

Perfil socioempresedor de jóvenes rurales y factores de permanencia territorial

1

Carlos Julián Ramírez-Gómez*

Holmes Rodríguez Espinosa**

Palabras clave

Emprendimiento;
territorio rural;
jóvenes rurales

Clasificación JEL

H31, H32, I21, M13.

Resumen

Este trabajo de investigación se enfoca en jóvenes rurales del departamento de Caldas (Colombia) que cursan programas educativos en el marco del proyecto “La Universidad en su Territorio”. El objetivo de este estudio es analizar la incidencia del perfil sociodemográfico y de actitudes para el emprendimiento, en la intención de permanencia territorial de jóvenes rurales en el departamento de Caldas. A partir de un análisis cuantitativo con 16 variables de abordaje logró la respuesta de 368 jóvenes ubicados en las seis subregiones. En el perfil sociodemográfico cuatro variables fueron significativas en razón a la relación con el interés de permanencia en los territorios ($p < 0,05$), destacándose el rol de la familia. En el perfil de actitudes de emprendimiento casi todas las variables fueron significativas ($p < 0,05$). Se destacan el interés por el impacto ambiental, así como por el impacto local y comunitario del emprendimiento. Se requiere transitar hacia la perspectiva de emprendimiento rural con enfoque de sostenibilidad.

Cómo citar este artículo: Ramírez-Gómez, C. & Rodríguez Espinosa, H. (2025). Perfil socioempresedor de jóvenes rurales y factores de permanencia territorial. *Equidad y Desarrollo*, (45), e1709. <https://doi.org/10.19052/eq.voll.iss45.5305>

Fecha de Recepción: 31 de enero de 2024. Fecha de aceptación: 11 de marzo de 2024

* Ph. D. en Industria y Organizaciones. Profesor Universidad de Caldas, Facultad de Ciencias Agropecuarias. ✉ carlosj.ramirez@ucaldas.edu.co  ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0099-0932>

** Ph. D. en Ciencias Agrícolas. Profesor Universidad de Antioquia, Facultad de Ciencias Agrarias. ✉ holmes.rodriguez@udea.edu.co  ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0822-0898>



Socio-entrepreneurial profile of rural youth and territorial permanence factors

Summary

This research work was developed with a focus on rural youth from the Department of Caldas (Colombia), who are studying educational programs within the framework of the “The University in its Territory” project. The objective of this study is to analyze the incidence of the socio-demographic profile and attitudes towards entrepreneurship, on the intention of territorial permanence of rural youth in the Department of Caldas. Based on a quantitative analysis with 16 approach variables, it achieved the response of 368 young people located in the six subregions. In the socio-demographic profile, four variables were significant due to the relationship with the interest in remaining in the territories ($p < 0.05$), highlighting the role of the family. In the profile of entrepreneurship attitudes, almost all the variables were significant ($p < 0.05$). The interest in the environmental impact and the local and community impact of the venture stands out. It is necessary to move towards the perspective of rural entrepreneurship with a sustainability focus.

Keywords

Entrepreneurship;
rural territory; rural
youth

Introducción

El sector agropecuario colombiano enfrenta diversos retos muy bien reconocidos, diagnosticados y asociados con dinámicas comerciales complejas, falta de competitividad, infraestructura física, escasez de mano de obra e incremento de las brechas territoriales frente a capacidades de respuesta y articulación que pueden tener los diversos actores públicos y privados (Ramírez-Gómez & Rodríguez-Espinosa, 2021), entre otros aspectos relacionados con la provisión de bienes públicos.

Sin embargo, existe una problemática identificada y sobre la cual aún no existe mucha información disponible, y tiene relación con la migración de la juventud rural del campo a la ciudad. Aunque es difícil de controvertir que la agricultura ha dejado de ser la única actividad de supervivencia y ocupación económica de las familias y jóvenes rurales (Méndez Sastoque, 2015), sí es posible plantear que en Colombia se ha implementado un conjunto de políticas agrarias centradas en solucionar la pobreza rural y la migración social

(Sanabria-Gómez, & Caro-Moreno, 2021). Además, se han impulsado políticas públicas orientadas a la juventud rural, partiendo del reconocimiento de que la migración de jóvenes rurales es un flagelo, reconocido como una de las principales causas de decrecimiento y envejecimiento de la población rural. Frente a ello, se ha planteado que esta migración generalmente suele ser explicada por la poca oferta de empleo y la baja generación de ingresos en los territorios rurales (Zorro Melo, 2021).

Es así como se han establecido diversas políticas públicas de juventud, como, por ejemplo, el Conpes Social 173 de 2014, el cual propende a brindar oportunidades de desarrollo humano y productivo a los jóvenes rurales, permitiendo el relevo generacional de esta población en el campo a través de alternativas de generación de ingresos, promoción de proyectos productivos y fomento de emprendimientos rurales (Zorro Melo, 2021). Adicionalmente, para el entorno de las regiones rurales se destacan políticas que se encuentran articuladas en la Mesa Nacional de Empleabilidad y Emprendimiento Juvenil Rural, en la formulación del documento Conpes de política pública de juventud (Conpes 4040 de 2021) (Quiroga, 2021). En ese sentido, han surgido diversas iniciativas estratégicas que han buscado la promoción y el fomento del emprendimiento rural (ER), buscando contribuir a resolver las brechas generadas entre el entorno urbano y rural, ya que casi el 40 % de los jóvenes rurales están en condición de pobreza, 1,6 veces la incidencia de los jóvenes en zona urbana, y aquellos que se encuentran en condición de indigencia triplican la proporción de la zona urbana, con incidencia más alta para las mujeres (Pardo, 2017).

Para contribuir a solucionar esta problemática, y dentro de la especificidad que procuran diversas políticas públicas dirigidas a jóvenes rurales, el fomento del emprendimiento rural suele estar relacionado con programas educativos generalmente de formación técnica y tecnológica, en los que se espera que esta población pueda desarrollar capacidades para gestionar e implementar proyectos con perfil de generación de ingresos, motivando a los jóvenes rurales a permanecer en el campo (Pinzón, 2021). Sin embargo, pese a los esfuerzos de entidades públicas y privadas involucradas en programas educativos rurales y de fomento de alternativas productivas, aún continúa la migración juvenil rural a causa de aspectos que suelen también relacionarse con la falta de un emprendimiento rural estructurado, por su visión inmediatista, y caracterizado por la improvisación en la implementación de estrategias y políticas emprendedoras (Hernández Sánchez & Rodríguez Soto, 2013); pero, específicamente,

“Pese a los esfuerzos de entidades públicas y privadas involucradas en programas educativos rurales y de fomento de alternativas productivas, aún continúa la migración juvenil rural a causa de aspectos que suelen también relacionarse con la falta de un emprendimiento rural estructurado, por su visión inmediatista, y caracterizado por la improvisación en la implementación de estrategias y políticas emprendedoras”.

por una falta de cultura emprendedora, en la cual existan apoyos importantes de las redes de emprendimiento que contribuyan a respaldar estos procesos en los territorios rurales (Pinzón, 2021). En ese sentido, desde la perspectiva empírica, esta investigación se desarrolla en el marco del programa La Universidad en tu Territorio, adelantado en el departamento de Caldas, a partir de los programas educativos técnicos y tecnológicos orientados a jóvenes rurales, a temas asociados a la gestión y la empresa agropecuaria, así como a la promoción de emprendimientos rurales. Por lo tanto, el objetivo de este estudio es analizar la incidencia del perfil sociodemográfico y de actitudes para el emprendimiento, en la intención de permanencia territorial de jóvenes rurales en Caldas.

Referente teórico

El desarrollo de agronegocios y actividades agroempresariales en el sector agropecuario y en territorios rurales es un asunto complejo a causa de la existencia de diversos modelos de negocio o productivos, y por la racionalidad que implica el involucramiento de población rural campesina en los medios de producción. Por ello en esta sección se genera un desarrollo del concepto de *emprendimiento rural* como guía en el análisis del presente estudio.

La categoría de análisis de emprendimiento rural (ER) ha venido cobrando mayor relevancia justamente por la forma en que puede potenciar la economía rural (OECD, 2014). Se puede afirmar que los estudios son relativamente recientes y se han centrado en diversas categorías, tales como capacidad de crecimiento,

diversificación, integración, diferenciación y digitalización (Islas-Moreno et al., 2021); la relación con las particularidades de cada territorio y localidad (Korsgaard et al., 2015; Müller & Korsgaard, 2018); el perfil del emprendedor rural (Restrepo Salgado et al., 2016); la importancia de los actores público-privados para potenciar modelos colaborativos y sostenibilidad económica (Dhewanto et al., 2020); e incluso algunas aproximaciones a la noción del emprendimiento rural sostenible (Luda, 2011).

El emprendimiento rural (ER) es un abordaje que viene cobrando mayor interés en la literatura científica dadas las diversas connotaciones a nivel productivo, económico, social y ambiental en los territorios rurales. Desde el punto de vista conceptual, el ER cuenta con diversas definiciones. Una de ellas refiere que se relaciona con su ubicación, no principalmente como un espacio para obtener ganancias, sino con el “lugar” en cuanto un significado y vida social. Es bien sabido que muchos empresarios están menos preocupados por los incentivos monetarios y las ganancias, y más por la búsqueda de aspiraciones personales, sociales o culturales (Korsgaard et al., 2015). Sin embargo, otros autores adoptan una postura diferente al establecer que el ER se refiere a las actividades comerciales cuya ubicación espacial está impulsada predominantemente por incentivos económicos, que representan ventajas para el negocio o el emprendedor, y según la cual, además, este tipo de emprendimiento no hace hincapié en la valoración de los recursos locales, a menos que represente una práctica o ventaja económica (Islas-Moreno et al., 2021).

Finalmente, la importancia del ER también radica en que se constituye en una estrategia para fomentar la aceleración del desarrollo rural y territorial, centrándose en la exploración de los recursos locales, a partir del desarrollo de diversas actividades económicas que pueden ayudar a reducir el desempleo y la pobreza rural (Dhewanto et al., 2020).

“Desde el punto de vista conceptual, el ER cuenta con diversas definiciones. Una de ellas refiere que se relaciona con su ubicación, no principalmente como un espacio para obtener ganancias, sino con el ‘lugar’ en cuanto un significado y vida social”.

Metodología

6 Contexto del área de estudio

Caldas se ubica en la zona cafetera colombiana. Está compuesto por veintisiete municipios, agrupados en seis subregiones correspondientes (véase la figura 1). En este departamento, la Universidad de Caldas ha liderado una alianza público-privada que ha permitido constituir el programa La Universidad en el Campo y en tu colegio, por el cual se lleva a jóvenes rurales programas técnicos y tecnológicos tales como Gestión Agropecuaria, Gestión de la Empresa Agrícola, Formulación de Proyectos Agropecuarios y Producción Agrícola. Estos jóvenes rurales también reciben acompañamiento y financiación de capital de inversión a proyectos productivos y fomento de emprendimientos rurales. Para el 2023 este programa cuenta con cerca de 1200 jóvenes rurales matriculados en todo el departamento.

Figura 1. Área de la zona de estudio



Fuente:

Captura de datos y análisis de la información

La investigación se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo. Se estructuró una encuesta *online* con diecinueve preguntas divididas en dos componentes: perfil social y demográfico, así como perfil y actitudes para el emprendimiento (véase la tabla 1). Mediante un listado previo de 1200 estudiantes de programas técnicos y tecnológicos de la Universidad de Caldas, y en todos los municipios del departamento, se les hizo llegar el modelo de encuesta, seguida de una carta de presentación e invitación a responder. A su vez, a partir del muestreo aleatorio simple y con un error del 5 %, dada la población conocida, el nivel de muestra es de 353 personas. Finalmente, con la base de datos de las respuestas se realizó un análisis de estadística descriptiva. Además, para determinar la significancia estadística de las posibles relaciones resultantes del análisis entre variables nominales y ordinales se aplicaron pruebas no paramétricas (chi cuadrado y phi) establecidas a partir de las características propias de las variables (cualitativas).

Tabla 1. Variables de análisis en el estudio

Componentes	Consideraciones de variable	Opciones de respuesta
Perfil social y demográfico	Género	Masculino/femenino
	Rango de edad	a) 14 a 17 años; b) 17 a 20; c) 20 a 23; d) 23 a 26
	Existencia de algún emprendimiento familiar	Si/No
	Ubicación geográfica	a) Municipio rural; b) vereda cercana; c) vereda alejada
	Emprendimiento propio actual	Si/No
	Tiempo de permanencia del emprendimiento	a) No tengo; b) menos de 1 año; c) entre 1 a 3 años; d) más de 5 años
	Percepción de emprendimientos más viables	a) Individual; b) con familiares; c) máximo 3 socios; d) Desde asociación cooperativa
Perfil y actitudes para el emprendimiento	Espíritu e interés por emprender	Escala Likert (1: muy bajo; 2: bajo; 3: Medio; 4: alto; 5: muy alto)
	Emprender por impacto comunitario y local	
	Proactividad para emprender	
	Interés por capacitarse y asistir a eventos	

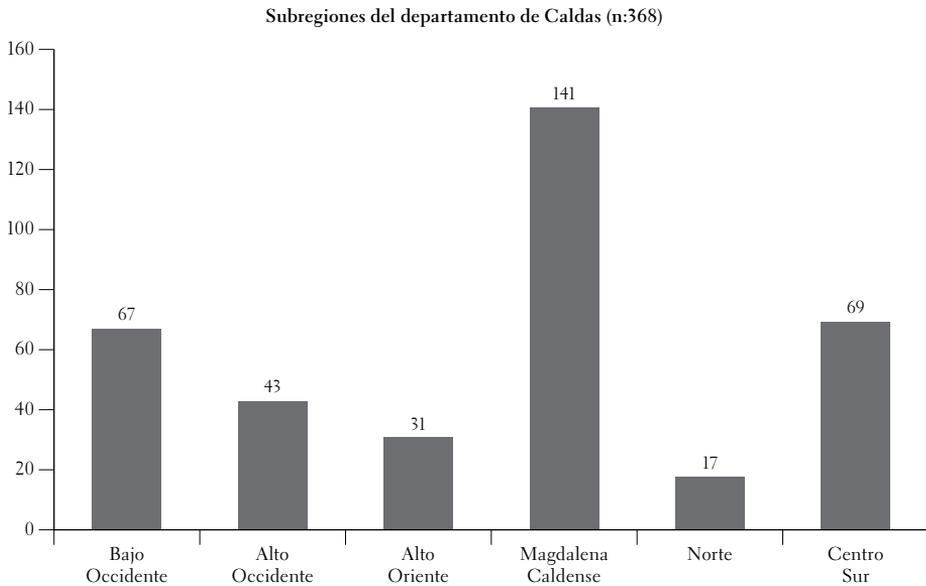
Componentes	Consideraciones de variable	Opciones de respuesta
	Ideas innovadoras para emprender	
	Percepción de oportunidades de negocio	
	Percepción de falta de recursos como barrera	
	Percepción de oportunidades de negocio no agro	

Fuente: Elaboración propia

Resultados y discusión

A partir de la encuesta aleatoria se logró la respuesta de 368 jóvenes rurales (33,5 % de la población total), quienes se ubican en las seis subregiones de Caldas (véase la figura 2). Estas respuestas también implican un alcance territorial del departamento, por lo que los datos obtenidos permiten hacer una interpretación general de la incidencia del perfil sociodemográfico y de actitudes para el emprendimiento, en la intención de permanencia territorial de jóvenes rurales.

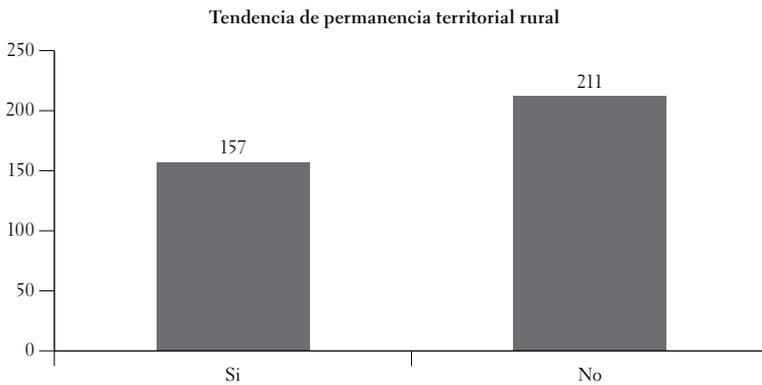
Figura 2. Muestra de encuestas en las subregiones del departamento de Caldas (Colombia)



Fuente: Elaboración propia

Diversas entidades públicas y privadas vienen financiando programas educativos técnicos y tecnológicos como herramienta para fortalecer las competencias de jóvenes rurales y, por ende, de buscar su permanencia territorial, toda vez que existe disponibilidad de financiación de pequeño capital inicial hacia proyectos de emprendimiento, asumiendo que la generación de este tipo de proyectos es una motivación fuerte para este tipo de población rural. Sin embargo, de la población de jóvenes rurales encuestados que se encuentran cursando alguno de los programas técnicos o tecnológicos ofrecidos por la Universidad, y en temas relacionados con los proyectos, gestión y administración de empresas agropecuarias y cafeteras, apenas 157 jóvenes, es decir, el 42 %, manifestaron su interés por permanecer en sus territorios rurales del departamento (véase la figura 3).

Figura 3. Intención de permanencia en el campo por jóvenes rurales en el departamento de Caldas



Fuente: Elaboración propia

De hecho, acorde con nuestros resultados, la mayor tendencia de los jóvenes a emigrar de los territorios rurales donde habitan, pese al acceso a programas que fortalecen y desarrollan capacidades de administrar y emprender, sugieren una discusión conceptual incluso más profunda. Por ejemplo, autores como Cifuentes Garzón y Rico Cáceres (2016) plantean en su estudio que el discurso de los jóvenes rurales sobre el emprendimiento rural permitió establecer que existen, por lo menos, tres categorías emergentes: el emprendimiento entendido como la actitud de superación, como la creación de un nuevo proyecto y como la aspiración de buscar un mejor futuro. Es decir, que cuando el emprendimiento

10

es asumido por el joven rural como la creación de un proyecto, generalmente lo relaciona con aquello que las personas cotidianamente hacen en su entorno del campo y probables costumbres heredadas, lo que lleva a que sólo algunos pocos jóvenes rurales quieran permanecer en su territorio.

En ese sentido, a fin de ampliar la comprensión de las intenciones de permanencia territorial de jóvenes rurales, nuestro estudio revela inicialmente que el perfil social y demográfico cuenta con un conjunto de variables que inciden de manera diferente frente al asunto de la permanencia. De las siete variables puestas en el análisis, cuatro de ellas presentaron diferencia significativa (véase la tabla 2). El rango de edad se perfila como una variable asociada con la intención de permanencia en el campo ($p < 0,05$). Además, los jóvenes entre los catorce a diecisiete años prevalecen como aquellos que cuentan con esta tendencia. Si bien este rango de edad se encuentra generalmente en edad escolar actual, nuestros resultados también revelan que los jóvenes rurales mayores de veinticinco años, en términos relativos, presentan alto interés en permanecer en el campo, alcanzando el 87,5 % de ese rango de edad. Estos resultados contrastan con el estudio adelantado por Deller et al. (2019), quienes plantean que jóvenes rurales con edades alrededor de los veinticinco años y en adelante tienen mayor tendencia a abandonar sus territorios rurales, dado que suelen buscar otras oportunidades, incluso así cuenten con emprendimientos rurales activos.

Tabla 2. Perfil sociodemográfico del joven emprendedor rural y las intenciones de permanencia territorial

VARIABLES ANALIZADAS	CHI	P VALOR
Género	0,13a	0,909
Rango de edad	35,41a	0,0001**
Existencia de emprendimientos familiar	19,16a	0,0001**
Ubicación geográfica	5,10a	0,165
Emprendimiento rural propio	23,26a	0,0001**
Tiempo de permanencia del ER	39,85a	0,0001**
Percepción de emprendimiento viable	8,117a	0,044*

* < 0,05 Diferencias significativas.

Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, desde el punto de vista del perfil del joven rural, la edad de la persona puede jugar un rol importante en la política pública, si se tiene en cuenta que la actividad de emprendimiento rural tiende a alcanzar su punto de mayor éxito entre las personas de entre treinta y cuarenta años (Stangler & Spulber, 2013).

Asimismo, la existencia de algún tipo de emprendimiento en el núcleo familiar fue significativa ($p < 0,05$), en razón a su asociación con la intención del joven rural de permanecer en el campo. Este es un resultado que permitiría interpretar cómo algún emprendimiento familiar puede constituirse en un factor de motivación para jóvenes rurales, ya que, como lo plantean Morales-Jiménez et al. (2016), la existencia de emprendimientos familiares implica experiencia y un conjunto de conocimientos acumulados, influencia cultural y posibilidades de asesorías familiares hacia los jóvenes emprendedores, entre otros aspectos. De hecho, el contexto del emprendimiento familiar rural puede ser determinante para jóvenes rurales, en el marco de aquellos territorios donde existen culturas que promueven valores asociados a la creación de empresas y proyectos, de manera que la familia se convierte en un impulsor (Arias Vargas et al., 2021). Estos planteamientos se relacionan también con nuestros resultados, en los que la percepción de viabilidad del emprendimiento de aquellos jóvenes que manifiestan querer permanecer en el campo arrojó que no sólo es significativa ($p < 0,05$), sino que el 48,9% refiere cómo esta viabilidad de los proyectos se origina sobre emprendimientos adelantados con los propios familiares como socios.

En concordancia con el resultado anterior, la variable de tenencia de un emprendimiento rural propio alcanzó también asociación significativa ($p < 0,05$), con la intención de permanencia del joven rural en su territorio. Se puede afirmar que la existencia de un proyecto empresarial a pequeña escala se constituye en un gran factor de motivación para el joven rural, en tanto que puede involucrar una visión de progreso para esta población específica. De hecho, según lo plantean Restrepo Salgado et al. (2016), los intereses de crear proyectos de emprendimiento rural por parte de jóvenes están generalmente predeterminados por factores motivacionales y en relación con el desarrollo de ciertas actitudes con respecto a sus intereses personales.

Finalmente, el tiempo que lleva activo el emprendimiento rural es un factor de permanencia territorial de los jóvenes abordados ($p < 0,05$). Los resultados revelan que el mayor porcentaje de respuestas se encuentra sobre emprendimientos que tienen un período de existencia en el rango entre uno a tres años.

Sin embargo, en la literatura se ha discutido que la permanencia del emprendimiento rural en el tiempo está mediada no sólo por un asunto relacionado con las capacidades y el perfil del joven emprendedor, tal como un entorno sistémico de apoyo institucional conformando ecosistemas de emprendimiento (Mascarenhas et al., 2020), a partir de alianzas público-privadas que promuevan la innovación a nivel local rural (Ramírez-Gómez & Rodríguez-Espinosa, 2021).

Por otro lado, nuestro estudio también relaciona el perfil del joven rural frente a sus actitudes de emprendimiento como un tema que sigue siendo de amplia relevancia. Los resultados relevan una mayoritaria asociación significativa ($p < 0,05$) entre las variables del perfil de actitudes para el emprendimiento y la intención de permanencia en el campo por parte de los jóvenes rurales abordados en Caldas (véase la tabla 3). Algunas de las variables significativas concuerdan con resultados como los planteados por Marulanda et al. (2014), quienes en sus aportes teóricos concluyen que los rasgos que más identifican a un emprendedor son perseverancia, visión de negocio, compromiso y tolerancia a los cambios.

Tabla 3. Perfil de actitudes para el emprendimiento rural y las intenciones de permanencia territorial

VARIABLES ANALIZADAS	CHI	P VALOR
Espíritu e interés emprendedor	62,26a	0,0001**
Emprendimiento para impacto local	62,17a	0,0001**
Actitud de proactividad	37,53a	0,0001**
Interés por capacitarse	73,006a	0,0001**
Interés por el impacto ambiental	50,56a	0,0001**
Ideas innovadoras de emprendimiento	23,29a	0,0001**
Percepción de oportunidades de emprender	63,88a	0,0001**
Percepción falta de recursos para emprender	13,46a	0,009**
Creación de emprendimientos no agropecuarios	7,016a	0,135

* < 0,05 Diferencias significativas.

Fuente: Elaboración propia

Algunas variables del perfil son interesantes de destacar en el análisis por su contribución teórica y su relación con la tendencia de jóvenes rurales a querer permanecer en el campo. Por ejemplo, la importancia del potencial innovador

de jóvenes rurales emprendedores es una característica clave del perfil que generalmente lleva a mejores condiciones de éxito del modelo de negocio (Elena et al., 2015). Incluso de la población de jóvenes rurales que refieren permanecer en el campo, el 65,6 % manifestó, con una escala muy alta, que el impacto social de su emprendimiento es una variable asociada a su interés de permanencia territorial. Desde este resultado se revela la importancia de lo que algunos autores llaman “el proceso de transformación del conocimiento local en innovación”, por el cual los emprendedores logran una relación estrecha con el lugar y el entorno, desarrollando un estilo de vida que procura también articular sus proyectos con la sostenibilidad en sus territorios rurales (Dias & Silva, 2021).

Finalmente, de nuestros resultados queremos destacar que la percepción de oportunidades para emprender también es una variable de alta significancia para los jóvenes rurales y su interés de quedarse en el territorio rural. Aunque existe una amplia narrativa según la cual la falta de relevo generacional en el campo también está mediada por la falta de oportunidades productivas, en nuestros resultados en el departamento de Caldas la población de jóvenes rurales respondió en alto porcentaje el nivel alto y muy alto a la pregunta: “¿Usted cree que en el sector agropecuario y su territorio existen oportunidades de hacer pequeños y medianos negocios rentables?”. Ello quiere decir que esta discusión también es un asunto de percepciones.

Conclusiones

La preocupación por la migración de jóvenes rurales hacia los entornos urbanos u otros municipios es un asunto de gran preocupación actual por diversas razones. Entre ellas, la falta de relevo generacional

“Percepción de oportunidades para emprender también es una variable de alta significancia para los jóvenes rurales y su interés de quedarse en el territorio rural. Aunque existe una amplia narrativa según la cual la falta de relevo generacional en el campo también está mediada por la falta de oportunidades productivas”.

en el campo, lo que implica una eventual percepción de poca atracción de jóvenes rurales por las actividades agropecuarias. De hecho, diversas políticas públicas, planes y programas han surgido en Colombia con el fin de procurar la permanencia de los jóvenes rurales en sus territorios.

“Aun cuando los programas educativos buscan fortalecer competencias en los jóvenes rurales, se necesita desarrollar estrategias que puedan involucrar a las familias en los asuntos relacionados con el espíritu empresarial y emprendedor, como quiera que puede favorecer la mayor permanencia de los jóvenes en el campo y sea posible proyectar en el entorno de sus propias comunidades locales”.

Así, por ejemplo, el fomento del emprendimiento es una de aquellas estrategias que se han visionado para tal fin, generalmente acompañado de programas educativos dirigidos a fortalecer capacidades. Sin embargo, esto podría no ser suficiente, a menos que se tenga en cuenta mayor información de los territorios y se puedan replantear las políticas. Por lo tanto, objetivo de este estudio fue analizar la incidencia del perfil sociodemográfico y de actitudes para el emprendimiento, en la intención de permanencia territorial de jóvenes rurales en el departamento.

En nuestro estudio se encuestaron 368 jóvenes rurales, ubicados en las seis subregiones de Caldas. De esta población, 157 jóvenes manifestaron querer continuar en el campo. Se puede concluir que indudablemente la familia juega un rol preponderante en nuestros resultados. Primero, porque los emprendimientos que tiene una familia es un factor motivante para los jóvenes, pero también porque el 48,9% de quienes manifestaban querer permanecer en sus territorios rurales considera que sus propios emprendimientos son realmente viables cuando se desarrollan con la familia como socios activos.

Esto implica que aun cuando los programas educativos buscan fortalecer competencias en los jóvenes rurales, se necesita desarrollar estrategias que puedan involucrar a las familias en los asuntos relacionados con el espíritu empresarial y emprendedor, como quiera que puede favorecer la mayor permanencia de los jóvenes en el campo

y sea posible proyectar en el entorno de sus propias comunidades locales. A su vez, desde el perfil de actitudes para el emprendimiento rural, la mayoría de las variables de estudio tuvieron una relación con el interés de permanencia en el campo. Sin embargo, hay aspectos poco abordados en la literatura, por lo cual es una contribución de nuestro estudio, tales como el interés por el impacto ambiental, por el impacto local y comunitario del emprendimiento, y la incorporación de innovación en el emprendimiento rural. En ese sentido, debe fortalecerse el enfoque del emprendimiento rural sostenible de manera que sea promovido desde una visión más amplia de factores y componentes, por ejemplo, temas asociados al impacto ambiental, dado que puede seguir siendo un motivante para la permanencia rural de los jóvenes.

Quizás sea una buena oportunidad de promover emprendimientos rurales que superen el enfoque tradicional de proyecto productivo agropecuario y trasciendan hacia aquellos basados en bioeconomía y economía circular, entre otras tendencias. Finalmente, este estudio es importante y contribuye a la literatura, dado que son muy escasos los trabajos empíricos que relacionen aspectos del por qué cierta población de jóvenes rurales quiere permanecer en el campo, pero en este caso visto desde un enfoque del emprendimiento rural, como un efecto generalmente esperado de los programas educativos que en los territorios buscan dinamizar la economía rural en Colombia.

Referencias

- Arias Vargas, F. J., Ribes-Giner, G., Botero-Arango, D., & Garces, L. F. (2021). Factores sociodemográficos que inciden en el emprendimiento rural de jóvenes en Antioquia, Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(96), 1219-1240.
- Cifuentes Garzón, J. E., & Rico Cáceres, S. P. (2016). Proyectos pedagógicos productivos y emprendimiento en la juventud rural. *Zona Próxima*, 25, 87-102.
- Deller, S., Kures, M., & Conroy, T. (2019). Rural entrepreneurship and migration. *Journal of Rural Studies*, 66, 30-42.
- Dhewanto, W., Ratnaningtyas, S., Permatasari, A., Anggadwita, G., & Prasetyo, E. (2020). Rural Entrepreneurship: Towards Collaborative Participative Models for Economic Sustainability. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(1), 705-724.
- Dias, Á., & Silva, G. M. (2021). Lifestyle Entrepreneurship and Innovation in Rural Areas: The Case of Tourism Entrepreneurs. *Journal of Small Business Strategy*, 31(4), 40-49.
- Elena, H., Sorina, M., & Rus, D. (2015). A Predictive Model of Innovation in Rural

Entrepreneurship. *Procedia Technology*, 19, 471-478.

Hernández Sánchez, J., & Rodríguez Soto, J. R. (2013). Cuestionamientos sobre los esfuerzos en la implementación del emprendimiento en Colombia, una mirada desde el Estado, la academia y las agremiaciones. *Estrategias*, 11, 65-78.

Islas-Moreno, A., Muñoz-Rodríguez, M., & Morris, W. (2021). Understanding The Rural Entrepreneurship Process: A Systematic Review of Literature. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 17(4), 453-470. <https://doi.org/10.1504/WREMSD.2021.116651>

Islas-Moreno, A., Muñoz-Rodríguez, M., Santoyo-Cortés, V. H., Aguilar-Gallegos, N., Martínez-González, E. G., & Morris, W. (2021). Understanding The Process of Agricultural Entrepreneurship: Perspective from Strategic Movements and Entrepreneurial Families. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies, ahead-of-p*(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/JADEE-08-2021-0202>

Korsgaard, S., Müller, S., & Tanvig, H. W. (2015). Rural Entrepreneurship or Entrepreneurship in the Rural-Between Place and Space. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(1).

Luda, S. (2011). Sustainable Rural Entrepreneurship: A Case in Hungary. *Journal of Environmental Sustainability*, 1(1), 1-10. <https://doi.org/10.14448/jes.01.0007>

Marulanda, F., Montoya, I., & Vélez, J. (2014). Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos de Administración*, 30(51), 89-99.

Mascarenhas, C., Marques, C. S. E., Braga, V., Rei, A., & Ferreira, M. (2020). Mentoring Entrepreneurship in a Rural Territory-A Qualitative Exploration of an

Entrepreneurship Program for Rural Areas. *Journal of Rural Studies*, 78, 314-324. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.06.038>

Méndez Sastoque, M. J. (2015). Ocupación rural no agrícola y desarrollo rural local: reflexiones y aportes para una articulación efectiva. *Interações (Campo Grande)*, 16, 315-325.

Morales-Jiménez, J., Bustamante-González, Á., Vargas-López, S., Pérez-Ramírez, N., & Sereno-Pareja, O. (2016). Factores de éxito emprendedor en dos municipios de la montaña de Guerrero, México. *Nova Scientia*, 7(15), 416-435.

Müller, S., & Korsgaard, S. (2018). Resources and Bridging: The Role of Spatial Context in Rural Entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 30(1), 224-255.

Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD). (2014). *Innovation and Modernising the Rural Economy*. OECD Publishing. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1787/9789264205390-en>

Pardo, R. (2017). *Diagnóstico de la juventud rural en Colombia*. Rimisp.

Pinzón, L. R. P. (2021). Políticas educativas para el emprendimiento rural en Colombia. *Reflexión Política*, 23(47), 60-71.

Quiroga, E. (2021). *Incidencia de jóvenes rurales en políticas públicas de juventud: el caso del documento Conpes de juventud en Colombia* (tesis de maestría). Universidad de los Andes.

Ramírez-Gómez, C. J., & Rodríguez-Espinosa, H. (2021). Local Public-Private Partnerships to Promote Innovation in Agricultural Value Chains: The Case of Cocoa in Colombia. *Revista de Economía e Sociología Rural*, 60(4), 1-18.

Restrepo Salgado, E., Tapasco Triviño, Ó. J., & Vidarte Claros, J. A. (2016). Perfil emprendedor de estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria, Universidad de Caldas. *Ánfora*, 23(41), 87-106. <https://doi.org/10.30854/anf.v23.n41.2016.142>

Sanabria-Gómez, S. A., & Caro-Moreno, J. C. (2021). Economía política de la política agraria en Colombia: de la Ley 200 de 1936 al Acuerdo de Paz de 2016. *Entramado*, 17(1), 30-42.

Stangler, D., & Spulber, D. F. (2013). *The Age of the Entrepreneur: Demographics and Entrepreneurship*. Innovation and Communication.

Zorro Melo, J. (2021). *Juventud rural y migración del campo a la ciudad en Colombia, una aproximación desde el análisis narrativo de políticas públicas* (tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia.