos y unificar todos los resultados.

Este cuestionario se ha compartido entre las redes nacionales de Defoin por correo electrónico y WhatsApp. También hemos publicado posts relevantes en nuestras redes sociales para lograr el máximo impacto. El equipo del Departamento de la UE de Defoin también ha utilizado canales personales para llegar al objetivo. El proceso de difusión se ha iniciado con la base de datos de las partes interesadas que se creó para este proyecto hace unos meses como punto de referencia o de partida.

El proceso de búsqueda de instituciones, organizaciones y personas que apoyan o están interesadas en el espíritu empresarial nos ha permitido ampliar las redes de partes interesadas y ha mejorado enormemente el impacto de difusión del proyecto. De las 70 partes interesadas con las que empezamos hemos pasado a 110, por lo que hemos aumentado nuestra base de datos de partes interesadas pertinentes en un 64%.

Calculamos que hemos creado unos 10 posts sobre el proyecto y el cuestionario en las redes sociales, hemos enviado más de 120 correos electrónicos y enviado información por whatsapp y teléfono a más de 50 personas.

Calculamos que con este trabajo hemos llegado al menos a más de 200 personas que ahora conocen el proyecto.

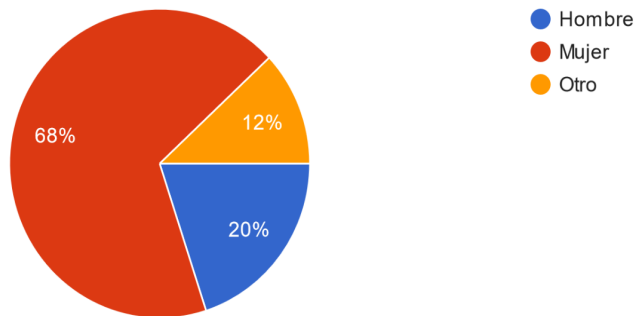


## 2.3.2. Resultados del cuestionario

### 1. 2. Dirección de correo electrónico.

En la primera pregunta recogimos las direcciones de correo electrónico de los participantes para poder contactar con ellos en futuras investigaciones y para informarles sobre oportunidades de formación y tutoría dentro del proyecto y fuera de él.

### 2. ¿Cuál es su sexo?



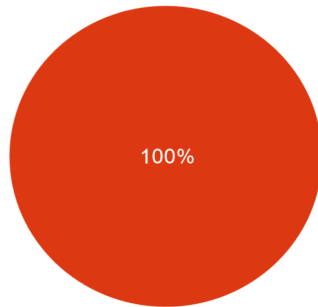
17 participantes de 25 se han identificado como mujeres (68%), 5 participantes como hombres (20%) y 3 como otros (12%). Dado que la mayoría de los encuestados eran mujeres, llegamos a la conclusión de que las mujeres parecían tener un mayor interés en la encuesta y en el proyecto en general, y estaban deseosas de participar en la encuesta.

### 3 ¿En qué país se encuentra actualmente?

El 100% de los 25 participantes que respondieron al cuestionario se encuentran en España.

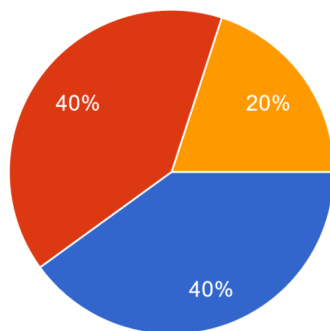


Co-funded by the  
European Union



- Grecia
- España
- Túnez
- Palestina
- Italia
- Egipto
- Otro

#### 4-¿Cuál es su edad?



- 17-25
- 26-30
- Mayor de 30

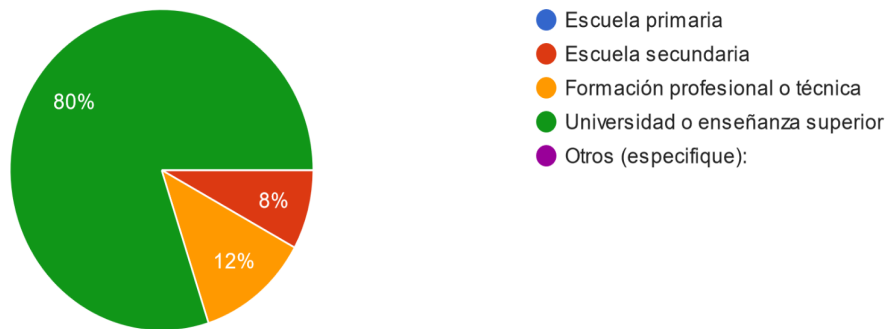
10 de los 25 participantes tienen entre 17 y 25 años, lo que representa el 40% del objetivo, y otros 10 participantes tienen entre 26 y 30 años, otro 40%.

Aunque la encuesta estaba dirigida a menores de 30 años, hemos recibido 5 respuestas de participantes de más de 30 años, lo que representa el 20 % de las respuestas.

Un factor alentador para la generación más joven es que, en España, los jóvenes parecen optar por el espíritu empresarial desde una edad bastante temprana, muy posiblemente justo después de terminar sus responsabilidades de educación superior, a los 17-25 años, o 26-30 años, lo que significa que las posibilidades existen, y se dan, a los jóvenes con potencial.

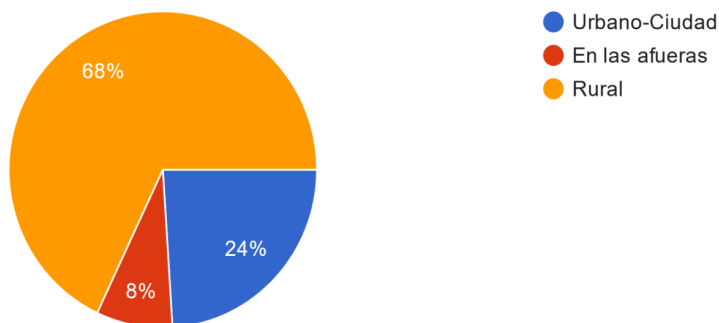


### 5. ¿Cuál es su nivel de estudios más alto?



20 de las 25 personas que respondieron al cuestionario tienen estudios superiores, lo que representa el 80% de los participantes. 3 personas tienen formación profesional, el 12% del total, y 2 personas sólo tienen estudios secundarios, lo que representa el 8% de los participantes españoles. En base a las respuestas proporcionadas, la mayoría de los encuestados españoles han optado por la educación superior, lo que significa que han seguido una trayectoria académica antes, o durante, sus pasos empresariales.

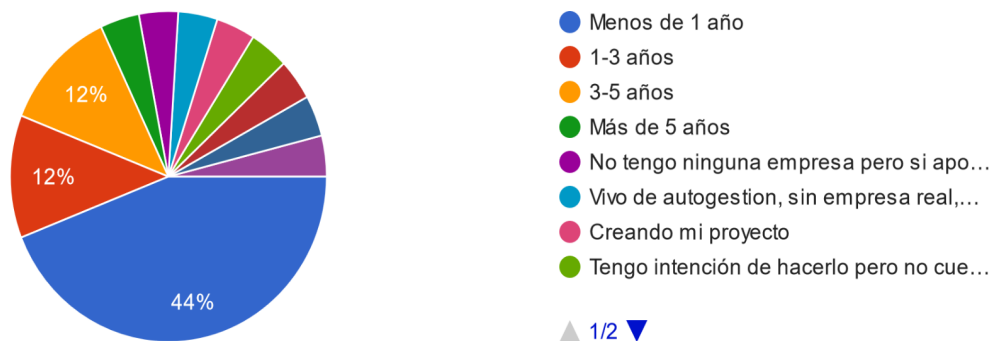
### 6 ¿En cuál de las siguientes zonas vive?





El 68% de los participantes, 17 personas, viven en zonas rurales 2 de ellas (8%) suburbanas y 6 personas el 24% en una zona urbana de ciudad. En general, en España hay un índice mucho mayor de iniciativas empresariales y sistemas de apoyo en las zonas urbanas. Por eso hemos centrado este proyecto en las zonas rurales. A diferencia de Grecia e Italia, España parece apoyar el espíritu empresarial rural de una forma más práctica y eficaz, y los jóvenes parecen aprovechar estas iniciativas.

### 7. ¿Cuánto tiempo lleva dedicado a la actividad empresarial en una zona rural?



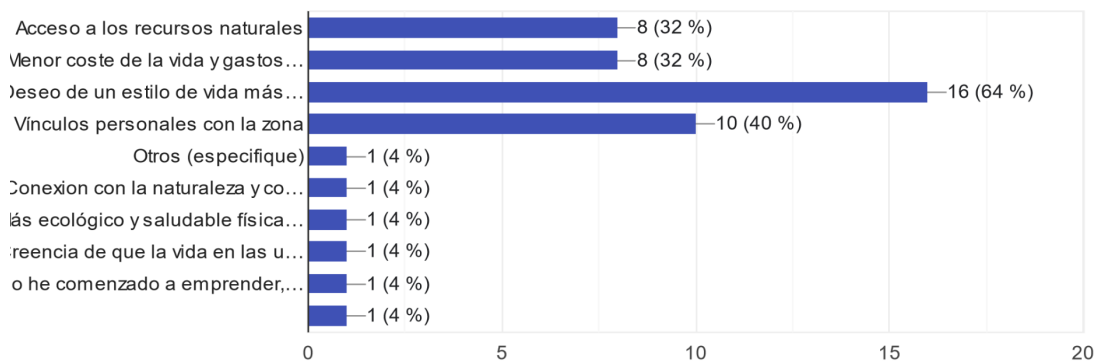
11 participantes (44%) llevan menos de 1 año, 3 de ellos (12%) entre 1 y 3 años y otras 3 personas (12%) más de 3 años. 1 participante (4%) lleva más de 5 años dedicado a la actividad empresarial en el medio rural.

Los otros 7 participantes (28%) aún no han empezado, pero participan en iniciativas o asociaciones empresariales o están desarrollando o empezando a desarrollar el proyecto.

A la vista de las respuestas, se demuestra que la mayoría de ellas son bastante "nuevas" en lo que respecta al espíritu empresarial, lo que significa que lo más probable es que estén atravesando su fase de puesta en marcha y acumulando experiencia.



## 8. ¿Qué le motivó a crear su empresa en una zona rural?



Acceso a los recursos naturales 8 participantes (32%)

Menor coste de la vida y gastos de funcionamiento 8 participantes (32%)

Deseo de un estilo de vida más tranquilo 16 participantes (64%)

Vínculos personales con la zona 10 participantes (40%)

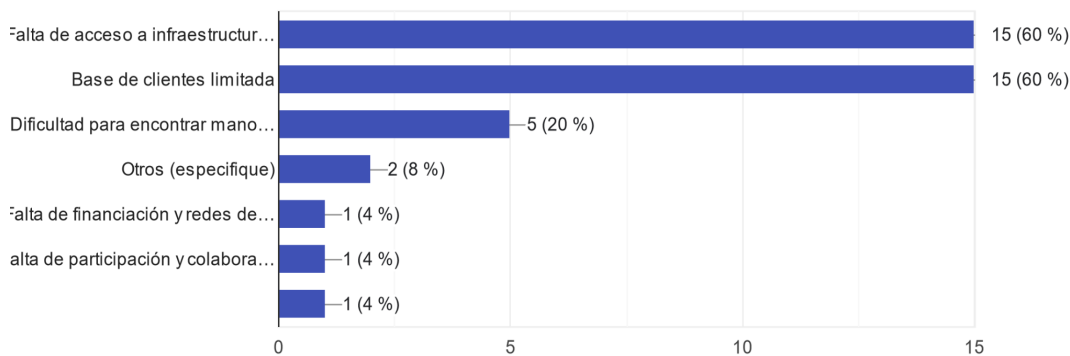
Otros (especifique)

De los participantes que eligen también "otro como respuesta"

- Conexión con la naturaleza y conmigo mismo, coherencia con la vida.
- Más verde y más sano física y emocionalmente.
- Creencia de que la vida urbana es insostenible.
- No he empezado a emprender, pero me gustaría hacerlo.



### 9. ¿Se ha enfrentado a algún reto relacionado con la ubicación de su empresa en una zona rural? En caso afirmativo, ¿cuáles han sido?



Falta de acceso a infraestructuras y recursos (por ejemplo, Internet, transporte, servicios públicos) 15 participantes (60%)

Base de clientes limitada 15 participantes (60%)

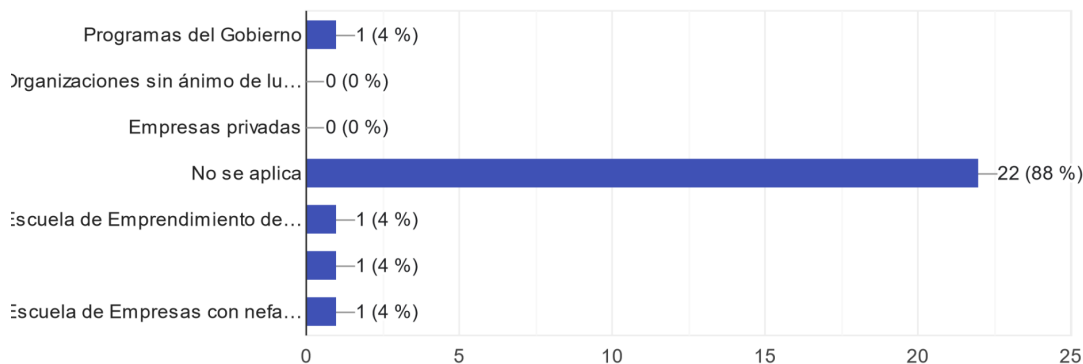
Dificultad para encontrar mano de obra cualificada 5 participantes (20%)

Otros (especifique) 2 participantes eligen otros por las siguientes razones:

- Falta de financiación y de redes de apoyo y asistencia
- Falta de participación y colaboración



**10. ¿Ha recibido algún tipo de formación o apoyo para la creación de empresas en una zona rural? En caso afirmativo, ¿de quién y en qué medida ha sido eficaz?**



Programas gubernamentales 1 (4%)

Organizaciones sin ánimo de lucro 0 (0%)

Empresas privadas 0 (0%)

No aplicable 22 (88%)

- Escuela de Emprendimiento de la UAH 1 (4%)
- Escuela de negocios con mal asesoramiento. 1 (4%)

La cruda realidad es que 22 de los 25 participantes no han recibido ningún tipo de formación o apoyo y 1 de ellos mencionó haber recibido un asesoramiento muy deficiente, por lo que más del 90% de los participantes no recibieron ningún apoyo o recibieron un apoyo deficiente para poner en marcha una iniciativa empresarial.

Sólo 2 participantes tuvieron formación y apoyo, 1 de un programa gubernamental y el otro de un Programa de la Escuela de Emprendimiento de una Universidad.

Siguiendo el mismo patrón que los dos países anteriores, nos encontramos ante el mismo dilema. En otras palabras, nos encontramos ante dos escenarios posibles: por un lado, existen formaciones disponibles, y sistemas de apoyo, que no son tan conocidos, o quizás están localizados en zonas urbanas, y los interesados tienen que hacer un esfuerzo extra para poder estar al día y mantenerse al día de las oportunidades actuales, mientras que por otro lado, las oportunidades de formación y los sistemas de apoyo en España son pobres, y no son accesibles para todos.

### 11.¿Ha recibido ayuda financiera para su empresa en una zona rural?



Préstamos bancarios 3 participantes (12%)

Programas gubernamentales 4 participantes (16%)

Inversores privados 1 participante (4%)

Crowdfunding 0 participantes (0%)

No 6 participantes (24%)

No- N/a 10 participantes (40%)

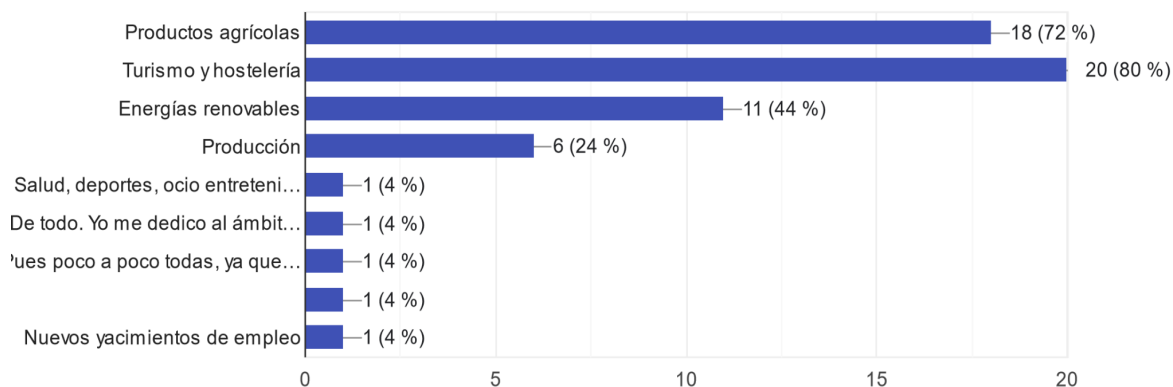


Inversión de los socios colaboradores 1 participantes (4%)

16 participantes (64%) no han recibido ninguna ayuda financiera. Sólo 4 han recibido ayuda financiera del gobierno (16%) y 6 participantes han recibido préstamos bancarios o de inversores privados.

Es importante que los jóvenes empresarios de las zonas rurales investiguen y se mantengan al día sobre los diversos programas de apoyo financiero disponibles en sus regiones específicas. Estos programas pueden aliviar significativamente algunos de los retos financieros asociados a la puesta en marcha y gestión de un negocio en la España rural. Las cámaras de comercio locales, las agencias de desarrollo económico y los sitios web gubernamentales son valiosas fuentes de información sobre las ayudas disponibles.

## 12. ¿Qué tipo de oportunidades de mercado existen en las zonas rurales?



Productos agrícolas 18 (72%)

Turismo y hostelería 20 (80%)

Energías renovables 11 (44%)

Industria 6 (24%)

Otros:

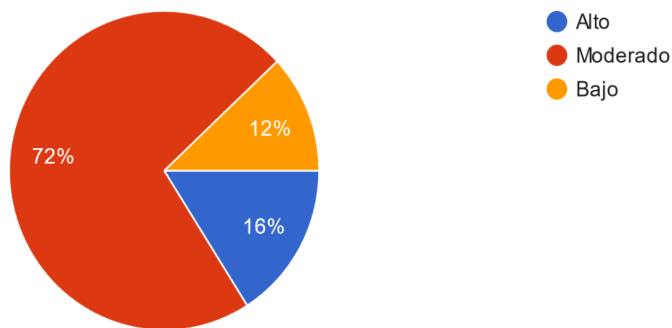
- Salud, deportes, ocio, entretenimiento y relaciones humanas 1 (4%)



- Todo tipo de cosas. Trabajo en el ámbito socioeducativo 1 (4%)
- Bueno, poco a poco todos, ya que hay un éxodo 1 (4%)
- Nuevos yacimientos de empleo 1 (4%)

La mayoría de los participantes consideraron el turismo y la hostelería como el principal campo para la iniciativa empresarial rural en España, dejando un espacio mínimo para otras oportunidades de mercado como la sanidad, el deporte, el ocio y la industria manufacturera.

### 13. ¿Cuál es el nivel de competencia para las empresas en las zonas rurales?



Alta 4 personas (16%)

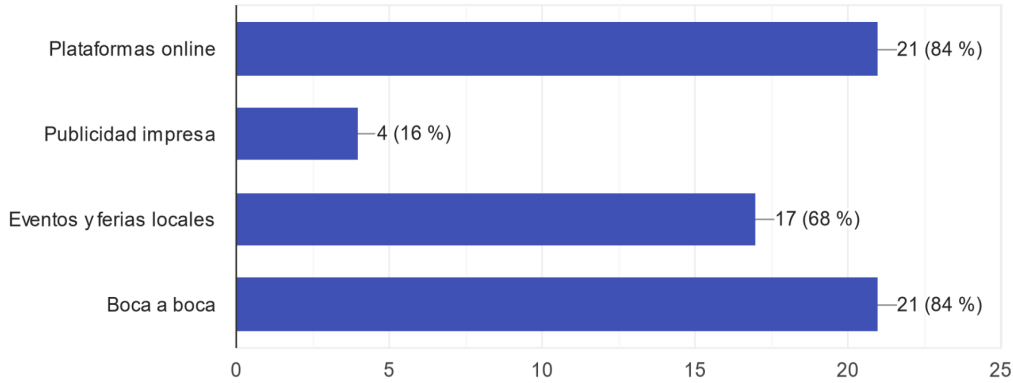
Moderado 18 personas (72%)

Bajo 3 (12%)

El 18 % de los participantes cree que el nivel de competencia es moderado, sólo el 4 % percibe que es alto.

Y el 3 % de los participantes cree que es bajo.

### 14. ¿Cómo llega a sus clientes en una zona rural?



Plataformas en línea 21 (84%)

Publicidad impresa 4 (16%)

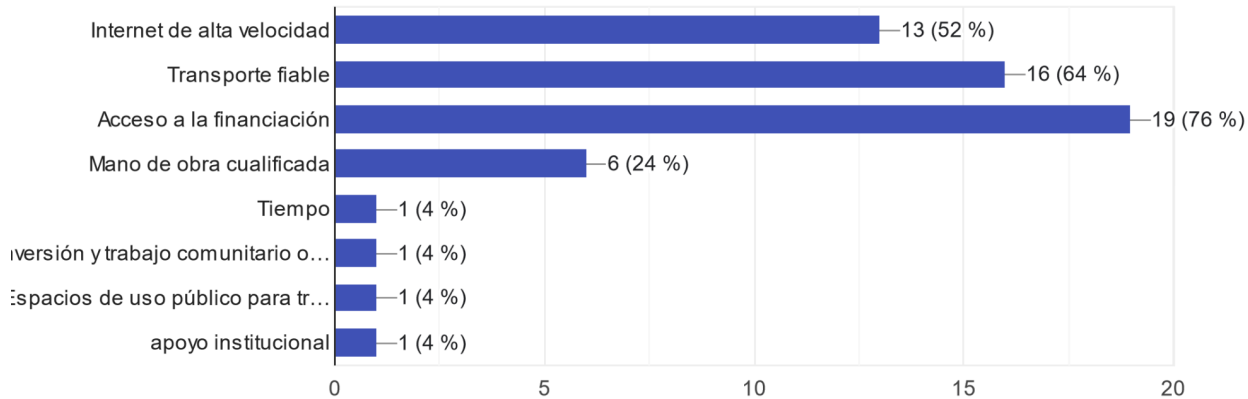
Eventos y ferias locales 17 (68%)

De boca en boca 21 (84%)

El canal preferido para llegar a los clientes son las plataformas en línea y el boca a boca, seguidos de cerca por los eventos y ferias locales. La publicidad impresa es probablemente menos eficaz hoy en día. Lo anterior indica la amplia difusión del uso de la tecnología incluso en las zonas rurales, lo que también hace que las opciones de difusión sean más sostenibles, ya que se opta por la forma en línea en lugar del material impreso.

**15. ¿Qué tipo de infraestructuras o recursos faltan en las zonas rurales para apoyar el espíritu empresarial?**





Internet de alta velocidad 13 (52%)

Transporte fiable 16 (64%)

Acceso a la financiación 19 (76%)

Mano de obra cualificada 6 (24%)

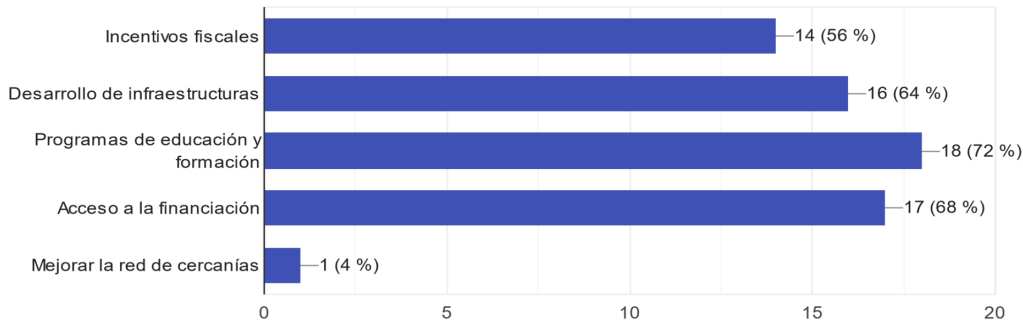
Otros:

- Tiempo 1 (4%)
- Inversión y trabajo comunitario/colaborativo para abordar el desarrollo de todas las zonas y empresas, no sólo la nuestra. 1 (4%)
- Espacios de coworking públicos y/o baratos 1 (4%)
- Apoyo institucional 1 (4%)

**16. ¿Qué tipo de política o ayuda gubernamental le gustaría ver para apoyar el espíritu empresarial en las zonas rurales?**



Co-funded by the  
European Union



Incentivos fiscales 14 (56%)

Desarrollo de infraestructuras 16 (64%)

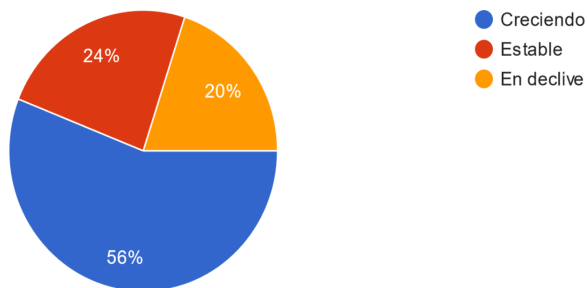
Programas de educación y formación 18 (72%)

Acceso a la financiación 17 (68%)

Otros:

- mejorar la red ferroviaria 1 (4%)

### 17. ¿Cómo ve el futuro del espíritu empresarial en las zonas rurales?



Crecimiento 14 (56%)

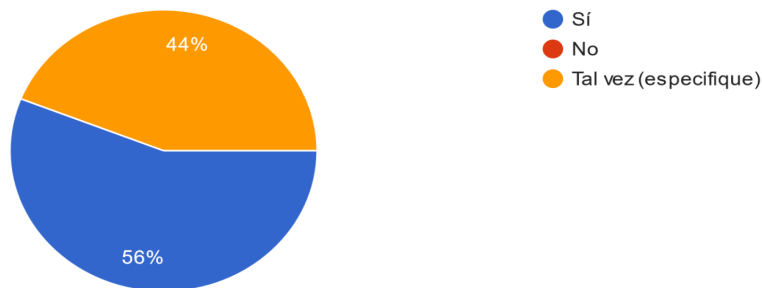
Estable 6 (24%)

En declive 5 (20%)



La mayoría de los participantes percibe que el empresariado rural crecerá en los próximos años, 6 participantes piensan que es estable por lo que mantendrá niveles similares y 5 participantes creen que disminuirá. En la misma dirección, los jóvenes emprendedores en España parecen ser bastante optimistas respecto al futuro del emprendimiento rural, lo que significa que creen que las oportunidades aumentarán y que más gente elegirá ese camino.

### 18. ¿Recomendaría a otras personas la creación de empresas en zonas rurales? En caso afirmativo, ¿por qué?



Todos los participantes dieron una respuesta positiva o neutra a esta pregunta. Ninguno de ellos contestó que no recomendaría a otros crear una empresa en zonas rurales.

Como podemos ver, 14 participantes (56%) confirmaron que recomendarían y 11 de ellos respondieron que tal vez.

A continuación presentamos las razones que nos han dado:

- En función del sector y de la empresa que deseen crear.
- Es una forma de acercar a la ciudad todos los productos y explotar el potencial de estas zonas. De este modo, también conseguiríamos dar visibilidad e impulsar un sector que cada vez pierde más reconocimiento y valor.
- Parece que en las ciudades tienen más puntos de venta.



- Yo las recomendaría si tienes muchos vínculos con gente de zonas rurales y sabes que es un lugar donde quieres vivir aunque no ganes mucho dinero, porque si quieres ganar mucho dinero y montar varias sucursales de la empresa en diferentes sitios, no creo que debas empezar a montarla en una zona rural.
- No creo que sea esencial que todo el mundo tenga un negocio.
- Depende del negocio.
- Ofrecer una mejor calidad de vida a sus trabajadores.
- En las sociedades colapsadas y ante la falta de recursos, la proximidad a los recursos, las comunicaciones, el teletrabajo y las nuevas formas de consumir y crear o emprender negocios facilitan este espíritu emprendedor.
- Es muy fácil emprender en Madrid, donde tienes acceso a todos los recursos, formación, ferias... Sin embargo, en el medio rural hay que tener el doble de motivación y esfuerzo diario para salir adelante; no sólo por las dificultades estructurales, sino porque a nivel social, a veces, no se acepta tanto hasta que no ven rentabilidad.
- Porque hay que mantener vivas las zonas rurales y porque el contacto con el entorno y la gente que te rodea es muy real.
- Para cubrir las mayores necesidades de los habitantes de esa zona.
- Mejorar su calidad de vida y la de quienes les rodean, creando una sinergia.
- Cada vez somos más los que nos trasladamos a zonas rurales, sigue habiendo necesidades insatisfechas y para salir de esta espiral es necesario emprender.
- Yo recomendaría, sobre todo, no idealizar.
- Creo que es necesario descentralizar toda la actividad empresarial de las ciudades. El campo está vivo, al igual que toda la gente que vive en él. ¿Por qué tenemos que ir a la ciudad cada vez que queremos algo?
- Depende del tamaño de esa zona rural en la que te encuentres y del mercado al que te dirijas (intereses vecinales y comunitarios...).
- Puede ser una buena oportunidad, pero creo que hay más riesgos que hacerlo en una ciudad.
- Nichos de mercado potenciales en estos ámbitos.
- Nuestras diferencias son nuestros puntos fuertes, tenemos recursos endógenos únicos.



### **19. ¿Qué tipo de negocio o industria cree que tiene más potencial de crecimiento en las zonas rurales?**

- Depende del lugar
- Turismo, actividades de aventura, desconexión, gastronomía, etc.
- Industria agrícola.
- Alimentación o turismo.
- Hostelería y turismo.
- Social.
- Turismo.
- En España, el turismo rural, más orientado a los jóvenes, sobre todo para contrarrestar la despoblación. Los jóvenes ganarían porque encuentran un lugar tranquilo donde trabajar y ganarse la vida y el pueblo aumenta su población, y "actualiza" las actividades y el público objetivo al que va dirigido.
- Agricultura, turismo, deportes y educación
- Turismo
- Artesanía
- Sector servicios
- Complicado responder a eso... Depende de la ubicación.
- Lo que pueda satisfacer las necesidades específicas de esas zonas concretas y sea accesible a la población local.
- Formación, medio ambiente y fabricación
- Turismo (al menos en mi zona).
- Turismo y productos bio/ecológicos.
- Turismo, ya que cada vez más gente busca la tranquilidad típica de estas zonas.
- Energías renovables.



12 de 19 respondieron que el turismo, 3 que depende de la ubicación y luego tenemos la agricultura, la formación y la artesanía como los campos potenciales de éxito percibidos para el espíritu empresarial en las zonas rurales.

**20. ¿Hay algún comentario o información adicional que desee aportar sobre el tema del espíritu empresarial en las zonas rurales?**

- Me gustan mucho no las empresas, sino las asociaciones que van de pueblo en pueblo o que se mueven por una región, uniendo a gente de diferentes pueblos para hacer proyectos y sacar adelante el lugar.
- Es muy difícil crear una empresa.
- Yo sí animo a que se creen empresas o servicios en zonas rurales porque tendrán un número de clientes menor pero fiel, debido a la falta de oferta en la zona.
- Me gustaría emprender en el medio rural para recuperar y restaurar nuestro patrimonio cultural y natural y seguir construyendo espacios donde mejorar nuestra forma de vida y nuestro entorno.
- Creo que hay poca información, a nivel general, en las universidades sobre la posibilidad de emprender. Cuando se habla de "emprender" siempre se da por hecho que se va a crear una empresa y hay que educar a las nuevas generaciones en que el emprendimiento empieza en la vida, es decir, un buen emprendedor debe serlo en su vida para poder llevarlo a cabo en su profesión. La búsqueda de la pasión, de los sueños, se reduce muchas veces al mero capitalismo de poder tener lo suficiente para vivir, y se deshumaniza a los estudiantes. Si eres de una zona rural, sabes que encontrarás trabajo en la gran ciudad, así que decides mudarte. ¿Por qué no le damos la vuelta a la tortilla desde la base, desde la educación, haciendo de las zonas rurales una posibilidad real en la mente de las nuevas generaciones?
- Sería ideal promover negocios que no sólo estén relacionados con el turismo... Promover otras áreas de crecimiento en los pueblos que beneficien a quienes viven allí todo el año.



## Conclusión

### - **Género**

Según se desprende de las respuestas recogidas, parece haber un mayor porcentaje de mujeres que respondieron al cuestionario y están interesadas en emprender este viaje.

### - **Edad**

Según los resultados de la encuesta, el 80% de los participantes tienen menos de 30 años. Hay un gran interés entre los jóvenes por crear iniciativas. Sin embargo, durante la investigación nos hemos dado cuenta de que en España hay un alto porcentaje de jóvenes adultos que ponen en marcha iniciativas empresariales por encima de los 30 años, de hecho entre los 30 y los 35 años es uno de los rangos de edad más populares para poner en marcha negocios. La mayoría de los programas nacionales de apoyo a las iniciativas empresariales incluyen a personas de hasta 35 años.

### - **Educación**

Los perfiles de los empresarios son en su mayoría con un nivel de educación superior y la mayoría de ellos tienen estudios universitarios.

Algunos de ellos también tienen estudios de Formación Profesional. Sólo limo de ellos tienen estudios secundarios, pero es probable que sigan estudiando.

### - **Zona/ Ubicación**

En general, en España, al igual que en cualquier otro país europeo, existe un índice mucho mayor de iniciativas empresariales y de sistemas de apoyo en las zonas urbanas. Existe una necesidad expresa de apoyar estas iniciativas centradas en las zonas rurales, para que sean accesibles a un mayor porcentaje de interesados.



### - **Experiencia**

La mitad de los participantes tienen menos de 3 años de experiencia. Y casi el 30% aún no ha empezado. Tenemos en general un perfil con poca experiencia. Los jóvenes empresarios suelen carecer de experiencia debido a una combinación de factores inherentes a su edad y etapa vital. Aunque los jóvenes empresarios pueden carecer de experiencia tradicional, a menudo aportan nuevas perspectivas, entusiasmo, adaptabilidad y ganas de aprender. Muchos empresarios de éxito han logrado sus objetivos aprovechando sus puntos fuertes y aceptando el aprendizaje y el crecimiento continuos. Con el tiempo, pueden adquirir experiencia a base de ensayo y error, buscando el consejo de mentores y sumergiéndose en los campos que han elegido.

### - **Motivación**

Razones o factores más intrapersonales, como las relaciones personales o la búsqueda de un estilo de vida tranquilo o una mejor calidad de vida, se han considerado motivos para poner en marcha un negocio o una iniciativa en las zonas rurales. Los participantes también mencionaron la conexión con la naturaleza y consigo mismos, la coherencia con la vida, un estilo de vida más saludable física y emocionalmente y la creencia de que la vida urbana es insostenible.

El acceso externo a los recursos naturales y el menor coste de la vida también son motivadores, pero aparentemente menos importantes para los participantes.

### - **Desafíos**

Entre los principales retos previstos Falta de apoyo, infraestructura, falta de financiación, clientes y participación limitados o cooperación y sistemas de apoyo insuficientes.

### - **Formación empresarial**

Más del 90% de los participantes no recibieron ningún apoyo de formación o recibieron un apoyo deficiente para poner en marcha una iniciativa empresarial.

Hace falta una formación accesible sobre el espíritu empresarial. La formación en emprendimiento en España es diversa y completa, con varios programas y recursos disponibles para apoyar a los aspirantes a emprendedores en diferentes etapas de su viaje. Estas iniciativas de formación están diseñadas para dotar a las personas de las habilidades, conocimientos y herramientas necesarias para poner en marcha, gestionar y





hacer crecer negocios de éxito. En general, la formación empresarial en España es un ecosistema polifacético que satisface las necesidades de diversos emprendedores. Desde la educación formal hasta la tutoría práctica y los recursos prácticos, estas oportunidades de formación desempeñan un papel crucial en el fomento de una cultura empresarial vibrante en el país. Sin embargo, las oportunidades mencionadas parecen estar disponibles sólo en las zonas urbanas, excluyendo a los participantes rurales.

#### - **Apoyo financiero**

Más de la mitad de los participantes no ha recibido ninguna ayuda financiera, sólo el 14% ha recibido algún tipo de financiación del gobierno; la financiación más accesible parecen ser los préstamos bancarios y los inversores privados, que sólo son viables para unas pocas personas.

Por lo tanto, se necesitan programas sostenibles, accesibles y más flexibles de apoyo financiero a nivel nacional. El apoyo financiero a los jóvenes emprendedores en las zonas rurales de España es crucial para fomentar el crecimiento económico, promover la innovación y revitalizar las comunidades rurales. Tanto las organizaciones gubernamentales como las no gubernamentales proporcionan diversas formas de ayuda financiera para capacitar a los jóvenes emprendedores para iniciar y desarrollar sus negocios.

Es importante que los jóvenes empresarios de las zonas rurales investiguen y se pongan en contacto con las autoridades locales, regionales y nacionales pertinentes para conocer las opciones de apoyo financiero disponibles. Estos programas pueden aliviar significativamente las barreras financieras y proporcionar los recursos necesarios para convertir los sueños empresariales en prósperas empresas rurales.

#### - **Oportunidades de mercado**

La mayoría de los participantes consideraron que el turismo y la hostelería son el principal campo para el emprendimiento rural en España. Es necesario ampliar el nicho de mercado y pensar de forma innovadora.

Las zonas rurales de España ofrecen una serie de oportunidades de mercado que los empresarios pueden aprovechar para crear empresas sostenibles y prósperas. Estas oportunidades suelen estar influidas por las características, los recursos y las necesidades únicas de las comunidades rurales.



Aprovechando estas oportunidades de mercado y adaptando su oferta a las características específicas de la España rural, los empresarios pueden contribuir al crecimiento y la revitalización de las comunidades rurales, al tiempo que satisfacen las necesidades y preferencias de los consumidores.

#### - **Concurso**

El nivel de competencia percibido es moderado.

El moderado nivel de competencia en el emprendimiento rural en España puede atribuirse a una combinación de factores específicos de las zonas rurales. Aunque existe competencia, ciertas características de los entornos rurales tienden a mitigar la competencia intensa en comparación con entornos más urbanos. Es importante señalar que, si bien una competencia moderada puede suponer ventajas para algunos empresarios, también puede indicar retos en el mercado. Encontrar el equilibrio adecuado entre la competencia y un ecosistema empresarial sano es esencial para una iniciativa empresarial rural sostenible. Además, el panorama puede evolucionar, y la entrada de nuevos empresarios en los mercados rurales podría aumentar la competencia con el tiempo.

#### - **Difusión**

El canal preferido para llegar a los clientes son las plataformas en línea y el boca a boca, seguidos de cerca por los eventos y ferias locales. La publicidad impresa es probablemente menos eficaz hoy en día.

#### - **Barreras**

Las principales barreras identificadas son la falta de acceso a financiación, transporte fiable e Internet de alta velocidad, en este orden. La inversión comunitaria, el tiempo, el apoyo institucional y los espacios de coworking se consideran posibles soluciones a estas barreras infraestructurales.

#### - **Apoyo a la asistencia política**

La formación y el apoyo financiero son los principales puntos clave para mejorar las iniciativas empresariales, seguidos de la inversión en infraestructuras y los incentivos del IVA.

#### - **El futuro del espíritu empresarial**



Existe la esperanzadora opinión de que el espíritu empresarial en las zonas rurales crecerá en general en los próximos años.

- **Remendabilidad del espíritu empresarial**

En general, todos los participantes consideraron que es recomendable fomentar el espíritu empresarial, por supuesto teniendo en cuenta un perfil adecuado de la persona, la ubicación y el campo, tener o construir una gran red. También se menciona la importancia de fomentar el espíritu empresarial rural por razones medioambientales y sociales sostenibles.

- **Potencial de crecimiento**

El 63% cree que el mayor potencial de crecimiento está en el ámbito turístico, pero también se han mencionado la agricultura, la formación, la artesanía y las energías renovables. Sería ideal promover negocios que no sólo estén relacionados con el turismo... Promover otras áreas de crecimiento en los pueblos que beneficien a quienes viven allí todo el año.

Necesidad de apoyar las redes y la cooperación entre los pueblos para reforzar su capacidad e incentivar la sostenibilidad del turismo rural.

Nos gustaría terminar con la pregunta de un participante:

*"¿Por qué no le damos la vuelta a la tortilla desde la base, desde la educación, haciendo del medio rural una posibilidad real en la mente de las nuevas generaciones?"*



## 1.3 Palestina

### 2.4.1. Introducción

Los jóvenes empresarios de las zonas rurales de Palestina se enfrentan a retos y oportunidades únicos en el contexto de las circunstancias políticas, económicas y sociales de la región. Aunque los retos son importantes, los jóvenes empresarios de las zonas rurales de Palestina están encontrando formas de aprovechar sus habilidades, creatividad y determinación para impulsar un cambio positivo en sus comunidades.

Los jóvenes empresarios de las zonas rurales de Palestina no sólo se esfuerzan por alcanzar el éxito personal, sino que también contribuyen al desarrollo y la resiliencia de la comunidad. Sus iniciativas crean empleo, mejoran las economías locales y empoderan a las comunidades, ayudando a contrarrestar los retos económicos a los que se enfrenta la región.

A continuación presentamos los resultados obtenidos con la respuesta de los participantes palestinos que han rellenado el cuestionario.



Este cuestionario se ha compartido con (32) organizaciones de la sociedad civil y (11) incubadoras por correo electrónico y WhatsApp. La organización también ha publicado algunos posts relevantes en su página de Facebook.

La comunicación se ha iniciado con la base de datos de las partes interesadas que se creó para este proyecto hace unos meses como punto de partida.

El proceso de búsqueda de instituciones, organizaciones y personas que apoyen o estén interesadas en el espíritu empresarial nos ha permitido ampliar las redes de partes interesadas y ha mejorado enormemente el impacto de difusión del proyecto. De las 50 partes interesadas con las que empezamos hemos pasado a 100, por lo que hemos aumentado nuestra base de datos de partes interesadas pertinentes en un 59%.

Calculamos que hemos creado unos 8 posts sobre el proyecto y el cuestionario en las redes sociales, hemos enviado más de 100 correos electrónicos y enviado información por WhatsApp y teléfono a más de 50 personas.

Calculamos que con este trabajo hemos llegado al menos a más de 150 personas que ahora conocen el proyecto.

## 2.4.2. Resultados del cuestionario

### 1. 2. Dirección de correo electrónico.

En la primera pregunta recogimos las direcciones de correo electrónico de los participantes para poder contactar con ellos en futuras investigaciones y para informarles sobre oportunidades de formación y tutoría dentro del proyecto y más allá.

### 2 ¿En qué país se encuentra actualmente?

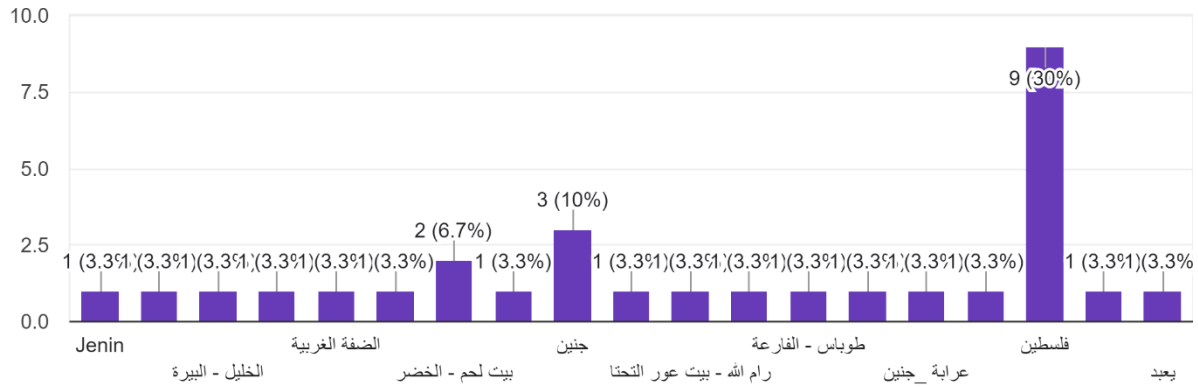


Co-funded by the  
European Union



فلسطين، جنين ، اليامون

30 responses

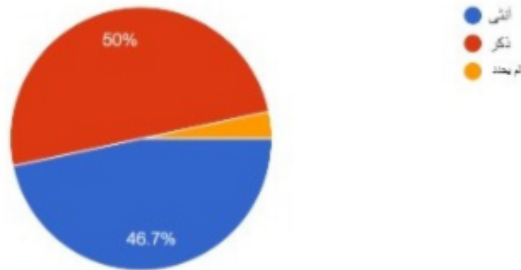


El 100% de los 30 participantes que respondieron al cuestionario se encuentran en Palestina, los participantes proceden de diferentes ciudades del norte, centro y sur de Cisjordania en Palestina.

### 3. ¿Cuál es su sexo?



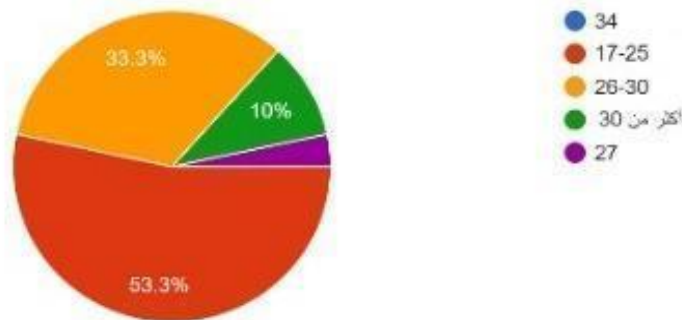
ما هو جنس  
30 responses



15 de los 30 participantes se identificaron como hombres (50%), 14 como mujeres (46,7%) y uno como otro (3,3). En contradicción con las respuestas de las encuestas en los países mencionados, en Palestina tanto hombres como mujeres parecían tener el mismo interés en la encuesta y el proyecto.

#### 4-¿Cuál es su edad?

ما هو عمرك؟  
30 responses



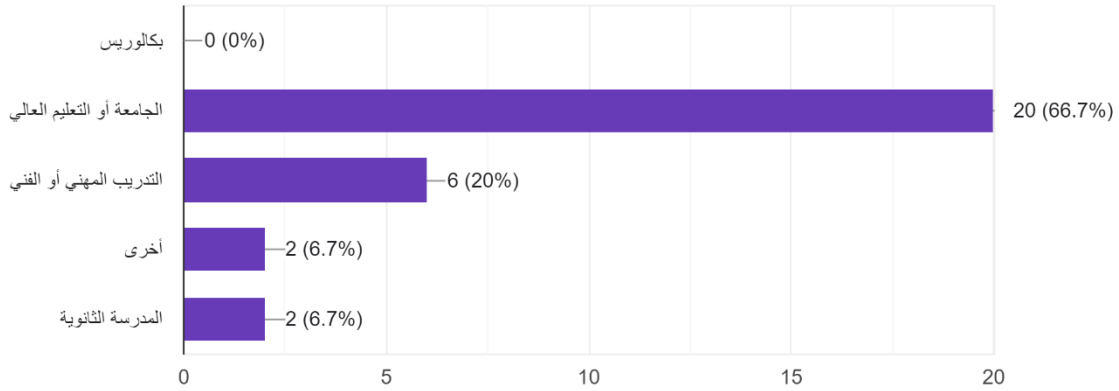
16 participantes de los 30 tienen entre 17 y 25 años, lo que representa el (53,3%) del objetivo, y otros 11 participantes tienen entre 26 y 30 años, otro (36,6%). Y (10%) de los participantes más de 30 años. Según se desprende de las respuestas recogidas, la mayoría de los jóvenes empresarios de Palestina pertenecen a los grupos de edad de 17 a 25 años y de 26 a 30 años.



## 5. ¿Cuál es su nivel educativo más alto?

ما هو أعلى مستوى تعليمي تم إكماله؟

30 responses

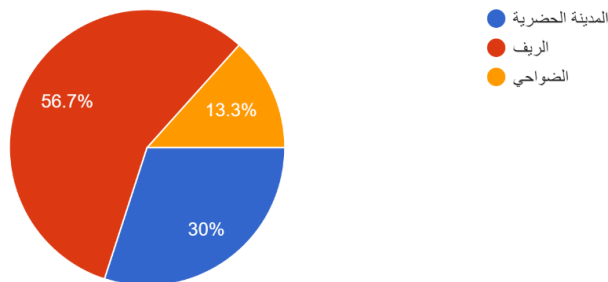


20 de las 30 personas que respondieron al cuestionario tienen estudios superiores, lo que representa el 66,7% de los participantes. 6 personas tienen formación profesional el 20% del total y 2 personas sólo tienen estudios secundarios lo que representa el 6,7% de los participantes palestinos. Además de dos personas que respondieron a la pregunta (otros) sin especificar el grado académico, un 6,7% del total.

## 6 ¿En cuál de las siguientes zonas vive?

في أي من المناطق التالية تعيش؟

30 responses



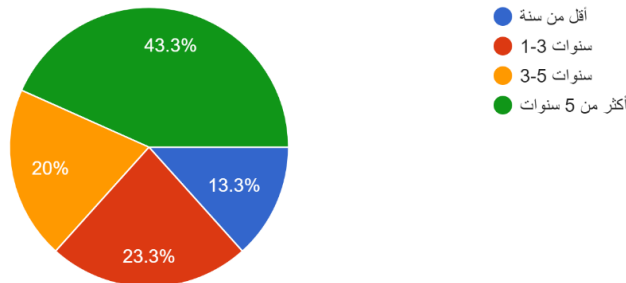




(56,7%) de los participantes, 17 personas, viven en zonas rurales 4 de ellas (13,3%) suburbanas y 9 personas (30%) en una zona urbana de ciudad. A tenor de las respuestas, un factor optimista es que la mayoría de los encuestados residen en zonas rurales, y lo más probable es que basen allí sus actividades.

## 7. ¿Cuánto tiempo lleva dedicado a la actividad empresarial en una zona rural?

منذ متى وأنت تشارك في ريادة الأعمال في منطقة ريفية؟  
30 responses



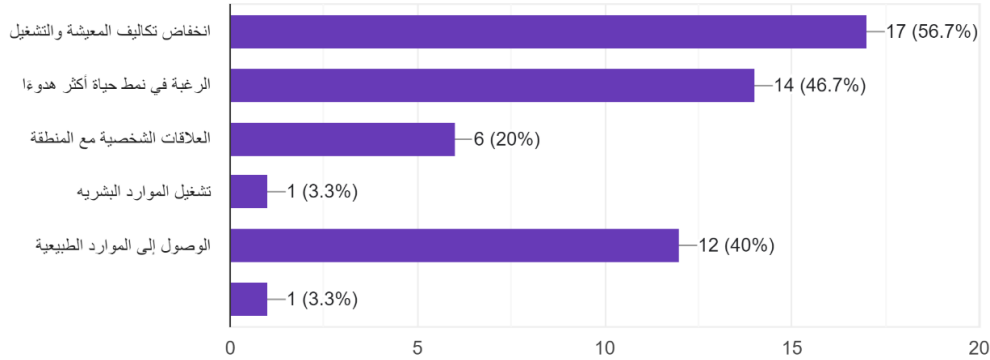
4 participantes (13,3%) llevan menos de 1 año, 7 de ellos (23,3%) entre 1 y 3 años y otras 6 personas (20%) más de 3 años. 13 participantes (43,3%) llevan más de 5 años dedicados a la actividad empresarial en el medio rural. En contradicción con los resultados presentados hasta ahora, en Palestina la mayoría de los encuestados parecen tener más de 5 años de experiencia, y dado que su edad máxima es de 30 años, podemos llegar a la conclusión de que han comenzado su carrera empresarial a una edad temprana.

## 8. ¿Qué le motivó a crear su empresa en una zona rural?



ما الذي دفعك لبدء مشروعك التجاري في منطقة ريفية؟

30 responses



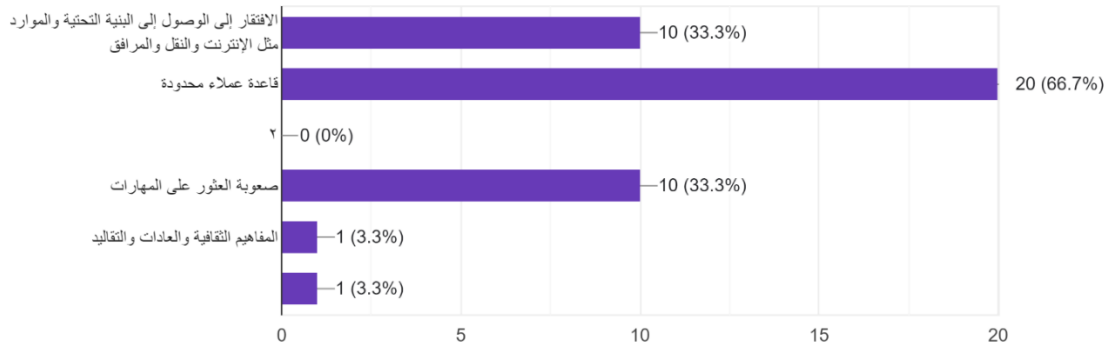
Menor coste de la vida y gastos de funcionamiento 17 participantes (56,7%), Deseo de un estilo de vida más tranquilo 14 participantes (46,7%), Vínculos personales con la zona 6 participantes (20%), Funcionamiento de los recursos humanos 1 participante (3,3%), Acceso a los recursos naturales 12 participantes (40%). Además de una persona que respondió a la pregunta (otros) sin especificarlo (3,3%) del total. Siguiendo el mismo camino, las principales razones que motivan a los jóvenes a ubicar sus actividades en zonas rurales es el menor coste de la vida y de los gastos operativos, un estilo de vida más tranquilo y el acceso a los recursos naturales. En conclusión, las razones son principalmente económicas y personales.

**9. ¿Se ha enfrentado a algún reto relacionado con la ubicación de su empresa en una zona rural? En caso afirmativo, ¿cuáles han sido?**



هل واجهت أي تحديات تتعلق بموقع عملك في منطقة ريفية؟ إذا كان الأمر كذلك، فماذا؟

30 responses



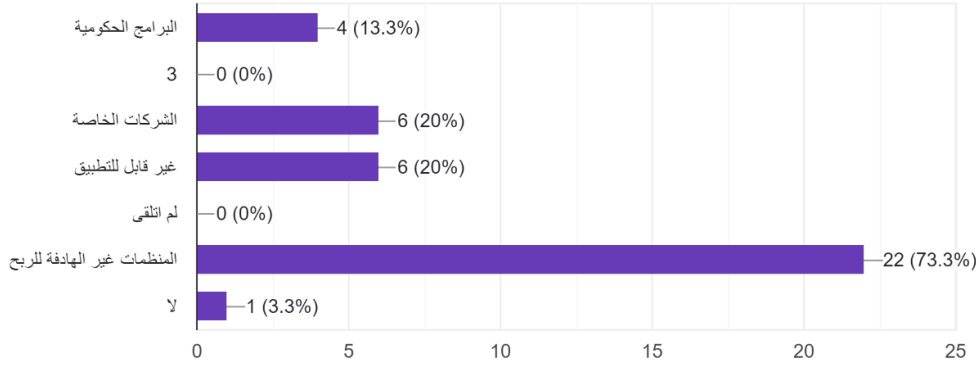
Los retos que los encuestados registraron como los más frecuentes son la falta de acceso a infraestructuras y recursos (por ejemplo, internet, transporte, servicios públicos): 10 participantes (33,3%), base de clientes limitada: 20 participantes (66,7%), dificultad para encontrar competencias: 10 participantes (33,3%), dimensiones culturales, costumbres y tradiciones: uno de los participantes (3,3%), además de una persona que respondió a la pregunta (otros) sin especificarlo (3,3%) del total.

**10. ¿Ha recibido algún tipo de formación o apoyo para la creación de empresas en una zona rural? En caso afirmativo, ¿de quién y en qué medida ha sido eficaz?**



هل تلقيت أي تدريب أو دعم لريادة الأعمال في منطقة ريفية؟ إذا كان الأمر كذلك، فمن من وما مدى فعاليته؟

30 responses

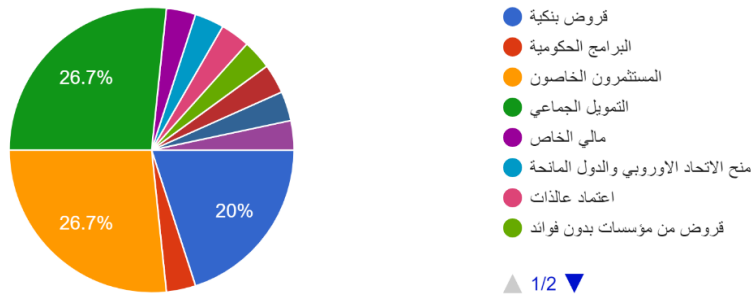


La formación y el apoyo que recibieron los participantes tuvieron las siguientes formas: programas gubernamentales: 4 (13,3%), empresas privadas: 6 (20%), no procede: 6 (20%), organizaciones sin ánimo de lucro: 22 (73,3%), y un participante de 30 no ha recibido formación ni apoyo (3,3%).

## 11. ¿Ha recibido ayuda financiera para su empresa en una zona rural?

كيف تحصل على تمويل لعملك في منطقة ريفية؟

30 responses



Préstamos bancarios 6 participantes (20%)

Programas gubernamentales uno de los participantes (3,3%)

Inversores privados 8 participantes (26,7%)

Financiación colectiva 8 participantes (26,7%)



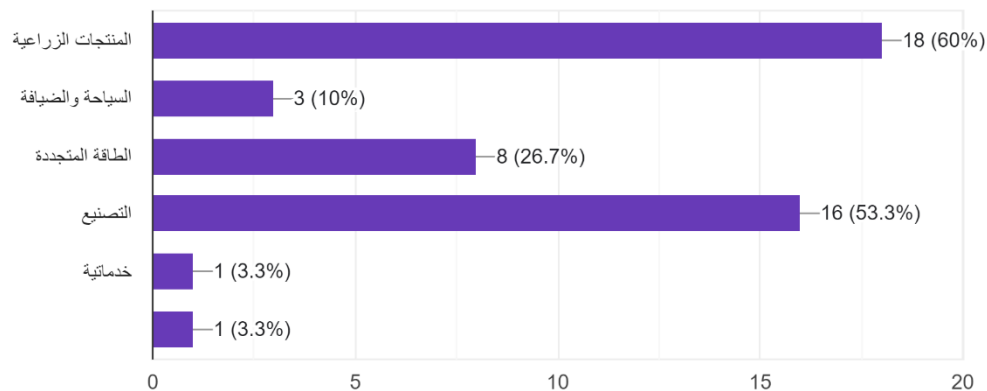
Otros:

- Subvenciones de la Unión Europea y países donantes uno de los participantes (3,3%)
- Adopción de los ingresos de uno de los participantes (3,3%)
  - Préstamos sin intereses de instituciones uno de los participantes (3,3%)
- Mi propio dinero uno de los participantes (3,3%)
  - Apoyo personal uno de los participantes (3,3%)
- Familiares y amigos de uno de los participantes (3,3%)
  - Instituciones de apoyo a uno de los participantes (3,3%)

## 12. ¿Qué tipo de oportunidades de mercado existen en las zonas rurales?

ما نوع فرص السوق المتاحة في المناطق الريفية؟

30 responses



Productos agrícolas 18 (60%)

Turismo y hostelería 3 (10%)

Energías renovables 8 (26,7%)

Industria 16 (53,3%)

Otros:

-Los servicios

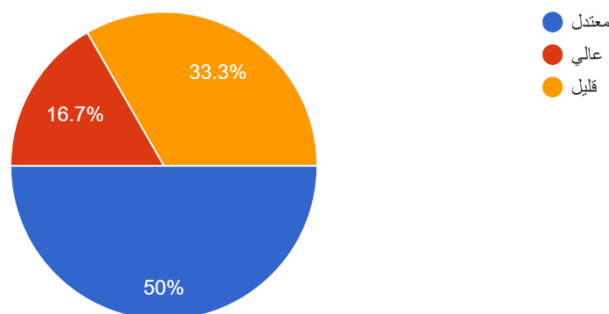


La mayoría de los participantes consideraron que los productos agrícolas son el principal campo para la iniciativa empresarial rural en Palestina.

### 13. ¿Cuál es el nivel de competencia para las empresas en las zonas rurales?

ما هو مستوى المنافسة للشركات في المناطق الريفية؟

30 responses



Alta 5 personas (16,7%)

Moderado 15 personas (50%)

Bajo 10 (33,3%)

El 50 % de los participantes cree que el nivel de competencia es moderado, sólo el 16,7 % percibe que es alto. Y el 33,3 % de los participantes piensa que es bajo. Según las respuestas recibidas, el espíritu empresarial en las zonas rurales de Palestina no se percibe como un ámbito altamente competitivo, ya que la mayoría de las respuestas optaron por moderado, o bajo.

### 14. ¿Cómo llega a sus clientes en una zona rural?

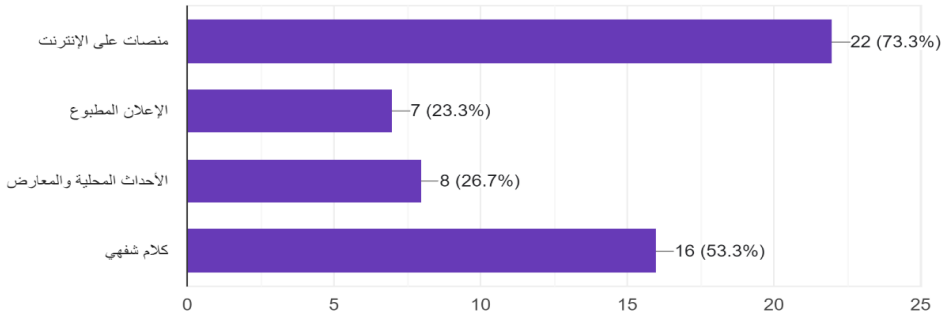


Co-funded by the  
European Union



كيف تتواصل مع العملاء في المناطق الريفية؟

30 responses



Plataformas en línea 22 (73,3%)

Publicidad impresa 7 (23,3%)

Actos y exposiciones locales 8 (26,7%)

Verbal 16 (53,3%)

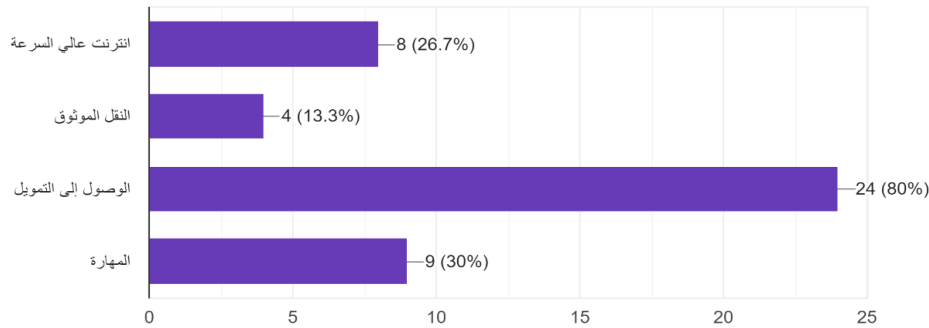
El canal preferido para llegar a los clientes son las plataformas en línea y el cara a cara verbal, seguidos de cerca por los eventos locales. La publicidad impresa es probablemente menos eficaz hoy en día. A la vista de las respuestas, las plataformas en línea son el medio de difusión y comunicación dominante en Palestina, seguidas de la comunicación personalizada, dirigida sobre todo a acciones de ámbito local.

**15. ¿Qué tipo de infraestructuras o recursos faltan en las zonas rurales para apoyar el espíritu empresarial?**



ما نوع البنية التحتية أو الموارد التي تفتقر إلى المناطق الريفية لدعم ريادة الأعمال؟

30 responses

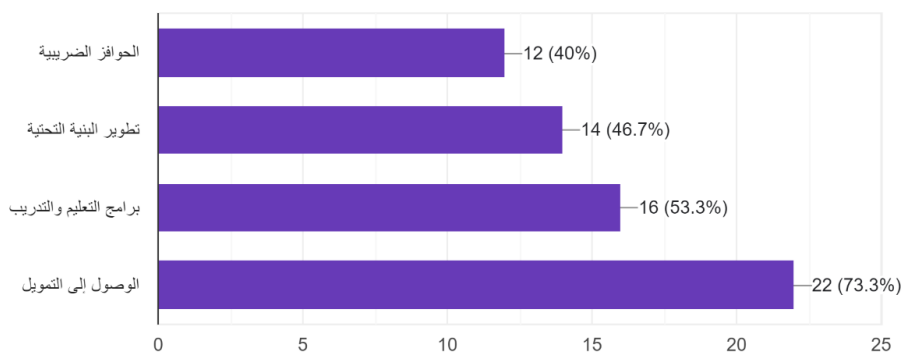


Los recursos que los participantes identificaron como los más importantes que se les deben proporcionar para conseguir mejores resultados en la práctica de sus actividades son: Internet de alta velocidad: 8 (26,7%), transporte fiable: 4 (13,3%), acceso a financiación: 24 (80%), y mano de obra cualificada: 9 (30%).

## 16. ¿Qué tipo de política o ayuda gubernamental le gustaría ver para apoyar el espíritu empresarial en las zonas rurales?

ما نوع السياسات أو الدعم الحكومي الذي تود رؤيته لدعم ريادة الأعمال في المناطق الريفية؟

30 responses



En cuanto al apoyo gubernamental, en forma de asistencia o elaboración de políticas, los encuestados optaron por las siguientes acciones: incentivos fiscales: 12 (40%), desarrollo de infraestructuras 14 (46,7%), programas de educación y formación: 16 (53,3%) y, por último, acceso a la financiación: 22 (73,3%).

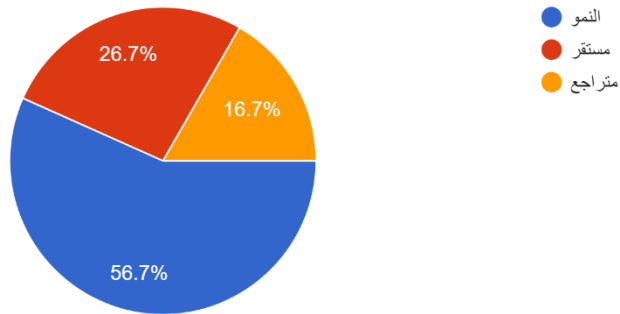




## 17. ¿Cómo ve el futuro del espíritu empresarial en las zonas rurales?

كيف ترى مستقبل ريادة الأعمال في المناطق الريفية؟

30 responses



En crecimiento 17 (56,7%)

Estable 8 (26,7%)

En declive 5 (16,7%)

La mayoría de los participantes percibe que el empresariado rural crecerá en los próximos años, 8 participantes piensan que es estable por lo que mantendrá niveles similares y 5 participantes creen que disminuirá.

**18 ¿Recomendaría a otras personas la creación de empresas en zonas rurales? En caso afirmativo, ¿por qué?**

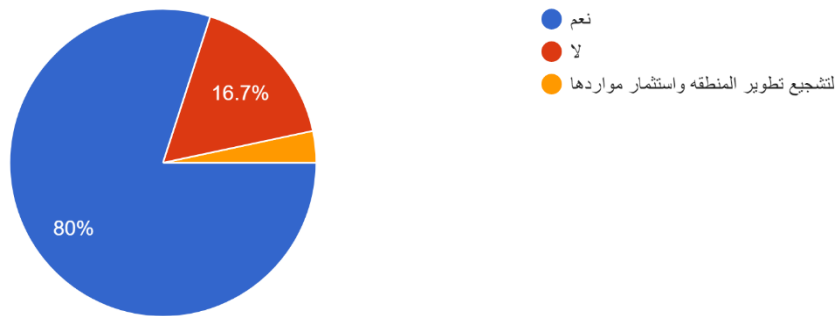


Co-funded by the  
European Union



هل ستثني على رواد الأعمال في المناطق الريفية للأخريين؟ إذا كان الأمر كذلك، لماذا؟

30 responses



سـى: 24 (80%)

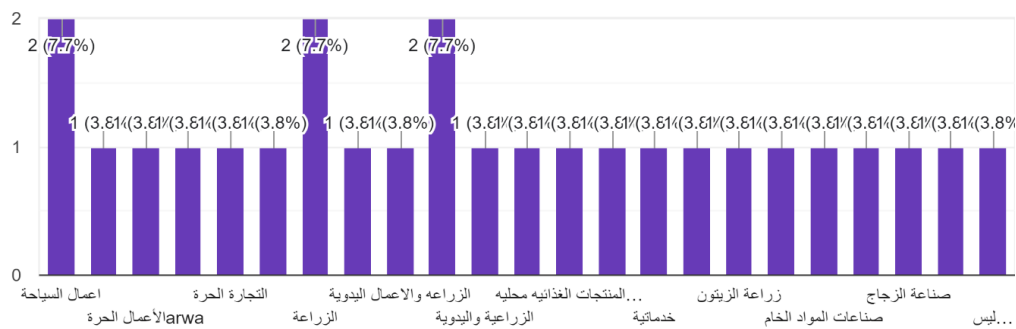
No: 5 (16,7)

Fomentar el desarrollo de la región e invertir sus recursos: 1 (3.3)

## 19. ¿Qué tipo de negocio o industria cree que tiene más potencial de crecimiento en las zonas rurales?

ما نوع الأعمال أو الصناعة التي تعتقد أنها تتمتع بأكبر إمكانات للنمو في المناطق الريفية؟

26 responses



-Tourist

-Agricultura

-Artesanía

-Sector servicios



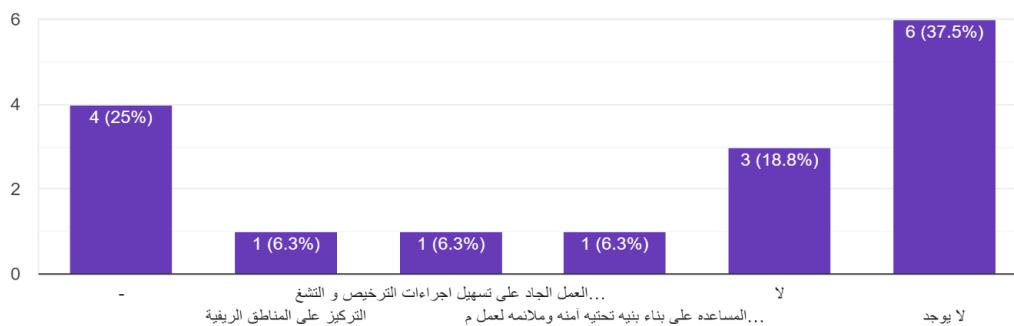
- Comercio
- Empresa libre
- Comercio electrónico
- Tecnología agrícola
- Empresa industrial
- Empresa alimentaria
- Plantas silvestres
- Servicios
- Cultivo de la aceituna
- Industria de materias primas
- Industria del vidrio

Uno de los participantes no respondió a esta pregunta por falta de conocimientos sobre el tema.

## 20. ¿Hay algún comentario o información adicional que desee aportar sobre el tema del espíritu empresarial en las zonas rurales?

هل هناك تعليقات أو ملاحظات إضافية ترغب في تقديمها حول موضوع ريادة الأعمال في المناطق الريفية؟

16 responses



-Prestar atención al desarrollo de las zonas rurales.

-Políticas de fomento , simplificación de los procedimientos de inscripción, apoyo a las políticas de empleo en las zonas rurales.

-Construir una infraestructura segura y adecuada para las pequeñas y medianas empresas.



Co-funded by the  
European Union



- Invertir en los recursos naturales de la región.
- Integración de la mujer en el mercado laboral.

### 2.4.3. Conclusión

#### - Género

A la vista de las respuestas facilitadas, este cuestionario interesa por igual a hombres y mujeres.



- **Educación**

Los perfiles de los jóvenes empresarios que respondieron al cuestionario son en su mayoría de un nivel educativo superior y la mayoría de ellos tienen estudios universitarios. Algunos de ellos también han cursado estudios de Formación Profesional. Sólo una parte de ellos tiene estudios secundarios.

- **Zona/ Ubicación**

En general, en Palestina hay un índice mucho mayor de iniciativas empresariales y sistemas de apoyo en las zonas urbanas. Existe una necesidad expresa de apoyar estas iniciativas centradas en las zonas rurales y en una zona urbana.

- **Experiencia**

Analizando los resultados anteriores, el 43,3% de los participantes tiene más de 5 años de experiencia, porcentaje que es bastante alto y optimista. Y casi el 13,3% de los encuestados aún no ha iniciado su camino empresarial.

- **Motivación**

Los bajos costes de vida y funcionamiento y la búsqueda de un estilo de vida tranquilo se han citado como razones para poner en marcha un negocio o una iniciativa en las zonas rurales. Las relaciones interpersonales también son motivadoras, pero parecen menos importantes para los participantes.

- **Desafíos**

Entre los principales retos previstos está la falta de apoyo, la carencia de infraestructuras y recursos, la falta de financiación y el acceso a clientes limitados.

- **Formación empresarial**

Según los resultados de la encuesta, el 73,3% de los participantes recibieron formación a través de organizaciones sin ánimo de lucro.



Ante este hecho, es obvio que existe la necesidad de una formación accesible sobre el espíritu empresarial, y que la formación también debería estar disponible en las zonas rurales, y no sólo en las áreas metropolitanas.

#### - **Apoyo financiero**

En cuanto a la recepción de apoyo financiero, los participantes parecen confiar en la financiación sobre todo de inversores privados, financiación colectiva y préstamos bancarios, mientras que sólo el 3,3% recibió financiación del gobierno, lo que indica el hecho de que el Estado debería actuar de forma más proactiva en esa área, y mejorar su nivel de asistencia.

#### - **Oportunidades de mercado**

Las oportunidades de mercado en las zonas rurales de Palestina vienen determinadas por el singular contexto sociopolítico, los recursos naturales y el patrimonio cultural de la región. A pesar de las dificultades, existen varias vías potenciales para iniciativas empresariales que pueden contribuir al crecimiento económico y al desarrollo de la comunidad.

La mayoría de los participantes consideraron que los productos agrícolas son el principal campo para la iniciativa empresarial rural en Palestina.

#### -**Concurso**

El nivel de competencia percibido por los encuestados es moderado, o incluso bajo.

#### - **Difusión**

El canal preferido para llegar a los clientes son las plataformas en línea y el método verbal, seguidos de los eventos y ferias locales. Es importante comprometerse con las comunidades locales participando en eventos, mercados y ferias para mostrar sus productos o servicios. La publicidad impresa es probablemente menos eficaz hoy en día.

#### - **Barreras**



Los jóvenes empresarios de las zonas rurales de Palestina se enfrentan a una serie de obstáculos que pueden dificultar el desarrollo y el crecimiento de las empresas. Estos retos suelen estar influidos por el singular contexto socioeconómico y político de la región.

Los principales obstáculos identificados son la falta de acceso a la financiación, la baja velocidad de Internet, la mano de obra cualificada y el transporte.

#### - **Apoyo a la asistencia política**

La ayuda política es crucial para fomentar el espíritu empresarial de los jóvenes en las zonas rurales de Palestina. Unas políticas bien diseñadas pueden abordar los retos específicos a los que se enfrentan los jóvenes empresarios y crear un entorno propicio para que sus negocios prosperen.

El apoyo financiero y la formación son los principales puntos clave para mejorar las iniciativas empresariales, seguidos de la inversión en infraestructuras y los incentivos del IVA.

#### - **El futuro del espíritu empresarial**

Los participantes se muestran muy optimistas en cuanto al crecimiento del espíritu empresarial en las zonas rurales en los próximos años.

El futuro del espíritu empresarial en las zonas rurales de Palestina encierra un importante potencial de cambio positivo y desarrollo, a pesar de los retos a los que se enfrenta la región. Con las estrategias, las políticas y el apoyo adecuados, la iniciativa empresarial rural puede desempeñar un papel crucial en el impulso del crecimiento económico, la creación de empleo y la mejora del bienestar general de las comunidades rurales.

#### - **Fiabilidad de la iniciativa empresarial**

En general, todos los participantes consideraron que es recomendable fomentar el espíritu empresarial, también se mencionó la importancia de fomentar el desarrollo de la zona rural e invertir sus recursos.

#### - **Potencial de crecimiento**



Co-funded by the  
European Union



Los participantes creen que el potencial de crecimiento de las zonas rurales reside en los productos agrícolas (60%), las energías renovables (26,7%), la industria manufacturera (53,3%) y, por último, el turismo y la hostelería (10%).

El impacto holístico del espíritu empresarial de los jóvenes va más allá de las métricas económicas. Resuena en el tejido de las comunidades palestinas, fomentando un espíritu de colaboración, unidad y empoderamiento. A través de sus empresas, los jóvenes emprendedores están fomentando un sentido de propiedad, inspirando a otros a tomar las riendas de sus destinos y desencadenando una nueva era de innovación que se basa en el patrimonio y la resistencia de las raíces rurales de Palestina.

Mientras estos jóvenes siguen siendo pioneros del cambio, es imperativo que reciban el apoyo y el reconocimiento que merecen. Las políticas que fomentan un entorno propicio, el acceso a la financiación, la tutoría y el desarrollo de habilidades pueden amplificar su impacto y contribuir al crecimiento sostenible de la Palestina rural. Desde el agroturismo hasta las nuevas empresas tecnológicas, el horizonte de posibilidades es amplio, alimentado por las aspiraciones de una nueva generación decidida a cultivar un futuro mejor para su amada patria.





## 1.4 Egipto

### 2.5.1. Introducción

#### **Informe nacional, MYF, Egipto**

El espíritu empresarial de los jóvenes en las zonas rurales de Egipto es una fuerza dinámica de transformación que impulsa el crecimiento económico y revitaliza el corazón de la nación. A medida que el patrimonio agrícola y cultural del país se entrelaza con la innovación moderna, los jóvenes egipcios aprovechan cada vez más su talento y sus aspiraciones para forjar un paisaje empresarial distinto en las regiones rurales. Con la riqueza histórica y la diversidad geográfica de Egipto como telón de fondo, esta oleada de energía empresarial juvenil está reconfigurando sectores tradicionales, creando nuevas oportunidades e insuflando nueva vida a comunidades que han sido durante mucho tiempo la columna vertebral de la identidad nacional.

En esta exploración del espíritu empresarial de los jóvenes en el Egipto rural, nos adentramos en los retos y perspectivas únicos que definen esta tendencia emergente. Desde sortear la escasez de recursos y las barreras infraestructurales hasta sacar partido de la era digital global, los jóvenes emprendedores están creando soluciones innovadoras que combinan tradición y modernidad. Examinamos los marcos políticos, los sistemas de apoyo y las dinámicas locales que configuran la trayectoria empresarial en los entornos rurales de Egipto. Además, arrojamos luz sobre el poder transformador de estas iniciativas, no sólo como catalizadores del crecimiento económico, sino también como agentes de empoderamiento social, compromiso comunitario y desarrollo sostenible.

Teniendo en cuenta que el propósito de YERAME es contribuir al desarrollo de economías sostenibles e inclusivas y crear un futuro mejor para los emprendedores y las zonas rurales, la recopilación de datos durante la encuesta se ha llevado a cabo a través del cuestionario para cubrir los retos a los que se enfrentan



Co-funded by the  
European Union



los emprendedores rurales, sus necesidades y aspiraciones, y los servicios de apoyo de los que disponen, de modo que los datos recopilados se analizarán para identificar los retos y necesidades comunes entre los emprendedores rurales y desarrollar estrategias eficaces para hacer frente a estos retos mediante la realización de un mapeo de buenas prácticas en la gestión de proyectos de emprendimiento rural.

La encuesta ha sido cumplimentada por un grupo específico de empresarios de una franja de edad comprendida entre los 18 y los 30 años y empresarios que viven en zonas rurales y tienen ideas, experiencias empresariales o ya han establecido sus empresas de nueva creación sobre el terreno real.

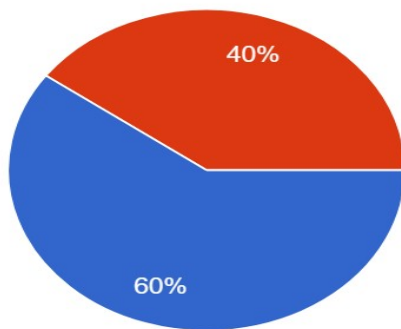
Hemos difundido la encuesta mediante el envío de invitaciones y promoción en redes sociales y la hemos compartido en diferentes plataformas online, en un plazo comprendido entre el 26 de mayo y el 15 de junio de 2023.

Hemos recibido alrededor de 80 respuestas, de las cuales el 52,5% han sido de empresarios de zonas rurales y durante las cuales, hemos recibido respuestas de jóvenes empresarios experimentados que ya han tenido sus start-ups para poder recoger datos de una gran variedad de empresarios basados en experiencias reales.

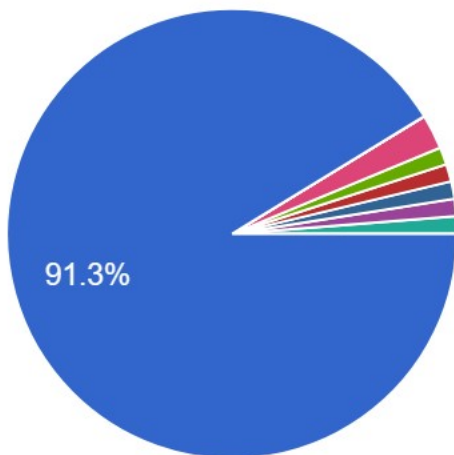


## 2.5.2. Resultados del cuestionario

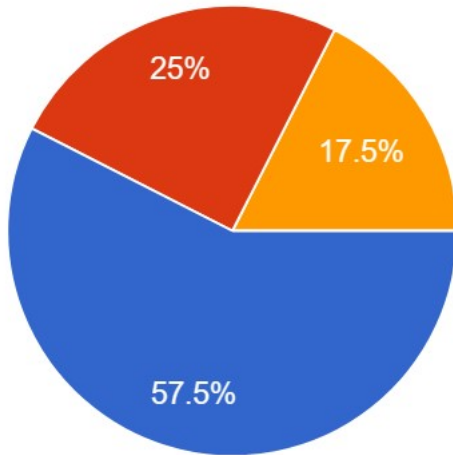
A continuación encontrará una representación gráfica de las respuestas recogidas, acompañada de comentarios y conclusiones:



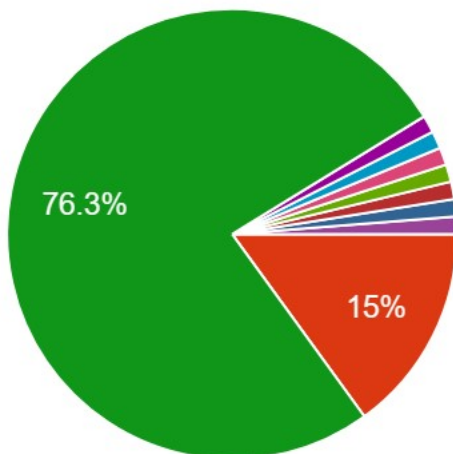
Sexo: 60% de respuestas femeninas  
y 40% masculinas.



País de residencia: Principalmente Egipto, ya que el 91,3% vive en Egipto, mientras que el 2,5% vive en Argelia y el 1,2% en Marruecos u otros lugares.



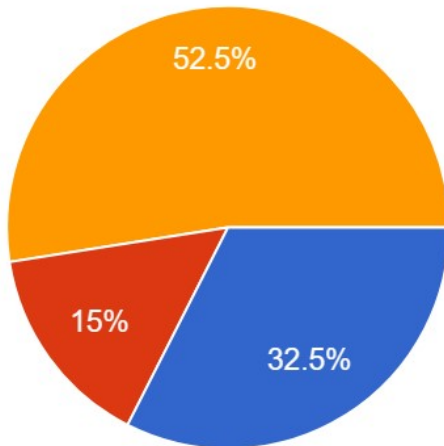
Grupo de edad: La encuesta ha sido completada por el 57,5% de los jóvenes del grupo de edad entre 17 y 25 años, el 17,5% de los jóvenes de más de 30 años y el 25% de los jóvenes entre 26 y 30 años. En este caso, la mayoría de los encuestados pertenece al grupo de edad de 17 a 25 años, lo que nos lleva a la conclusión de que los jóvenes empresarios de Egipto inician sus procesos de emprendimiento a una edad temprana.



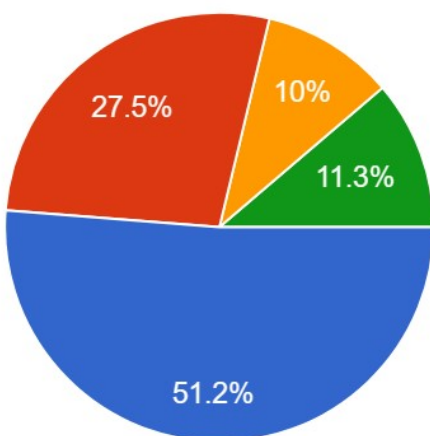
El nivel más alto de educación completado: El 76,3% terminó la Universidad o la enseñanza superior, el 15% terminó el bachillerato, mientras que alrededor del 1,2% completó el máster en Derecho o en Ciencias



Médicas Veterinarias, o el pre-máster, el 1,2% alcanzó el título de Profesor Ayudante de Investigación y ha habido un porcentaje del 1,2% de estudiantes que siguen cursando estudios universitarios.

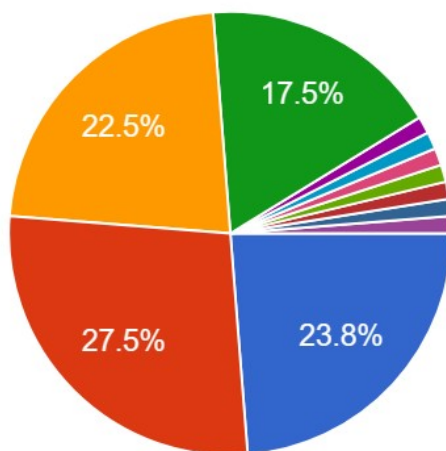


Como respuesta a la pregunta "¿En cuál de las siguientes zonas vive?", el 52,5% de las 80 respuestas han elegido las zonas rurales, el 32,5% la ciudad urbana y el 15% los suburbios.





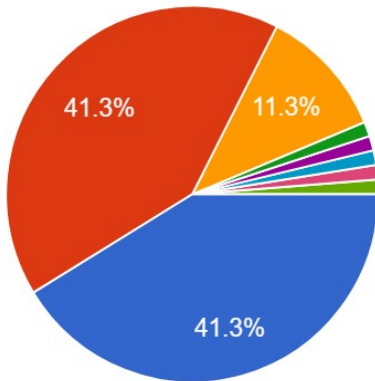
A la pregunta sobre la duración "¿Cuánto tiempo lleva dedicado a la actividad empresarial en una zona rural?", el 51,2% de los empresarios ha declarado que lleva menos de 1 año, el 27,5% de 1 a 3 años, el 11,3% más de 5 años, mientras que el menor porcentaje, el 10%, procede de los que llevan entre 3 y 5 años. En este caso, la mayoría de los encuestados afirman encontrarse en las primeras etapas de su carrera empresarial.



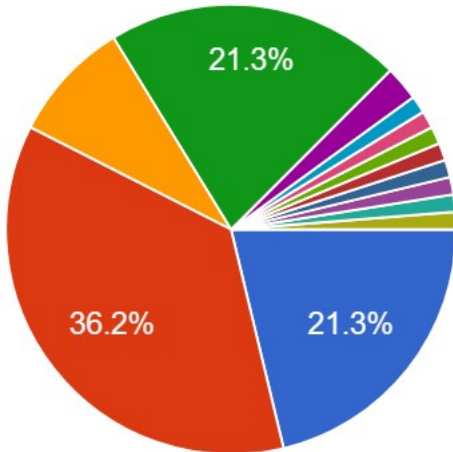
Cuando se les pregunta por el motivo que les ha llevado a iniciar sus propios proyectos empresariales en una zona rural, el 27,5 % de los empresarios mencionan que ha sido debido a los menores costes de vida y funcionamiento, el 23,8 % por el acceso a los recursos naturales, el 22,5 % lo eligieron porque han querido un estilo de vida más tranquilo, el 17,5 % por relaciones personales con la región y otras razones del 1,5 % .2%, para cada uno por ejemplo sólo porque ha sido una buena oportunidad, porque viven allí o por apoyar a la comunidad local y reducir la emigración del campo, por crear un impacto positivo en la sociedad, por revivir las características tradicionales de cada comunidad, así como por difundir la conciencia empresarial en estas zonas. También el 1,2% declaró que ha sido en línea.



Co-funded by the  
European Union

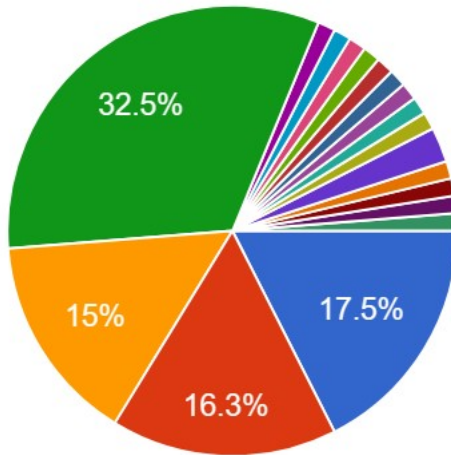


Como respuesta a la pregunta sobre si se enfrentaban a algún reto relacionado con la ubicación de su trabajo en una zona rural, el 41,3% identificó la limitada base de clientes, otro 41,3% relacionado con la falta de acceso a infraestructuras y recursos (por ejemplo, Internet, transporte y servicios públicos), el 11,3% eligió la dificultad para encontrar trabajadores cualificados, y otros del 1.2% para cada uno, relacionados con la obtención de financiación a un tipo de interés reducido, la dificultad para acceder a ayudas que capaciten a un empresario para empezar a trabajar, como conferencias o seminarios preparatorios, la modificación de la cultura de construcción y su vinculación con elementos patrimoniales, la reactivación de la identidad comunitaria y la participación medioambiental, o todo lo anterior. Mientras que otros afirmaron que no ha habido dificultades reales que obstaculicen el progreso.

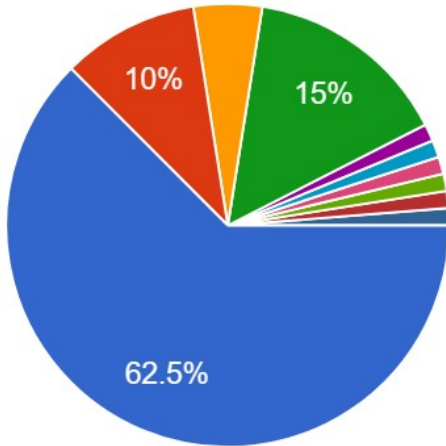


Respondiendo a la pregunta sobre si han recibido algún tipo de formación o apoyo para la creación de empresas en una zona rural y, en caso afirmativo, por parte de quién y cómo de eficaz ha sido, las respuestas han sido 36,2% de organizaciones sin ánimo de lucro, 21,3% de programas gubernamentales, mientras que otro 21,3% afirmó que no ha sido aplicable, 8,8% de empresas privadas, 1,2% del programa Next food de la Universidad de Heliópolis, la Universidad Americana de El Cairo o la Agencia de Desarrollo Empresarial. El 1,2% eligió todas las anteriores. Por otra parte, el 2,5% no recibió ninguno, y el 1,2% de cada uno eligió "no" o "no hemos recibido" o "no tenemos cursos de iniciativa empresarial", etc.

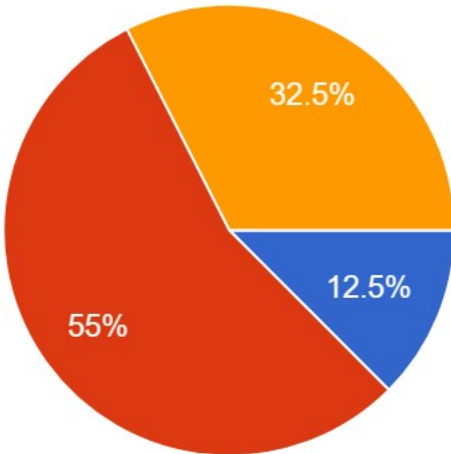




A continuación, los participantes tuvieron que responder a la pregunta de "¿Cómo obtiene financiación para su proyecto en una zona rural?" El 32,5% recibió financiación de inversores del sector privado, el 17,5% de préstamos bancarios, el 16,3% de programas gubernamentales, el 15% de financiación mancomunada, el 2,5% de financiación personal y también el 1,2% para cada uno ha sido para respuestas similares como yo mismo o mi propio dinero, el 1,2% eligió la autofinanciación o la financiación de una institución. Otro 1,2% mencionó subvenciones y premios de viveros de empresas y programas de formación, el 1,2% optó por donantes y el 1,2% afirmó que "de los beneficios", mientras que el 1,2% negó que afirmando que no ha sido aplicable, "no hay financiación", "no recibí ninguna ayuda" o "no encontré un donante".

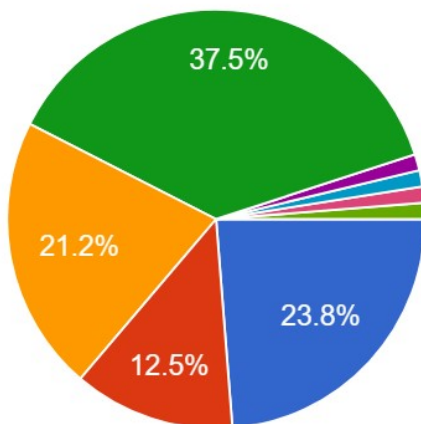


A continuación, se planteó la pregunta "¿Qué tipo de oportunidades de mercado existen en las zonas rurales?". Las respuestas se han dirigido principalmente a los productos agrícolas en un 62,5 %, un 15 % a la fabricación, un 10 % a las energías renovables, un 5 % al turismo y la hostelería, y un 1,2 % para cada uno de los sectores de arte y diseño, alimentación, fabricación pero no activada, mercados B2B, construcción de comunidades urbanas y vinculación de las mismas a la identidad medioambiental o reciclaje de residuos de palma, ya que la materia prima está disponible, por lo que en lugar de quemarla y contaminar el medio ambiente, puede utilizarse para fabricar productos respetuosos con el medio ambiente para uso personal, restaurantes, hoteles y pueblos turísticos, ya que la materia prima es abundante y está disponible.



¿Cuál es el nivel de competencia para las empresas de las zonas rurales?

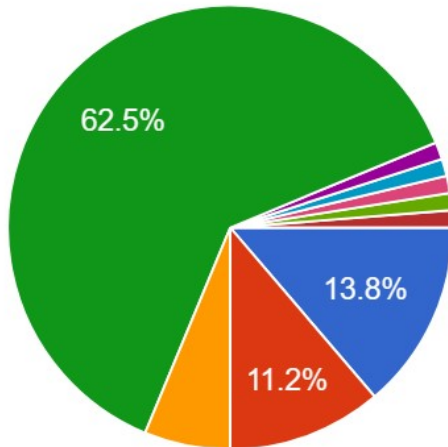
El 55% ha afirmado que es poca, el 32,5% ha elegido moderada y el 12,5% ha mencionado que es un nivel de competencia alto.



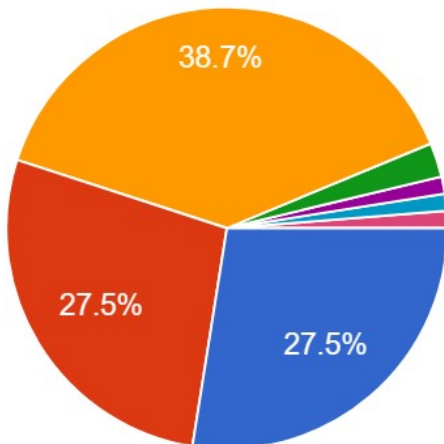
Al ser preguntados por el nivel de competencia para los negocios en las zonas rurales, las respuestas han sido un 37,5% de eventos y ferias locales, un 23,8% de plataformas online, un 21,2% de una palabra positiva, un 12,5% de anuncios impresos, y un 1,2% para cada uno de un boca a boca, comunicación directa,



eventos y ferias locales pero el resto es de un porcentaje débil, o la aplicación práctica de construir fachadas y convertirlas en pinturas murales patrimoniales.



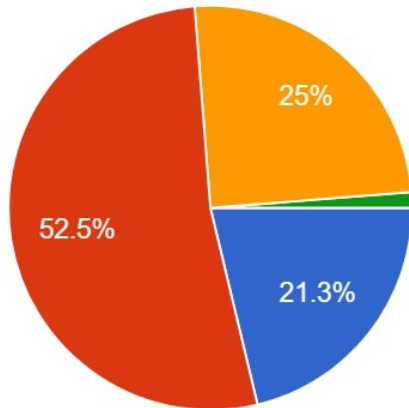
Otra de las preguntas se refería al tipo de infraestructuras o recursos de los que carecen las zonas rurales para apoyar el espíritu empresarial, y las respuestas han sido un 62,5% para tener acceso a financiación, un 13,8% de Internet de alta velocidad, un 11,2% de un medio de transporte fiable, un 6,3% de mano de obra cualificada, y un 1,2% para cada uno de los siguientes, ya sea un medio de transporte y el pago de la fianza para la puesta en marcha y la difusión de la cultura, la adopción de proyectos o todo lo anterior.



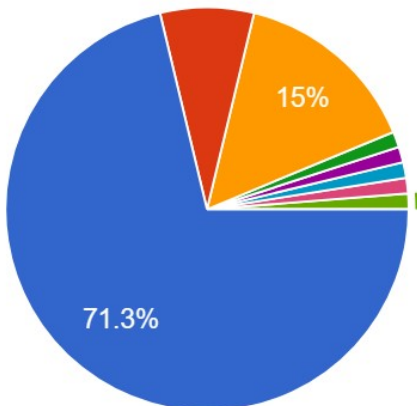
Se ha preguntado continuamente a los participantes sobre el tipo de política o apoyo gubernamental que les gustaría recibir, para apoyar el espíritu empresarial en las zonas rurales, y las respuestas se han dirigido en



un 38,7% a recibir financiación, en un 27,5% a mejorar las infraestructuras, en otro 27,5% a programas de educación y formación, en un 2,5% a incentivos fiscales, y en un 1,2% a la aplicación de legislación y recomendaciones medioambientales y climáticas o a todo lo anterior.



En cuanto a la percepción de los participantes sobre cómo ven el futuro del espíritu empresarial en las zonas rurales, un 52,5% ha elegido que lo perciben como "en crecimiento", un 25% mencionó "en declive", un 21,3% eligió "estable" y un 1,2% declaró que es "moderado".



Además, se ha preguntado a los participantes si recomendarían a otras personas el espíritu empresarial en las zonas rurales. Y en caso afirmativo, ¿por qué? Las respuestas han sido un 71,3% con 'Sí' , un 15% con 'Puede ser' , un 7,5% con 'No' , y un 1.2% para cada una de las siguientes razones: "Hay desafíos, pero también oportunidades", "Porque es un entorno de aprendizaje y se pueden descubrir cosas nuevas, mientras que la competencia del mercado puede crear oportunidades de empleo", "Para mejorar el nivel de ingresos y elevar el nivel de vida durante condiciones económicas difíciles", "Para reavivar la conexión espacial y mejorar el gusto del público", y una respuesta de un "Tal vez, debido a la dificultad de hacer frente a la situación que aumenta la posibilidad de fracaso, especialmente si la idea es nueva y poco común, lo que hace que sea difícil de difundir".

Otra pregunta era "¿Qué tipo de negocio o industria cree que tiene más potencial de crecimiento en las zonas rurales?" Y aquí tiene muestras de las diversas respuestas que recibimos:

- Hay muchas industrias que pueden crecer en las zonas rurales, dependiendo de las condiciones locales y de las necesidades económicas y sociales de la zona. Sin embargo, algunas industrias tienen más oportunidades de crecimiento en las zonas rurales, entre ellas:

1. La **agricultura**: Las zonas rurales pueden beneficiarse de las vastas tierras agrícolas, el clima adecuado para el cultivo y las aguas subterráneas disponibles. Es posible diversificar los cultivos y desarrollar la agricultura ecológica y la sostenibilidad de la producción agrícola.

2. **Turismo rural**: Las zonas rurales pueden explotar la belleza de la naturaleza, el patrimonio cultural y las tradiciones locales para desarrollar la industria turística. Se pueden organizar excursiones para visitantes, exposiciones de arte y festivales locales para impulsar el turismo rural.

3. **Industrias artesanales**: Las zonas rurales pueden beneficiarse de las habilidades de los artesanos locales y desarrollar industrias artesanales tradicionales como la textil, la cerámica, el cuero, la madera y los metales. Estos productos pueden comercializarse en los mercados nacional y mundial.

4. **Energías renovables**: Las zonas rurales pueden beneficiarse de las fuentes de energía renovables, como la energía solar, eólica e hidráulica, y desarrollar proyectos para generar energía renovable. Esta industria puede crear nuevas oportunidades de empleo y mejorar la situación económica de la región.



Dado que las oportunidades de crecimiento de estas industrias pueden variar de una región a otra, es importante evaluar las condiciones locales y determinar qué industrias pueden aportar mayores beneficios a la región. También deben tenerse en cuenta las cuestiones sociales, medioambientales y económicas relacionadas con el desarrollo de industrias en zonas rurales, y debe garantizarse un desarrollo sostenible y equitativo que beneficie a la población local y preserve el medio ambiente circundante.

Además, hubo muchas ideas centradas en **la agricultura y la industria**, he aquí algunas respuestas:

- Agricultura e industrialización agrícola
- Todo lo relacionado con productos agrícolas, como extracción de aceites, perfumes, elaboración de productos artesanales, secado de plantas, etc.
- Las zonas rurales suelen estar rodeadas de extensas tierras de cultivo y gozan de ricos recursos naturales y un clima adecuado para la agricultura. Los avances tecnológicos modernos pueden contribuir a aumentar la productividad agrícola y mejorar la calidad de los productos agrícolas.
- Servicios que aportan soluciones para facilitar la vida del ciudadano, y quizás para adecuarnos a los intereses, aportamos soluciones y servicios relacionados con la agricultura o la ganadería.
- Proyectos de envasado de dátiles
- Desarrollar y localizar insumos agrícolas (fertilizantes, forrajes, invernaderos).
- Comercialización agrícola de los cultivos agrícolas
- Fábricas de alimentos que dependen de la agricultura
- Agricultura y ganadería + Artesanía internacional de productos naturales como las alfombras de palma
- Industria agrícola
- Agricultura rural
- Reciclaje de residuos agrícolas y de consumo, secado de tomates, elaboración de una salsa.
- Producción de abonos orgánicos
- Compost para tratamiento agrícola y de tierras y preservación de la salud humana
- Aprovechar los espacios verdes para cultivar cosas buenas en inversiones y exportaciones de alto valor en lugar de cultivos tradicionales baratos.
- Instalaciones educativas, y Trabajo en agricultura y algunas ideas innovadoras y educativas.



- **Artesanía**, Secado de verduras, Agricultura, comercio, fabricación agrícola, Fabricación e innovación, Todo tipo de piensos y abonos agrícolas, Alimentación agrícola, Agricultura y ganadería.
  - Industria alimentaria y de cereales, Industria sobre cuadros eléctricos, Grandes Mercados, Productos agrícolas, Comercio (físico o electrónico), Industria del mueble, Expansión de la agricultura moderna y de las industrias complementarias.
  - Artesanía industrial, como el trabajo en kilim y cuero.
  - Sastrería, cría de ganado y venta de productos lácteos.
- Apiarios de miel, avicultura, pesca acuática, artesanía y mobiliario, y secado de tomates.
- Producción animal y agricultura
  - Fabricación de detergentes y consumibles
  - Cultivos industriales comerciales, Industria textil y alimentaria, Piscicultura, fabricación de detergentes y consumibles, Agricultura y exportación, e Industria sobre cuadros eléctricos.
  - PYMES, y casas de software, Industria alimentaria, Productos agrícolas locales, Productos agrícolas de hierbas aromáticas y medicinales.
  - Hidroponía y cultivo de setas y moreras para la producción de seda

Además, muchos empresarios han mencionado el potencial de las **energías renovables** y la **sostenibilidad**:

- Construir con impacto medioambiental y sostenible
- Reciclaje
- Energía solar
- Proyectos de energías renovables, especialmente facilitándolos a personas y empresas, para reducir la carga financiera que soportan.
- Energía verde, desarrollo sostenible en la agricultura.
- Energía (biogás - energía solar)
- Proyectos de energía solar
- Biocarburantes

Una perspectiva diferente se ha centrado en el **turismo**:



- Desde mi punto de vista, el campo se puede explotar turísticamente. El campo tiene muchos recursos naturales que permiten explotarlo de esta manera, a la luz de la disponibilidad de la infraestructura que permite acceder al campo.

Uno de los empresarios ha mencionado que "la zona rural está llena de cuadros y trabajadores, pero no hay apoyo financiero disponible, y no hay oportunidades de trabajo para las chicas y las mujeres, salvo muy pocas ocasiones".

La última pregunta ha sido sobre cualquier comentario u observación adicional que hacer sobre el tema del espíritu empresarial en las zonas rurales, hasta 33 respuestas se han hecho con observaciones, tales como:

- Sí, hay muchas ideas entre los jóvenes de las zonas rurales, y muchos jóvenes necesitan formación y financiación para convertir esas ideas en proyectos sobre el terreno y entablar relaciones con otros empresarios del mercado.

- Sí, se pueden hacer algunos comentarios y observaciones adicionales sobre el tema de la iniciativa empresarial rural:

1. La iniciativa empresarial en las zonas rurales necesita el apoyo del Gobierno, las instituciones financieras y las ONG, que pueden proporcionar financiación, asistencia técnica, formación y apoyo logístico a las pequeñas y medianas empresas rurales.

2. El espíritu empresarial en las zonas rurales debe estimularse fomentando la innovación, ofreciendo oportunidades, mejorando las infraestructuras, desarrollando servicios locales y proporcionando un mercado para los empresarios rurales. Esto puede lograrse facilitando el acceso a la tecnología, la comunicación, la formación, desarrollando redes locales y ofreciendo oportunidades de trabajo a los jóvenes desempleados de las zonas rurales.

3. El espíritu empresarial puede estimularse en las zonas rurales fomentando la participación comunitaria y estimulando la colaboración entre agricultores, artesanos y productores locales. Se pueden desarrollar iniciativas de colaboración y explotar los recursos locales para mejorar las oportunidades de empleo e ingresos en las zonas rurales.

4. El espíritu empresarial en las zonas rurales debe estar vinculado al desarrollo sostenible y a la protección del medio ambiente. Mediante el desarrollo de pequeñas y medianas empresas en sectores como la



agricultura ecológica, el ecoturismo y las energías renovables, se puede lograr un desarrollo sostenible en las zonas rurales y mejorar la situación socioeconómica de la población local.

5. Debe hacerse hincapié en la mejora del nivel de educación y formación en las zonas rurales, donde pueden impartirse cursos de formación especializada en iniciativa empresarial, marketing, gestión, diseño, tecnología y otras competencias que aumentan las posibilidades de éxito de las pequeñas y medianas empresas rurales. Esto puede lograrse proporcionando el apoyo necesario a las instituciones educativas y de formación de las zonas rurales y animando a los estudiantes y a los jóvenes a participar en los programas de educación y formación.

6. Debe fomentarse la innovación y la tecnología en la iniciativa empresarial rural, donde la tecnología moderna puede utilizarse para mejorar la gestión empresarial, aumentar la productividad, diversificar los productos y mejorar la calidad. Se puede mejorar el acceso a la tecnología y hacerla más accesible y adecuada para los pequeños y medianos proyectos rurales, como el uso de aplicaciones inteligentes y programas informáticos modernos para la gestión de proyectos, el análisis de datos y el marketing electrónico.

7. Deben fomentarse las asociaciones entre los sectores público y privado, las instituciones académicas y la comunidad local en el desarrollo del espíritu empresarial en las zonas rurales, donde puede lograrse la coordinación, la cooperación y el intercambio beneficioso de los conocimientos, la experiencia y los recursos disponibles. Esto puede lograrse organizando talleres, foros y conferencias que reúnan a las partes interesadas y fomenten el diálogo y la cooperación para desarrollar el espíritu empresarial en las zonas rurales.

En general, el espíritu empresarial en las zonas rurales necesita un apoyo global e integrado que incluya aspectos sociales, económicos, medioambientales, educativos y tecnológicos. Cuando se desarrolla el espíritu empresarial en las zonas rurales, pueden lograrse nuevas oportunidades de empleo, desarrollo sostenible y mejora de la vida en las comunidades rurales.

- Proporcionar cursos de formación y científicos que ayuden a desarrollar la innovación de la utilización óptima de la producción del mercado de trabajo rural.
- Las zonas rurales tienen recursos naturales que pueden reconvertirse y reutilizarse



- Nuestra juventud aspira a un futuro próspero, y tenemos todas las capacidades mentales, pero desgraciadamente es la capacidad material
- Interés por el campo y las cosas que se pueden hacer en un entorno rural.
- Prestar atención a la abundancia de cursos de iniciación a la iniciativa empresarial en el campo egipcio.

Financiación de pequeños proyectos y apoyo a los jóvenes en el mercado laboral

- Hay que empezar con proyectos sencillos como el cultivo de setas, hierbas aromáticas e hidroponía, incorporando piscifactorías
- Hay muchas ideas únicas a través de las cuales podemos utilizar todos los residuos vegetales en diferentes productos y servicios respetuosos con el medio ambiente y el clima. Muchas gracias.
- Establecer una escuela de una clase en cada pueblo para enseñar inteligencia artificial, aunque sea para diez alumnos cada año, y proporcionar espacios de trabajo.
- Fabricar ladrillos que tengan un impacto medioambiental y sean sostenibles.
- Por favor, presten atención a la iniciativa empresarial en las zonas rurales
- Aumentar las empresas emprendedoras en diversos campos y las oportunidades de comercialización de productos y financiación, ya que el rendimiento financiero y los ingresos no suelen ser muchos para las familias del campo, porque la mayoría de ellas trabajan por jornales y no tienen la oportunidad de trabajar todos los días; no son empleadas. Por lo tanto, si las mujeres tienen la posibilidad de trabajar dentro de sus casas, pueden mantener a sus familias.

Otros plantearon algunas cuestiones personales:

- ¿Cómo puedo conseguir financiación para poner en marcha un proyecto rural?
- Me gustaría que alguien se pusiera en contacto conmigo para un proyecto de exportación de granadas.



### 2.5.3 Conclusión

En resumen, según los resultados de la encuesta realizada por este grupo de empresarios, el principal motivo para iniciar sus proyectos empresariales en zonas rurales ha sido el menor coste de vida y de funcionamiento o el acceso a los recursos naturales. Mientras que sus principales retos han sido la falta de recursos o financiación y el número limitado de clientes. Muchos empresarios han recibido formación, ya sea de programas gubernamentales o de ONG, pero todavía hay un número significativo que no ha recibido ningún curso o formación y que desearía recibir educación empresarial. En cuanto a la financiación, ha procedido principalmente de inversores privados, programas gubernamentales o préstamos, etc.

Hay muchas oportunidades para invertir en las zonas rurales, ya que se trata de un entorno rico en recursos naturales que permite a los jóvenes descubrir oportunidades, principalmente, aunque no exclusivamente, en los sectores de la agricultura, la industria y la energía. Sin embargo, mencionaron la financiación como el principal recurso del que carecen, lo que nos lleva a sugerir que los empresarios de las zonas rurales necesitan más conocimientos sobre los medios que pueden utilizar para aprovechar al máximo los recursos a



los que tienen acceso y limitar los retos a los que pueden enfrentarse para establecer sus empresas y trabajar en su desarrollo continuo.

Pero, en general, comparten en su mayoría una visión positiva del espíritu empresarial en las zonas rurales; lo recomiendan a otros jóvenes y esperan ser testigos de un futuro brillante del espíritu empresarial en las zonas rurales, lo que encaja muy bien con el objetivo del proyecto YERAME de contribuir al desarrollo de economías sostenibles e inclusivas en la región y crear un futuro más brillante para los jóvenes de las comunidades rurales.

## **2,6 Túnez**

### **2.6.1 Introducción:**

El emprendimiento juvenil en las zonas rurales de Túnez anuncia una narrativa transformadora de innovación, resiliencia y empoderamiento local. Enclavadas en el tapiz de la diversidad paisajística de Túnez, las comunidades rurales son testigos de la aparición de una nueva generación de emprendedores que insuflan vida a los sectores tradicionales y trazan nuevos caminos hacia el crecimiento económico. En un contexto de herencia agrícola y dinámica mundial en evolución, los jóvenes empresarios tunecinos están

aprovechando su talento y ambición para redefinir la narrativa rural, infundiéndole modernidad, sostenibilidad y un compromiso inquebrantable con el desarrollo comunitario.

En esta exploración del espíritu empresarial de los jóvenes en las zonas rurales de Túnez, nos adentramos en los retos y oportunidades que definen este dinámico movimiento. Desde hacer frente a las limitaciones infraestructurales hasta aprovechar la conectividad digital, los jóvenes emprendedores están demostrando su capacidad para combinar prácticas ancestrales con tecnologías de vanguardia. Examinamos los marcos políticos, los mecanismos de apoyo y las dinámicas culturales que configuran el proceso emprendedor en las zonas rurales de Túnez. Además, arrojamos luz sobre el impacto de gran alcance de estos esfuerzos, no sólo como motores del progreso económico, sino también como catalizadores de la cohesión social, la innovación y la preservación del patrimonio cultural tunecino.

En el contexto en constante evolución de los paisajes rurales de Túnez, este debate celebra la tenacidad, el ingenio y la inventiva de los jóvenes empresarios tunecinos. Sus empresas no sólo están reconfigurando el paisaje económico, sino que también contribuyen al desarrollo integral de sus comunidades. Gracias a la interacción de innovación y tradición, estos jóvenes visionarios no sólo están impulsando su propio éxito, sino que también están tejiendo el tejido de una narrativa rural renovada que abarca tanto el pasado como el futuro.

El objetivo de esta encuesta era recabar información sobre el espíritu empresarial en las zonas rurales de Túnez.

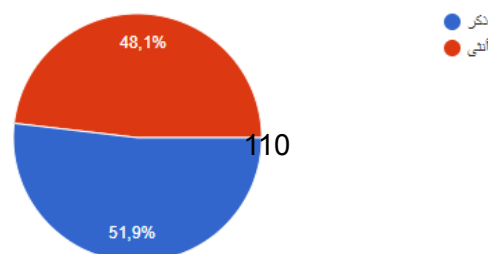
Un total de 27 participantes respondieron al cuestionario, proporcionando valiosa información sobre su sexo, edad, nivel educativo, ubicación de la empresa, retos, oportunidades y perspectivas de futuro para el empresariado rural.

## 2.6.2 Resultados del cuestionario

Principales conclusiones:

Distribución por sexos:

Hombres: 14 (51,9%)





Co-funded by the  
European Union



Mujeres: 13 (48,1%)

La encuesta registró una participación relativamente igualitaria de empresarios de ambos sexos, lo que indica que el empresariado rural no tiene sesgos de género y es accesible a todos.

Ubicación:

Túnez: 26 (96,3%)

España: 1 (3,7%)

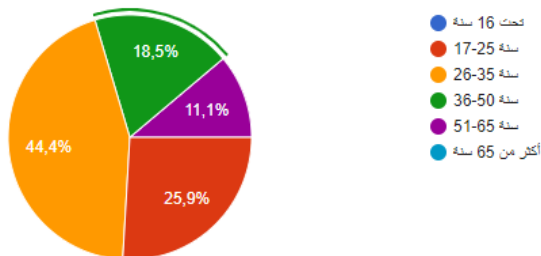
La inmensa mayoría de los encuestados procedía de Túnez, lo que reafirma el interés por comprender la dinámica local y los retos del empresariado rural en el país.

Grupo de edad:

17-25: 7 (25.9%)

26-30: 12 (44.4%)

Mayores de 30 años: 5 (18,5%)



La encuesta atrajo respuestas de un grupo de edad diverso, con un número significativo de jóvenes empresarios (de 17 a 30 años), lo que indica el creciente interés y compromiso de los jóvenes en las iniciativas empresariales rurales.

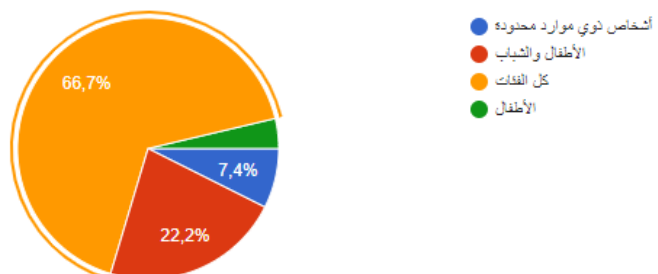
Destinatarios:

Todas las categorías: 18 (66.7%)

Niños: 1 (3,7%)

Personas con recursos limitados: 2 (7.4%)

Niños y jóvenes: 6 (22,2%)





Co-funded by the  
European Union



Nivel educativo:

Secundaria: 3 (11.1%)

Formación profesional o técnica: 9 (33,3%)

Universidad o enseñanza superior: 15 (55.6%)

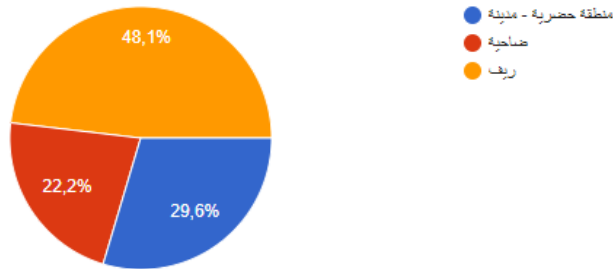
La mayoría de los participantes poseían un título de educación superior, lo que refleja la correlación positiva entre educación y espíritu empresarial.

Zona de residencia:

Urbano-Ciudad: 8 (29,6%)

Suburbios: 6 (22,2%)

Rural: 13 (48,1%)



Una parte significativa de los encuestados vivía en zonas rurales, lo que reafirma la pertinencia de la encuesta para la población destinataria.

Años dedicados a la actividad empresarial rural:

Menos de 1 año: 7 (25.9%)

1-3 años: 8 (29.6%)

3-5 años: 3 (11.1%)

Más de 5 años: 9 (33.3%)

La encuesta recogió las opiniones de empresarios con distintos niveles de experiencia, desde principiantes hasta experimentados, lo que proporciona una perspectiva global de los retos y oportunidades que afronta la iniciativa empresarial rural.





Motivación para crear una empresa en el medio rural:

Acceso a los recursos naturales: 9 (33.3%)

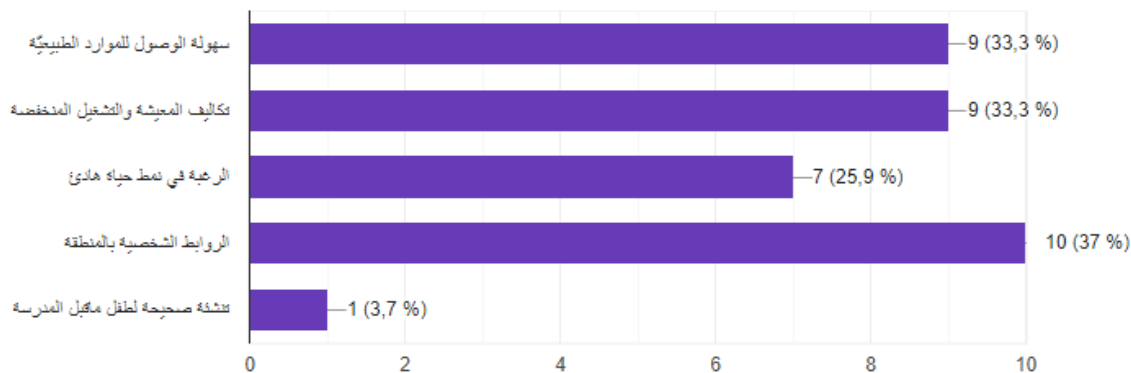
Menor coste de la vida y gastos de funcionamiento: 9 (33.3%)

Deseo de un estilo de vida más tranquilo: 7 (25,9%)

Vínculos personales con la zona: 10 (37.0%)

Otros motivos: 1 (3.7%)

27 réponses

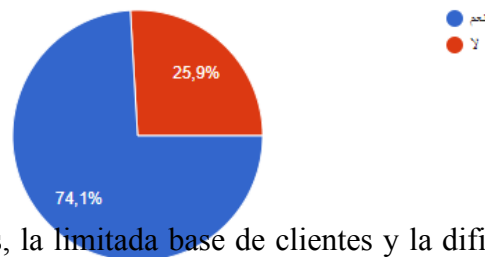


Los participantes citaron diversas motivaciones, como el acceso a los recursos naturales, las ventajas económicas, los vínculos personales con la zona y las preferencias de estilo de vida.

Retos afrontados:

Sí: 20 (74,1%)

No: 7 (25,9%)



La falta de infraestructuras y recursos, la limitada base de clientes y la dificultad para encontrar mano de obra cualificada se identificaron como los principales retos a los que se enfrentan los empresarios de las zonas rurales.

Principales retos:

Falta de acceso a infraestructuras y recursos: 16 (59.3%)

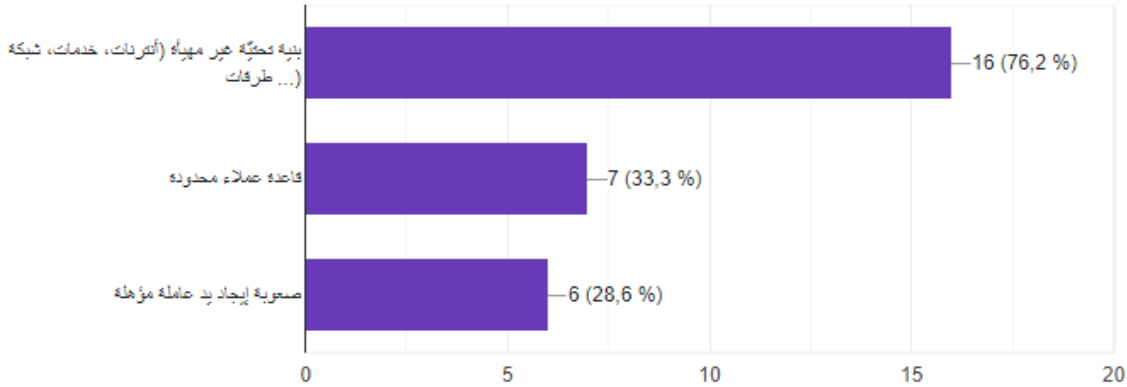


Co-funded by the  
European Union



Base de clientes limitada: 7 (25.9%)

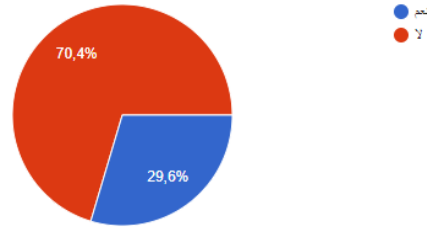
Dificultad para encontrar mano de obra cualificada: 6 (22,2%)



Recibió formación o apoyo:

Sí: 8 (29,6%)

No: 19 (70,4%)



Una parte significativa de los encuestados señaló la falta de formación o de apoyo a la iniciativa empresarial rural, lo que indica una posible laguna en los recursos disponibles.

De quién:

Programas gubernamentales: 1 (3.7%)

Organizaciones sin ánimo de lucro: 6 (22.2%)

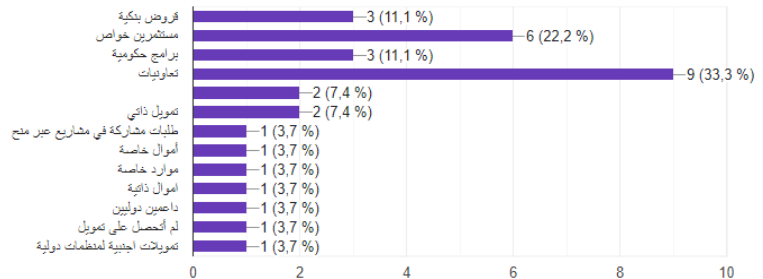
Empresas privadas: 2 (7,4%)

Acceso a la financiación:

Préstamos bancarios: 3 (11.1%)

Programas gubernamentales: 3 (11.1%)

27 réponses





Co-funded by the  
European Union



Inversores privados: 6 (22.2%)

Financiación colectiva: 9 (33.3%)

Autofinanciación: 8 (29.6%)

Donantes internacionales: 4 (14.8%)

Los encuestados recurrieron a diversas fuentes de financiación, y la mayoría de ellos indicaron que les resultaba difícil acceder a fondos para sus empresas rurales.

Oportunidades de mercado en las zonas rurales:

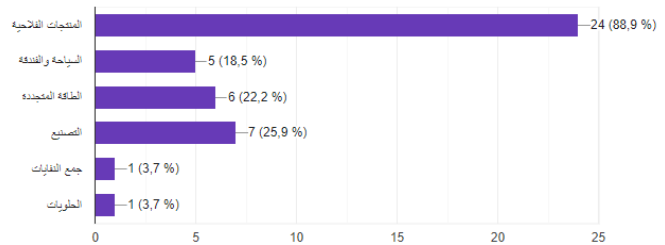
Productos agrícolas: 24 (88.9%)

Turismo y hostelería: 5 (18,5%)

Energías renovables: 6 (22,2%)

Industria manufacturera: 7 (25.9%)

Otros: 2 (7,4%)



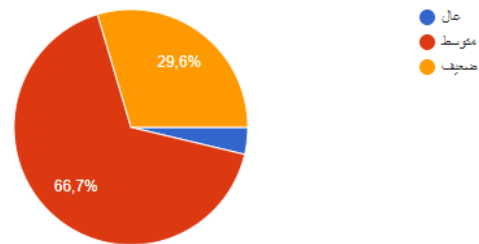
Los productos agrícolas surgieron como la oportunidad de mercado dominante, reflejando la naturaleza agrícola de muchas regiones rurales.

Nivel de competencia en las zonas rurales:

Alta: 1 (3,7%)

Moderados: 18 (66.7%)

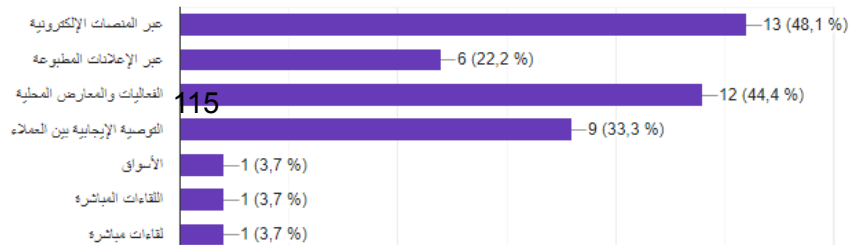
Bajo: 8 (29,6%)



La mayoría de los encuestados percibe un nivel moderado de competencia en las zonas rurales, lo que ofrece oportunidades a los empresarios para establecerse.

Alcance del cliente:

Plataformas en línea: 13 (48,1%)





Co-funded by the  
European Union



Publicidad impresa: 6 (22.2%)  
Eventos y ferias locales: 12 (44,4%)  
De boca en boca: 9 (33,3%)  
Otros: 4 (14.8%)

Las plataformas en línea y los eventos locales fueron los principales medios para llegar a los clientes de las zonas rurales.

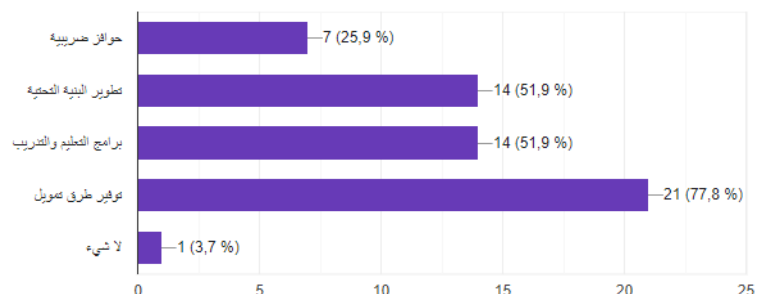
Falta de infraestructuras/recursos en las zonas rurales:

Internet de alta velocidad: 12 (44.4%)  
Transporte fiable: 13 (48.1%)  
Acceso a la financiación: 21 (77,8%)  
Mano de obra cualificada: 8 (29,6%)  
Acceso al agua: 1 (3,7%)  
Infraestructura deteriorada: 1 (3.7%)

Internet de alta velocidad, un transporte fiable y el acceso a la financiación se identificaron como necesidades de infraestructura cruciales para apoyar el espíritu empresarial rural.

Apoyo gubernamental deseado:

Incentivos fiscales: 7 (25.9%)  
Desarrollo de infraestructuras: 14 (51.9%)  
Programas de educación y formación: 14 (51.9%)  
Acceso a la financiación: 21 (77,8%)  
Ninguna ayuda específica: 1 (3.7%)



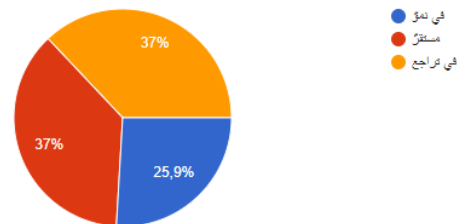
Los participantes expresaron la necesidad de políticas centradas en el desarrollo de infraestructuras, la educación y los programas de formación, así como de mejorar el acceso a la financiación para impulsar el espíritu empresarial rural.

El futuro del espíritu empresarial en las zonas rurales:

En crecimiento: 7 (25.9%)

Estables: 10 (37.0%)

En declive: 10 (37,0%)

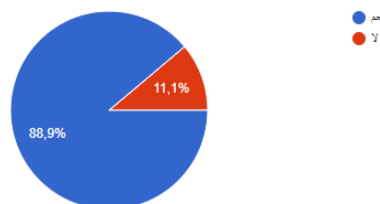


Las respuestas sobre el futuro del espíritu empresarial en las zonas rurales se dividieron por igual entre crecimiento, estabilidad y declive, lo que indica opiniones diversas e incertidumbres sobre la trayectoria.

¿Recomendaría el espíritu empresarial en las zonas rurales?

Cuando se les preguntó si recomendarían a otras personas la creación de empresas en zonas rurales, la mayoría de los encuestados (24 de 27) expresaron una respuesta positiva, abogando por la creación de empresas en las regiones rurales.

Algunas de las principales razones aducidas por los participantes son:



**Creación de empleo:** Muchos encuestados subrayaron que el espíritu empresarial en las zonas rurales podría proporcionar oportunidades de empleo muy necesarias para los jóvenes y residentes desempleados.

**Capacitación de los jóvenes:** Varios participantes destacaron la importancia de apoyar a los jóvenes y capacitarlos para que se hagan cargo de su futuro económico a través del espíritu empresarial.



**Descomprimir las ciudades:** El espíritu empresarial en las zonas rurales puede contribuir a reducir la presión demográfica en los centros urbanos fomentando las actividades económicas en las regiones rurales.

**Desarrollo sostenible:** Los participantes reconocieron el potencial de las zonas rurales para el desarrollo sostenible, aprovechando los recursos naturales y agrícolas.

**Oportunidades diversas:** Los encuestados señalaron que las zonas rurales ofrecen diversas ideas creativas y un potencial sin explotar para las empresas innovadoras.

**Conexión de zonas aisladas con estructuras productivas:** Algunos participantes vieron en el espíritu empresarial un medio para conectar zonas remotas y aisladas con estructuras económicas productivas.

**Igualdad de oportunidades:** El espíritu empresarial en las zonas rurales puede contribuir a promover la igualdad de oportunidades y un desarrollo regional equilibrado.

#### **Tipo de actividad con mayor potencial de crecimiento en las zonas rurales:**

En cuanto al tipo de actividad que se considera con mayor potencial de crecimiento en las zonas rurales, los participantes compartieron opiniones diversas. Algunas de las actividades potenciales identificadas incluyen:

**Agricultura y agroindustrias:** Los participantes vieron un gran potencial en las empresas relacionadas con la agricultura, como la extracción de aceites, perfumes, fabricación de productos artesanales, secado de plantas, etc.

**Turismo rural:** Varios encuestados destacaron las posibilidades del turismo rural, aprovechando la belleza de la naturaleza, el patrimonio cultural y las tradiciones locales para atraer visitantes.

**Industrias artesanales:** Las zonas rurales se consideraron oportunidades para desarrollar industrias artesanales tradicionales, como la textil, la cerámica, el cuero, la carpintería y la metalistería, con productos comercializados a nivel nacional y mundial.

**Proyectos de energías renovables:** Algunos participantes identificaron los proyectos de energías renovables, especialmente los que proporcionan acceso a la energía verde a personas y empresas, como un área prometedora para el crecimiento.



**Actividades agrícolas:** Muchas respuestas se centraron en diversas actividades agrícolas, como la ganadería, la transformación de productos agrícolas y el cultivo de productos específicos como el olivo y las plantas medicinales.

**Actividades culturales y educativas:** Algunos participantes manifestaron su interés por fomentar actividades culturales y educativas en las zonas rurales para promover el patrimonio local y las oportunidades de aprendizaje.

**Centros deportivos y de formación:** Los centros deportivos y de formación se mencionaron como posibles vías de crecimiento en las zonas rurales.

### **Cómo miden los participantes el éxito de su empresa rural:**

La encuesta indagaba sobre los criterios utilizados por los empresarios para medir el éxito de sus empresas rurales. Aunque las respuestas concretas variaban, los indicadores comunes incluían:

**Rentabilidad:** Muchos participantes consideraron el éxito financiero, incluida la generación de ingresos y la rentabilidad, como una medida clave del éxito de su empresa.

**Impacto en la comunidad:** Varios encuestados destacaron el impacto de su empresa en la comunidad local, como la creación de empleo, la mejora del nivel de vida y el apoyo a las necesidades locales.

**Sostenibilidad:** Algunos empresarios destacaron la importancia de las prácticas sostenibles desde el punto de vista medioambiental y la contribución de su empresa a la sostenibilidad a largo plazo.

**Satisfacción del cliente:** Algunos encuestados mencionaron la medición del éxito en función de la satisfacción del cliente y de los comentarios positivos.

**Innovación y crecimiento:** Algunos participantes indicaron que la innovación continua y el crecimiento constante eran factores cruciales para evaluar el éxito de sus empresas rurales.

### **Comentarios adicionales:**

La última pregunta invitaba a los participantes a hacer comentarios adicionales sobre el tema del espíritu empresarial rural. Las respuestas fueron muy variadas y abarcaron toda una serie de preocupaciones y sugerencias, incluida la necesidad de mejores servicios de apoyo, ayuda financiera y desarrollo de infraestructuras en las zonas rurales. Los participantes también expresaron su entusiasmo por fomentar e



invertir en los jóvenes empresarios de estas regiones, haciendo hincapié en el potencial de impacto positivo y desarrollo sostenible.

### **2.6.3 Conclusión:**

El espíritu empresarial de los jóvenes en las zonas rurales de Túnez ilumina un camino prometedor hacia el desarrollo sostenible, la revitalización de las comunidades y el progreso económico. Las historias de jóvenes emprendedores tunecinos en zonas rurales dibujan un retrato de determinación, creatividad y una profunda conexión con su patrimonio cultural. A medida que sortean los retos y aprovechan las oportunidades, estos emprendedores están demostrando ser los arquitectos del cambio, infundiendo a la Túnez rural innovación, propósito y esperanza.

Los resultados de la encuesta revelan valiosos conocimientos sobre el espíritu empresarial en las zonas rurales de Túnez. Los participantes expresaron su interés por la iniciativa empresarial rural y destacaron tanto los retos como las oportunidades que conlleva operar en estas zonas. Destacaron la importancia del apoyo gubernamental, el acceso a la financiación y el desarrollo de infraestructuras para promover una iniciativa empresarial rural sostenible y de éxito. La mayoría de los encuestados se mostraron optimistas sobre el futuro del espíritu empresarial en las zonas rurales, y muchos lo recomendaron como una forma de crear puestos de trabajo, estimular las economías locales y fomentar el desarrollo sostenible.

Sin embargo, para hacer plenamente realidad esta visión, es vital un apoyo continuado. Las políticas gubernamentales que fomentan un entorno propicio, el acceso a la financiación, la tutoría y la formación en alfabetización digital impulsarán a los jóvenes emprendedores rurales. Las asociaciones y colaboraciones internacionales pueden ampliar su alcance e influencia, garantizando que sus esfuerzos sean reconocidos a escala mundial.





En el corazón de los paisajes rurales de Túnez se está desarrollando una dinámica narrativa. El viaje de los jóvenes emprendedores rurales es más que una colección de historias de éxito; es un testimonio del espíritu de resistencia, creatividad y determinación que define a la joven generación tunecina. A medida que estos emprendedores siguen labrándose su propio camino, van forjando no sólo su propio destino, sino también el futuro del Túnez rural, un futuro que se asienta sobre los cimientos del patrimonio, la innovación y la inquebrantable creencia de que el cambio es posible incluso en los rincones más tradicionales de la nación.

### 3. Conclusión y observaciones

El panorama empresarial de la juventud rural de la región mediterránea es un tapiz tejido con obstáculos, oportunidades y promesas no realizadas. Las empresas de los jóvenes emprendedores sirven como faros de creatividad, resiliencia y rejuvenecimiento de los barrios, ya que atraviesan un paisaje difícil formado por legados históricos, aspiraciones contemporáneas y dinámicas globales.

**Situación:** La situación del emprendimiento juvenil en las zonas rurales mediterráneas varía en función de factores económicos, sociales y políticos propios de cada país. Mientras que en algunas regiones ha aumentado el número de jóvenes emprendedores que adoptan la tecnología y las prácticas sostenibles, otras se enfrentan a la escasez de recursos y a barreras infraestructurales.

**Desafíos:** El viaje de los jóvenes empresarios rurales suele estar marcado por retos que trascienden las fronteras. El acceso limitado a la financiación, las infraestructuras inadecuadas y las complejidades normativas obstaculizan el crecimiento. La inestabilidad política, la fuga de cerebros a los centros urbanos y los cambios generacionales añaden nuevas capas de complejidad.



**Oportunidades:** abundan en medio de las dificultades. Los jóvenes empresarios se encuentran en una situación ideal para utilizar los recursos locales, la artesanía tradicional y el legado cultural para desarrollar soluciones novedosas. Entre las oportunidades de desarrollo figuran el agroturismo, las prácticas respetuosas con el medio ambiente, la agricultura sostenible y los productos artesanales.

**Obstáculos:** Los jóvenes empresarios rurales se enfrentan a diversos retos. Entre ellos figuran un acceso restringido al mercado, sistemas de apoyo deficientes, financiación insuficiente y obstáculos administrativos. Las dificultades se ven agravadas por la desigualdad de género, la falta de opciones educativas y la aversión al riesgo.

**Opciones de mercado:** La gran diversidad del Mediterráneo fomenta una serie de opciones de mercado. Los monumentos históricos, las tradiciones culinarias y los paisajes atractivos pueden utilizarse para promover el agroturismo. La demanda de productos ecológicos puede satisfacerse a través de la agricultura sostenible. Mientras que los productos artesanales sugieren autenticidad cultural, la innovación tecnológica puede superar las barreras entre el campo y la ciudad.

**El futuro:** El espíritu empresarial de los jóvenes puede revolucionar las comunidades rurales del Mediterráneo. Los jóvenes emprendedores pueden acceder a tutorías, dinero y recursos siempre que los gobiernos den prioridad a políticas que creen un entorno propicio. El crecimiento se verá impulsado por la cooperación internacional, la conectividad a Internet y las prácticas respetuosas con el medio ambiente.

#### **Algunas observaciones finales:**

- **Iniciativas en colaboración:** La región mediterránea debe emprender acciones coordinadas para abordar problemas comunes. El intercambio de conocimientos, las iniciativas de colaboración y las redes internacionales pueden tener una mayor influencia y ampliar horizontes.



- **Transformación digital:** Para los jóvenes empresarios de las zonas rurales, es esencial adoptar herramientas digitales. El comercio electrónico, el marketing digital y las soluciones tecnológicas pueden abrir mercados globales.
- **Capacitación a través de la educación:** Es crucial proporcionar a los jóvenes una educación y formación empresarial completa para que puedan gestionar los retos y aprovechar las oportunidades.
- **Equidad de género:** Es fundamental abordar las desigualdades de género. El empoderamiento de las jóvenes empresarias fomenta comunidades inclusivas y equitativas, además de la prosperidad económica.
- **Sostenibilidad:** Integrar la sostenibilidad en las operaciones empresariales refleja las tendencias actuales, aborda los problemas medioambientales y atrae a los consumidores éticos.
- **Preservación cultural:** El espíritu empresarial basado en la cultura fomenta un sentimiento de identidad, revive las tradiciones y atrae a los turistas, al tiempo que ofrece oportunidades económicas.
- **Promoción de políticas:** Es crucial incluir a las comunidades locales, las organizaciones internacionales y los responsables políticos. Las políticas que apoyan el espíritu empresarial de los jóvenes rurales como fuente de prosperidad pueden configurarse mediante la promoción.

El espíritu empresarial de los jóvenes en las comunidades rurales es prometedor más allá de la prosperidad económica en la mezcla de culturas, paisajes e historia del Mediterráneo. Actúa como catalizador para mantener vivas las tradiciones, revitalizar las comunidades y avivar el optimismo, ofreciendo una imagen de un futuro en el que el progreso y la tradición pueden coexistir juntos.



## Bibliografía

- Ministerio italiano de Agricultura, Soberanía Alimentaria y Bosques, "Juventud y Agricultura - Informe 2022", octubre de 2022  
<https://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/24304>
- Tribunal de Cuentas (2018), Sección de Control de Asuntos Comunitarios e Internacionales. Informe especial sobre: Apoyo de la UE a la renovación generacional en la agricultura y el emprendimiento juvenil. Resolution no. 13/2018.  
<https://www.corteconti.it/Download?id=01777a6b-efbc-48d7-bc1a-2a97ee1f52c3>
- Istat (2022), 7º Censo General Agrario: primeros resultados, 28 de junio.  
<https://www.istat.it/it/archivio/272404>
- Programa de Desarrollo Rural de Sicilia 2014 - 2022  
<https://www.psr Sicilia.it/psr-sicilia-2014-2020/>
- Zanetti B. - Tomassini S., "Favorire lo sviluppo dell'appartenenza e l'identità rurale nei giovani", RRN Magazine - Rivista della Rete Rurale nazionale, n. 16 - 31/12/2022



Co-funded by the  
European Union



- Red Europea de Desarrollo Rural, "GAL y estrategias locales", junio de 2023  
[https://ec.europa.eu/enrd/leader-clld/leader-toolkit/implementing-lags-and-local-strategies-1\\_it.html](https://ec.europa.eu/enrd/leader-clld/leader-toolkit/implementing-lags-and-local-strategies-1_it.html)
- Milesi S., "Premio bandera Verde Cia: tenacia e innovazione", Agriculture news, 15/11/2021  
[https://ec.europa.eu/enrd/leader-clld/leader-toolkit/implementing-lags-and-local-strategies-1\\_en.html](https://ec.europa.eu/enrd/leader-clld/leader-toolkit/implementing-lags-and-local-strategies-1_en.html)