

## Tipología de jóvenes rurales emprendedores agropecuarios: Un estudio de caso en Colombia\*

*Typology of young rural agricultural entrepreneurs: A case study in Colombia*

Venancio Cuevas Reyes<sup>1</sup> , Carlos Julián Ramírez-Gómez<sup>2</sup> 

<sup>1</sup> Centro de Investigación INIFAP, Ciudad de México-México, [cuevas.venancio@inifap.gob.mx](mailto:cuevas.venancio@inifap.gob.mx), <sup>2</sup> Universidad de Caldas, Manizales-Colombia, [carlosj.ramirez@ucaldas.edu.co](mailto:carlosj.ramirez@ucaldas.edu.co)

### Cómo citar / How to cite

Cuevas Reyes, V., y Ramírez-Gómez, C. J. (2024). Tipología de jóvenes rurales emprendedores agropecuarios: Un estudio de caso en Colombia. *Revista CEA*, 10(24), e3119. <https://doi.org/10.22430/24223182.3119>

### RESUMEN

**Objetivo:** establecer tipologías de emprendedores rurales a partir de un conjunto de características y dimensiones del emprendimiento.

**Diseño/metodología:** se utilizó un método exploratorio con un enfoque cuantitativo. Se aplicaron 368 encuestas a jóvenes rurales del departamento de Caldas. Posteriormente, a través de un análisis estadístico de clúster, se realizó una tipología de emprendedores rurales.

**Resultados:** la investigación permitió establecer tres grupos de emprendedores rurales. El Clúster 1, denominado como jóvenes desinteresados, constituye el 47 %, los cuales se destacan principalmente por no querer permanecer en el territorio rural. El Clúster 2, nombrado jóvenes comprometidos, representa el 12 %. Este grupo, generalmente, cuentan con proyectos productivos que van de uno a cinco años de permanencia, además de habilidades útiles para desarrollar emprendimientos y apoyo familiar. Finalmente, está el Clúster 3, designado como jóvenes iniciadores, representa el 41 % del total de la muestra analizada. Este grupo se destaca por su menor participación en proyectos productivos emprendedores, además de ser jóvenes menos propensos al riesgo.

**Conclusiones:** se concluye que es posible fomentar emprendimientos rurales que permitan la permanencia de jóvenes en sus territorios, siempre que el apoyo familiar juegue un rol importante, y que las instituciones gubernamentales y académicas contribuyan en la formación y desarrollo de sus capacidades.

**Originalidad:** el estudio contribuye con un análisis de tipología de emprendedores, enriqueciendo la literatura alrededor del emprendimiento rural, específicamente en torno a un problema clave relacionado con la migración y permanencia de jóvenes en los territorios rurales.

**Palabras clave:** emprendimiento rural, jóvenes rurales, dimensiones del emprendimiento, permanencia territorial.

\* Este artículo es un producto de la investigación titulada: *Innovación y ecosistema de emprendimiento rural: un análisis de factores de permanencia de emprendimientos rurales en el departamento de Caldas*, financiado por la Universidad de Caldas desde la Vicerrectora de Investigaciones y Posgrados.

## Highlights

- La familia juega un rol determinante en la permanencia territorial de jóvenes rurales emprendedores.
- Se destacan tres tipos de jóvenes rurales emprendedores: desinteresados, comprometidos e iniciadores.
- La tipificación de jóvenes rurales emprendedores tiene implicaciones de política pública en torno a la migración rural.

## ABSTRACT

**Objective:** To identify and categorize different types of rural entrepreneurs based on a set of entrepreneurial characteristics and dimensions.

**Design/Methodology:** An exploratory research design with a quantitative approach was employed. Firstly, a questionnaire was administered to 368 rural youth in the department of Caldas, Colombia. Subsequently, the data were subjected to statistical cluster analysis to develop a typology of rural entrepreneurs.

**Findings:** The analysis revealed three distinct groups of rural entrepreneurs. Cluster 1, “Disinterested Youth”, accounts for 47% of the sample and is mainly characterized by a lack of interest in remaining in rural areas. Cluster 2, “Committed Youth,” represents 12% of the sample and includes individuals engaged in productive projects lasting one to five years, who also possess valuable skills for venture development and receive family support. Finally, Cluster 3, called “Young Initiators,” comprises 41% of the sample and stands out for its lower participation in entrepreneurial projects and a reduced propensity for risk-taking.

**Conclusions:** The findings suggest that promoting rural entrepreneurship can encourage young people to remain in their rural territories, provided that there is strong family support and active involvement from the government and academic institutions in skills development.

**Originality:** This study contributes to the existing literature on rural entrepreneurship by offering a comprehensive analysis of entrepreneur typologies, specifically addressing key issues related to youth migration and retention in rural areas.

**Keywords:** rural entrepreneurship, rural youth, dimensions of entrepreneurship, territorial retention.

## Highlights

- Family support plays a crucial role in ensuring the territorial retention of young rural entrepreneurs.
- Three distinct categories of young rural entrepreneurs were identified: disinterested youth, committed youth, and initiators.
- The classification of these rural entrepreneurs has significant public policy implications, especially concerning rural migration.

## 1. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento rural viene ganando importancia en la literatura científica como un campo de estudio específico, dadas las diversas connotaciones que tiene en los aspectos productivos, económicos y sociales en los territorios rurales. Esta idea es especialmente relevante por las implicaciones que tiene para el desarrollo rural latinoamericano, lo que ha llevado a implementar políticas públicas que fomenten estas iniciativas, buscando contribuir con la solución de una problemática relacionada con la migración de la juventud rural de los territorios. En ese sentido, la

profundización de la investigación en torno al emprendimiento rural puede proporcionar información que ayude a comprender dinámicas precisas, pero también al desarrollo de lineamientos que se puedan asociar a las políticas públicas.

De hecho, el entorno rural tiene características económicas y estructurales que ofrecen oportunidades para los emprendedores, las cuales pueden fortalecerse mediante el desarrollo de redes de emprendedores, permitiendo así la transformación regional (Barber III et al., 2021). De acuerdo con Blanchflower y Oswald (1998), en este estudio se adopta una definición pragmática de emprendimiento relacionada a aquellos individuos que trabajan para sí mismos para obtener ganancias. El concepto de emprendimiento rural, por otra parte, se refiere a actividades empresariales que aprovechan los recursos locales y permiten reconectar espacios, por lo cual son actividades empresariales que no consideran el medio rural únicamente como fuente de beneficio (Korsgaard et al., 2015).

Las regiones rurales, a menudo, tienen menos acceso a recursos financieros y tecnológicos (Fanelli, 2018), sin embargo, hay evidencia de que el emprendimiento y las pequeñas empresas pueden convertirse en un motor económico clave para estas regiones (Ribeiro-Soriano, 2017). Las empresas rurales contribuyen a la resiliencia local de manera directa e indirecta. Las contribuciones directas incluyen, por ejemplo, la creación de empleo local y la prestación de productos y servicios locales (Mathebula, 2017; Cunha et al., 2020). Las aportaciones indirectas pueden entenderse como el efecto arrastre o valor añadido de las actividades empresariales primarias. Para el caso, la provisión de oportunidades de empleo ayuda a reducir el riesgo de emigración y despoblación (Steiner y Atterton, 2015).

Un estudio realizado por Cuecuecha Mendoza et al. (2023) aborda los diferentes determinantes de las intenciones emprendedoras, centrándose en características psicológicas y sociodemográficas. Los hallazgos o determinantes psicológicos destacan la necesidad de logro como una de las principales características de los emprendedores, definiéndola como la necesidad continua que experimenta la persona de alcanzar una meta que se ha fijado y por cuyos resultados se siente responsable. En contraste, frente a los estudios sobre características sociodemográficas, Fernández y Junquera (2001), Boubker et al. (2022) y Nordin et al. (2024), señalan variables como la edad, la educación, el entorno familiar y social, y el bloqueo y la posición social como los determinantes más importantes de las intenciones de emprender.

Por ello, resulta importante identificar los diferentes grupos y las características que permiten a los individuos, en este caso jóvenes rurales, que desean trabajar para sí mismos como emprendedores en el ámbito rural. No obstante, estudios recientes han encontrado que el emprendimiento, cuando prospera, refleja un contexto repleto de ricas instituciones y políticas que brindan acceso a los recursos, factores e insumos necesarios que conducen a la actividad emprendedora (Audretsch, 2023). Es decir, un nuevo negocio está relacionado con individuos que desean trabajar para sí mismo, pero también con un contexto institucional que les provee los recursos necesarios para el desarrollo de nuevos emprendimientos. De hecho, las instituciones, las políticas públicas y la cultura también son componentes clave del contexto empresarial (Audretsch, 2023; Li, 2024).

En términos generales, y específicamente para el caso colombiano, el concepto de emprendedor rural está disperso y carece de categorización (Shrivastava y Kumar Dwivedi, 2021), pese a que diversas estrategias buscan promover emprendimientos en jóvenes rurales, generalmente a partir de programas de educación agroempresarial para el desarrollo de capacidades y el financiamiento inicial con capital no retornable, buscando incentivar la permanencia de esta población en las áreas rurales. Aunque muchas de estas iniciativas, impulsadas principalmente por el gobierno nacional y los gobiernos territoriales, y eventualmente por la empresa privada, no siempre logran crear las condiciones sociales necesarias que generen una red de interacciones entre los actores y las comunidades rurales, en favor de los emprendedores y sus ideas, generando entonces programas

con carácter disperso, discontinuos y que quizás no producen los impactos esperados, principalmente porque no distinguen adecuadamente los entornos territoriales y los diversos tipos de emprendedores (Suárez-Pineda et al., 2017). Por lo tanto, el objetivo de este estudio es establecer tipologías de emprendedores rurales, a partir de un conjunto de características y dimensiones relacionadas con el emprendimiento.

## **2. MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL**

Fomentar actividades agroempresariales en el sector agropecuario y en territorios rurales es complejo debido a la existencia de diversos modelos de negocio productivos y por la racionalidad que implica involucrar a la población rural campesina en los medios de producción. Por ello, en esta sección se desarrolla el concepto de emprendimiento rural como guía para el análisis del presente estudio. La categoría de análisis de emprendimiento rural (ER) ha cobrado mayor relevancia justamente por la forma en que puede potenciar la economía rural (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OECD], 2014). Se puede afirmar que los estudios son relativamente recientes y se han centrado en diversas dimensiones, tales como: capacidad de crecimiento, diversificación, integración, diferenciación y digitalización (Islas-Moreno et al., 2023; Candelario-Moreno y Sánchez-Hernández, 2024), la relación con las particularidades de cada territorio y localidad (Müller y 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 es un abordaje que viene cobrando mayor interés en la literatura científica, dadas las diversas connotaciones productivas, económicas, sociales y ambientales en los territorios rurales. Desde el punto de vista conceptual, el ER cuenta con diversas definiciones. Una de ellas refiere que el ER se relaciona con su ubicación, no principalmente como un espacio para obtener ganancias, sino con el «territorio» como un significado y vida social. Es bien sabido que muchos empresarios están menos preocupados por los incentivos monetarios y las ganancias, pero más inquietos por la búsqueda de aspiraciones personales, sociales o culturales (Korsgaard et al., 2015). Sin embargo, otra postura es adoptada por otros autores, como en el caso de Islas-Moreno et al., (2021), quienes establecen 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, donde, además, este tipo de emprendimiento no hace hincapié en la valoración de los recursos locales, a menos que represente una práctica o ventaja económica.

Además, 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). No obstante, el abordaje del ER sigue siendo un desafío, dado que requiere la integración de recursos naturales, humanos, dinámicas locales y de otras capacidades asociadas con redes y experiencia (Dhewanto et al., 2020). A su vez, al ER es considerado como una de las soluciones importantes para el desarrollo rural sostenible (Blanco-Gregory et al., 2020), pues involucra actividades económicas, pero también a las comunidades locales, partiendo de actividades agrícolas, de turismo, entre otras (Ansari et al., 2013).

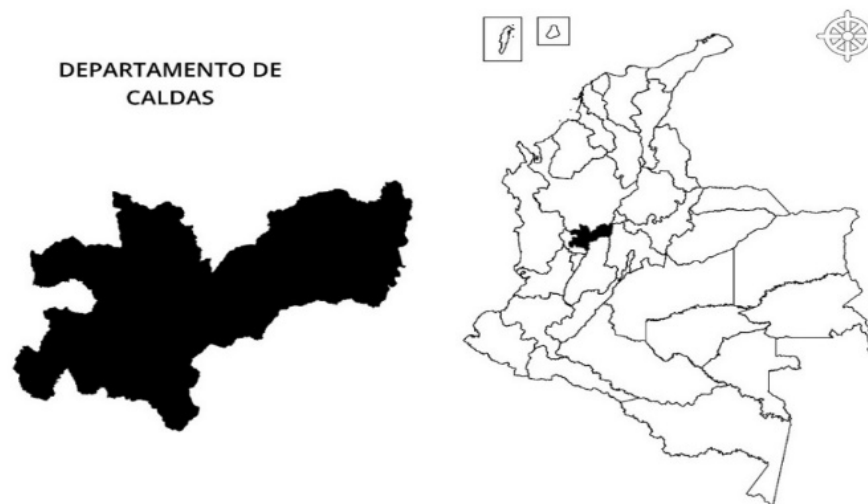
En este estudio se propone, entonces, la interrelación de cuatro dimensiones del emprendimiento rural. En la literatura sobre la temática se han abordado variables que permiten establecer una dimensión del perfil sociodemográfico del emprendedor rural, donde entran en consideración otras dinámicas, como la edad, el tipo de propiedad del emprendimiento, el nivel educativo, la ubicación geográfica rural frente al mercado, entre otras (Shivacharan et al., 2017). Por su parte, en la dimensión

de características del emprendedor, se toman en cuenta algunas posibilidades asociadas con intereses y percepciones, por ejemplo, frente al impacto del emprendimiento en áreas rurales, en las propias comunidades, e incluso, en la perspectiva ambiental (Olmedo et al., 2023). Del análisis sobre las capacidades del emprendedor rural resaltan factores como las habilidades digitales, que afectan la capacidad del emprendedor en la identificación y reconocimiento de ideas de negocio, además de habilidades financieras, creatividad, liderazgo y gestión (Modrego y Foster, 2021). Finalmente, la dimensión de motivaciones y territorio se basa en variables clave que permiten comprender si los emprendedores rurales ven el espacio geográfico rural como un entorno viable para llevar a cabo sus proyectos, donde se configuran arraigos, tradiciones, asuntos culturales e influencias diversas (Müller y Korsgaard, 2018).

### 3. METODOLOGÍA

#### Zona de estudio

El departamento de Caldas, ubicado en la zona cafetera colombiana, está compuesto por veintisiete municipios, agrupados en seis subregiones correspondientes (ver Figura 1). En este departamento, la Universidad de Caldas ha liderado una alianza público-privada que ha permitido constituir los programas *Universidad en el Campo* y *Universidad en tu Colegio*, llevando a jóvenes rurales programas educativos que permitan el desarrollo de capacidades de emprendimiento agropecuario, de manera que las personas involucradas puedan permanecer en sus territorios rurales. Para el año 2023, los programas educativos lograron involucrar cerca de 1100 jóvenes rurales en el área geográfica de estudio.



**Figura 1. Área de la zona de estudio**

Figure 1. Study area

Fuente: elaboración propia.

#### Obtención de la información

Para el estudio se diseñó una encuesta integrada por cuatro dimensiones del emprendimiento rural que fueron adaptadas para la construcción de una tipología (De Guzman et al., 2020; Kobba et al., 2020; Lyons et al., 2020; Müller y Korsgaard, 2018). Por tanto, se plantearon las siguientes dimensiones: (i) perfil sociodemográfico; (ii) perfil de características del emprendedor; (iii) habilidades para el emprendimiento; (iv) motivaciones y territorio (ver Tabla 1). La investigación se desarrolló bajo el

enfoque cuantitativo y, a partir de una base de datos de estudiantes rurales, se estructuró y se difundió, vía email, una encuesta *online*, alcanzando un nivel de respuesta de 353 jóvenes rurales en todas las subregiones del departamento de Caldas.

### Análisis de la información

Se realizó un análisis de tipo clúster, para lo cual se seleccionaron ocho variables cuantitativas relacionadas del perfil sociodemográfico. El criterio de agrupación fue el método de vinculación de Ward, y la medida de asociación fue la distancia euclídea al cuadrado. En el método de Ward, la distancia entre dos clústeres se calcula como la suma de cuadrados entre grupos, y se busca minimizar la varianza intragrupal y maximizar la homogeneidad dentro de los grupos (Vilà-Baños et al., 2014). La estandarización de las variables se realizó mediante la puntuación Z en SPSS. Cuando las variables se registran en unidades diferentes, una transformación de puntuación Z pondrá las variables en una escala común para comparar conjuntos de variables tomadas con diferentes sistemas de medición. Posteriormente, fue elaborado el dendrograma y fue realizada la caracterización de los jóvenes rurales. La descripción de los grupos se hizo mediante estadísticas descriptivas. Los análisis fueron ejecutados con el *software* SPSS 27.0 para Windows (Babbie et al., 2022).

**Tabla 1. Descripción de dimensiones y variables explicativas**  
Table 1. Description of the dimensions and explanatory variables

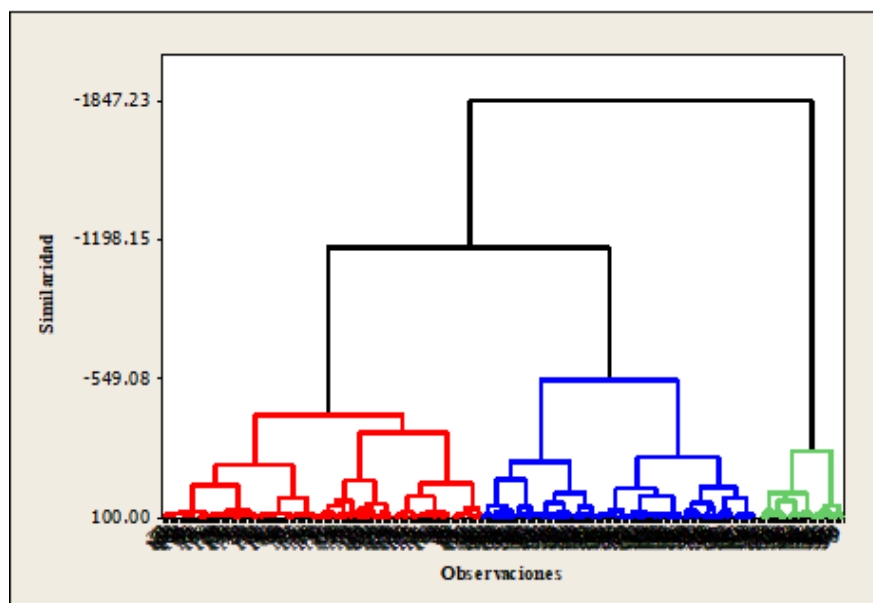
Dimensión	Variable	Codificación
Sociodemográfica	x1: Género	1 = femenino, 2 = masculino
	x2: nivel estudio	1 = técnico, 2 = tecnología
	x3: rango edad	1 = 14-17; 2 = 17-20; 3 = 20-25; 4 = más de 25
	x4: emprendimiento familiar	0 = No, 1 = Sí
	x5: ubicación rural	1 = corregimiento; 2 = municipio; 3 = vereda cerca al mpio; 4 = veredea lejana mpio
	x6: emprendimiento actual	0 = No, 1 = Sí
	x7: tiempo con emprendimiento	0 = no tiene; 1 = un año; 2 = 1-3 años; 3 = más de 5 años
	x8: conformación viable de emprendimiento	1 = individual; 2 = familiares; 3 = con más de 3 personas; 4 = asociación
Características del emprendedor rural	x9: interés por emprender	0 = No, 1 = Sí
	x10: emprender para impacto local comunitario	
	x11: proactividad para emprendimiento	
	x12: interés por capacitaciones	
	x13: interés por el impacto ambiental	
	x14: ideas innovadoras de negocio	
	x15: percepción de oportunidades para emprender	
Habilidades para el emprendimiento	x16: percepción de falta de recursos	0 = No, 1 = Sí
	x17: percepción de viabilidad proyectos no agrarios	
	x18: Ddigitales e informática	
	x19: Iidentificar nuevas oportunidades de negocios	
	x20: Pplanificar estrategias en el tiempo	
	x21: Lliderazgo de proyecto	
	x22: Ttomar riesgos	
	x23: Ttrabajar en grupo	
	x24: Rrealizar análisis financieros	
	x25: Vvolver a intentarlo	
x26: Rrelacionarse con actores		

Dimensión	Variable	Codificación
Motivaciones y territorio	x27: municipio donde vives te motiva a emprender	0 = No, 1 = Sí
	x28: impulso familiar al emprendimiento	
	x29: municipio rural es posible aprender	
	x30: percepción del apoyo institucional local	
	x31: percepción de la cultura y tradición empresarial local	
	x32: percepción de prestigio y reputación del municipio rural	
	x33: percepción de la mentalidad empresarial de las personas	
	x34: percepción de apoyo interinstitucional	

Fuente: elaboración propia.

#### 4. RESULTADOS

Se obtuvo una respuesta final de 368 jóvenes rurales, lo que corresponde al 33.45 % del total de la población objeto de estudio. Además, el análisis clúster permitió clasificar a los jóvenes rurales entrevistados en tres grupos diferenciados: el Clúster1 (C1, n = 173) constituye el 47 % de los jóvenes rurales; el Clúster2 (C2, n = 44) representa el 12 %; y el Clúster3 (C3, n = 151) representa el 41 % del total de la muestra analizada (ver Figura 2).



**Figura 2. Dendrograma de las tipologías de jóvenes rurales en el departamento de Caldas, Colombia**

Figure 2. Dendrogram illustrating the types of rural youth in the department of Caldas, Colombia

Fuente: elaboración propia.

#### Tipos de emprendedores y componente sociodemográfico

Con base en el análisis de las variables del perfil, este estudio propone la siguiente tipología de jóvenes rurales con potencial de emprendimiento: el grupo o clúster 1 (C1) son aquellos jóvenes que no tienen interés en proyectos productivos relacionados con el sector agropecuario (solo 1.7 % señaló contar con un proyecto productivo), por lo que se les puede identificar como «desinteresados» en actividades productivas rurales (ver Tabla 2). El clúster 2 (C2) son jóvenes que ya cuentan con

proyectos productivos por varios años (la duración de sus proyectos va desde un año hasta más de cinco años) y provienen de familias con proyectos productivos (52.3 %); a este grupo se le denominó «comprometidos» con la producción en el sector agropecuario.

El clúster tres (C3) se denominó «iniciadores», puesto que el 100 % de estos jóvenes refirió contar con proyecto productivo, y provienen de familias que tienen algún proyecto (41.7 %), pero tienen menos años de haber iniciado en este propósito (ver Tabla 2). Esta clasificación se relaciona de forma directa con la intención de quedarse a vivir en el campo de los jóvenes rurales: el C1 (1.7 %), C2 (86.4 %) y el C3 (76.8 %). El 60.7 % del C1 corresponde a jóvenes del sexo femenino, con una edad entre quince y 17 diecisiete años, y prácticamente 100 % de carrera técnica. El clúster 2 (C2) tiene también un alto porcentaje (59.1 %) de mujeres, aunque la edad predominante de este grupo se encuentra por arriba de veinte años y todos tienen estudios en tecnología. Finalmente, el clúster tres (C3), jóvenes visionarios, está compuesto por un 51 % de jóvenes del sexo masculino y 49 % del sexo femenino, y en su mayoría (70.2%) tienen una edad promedio de catorce a diecisiete 17, y de 24.5 % de entre diecisiete y veinte 20 años; además, este grupo tiene formación técnica.

Los jóvenes del C1 se encuentran repartidos en las diversas áreas del municipio, pues se encontró que casi 30 % de ellos vive en el corregimiento, 36.4 % (la mayoría) vive en veredas cercanas y lejanas de la cabecera municipal (19.7 %), y el 16.2 % vive en la cabecera municipal. En contraste, la mayor cantidad de jóvenes del C2 viven en veredas cercanas (47.7 %) y lejanas (34.1 %) de la cabecera municipal; este mismo comportamiento se presenta para el C3, en el cual 41.7 % vive en veredas cerca a la cabecera del municipio y 22.5 % en veredas lejas (ver Tabla 2). De los jóvenes rurales abordados en el estudio (el 47.7 % del C2 y el 41.7 % del C3) consideran que los proyectos productivos o emprendimientos son más viables cuando se desarrollan con la familia (47.7 % del C2 y el 41.7 % del C3) o de forma individual (18.2 % del C2 y 29.8 % del C3). Lo que indica que la familia tiene influencia para el desarrollo como emprendedor del joven rural.

**Tabla 2. Agrupación de variables del componente sociodemográfico del emprendedor rural**

Table 2. Grouping of variables in *the entrepreneurs' socio-demographics* dimension

<b>Variable socioempresarial (emprendimiento y duración)</b>						
Clúster	Familia con proyecto productivo (%)	Tiene proyecto productivo (%)	Duración: un año (%)	Duración: de 2 a 3 años (%)	Duración: más de 5 años (%)	
Desinteresados (C1)	22.5	1.7	2.3	0.6	0	
Comprometidos (C2)	52.3	93.2	11.4	31.8	18.2	
Iniciadores (C3)	41.7	100	22.5	16.6	4	

<b>Variables sociales (conformación del emprendimiento)</b>					
Clúster	Individual (%)	Familiar (%)	En grupo menor a 3 personas (%)		Cooperativa o asociación (%)
Desinteresados (C1)	23.7	29.5	15		31.8
Comprometidos (C2)	18.2	47.7	6.8		27.3
Iniciadores (C3)	29.8	41.7	11.3		17.2

Clúster	Genero (%)		Edad (%)				Programa cursado (%)	
	Femenino	Masculino	14-17	17-20	20-25	>25	Técnico	Tecnología
Desinteresados (C1)	60.7	39.3	71.1	26,6	1.2	1.2	99.4	0.6
Comprometidos (C2)	59.1	40.9	9.1	18,2	36.4	36.4	0	100
Iniciadores (C3)	49.0	51	70.2	24,5	1.3	4	100	0

<b>Variable demográfica (ubicación geográfica)</b>				
<b>Clúster</b>	<b>Corregimiento (%)</b>	<b>Municipio (%)</b>	<b>Vereda cerca del municipio (%)</b>	<b>Vereda lejos del municipio (%)</b>
Desinteresados (C1)	27.7	16.2	36.4	19.7
Comprometidos (C2)	0	18.2	47.7	34.1
Iniciadores (C3)	23.2	12,6	41.7	22.5

Fuente: elaboración propia.

### Dimensión de características del emprendedor

Desde esta dimensión del estudio, los jóvenes rurales del C2, es decir «emprendedores comprometidos», es el más destacado en sus porcentajes en los tres clústeres en general. De esta manera, frente a las variables de características del emprendedor, se definen por ser jóvenes proactivos e interesados por la gestión de proyectos (97.7 %) (ver Tabla 3). En este perfil también se destacan jóvenes emprendedores que se interesan por los temas relacionados con la sostenibilidad ambiental (97.7 %), pero que además consideran que existe una falta de financiamiento para la puesta en marcha de sus emprendimientos (93.2 %), aunque creen que es posible desarrollar proyectos en el territorio rural (84.1 %), lo que significa que son personas que cuentan con credibilidad en lo que respecta a lo rural. Este grupo de jóvenes emprendedores del C2 también se destaca por su interés en participar en capacitaciones y en la búsqueda de nuevos conocimientos (86.6 %).

**Tabla 3. Agrupación de variables del componente de características del emprendedor**

Table 3. Grouping of variables in the *entrepreneurs' characteristics* dimension

<b>Variables de características del emprendedor</b>				
<b>Clúster</b>	Tiene interés en proyecto (%)	Emprendimiento con impacto local (%)	Se considera proactivo para proyectos (%)	
Desinteresados (C1)	33.5	30.1	72.8	
Comprometidos (C2)	93.2	86.4	97.7	
Iniciadores (C3)	62.9	62.9	90.1	
<b>Clúster</b>	Participa en capacitaciones agropecuarias (%)	Se interesa por sostenibilidad ambiental (%)	Tiene ideas de negocio (%)	Percepción de oportunidades rurales (%)
Desinteresados (C1)	31.8	57.8	41	58.4
Comprometidos (C2)	88.6	97.7	77.3	84.1
Iniciadores (C3)	59.6	84.1	58.9	74.2
<b>Clúster</b>	La falta de financiamiento impide realizar emprendimientos (%)		Considera posible crear proyectos en el ámbito territorial (%)	
Desinteresados (C1)	80.3		41.6	
Comprometidos (C2)	93.2		61.4	
Iniciadores (C3)	83.4		56.3	

Fuente: elaboración propia.

### Dimensión de habilidades del emprendedor

En esta dimensión se destaca el C2 «emprendedores comprometidos», a partir de porcentajes más altos en diversas capacidades y habilidades del emprendedor (ver Tabla 4). Se destacan las habilidades para

identificar oportunidades de negocio (90.9 %), para el trabajo en equipo (93.2 %), capacidades de liderazgo (81.8 %), análisis financieros (84.1 %) y una capacidad muy importante como lo es el relacionamiento con actores locales y de la región (100 %). Adicionalmente, resulta relevante identificar que un alto porcentaje de los jóvenes comprometidos (C2) e iniciadores (C3) perciben tener habilidades computacionales, de planeación y de identificación para iniciar emprendimientos en las zonas rurales. Ahora bien, el grupo de emprendedores comprometidos (C2) cuenta con habilidades digitales, de relacionamiento, pero, sobre todo, de asumir riesgos.

**Tabla 4. Agrupación de variables del componente de habilidades del emprendedor**

Table 4. Grouping of variables in the *entrepreneurs' skills* dimension

Clúster	Habilidades digitales y computacionales (%)	Habilidades para identificar emprendimientos (%)	Habilidades de planeación de un emprendimiento (%)	
Desinteresados (C1)	39.3	56.1	40.5	
Comprometidos (C2)	77.3	90.9	79.5	
Iniciadores (C3)	54.3	72.8	62.3	
Clúster	Liderazgo (%)	Asume riesgo (%)	Trabajo en equipo (%)	Análisis financieros (%)
Desinteresados (C1)	49.1	36.4	72.3	68.2
Comprometidos (C2)	81.8	75	93.2	84.1
Iniciadores (C3)	67.5	58.3	76.8	74.2
Clúster	Volver a intentar un emprendimiento (%)		Vinculación con actores (%)	
Desinteresados (C1)	41		76.3	
Comprometidos (C2)	79.5		100	
Iniciadores (C3)	57.6		87.4	

Fuente: elaboración propia.

### Dimensión de motivaciones y territorio

El contexto geográfico resultó una dimensión relevante en la percepción de los jóvenes rurales para nuevos emprendimientos. De hecho, el C2, «emprendedores comprometidos», es el que más se siente motivado para emprender, justamente por el entorno territorial donde vive (90.9 %). Sin embargo, si se desglosan otros componentes en torno a las motivaciones y territorio, el C3, «emprendedores iniciadores», resalta con los mayores porcentajes en seis de las ocho variables analizadas (ver Tabla 5). Se destaca, por ejemplo, la percepción de reputación municipal rural como escenario para emprender proyectos, así como la importancia de la percepción de la mentalidad emprendedora del territorio. Sin duda, este grupo C3 de emprendedores considera que su territorio es apto para una posible intención de emprender y querer permanecer.

**Tabla 5. Agrupación de variables del componente de motivaciones y territorio**Table 5. Grouping of variables in the *motivations and territory* dimension

Clúster	El municipio le motiva para emprendimientos (%)	El municipio apoya la capacitación (%)	El municipio apoya proyectos (%)	El municipio tiene visión para crear proyectos (%)
Desinteresados (C1)	73.4	83.2	75.7	80.3
Comprometidos (C2)	90.9	81.8	72.7	75
Iniciadores (C3)	86.8	84.1	86.1	85.4
Clúster	Siente que su familia lo apoya (%)	La reputación del municipio ayuda al emprendimiento (%)	La mentalidad de la población del municipio es de progreso (%)	Las instituciones del municipio se organizan para apoyar proyectos (%)
Desinteresados (C1)	61.3	85	76.9	73.4
Comprometidos (C2)	95.5	84.1	81.8	68.2
Iniciadores (C3)	82.8	92.7	92.7	80.1

Fuente: elaboración propia.

## 5. DISCUSIÓN

El avance hacia la tipificación de jóvenes rurales emprendedores constituye un aspecto notable y contribuye con la creciente literatura sobre el emprendimiento rural en general. El fomento del emprendimiento rural juvenil está generalmente acompañado de procesos de educación y fortalecimiento de capacidades, en cuyo caso es relevante entender la dinámica de aquellas personas que ven el emprendimiento como una necesidad, o como un estilo de vida, por lo cual es importante transitar hasta las tipologías en contextos rurales. En ese sentido, la caracterización de una tipología cobra valor porque, como lo discuten Díaz de León y Cancino (2014), las motivaciones de los emprendedores pueden ir cambiando en el tiempo; un emprendedor que comenzó por necesidad puede buscar nuevas oportunidades de negocio y generar mayor impacto con sus actividades comerciales. Además, en la clasificación de emprendedores hay una variedad de factores y niveles que influyen, pues no solamente pueden intervenir características propias del emprendedor, sino que el entorno territorial puede afectar procesos como la creación del proyecto, su permanencia en el tiempo, el interés por emprender y otras acciones (Sohns y Revilla Diez, 2018).

Otros estudios también han avanzado en la construcción de tipologías de ER. Tal es el caso del ER de base política, el ER basada en activos económicos y el ER basado en redes sociales (Handono et al., 2023), así como las tipologías de emprendedores rurales a partir de la inserción en diferentes canales de mercado (local, no local y nichos), y con base en el contexto espacial territorial (Müller y Korsgaard, 2018). Sin embargo, este estudio contribuye y complementa con la generación de tres nuevas tipologías aplicadas a la población específica de jóvenes rurales emprendedores: desinteresados, comprometidos e iniciadores. Específicamente, cada tipología que proponemos está basada en la interrelación de cuatro dimensiones clave: aspectos sociodemográficos, perfil del emprendedor rural, capacidades del emprendedor, y motivaciones y territorio. Esto significa que este análisis no es puramente lineal, en tanto que cada tipo de emprendedor constituya en sí una sola descripción puntual, como sí acontece en el análisis de amplias tipologías de emprendedores rurales halladas en el trabajo de Arias-Vargas et al. (2022).

De hecho, frente a los hallazgos puntuales de este estudio, se plantea que cada uno de estos grupos que conforman una tipología, cuenta con sus respectivos porcentajes frente a un conjunto de

variables de las dimensiones. Por ejemplo, el Clúster 1, que se denomina como «Desinteresados», cuenta con un alto porcentaje de participación de mujeres (60.7 %), lo cual es contrario a lo que plantea Arias-Vargas et al. (2021), quienes señalan que los hombres son más propensos a emprender que las mujeres en las zonas rurales. A su vez, desde la dimensión sociodemográfica se destacan algunos hallazgos puntuales susceptibles de discusión. En el caso del Clúster 2, llamados «Comprometidos», constituyen jóvenes que con el más alto porcentaje (47.7 %) se ubican en veredas cercanas a la cabecera del municipio. Esto va en concordancia con lo planteado por Marshall y Samal (2006), quienes señalan que en zonas distantes el flujo de la información y conocimiento es limitado y los costos de transacción son altos, lo que limita el financiamiento de la actividad empresarial rural, por lo cual constituye un desafío importante para el emprendimiento rural, a partir de la distancia a los centros de producción o proveedores ubicados en zonas más densamente pobladas (De Guzman et al., 2020). Además, desde esta dimensión también se destaca que la tipología de «Comprometidos» consideran que el emprendimiento familiar es el más ideal para su realización, por lo cual el rol de la familia es clave, ya que puede formar parte de una cultura emprendedora que puede influenciar, incluso, a jóvenes rurales y su interés de permanecer en el campo (Del Olmo-García et al., 2023; Yu y Artz 2019).

En la dimensión de características y perfil del emprendedor también se destacan hallazgos susceptibles de discusión. El clúster 2, «Comprometidos», se destaca con los mayores porcentajes en las variables. Estas personas tienen intereses en los proyectos, son proactivos, se interesan por la sostenibilidad ambiental y, además, consideran que la falta de financiación es una barrera, lo que coincide también con los planteamientos de García Díaz y Díaz Casero (2018), quienes concluyen que el apoyo financiero es una de las condiciones que más limita el impulso del emprendimiento; Shrivastava y Kumar Dwivedi (2021) hallaron un perfil de emprendedores rurales que muestran una percepción de barreras en el apoyo institucional y una visión de emprendimiento centrada en la sostenibilidad ambiental.

Por su parte, desde las habilidades del emprendedor también se destaca el C2, «emprendedores comprometidos», a partir de porcentajes más altos en diversas capacidades. Dentro de este clúster de jóvenes emprendedores se encontraron coincidencias con los hallazgos de Restrepo Salgado et al. (2016), quienes afirman que en una población de estudiantes en el departamento de Caldas se encontraron características de un perfil de emprendedor exitoso, tales como liderazgo, disciplina, autocontrol y habilidad para relacionarse con otros, lo que significa que existe un conjunto de particularidades del joven rural emprendedor que debe tenerse en cuenta, tanto en los programas educativos en torno al empresarismo rural, como en el fomento de proyectos productivos. Adicionalmente, este tipo de emprendedores cuenta con mayores habilidades digitales y computacionales, lo que concuerda con Fahmi y Savira (2023), quienes señalan que el desarrollo de tecnología digital en el emprendimiento permite incrementar la innovación, aunque sus beneficios se enmarquen en percepciones y preferencias individuales, siendo más viable para aquellas personas que tengan actitud para reconocer oportunidades y asumir sus riesgos.

Finalmente, en la dimensión de motivaciones y territorio, el C2, «emprendedores comprometidos», es el que más se siente motivado para emprender por el entorno rural donde vive. Esto podría relacionarse con aspectos del arraigo, que además han sido discutidos por otros autores como el arraigo social, arraigo en red y el arraigo localizado, como aspectos determinantes del desarrollo del emprendimiento rural (De Rosa et al., 2019). Sin embargo, el C3, o grupo llamado «Iniciadores», consideran mayoritariamente que la reputación rural de su municipio contribuye con las intenciones de emprendimiento, lo que, según Luna-Cabrera et al. (2020), permite generar estrategias más atractivas y motivadores para jóvenes rurales, de manera que se puedan vincular con el desarrollo de proyectos locales. Este estudio cuenta con implicaciones prácticas, específicamente frente a la mejor orientación del fomento de emprendimientos rurales conexos con programas de formación y entrenamiento, que además pueden ser adaptados a contextos rurales heterogéneos.

## 6. CONCLUSIONES

El estudio realizado permitió identificar tres grupos de jóvenes rurales con potencial de emprendimiento rural: el primer grupo se identificó como «jóvenes desinteresados», los cuales no piensan en la permanencia en su territorio. El segundo grupo tipificado como «jóvenes comprometidos», los cuales cuentan con proyectos productivos que tienen permanencia de uno y hasta cinco años, y es el que dice contar con habilidades académicas útiles para desarrollar y mantener emprendimientos y proyectos productivos rurales, tiene un amplio apoyo de miembros familiares y se reconocen como comprometidos con el desarrollo de emprendimientos y que consideren la sostenibilidad ambiental en su municipio.

Por último, se identificó al grupo de «jóvenes iniciadores», los cuales tienen menor participación en proyectos productivos, así como menos años de haberlos iniciado. En este grupo hay menos jóvenes con habilidades de emprendedores y son menos propensos al riesgo para nuevos proyectos productivos. Los tres grupos creen que su municipio ofrece buenas condiciones y apoyo para proyectos y emprendimientos, aunque se requiere materializar esta percepción mediante financiamiento, que fue el principal problema que mencionaron para iniciar un nuevo negocio.

La tipificación realizada a jóvenes rurales con potencial de emprendimiento permite contribuir con la teoría del emprendimiento rural, y tiene implicaciones de política pública, dado que en Colombia se promueven amplios programas educativos en torno el empresarismo agropecuario, sobre los cuales, sin duda, se busca la permanencia de esta población en sus propios territorios. No obstante, para lograr este objetivo, se pueden realizar análisis más profundos considerando diversas hipótesis, como el rol de los ecosistemas de emprendimiento local, territorios innovadores para el emprendimiento rural, regiones más aptas, entre otros enfoques necesarios.

## AGRADECIMIENTOS

Se agradece al proyecto *Innovación y ecosistema de emprendimiento rural: un análisis de factores de permanencia de emprendimientos rurales en el departamento de Caldas*, convocatoria interna de la Vicerrectoría de Investigaciones y Posgrados de la Universidad de Caldas, año 2023.

## CONFLICTOS DE INTERÉS

Los autores declaran que no presentan conflictos de interés financiero, profesional o personal que pueda influir de forma inapropiada en los resultados obtenidos o las interpretaciones propuestas.

## CONTRIBUCIÓN DE AUTORES

Para el desarrollo de este proyecto todos los autores han realizado una contribución significativa, especificada a continuación:

**Venancio Cuevas:** conceptualización, diseño estadístico, diseño y desarrollo de la investigación, y redacción del manuscrito.

**Carlos Julián Ramírez:** conceptualización, diseño y desarrollo de la investigación, y redacción del manuscrito.

## REFERENCIAS

- Arias-Vargas, F. J., Ribes-Giner, G., y Garcés-Giraldo, L. F. (2022). Emprendimiento rural: una aproximación histórica. *RETOS. Revista de Ciencias de La Administración y Economía*, 12(23), 45–66. <https://doi.org/10.17163/ret.n23.2022.03>
- Arias Vargas, F. J., Ribes-Giner, G., Arango-Botero, D., y Garcés Giraldo, L. F. (2021). Factores sociodemográficos que inciden en el emprendimiento rural de jóvenes en Antioquia, Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(96), 1218-1240. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.96.14>
- Ansari, B., Mirdamadi, S. M., Zand, A., y Arfaee, M. (2013). Sustainable entrepreneurship in rural areas. *Research Journal of Environmental and Earth Sciences*, 5(1), 26–31. <http://dx.doi.org/10.19026/rjees.5.5635>
- Audretsch, D. B. (2023). Institutions and entrepreneurship. *Eurasian Business Review*, 13(3), 495-505. <https://doi.org/10.1007/s40821-023-00244-5>
- Babbie, E., Wagner III, W. E., y Zaino, J. (2022). *Adventures in social research: Data analysis using IBM SPSS statistics* (11th edición). Sage Publications.
- Barber III, D., Harris, M. L., y Jones, J. (2021). An Overview of Rural Entrepreneurship and Future Directions. *Journal of Small Business Strategy*, 31(4), 1-4. <https://doi.org/10.53703/001c.29468>
- Blanchflower, D. G., y Oswald, A. J. (1998). What Makes an entrepreneur? *Journal of Labor Economics*, 16(1), 26-60. <https://doi.org/10.1086/209881>
- Blanco-Gregory, R., López-Canto, L. E., Sanagustín-Fons, M. V., y Martínez-Quintana, V. (2020). Agroecological entrepreneurship, public support, and sustainable development: The case of rural Yucatan (Mexico). *Land*, 9(11), 401. <https://doi.org/10.3390/land9110401>
- Boubker, O., Naoui, K., Ouajdouni, A., y Arroud, M. (2022). The effect of action-based entrepreneurship education on intention to become an entrepreneur. *MethodsX*, 9, 101657. <https://doi.org/10.1016/j.mex.2022.101657>
- Candelario-Moreno, C., y Sánchez-Hernández, M. I. (2024). Redefining rural entrepreneurship: The impact of business ecosystems on the success of rural businesses in Extremadura, Spain. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 20(2), 36-52. <https://doi.org/10.7341/20242022>
- Cuecuecha Mendoza, A., Cruz Vasquez, M., y Tapia Mejía, E. (2023). The impact of the components of planned behavior on entrepreneurial intentions among university students in Puebla, Mexico. *Ensayos Revista De Economía*, 42(2), 121-150. <https://doi.org/10.29105/ensayos42.2-1>
- Cunha, C., Kastenholz, E., y Carneiro, M. J. (2020). Entrepreneurs in rural tourism: Do lifestyle motivations contribute to management practices that enhance sustainable entrepreneurial ecosystems? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 215-226. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.007>
- De Guzman, M. R. T., Kim, S., Taylor, S., y Padasas, I. (2020). Rural communities as a context for entrepreneurship: Exploring perceptions of youth and business owners. *Journal of Rural Studies*, 80, 45–52. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.06.036>

- Díaz de León, D., y Cancino, C. A. (2014). De emprendimientos por necesidad a emprendimientos por oportunidad: casos rurales exitosos. *Multidisciplinary Business Review*, 7(1), 48–56. <https://journalmbr.net/index.php/mbr/article/view/352>
- De Rosa, M., Bartoli, L., y Pia, M. (2019). Exploring territorial embeddedness in rural entrepreneurship: A case-study in a remote rural area of Italy. *International Journal of Agricultural Management*, 8(3), 119–123. <https://ageconsearch.umn.edu/record/329830/?v=pdf>
- Del Olmo-García, F., Domínguez-Fabián, I., Crecente-Romero, F. J., y del Val-Núñez, M. T. (2023). Determinant factors for the development of rural entrepreneurship. *Technological Forecasting and Social Change*, 191, 122487. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122487>
- Dhewanto, W., Ratnaningtyas, S., Permatasari, A., Anggadwita, G., y Prasetio, E. A. (2020). Rural entrepreneurship: towards collaborative participative models for economic sustainability. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(1), 705–724. [http://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1\(48\)](http://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1(48))
- Fahmi, F. Z., y Savira, M. (2023). Digitalization and rural entrepreneurial attitude in Indonesia: a capability approach. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 17(2), 454–478. <https://doi.org/10.1108/JEC-06-2021-0082>
- Fanelli, R. M. (2018). Rural small and medium enterprises development in Molise (Italy). *European countryside*, 10(4), 566-589. <https://doi.org/10.2478/euco-2018-0032>
- Fernández, E., y Junquera, B. (2001). Factores determinantes en la creación de empresas: una revisión de la literatura. *Papeles de Economía Española*, (89-90), 322-342. [https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS\\_PEE/089art19.pdf](https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_PEE/089art19.pdf)
- García Díaz, L. K., y Díaz Casero, J. C. (2018). Factores que incidieron en el emprendimiento rural en Extremadura (España) durante el período 2003 - 2012. *Revista Le Bret*, 10, 111-132. <https://doi.org/10.15332/rl.v0i10.2200>
- Handono, S. Y., Hidayat, K., Purnomo, M., y Toiba, H. (2023). Entrepreneurial Dynamics and Typology in Rural Development. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 9(2), 174–194. <https://doi.org/10.18196/agraris.v9i2.336>
- Islas-Moreno, A., Muñoz-Rodríguez, M., y 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., y Morris, W. (2023). Understanding the process of agricultural entrepreneurship: perspective from strategic movements and entrepreneurial families. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 13(2), 323-341. <https://doi.org/10.1108/JADEE-08-2021-0202>
- Kobba, F., Nain, M. S., Singh, R., Mishra, J. R., y Shitu, G. A. (2020). Entrepreneurial profile and constraint analysis of farm and non-farm sectors entrepreneurial training programmes in Krishi Vigyan Kendra and Rural Development & Self Employment Training Institute. *Indian Journal of Extension Education*, 56(3), 17–26. <https://acspublisher.com/journals/index.php/ijee/article/view/4426>
- Korsgaard, S., Müller, S., y Tanvig, H. W. (2015). Rural entrepreneurship or entrepreneurship in the rural - between place and space. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(1), 5-26. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-11-2013-0205>

- Li, T. (2024). The role of macro institutional factors in determining types of entrepreneurial start-ups: a longitudinal panel study. *European Business Review*. <https://doi.org/10.1108/EBR-02-2024-0061>
- 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>
- Luna-Cabrera, G. C., Narváez-Romo, A., y Molina-Moreno, Á. A. (2020). Percepción de jóvenes rurales frente al ecoturismo en el Centro Ambiental Chimayoy, Municipio de Pasto, Colombia. *Información Tecnológica*, 31(2), 229–238. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000200229>
- Lyons, T. S., Lyons, J. S., y Jolley, G. J. (2020). Entrepreneurial skill-building in rural ecosystems: A framework for applying the Readiness Inventory for Successful Entrepreneurship (RISE). *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 9(1), 112–136. <https://doi.org/10.1108/JEPP-09-2019-0075>
- Marshall, M. I., y Samal, A. (2006, 23 al 26 de julio). *The effect of human and financial capital on the entrepreneurial process: an urban-rural comparison of entrepreneurs in Indiana*. En Selected Paper Prepared for Presentation at the American Agricultural Economics Association Annual Meeting. Long Beach, California.
- Modrego, F., y Foster, W. (2021). Innovative rural entrepreneurship in Chile. *International Journal of Agriculture and Natural Resources*, 48(3), 149–170. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8292846>
- Mathebula, N. E. (2017). Small businesses contribution to rural economic development in the Greater Giyani Municipality area: perceptions from owners. *International Journal of Indian Culture and Business Management*, 15(2), 229–240. <https://doi.org/10.1504/IJICBM.2017.086090>
- Müller, S., y Korsgaard, S. (2018). Resources and bridging: the role of spatial context in rural entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 30(1), 224–255. <https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1402092>
- Nordin, N. M., Koe, W. L., Roni, M., y Zainuddin, N. A. (2024). Determinants of entrepreneurial intention: An empirical study of Malaysian public university business students. *AIP Conference Proceedings*, 2799(1), 020116. <https://doi.org/10.1063/5.0181968>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2014). *Innovation and Modernising the Rural Economy*. OECD Publishing. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1787/9789264205390-en>
- Olmedo, L., van Twuijver, M., y O'Shaughnessy, M. (2023). Rurality as context for innovative responses to social challenges—The role of rural social enterprises. *Journal of Rural Studies*, 99, 272–283. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.04.020>
- Restrepo Salgado, E., Tapasco Triviño, Ó. J., y 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>
- Ribeiro-Soriano, D. (2017). Small business and entrepreneurship: Their role in economic and social development. *Entrepreneurship & Regional Development*, 29(1-2), 1-3. <https://doi.org/10.1080/08985626.2016.1255438>

- Shivacharan, G., Sudharani, V., Vasantha, R., y Supriya, K. (2017). A Study on Profile Characteristics of Rural Young Agri Entrepreneurs. *International Journal of Current Microbiology and Applied Sciences*, 6(11), 252–258. <https://doi.org/10.20546/ijcmas.2017.611.030>
- Shrivastava, U., y Kumar Dwivedi, A. (2021). Manifestations of rural entrepreneurship: the journey so far and future pathways. *Management Review Quarterly*, 71(4), 753-781. <https://doi.org/10.1007/s11301-020-00199-1>
- Sohns, F., y Revilla Diez, J. (2018). Explaining micro entrepreneurship in rural Vietnam—a multilevel analysis. *Small Business Economics*, 50(1), 219–237. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9886-2>
- Steiner, A., y Atterton, J. (2015). Exploring the contribution of rural enterprises to local resilience. *Journal of Rural Studies*, 40, 30-45. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.05.004>
- Suárez Pineda, M., Suárez Pineda, L., y Zambrano Vargas, S. M. (2017). Emprendimiento de jóvenes rurales en Boyacá- Colombia: Un compromiso de la educación y los gobiernos locales. *Revista de Ciencias Sociales*, XXIII(4), 23-32. <https://www.redalyc.org/pdf/280/28055641003.pdf>
- Vilà-Baños, R., Rubio-Hurtado, M.-J., Berlanga-Silvente, V., y Torrado-Fonseca, M. (2014). Cómo aplicar un cluster jerárquico en SPSS. *REIRE, Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 7(1), 113-127. <https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/65577/1/628893.pdf>
- Yu, L., y Artz, G. M. (2019). Does rural entrepreneurship pay? *Small Business Economics*, 53(3), 647-668. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0073-x>

REVISTA  
**cea**

**SE PARTE DE**  
NUESTRA COMUNIDAD EN

 @sistemaderevistasITM

 @sistemaderevistasITM

 @sistemaderevistasITM