

Emprendimiento rural

Dimensiones para un
ecosistema rentable,
sostenible y de impacto social

Universidad Externado de Colombia

Emprendimiento rural: dimensiones para un ecosistema rentable, sostenible y de impacto social / Gloria Marlene Díaz Muñoz [y otros]. -- Bogotá : Universidad Externado de Colombia, 2024. -- Primera edición

261 páginas : ilustraciones, gráficas, mapas.

Incluye referencias bibliográficas (páginas 239-255)

ISBN: 9789585060586 (impreso) 9789585060593 (e-book)

1. Negocios -- Estrategia y técnicas 2. Empresas -- Estrategia y técnicas 3. Desarrollo rural -- Metodología 4. Desarrollo rural -- Aspectos sociales 5. Desarrollo rural -- Aspectos ambientales 6. Desarrollo sostenible 7. Estrategias para el desarrollo 8. Desarrollo rural -- Colombia -- Proyectos 9. Desarrollo rural -- Chile -- Proyectos I. Díaz Muñoz, Gloria Marlene II. Universidad Externado de Colombia III. Título

658.11 SCDD 21

Catalogación en la fuente -- Universidad Externado de Colombia. Biblioteca. ERZ.
abril de 2024

e-ISBN 978-958-506-059-3

ISBN 978-958-506-058-6

© 2024, UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA

Calle 12 n.º 1-17 este, Bogotá

Teléfono (+57) 601 342 0288

publicaciones@uexternado.edu.co

www.uexternado.edu.co

Primera edición: abril de 2024

Diseño de cubierta: Departamento de Publicaciones

Corrección de estilo: María del Pilar Osorio

Composición: Julián Hernández - Taller de Diseño

Impresión y encuadernación: DGP Editores S.A.S.

Tiraje de 1 a 1.000 ejemplares

Impreso en Colombia

Printed in Colombia

Prohibida la reproducción o cita impresa o electrónica total o parcial de esta obra, sin autorización expresa y por escrito del Departamento de Publicaciones de la Universidad Externado de Colombia. Las opiniones expresadas en esta obra son responsabilidad de los autores.

Gloria Marlene Díaz Muñoz

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-2940-0257>

Universidad Externado de Colombia

Grupo de Investigación Entorno de los Negocios

Lina Marcela Flórez Loaiza

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-4130-1371>

Universidad Católica de Manizales

Sistemas Integrados de Gestión (SIG)

Andrés Fernando Botero Cardona

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-6586-6954>

Universidad Católica de Manizales

Anthropos

Paola Milena Suárez Bocanegra

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-6884-0669>

Universidad de La Salle

Agronegocios y Sustentabilidad

Mabel Ibarra Luna

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-1234-7680>

Universidad Católica de Manizales

Sistemas Integrados de Gestión (SIG)

Gloria Leonor Ortiz Morales

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-0009-839X>

Universidad de Ibagué

Unidere

Jorge Rico Rodríguez

<https://orcid.org/0000-0002-1110-0942>

Universidad de Cundinamarca

DOPyS

Julián Esteban Gutiérrez

<https://orcid.org/0000-0001-7035-8428>

Universidad Piloto de Colombia

Innovación y Competitividad (ICO)

César Augusto León Martínez
<https://orcid.org/0000-0002-4429-0017>
Fundación Universitaria Agraria de Colombia
Grupo de Investigación Adver

Gioberti Alejandro Morales Agatón
<https://orcid.org/0000-0002-0506-0163>
Fundación Universitaria Agraria de Colombia
Grupo de Investigación Adver

CONTENIDO

Introducción	17
Capítulo 1. Teoría del emprendimiento y la dinámica emprendedora en la ruralidad	19
1.1. Concepto de emprendimiento	19
1.1.1. Emprendimiento como campo de estudio	21
1.1.2. Emprendimiento rural	23
1.2. Fenómeno del emprendimiento en Colombia	28
1.2.1. Marco regulatorio del emprendimiento en Colombia	28
1.2.2. Marco regulatorio del emprendimiento rural en Colombia	32
1.3. Consideraciones finales	34
Capítulo 2. Ecosistemas de emprendimiento	37
2.1. Modelos de ecosistema de emprendimientos	41
2.1.1. Ecosistema de emprendimiento - Daniel Isenberg	42
2.1.2. Ecosistemas de emprendimiento PRODEM	44
2.1.3. Ecosistemas de emprendimiento INNpulsA	46
2.1.4. Ecosistemas de emprendimiento CORFO (Chile)	48
2.2. Ecosistema de emprendimiento rural	48
2.2.1. Ecosistema de emprendimiento rural, caso de Chile	49

2.2.2. Modelo de ecosistema de emprendimiento Artesanías de Colombia	51
2.3. Contexto para un ecosistema de emprendimiento rural en Colombia	55
2.3.1. Experiencias de acompañamiento a emprendedores rurales generadas desde las Instituciones de Educación Superior en Colombia	63
2.3.1.1. <i>Empresarismo rural – Educación para la competitividad</i>	63
2.3.1.2. <i>Proyecto Utopía–Universidad de La Salle</i>	67
2.3.1.3. <i>Programa de Paz y Región de la Universidad de Ibagué</i>	70
2.3.1.4. <i>Uniagraria La U Verde de Colombia</i>	74
2.3.1.5. <i>Manizales Más</i>	77
2.4. Consideraciones finales	78
Capítulo 3. Aspectos metodológicos para la caracterización y construcción de un modelo de emprendimiento rural	81
3.1. Tipo de estudio y muestra	81
3.2. Instrumentos para la recolección de la información	86
3.2.1. Cuestionarios para emprendedores	86
3.2.2. Cuestionario para las unidades de emprendimiento	96
3.3. Entrevista	101
3.4. Recolección de la información	104
3.5. Procesamiento de la información	105
3.6. Consideraciones finales	111
Capítulo 4. Resultados. El emprendedor rural como actor central de un ecosistema de emprendimiento: algunos rasgos característicos	113
4.1. Datos básicos del emprendedor	113

4.2. Datos básicos de la idea de negocio / Nivel de desarrollo del emprendimiento	120
4.3. Capacidad emprendedora	133
4.4. Fuentes financieras	147
4.5. Capacidad de mercadeo y ventas del emprendimiento	155
4.6. Procesos de acompañamiento	171
4.7. Consideraciones finales	189
Capítulo 5. Modelo de ecosistema de emprendimiento rural	191
5.1. Hacia la definición de un ecosistema de emprendimiento rural en el caso colombiano	192
5.2. Dimensiones del ecosistema de emprendimiento rural	203
5.2.1. Mercados	203
5.2.2. Capital humano	207
5.2.3. Fuentes de financiamiento	210
5.2.4. Identidad rural, comunidades y arraigo	214
5.2.5. Gobernanza rural	219
5.2.6. Procesos educativos diferenciales	223
5.2.7. Bienes públicos y recursos naturales	227
5.2.8. Capital social rural	229
5.3. Consideraciones finales	236
Referencias	239
Autores	257

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Distribución del número de artículos publicados sobre emprendimiento, por tipo de publicación, entre 2000 y 2018	22
Figura 2. Dominios del ecosistema de emprendimiento según Daniel Isenberg	42
Figura 3. Ecosistema de Emprendimiento Prodem, enfoque sistémico del proceso de creación y crecimiento de las empresas	45
Figura 4. Ecosistema de la actividad artesanal en Colombia	53
Figura 5. Estructura de funcionamiento de los laboratorios de Innovación y Diseño	54
Figura 6. Fases del proyecto Utopía de la Universidad de La Salle	68
Figura 7. Programa Paz y Región	72
Figura 8. Retos Universidad de Ibagué	73
Figura 9. Gestión de Plan 500	75
Figura 10. Ecosistema de Emprendimiento de Manizales Más	78
Figura 11. Edad promedio de los emprendedores	114
Figura 12. Distribución por género	115
Figura 13. Número de hijos por emprendedor	117
Figura 14. Grado de escolaridad	117

Figura 15. Pertenencia a tipo de IE	118
Figura 16. Ubicación de los emprendimientos entrevistados por departamento y catalogación del lugar de residencia de los emprendedores	119
Figura 17. Elementos destacados por los emprendedores en la descripción de su actividad y los productos y servicios ofrecidos al mercado	128
Figura 18. Actividades complementarias de los emprendedores	130
Figura 19. Tiempo en años de funcionamiento de las iniciativas de negocio en el mercado	131
Figura 20. Forma de constitución legal de los emprendedores entrevistados	132
Figura 21. Registros con los que cuentan los emprendedores encuestados	133
Figura 22. Conformación de los equipos de trabajo en los emprendimientos	137
Figura 23. Equipos comerciales de los emprendimientos	139
Figura 24. Participación familiar en los equipos de trabajo	140
Figura 25. Tipos de contratación en relación con el tamaño de los equipos de trabajo	141
Figura 26. Emprendimientos con sede	142
Figura 27. Sede propia o arrendada	143
Figura 28. Inversiones de los emprendimientos	144
Figura 29. Alianzas	145
Figura 30. Actores de mayor impacto en el ecosistema emprendedor	146
Figura 31. Fuentes financieras	151
Figura 32. ¿Cuenta con créditos activos?	151
Figura 33. Montos de los créditos	152

Figura 34. Factores que promueven la legalidad en el emprendimiento rural	154
Figura 35. Tipo de redes sociales con las que cuentan los emprendimientos del presente estudio	160
Figura 36. Aspectos importantes para el emprendedor rural en sus actividades	163
Figura 37. Aspectos novedosos en los emprendimientos rurales	164
Figura 38. Elementos diferenciadores de sus productos/servicios	165
Figura 39. Número de clientes por emprendimiento	167
Figura 40. Rol del emprendedor con la IES	170
Figura 41. Fechas en que se reciben los apoyos	179
Figura 42. Beneficios obtenidos de los acompañamientos	181
Figura 43. Temas tratados en los acompañamientos a emprendedores	182
Figura 44. Temas de mayor interés en términos de mejorar su emprendimiento rural	183
Figura 45. Modalidades preferidas por los emprendedores para el desarrollo de los acompañamientos	186
Figura 46. Aspectos relevantes a mejorar en los acompañamientos	188
Figura 47. Ecosistema de emprendimiento rural. Componentes	200
Figura 48. Dimensiones que integran el Ecosistema de Emprendimiento Rural	235

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Población urbana y rural en América y el Caribe	26
Tabla 2. Pilares del ecosistema de emprendimiento según el FEM	39
Tabla 3. Dimensiones y atributos de un ecosistema de emprendimiento rural	49
Tabla 4. Instituciones y estrategias de apoyo a los emprendedores rurales	56
Tabla 5. IES muestra del estudio	83
Tabla 6. Emprendedores muestra del estudio	84
Tabla 7. Herramienta línea base del emprendedor rural	88
Tabla 8. Herramienta para las instituciones	97
Tabla 9. Categorías de los emprendedores	101
Tabla 10. Categorías de las instituciones	103
Tabla 11. Clasificación de los elementos de la entrevista en los pilares	105
Tabla 12. Nivel de desarrollo de los emprendimientos	121
Tabla 13. Clasificación de los elementos de la entrevista por ubicación de los emprendedores	127
Tabla 14. Capacidad emprendedora	134
Tabla 15. Fuentes financieras	147
Tabla 16. Elementos de mercadeo y ventas en el emprendimiento	156

Tabla 17. Acompañamiento a los emprendimientos	172
Tabla 18. Principales referentes sobre ecosistemas de emprendimiento y ecosistemas de emprendimiento rural: concepto y componentes	195
Tabla 19. Codificación de colores y significados asignado a los componentes del ecosistema de emprendimiento rural en Colombia	201

INTRODUCCIÓN

Colombia es un país con multiplicidad de climas, olores, sabores, esencias y paisajes, lo cual determina una alta variabilidad de zonas a lo largo y ancho del mismo. En sus 32 regiones es fácil encontrar diferentes realidades, las cuales normalmente tienen brechas entre sí, y en las que predomina una autonomía natural, asociada con facilidad a lo que se denomina “espíritu emprendedor”. Esta autonomía está dada por la complejidad geográfica del territorio, así como por el pensamiento centralista, por tanto, entender los diferentes matices del emprendimiento rural es una forma de acercarse a lo que es esta hermosa nación.

Para comprender el contenido del texto, es importante tener referentes, por eso, es importante plantear que, en el siglo XX, Schumpeter (1937) hizo referencia acerca de la ruptura que crea la teoría económica de las empresas fundamentada en la riqueza planteando de paso la “Destrucción Creativa”. Posteriormente, en el siglo XXI, estas prácticas sufren un proceso de transformación importante y hoy se puede hablar de emprendimiento rural en el que el centro del negocio está en la comunidad.

Bajo estos principios y conscientes de la evolución de los negocios en el campo en las últimas décadas, a través del levantamiento de información en emprendimientos rurales se encontrarán las herramientas que permitirán optimizar el desarrollo de negocios en el campo y generará un impacto positivo en sus regiones, comunidades y sociedad en general.

Un entorno que reemplazará los fines netamente económicos por fines de impacto social y de sostenibilidad.

Bajo estas necesidades se fundamentó el propósito de investigación que incluyó a nueve investigadores vinculados a la gestión del emprendimiento empresarial en instituciones de Educación Superior (IES) pertenecientes a grupos de investigación de siete universidades de Colombia: Universidad Católica de Manizales, Universidad Externado de Colombia, Unibagué, Universidad de La Salle, Universidad de Cundinamarca, Uniagraria y Universidad Piloto de Colombia; bajo la sombrilla de la Red Universitaria de Emprendimiento REUNE-ASCÚN, y el liderazgo de la Universidad Católica de Manizales.

En este sentido, los investigadores se centraron en dos propósitos fundamentales: el primero, realizar una revisión teórica frente al concepto de emprendimiento y emprendimiento rural, para construir uno propio. Segundo, documentar y analizar las prácticas de emprendimiento rural para comprender los actores estratégicos y formular un modelo de Ecosistema de emprendimiento rural.

El libro se desarrolla en cinco capítulos. El primero realiza aproximaciones teóricas del emprendimiento y emprendimiento rural y su desarrollo. El segundo identifica modelos de Ecosistema de emprendimiento, el tercero aborda casos de Ecosistema de emprendimiento rural, el cuarto da cuenta de los resultados de la investigación, y en el quinto se plantea un modelo de Ecosistema de emprendimiento rural que será probado en la siguiente fase de la investigación.

CAPÍTULO 1.

TEORÍA DEL EMPRENDIMIENTO Y LA DINÁMICA EMPREDEDORA EN LA RURALIDAD

Este capítulo busca aproximarse a la teoría que ha guiado el concepto de emprendimiento y los emprendedores que crean negocios de impacto social en entornos rurales. Para ello, se realiza una síntesis de la evolución del término y cómo se introduce el de emprendimiento rural para referirse a emprendedores vinculados a las actividades del campo, que incorporan el espíritu empresarial y surgen a partir de las características del territorio¹ o región² y que buscan impulsar desarrollo económico en un ecosistema permeado de elementos culturales, sociales, políticos y ambientales.

1.1. CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO

En la lengua española, la palabra emprendedor (*entrepreneur*) aparece durante el siglo XVI para referir a las personas que dirigen expediciones militares y cazadores de fortuna, que reclutaban mercenarios y se ponían a disposición de

-
- 1 Territorio se define como la porción de la superficie terrestre apropiada por un grupo social con el objetivo de asegurar su reproducción y la satisfacción de sus necesidades (Bailly, Ferras y Pumain, 1995). El territorio es localizado, es producto de la actividad humana, es dinámico, es relativo a un grupo social (Hubert, 2009).
 - 2 La región se compone de un territorio delimitado y su población. La territorialidad regionaliza el territorio, delimita divisiones de espacio-temporales de actividad y relación denominada regiones.

reyes, ciudades, ligas, entre otros. Se asocia con todo tipo de aventureros (Toro y Ortegón, 1999).

En 1724, Savary des Brûlons y Louis-Philémon, incorporaron la definición de *entrepreneur* en el *Dictionnaire universel du commerce Dictionnaire universel de commerce: d'histoire naturelle, & des arts & métiers*, y define *entrepreneur* como aquel que emprende una obra y refiere; es un empresario de manufactura, un empresario de la construcción; un fabricante, un maestro, un agricultor, un minero, etc. (Brown, 2008).

Richard Cantillón, economista franco-irlandés, en su obra *Essai sur la Nature du Commerce en Général (Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general)*, publicado por el gobierno francés en 1755 (Liberty Fund, 1996), relaciona al emprendedor como la persona que realiza intercambios y ventas en el comercio, y define al empresario como la persona comprometida con una actividad económica de la época, tal como la minería, la extracción del carbón, la productividad del granjero, del agricultor, del vinatero, del artesano, del comerciante o tendero.

Otros economistas como Smith (trad, 1794) lo relaciona con la riqueza de las naciones³, Jean Baptiste Say (1880) con la teoría de la ventaja absoluta⁴, David Ricardo con la teoría de la ventaja comparativa⁵ (1815), Alfred Marshall (1890) y Alfred Weber (1920) con la teoría de la economía geográfica⁶, proveen en sus escritos definiciones a las palabras emprendedor y empresario, llevándolas a jugar un papel

3 La riqueza de las naciones es la teoría económica, clásica, que se fundamenta en la actividad de la empresa fundamentada en la división del trabajo, la venta de productos, el pago de salarios, la acumulación de capital y la acumulación de riqueza para quien la produce.

4 La teoría de la ventaja absoluta hace referencia a que un país es más eficiente que otro, frente al uso de los recursos.

5 La ventaja comparativa es la teoría económica que permite determinar en cuáles productos es más eficiente un país frente al otro, a un menor costo de oportunidad.

6 La economía geográfica hace referencia a la teoría de la localización, dada en los inicios del siglo XX, relaciona la importancia para los negocios según

importante en la evolución de las diferentes economías del mundo a partir de los empresarios.

En el siglo XX, Schumpeter⁷ (2003) en su obra *Capitalism, Socialism and Democracy*, utiliza el término emprendimiento (*entrepreneurship*) como actividades empresariales que requieren la creatividad del espíritu emprendedor y lo denominó *destrucción creativa*. Una actividad de emprendedores que actúan en una organización hacia adentro, destruyendo sus propias creaciones para poder competir en el mercado.

De esta manera, *entrepreneur* se enraíza con la palabra *entrepreneuriat* que traduce emprendimiento. Etimológicamente, emprendedor, empresa y el verbo emprender tienen su inicio en la lengua francesa *entrepreneur*, *entreprendre* (Azqueta, 2017) y se convierte en la fuerza impulsora de los negocios para sobrevivir en la economía (Mcraw, 2009).

1.1.1. *Emprendimiento como campo de estudio*

Desde el surgimiento del término *entrepreneurship*, toma fuerza la palabra emprendimiento como campo de estudio en los negocios, la administración y la economía. Así lo demuestra el informe de 1990-2013, *Mapeo de la evolución del espíritu empresarial como campo de investigación*, el cual señala que los estudios de emprendimiento son abordados desde la perspectiva del espíritu empresarial por investigadores, instituciones públicas y privadas, emprendedores, centros de investigación de universidades, gestión de innovación y tecnología, empresas y política pública (Chandra, 2018).

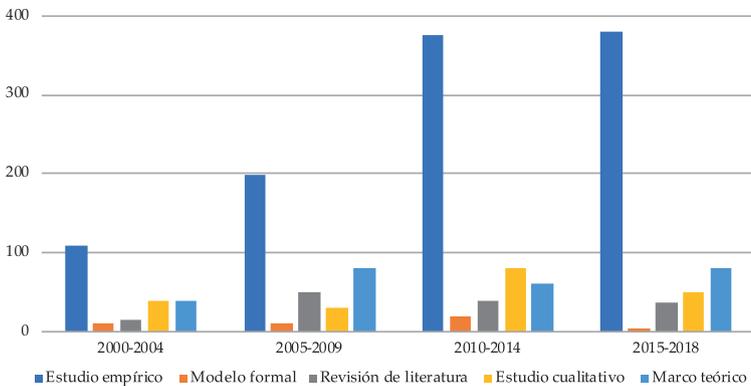
la distancia a los recursos naturales, la distancia del mercado, los costos de mano de obra y los costos de transporte.

- 7 Joseph Alois Schumpeter (1899 -1950), fue un economista austro-estadounidense, reconocido por la teoría de los ciclos económicos a partir de la gestión del emprendimiento (*entrepreneurship*); así como el uso de los términos “destrucción creativa” para describir las características de los emprendedores, el emprendimiento y la forma como se gestiona la creatividad.

De igual manera, el artículo publicado por el *Journal Economic Surveys*: “The Evolution process of entrepreneurship studies in the 21st Century: Research insights from top business and economics journals” demostró que el campo de estudio en emprendimiento se origina en América del Norte y Europa y afirma que la teoría económica clásica toma un nuevo rumbo, argumentando que el equilibrio de mercado no existe porque la competencia empuja a los empresarios.

En este estudio se encontraron 1710 artículos [MOU3] publicados en veintiocho (28) revistas de investigación en idioma inglés, específicamente sobre emprendimiento durante el periodo 2000-2018 (Lu *et al.*, 2020) demostrando que el concepto de emprendimiento se ha convertido en un fenómeno que se estudia desde la investigación empírica como modelos de negocio, la revisión de literatura y desde lo cualitativo y lo cuantitativo (Figura 1).

FIGURA 1. DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE ARTÍCULOS PUBLICADOS SOBRE EMPRENDIMIENTO, POR TIPO DE PUBLICACIÓN, ENTRE 2000 Y 2018



Fuente: *Journal of Economic Surveys*, 34(4), 922-951.

Los resultados muestran que los casos empíricos tienen más de 300 artículos publicados, marcan la mayor participación y mantienen una tendencia de crecimiento desde el año 2000. Continúa el marco teórico, dando paso a estudios cualitativos y modelos de negocio.

Cuando se investiga acerca del salto que da el emprendedor sobre la teoría económica clásica, se encuentra la relevancia en aspectos relacionados con el equilibrio social del ser humano y su entorno, como es el caso del artículo “Emprendimiento social – Revisión de literatura”, publicado por la revista de *Estudios Gerenciales* que reconoce la importancia del valor social y muestra que, entre el año 2000 y 2008 se publicaron 51 artículos de emprendimiento social entre revistas académicas y referencias bibliográficas (Guzmán Vásquez y Trujillo Dávila, 2008).

Bajo estos antecedentes, se puede inferir que hay una transformación del concepto y desarrollo del emprendimiento el cual se deriva más del *espíritu emprendedor*; y ha empezado a centrarse en los atributos internos del espacio donde estos se desarrollan, que reproducen un ecosistema que identifica y proporciona sus propios recursos y se distancian de las estrategias de gobierno que lo crean y lo sostienen (Spigel, 2015).

1.1.2 Emprendimiento rural

A nivel mundial, el emprendimiento rural como teoría y práctica está experimentando una evolución significativa que requiere la colaboración y voluntad de diversos actores. En esta investigación se aborda la transformación que implica considerar tanto el ecosistema natural como las comunidades y actores de cada territorio o región. La relación entre la política, el campo y la industria ha ocasionado degradación de la tierra, problemas sociales y pérdida de identidad con los ecosistemas debido a las prácticas

de producción insostenibles, con procesos de gestión pública y privada anquilosados que datan del siglo XVIII.

En respuesta a estos antecedentes ha surgido y evolucionado el concepto de emprendimiento rural que busca promover la productividad, el equilibrio social y ambiental en el campo. Particularmente, desde 1972 y hasta la fecha se han integrado conceptos que han permeado las investigaciones en emprendimiento rural, con términos como el de economía ecológica, ecodesarrollo o desarrollo sostenible definidos por la organización de las Naciones Unidas para la cultura, la ciencia y la Educación (UNESCO)⁸ que abordan la importancia de equilibrar el crecimiento poblacional y la conciencia en el uso de los recursos naturales para preservar el medio ambiente (Estenssoro, 2015), y abastecer el consumo humano, recuperando las condiciones de la tierra fértil y los recursos naturales en las zonas rurales (ONU- Naciones Unidas, 1972).

Además de lo anterior, es fundamental reflexionar sobre el significado de rural y su relación con las dinámicas de la economía, la densidad de la población, el crecimiento o decrecimiento poblacional, el tamaño y ubicación geográfica. Según la Real Academia de la Lengua se refiere a algo perteneciente o relativo a la vida del campo, sus labores y habitantes. Las regiones y pueblos forman un todo orgánico, conectados en forma de flujos de recursos como trabajo, capital, material e información (Li, 2012), son un espacio de convivencia que utiliza de manera sostenible los diversos componentes de la región, e involucran a los actores del ecosistema natural (Saravia-Matus y Aguirre, 2019).

Por otra parte, al definir sobre el concepto de ruralidad, se encuentra su representación y definición, especialmente

8 La UNESCO es un organismo especializado de las Naciones Unidas que promueve la paz y la seguridad a través de la cooperación internacional en educación, ciencia y cultura (ONU, 2023).

considerando la densidad de la población. Por ejemplo, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID)⁹ utiliza la diferencia entre la población total y la urbana con datos proporcionados por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD)¹⁰; así establece un umbral para los territorios rurales con una densidad poblacional inferior a los ciento cincuenta habitantes por kilómetro cuadrado (DNP, 2014).

Por su parte, la oficina del Censo de Estados Unidos, US Census Bureau (USCB),¹¹ define como rural cualquier población que se encuentre en área urbana y tenga menos de dos mil quinientas personas. Estas áreas suelen caracterizarse por ser espacios abiertos con asentamientos¹² dispersos (US Census Bureau, 2023).

Por su parte, el estudio “Población Urbana y Rural en América y el Caribe” proyecta que para el año 2030, aproximadamente el 84 % de los habitantes de la región sean urbanos y el 16 % sean rurales (Tabla 1) (Saravia-Matus y Aguirre, 2019). Contrapuesto a estas conceptualizaciones, organismos como la Comisión Europea, expresa que lo rural no está sujeto a un lugar físico, sino a un grupo de personas que se integra al territorio, a la cultura y a las actividades como la agricultura, silvicultura, artesanías, pequeñas y medianas industrias, comercio y servicios (García Marirrodiga, 2002). Acoge la oferta de recursos naturales asociadas

-
- 9 Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Es una organización financiera internacional cuyo propósito es financiar proyectos de salud, infraestructura, educación y acompañamiento técnico a los países de América Latina y el Caribe. <https://www.iadb.org/es>
 - 10 La Organización para la Cooperación y el Desarrollo económico (OECD, por sus siglas en inglés) tiene la misión de diseñar mejores políticas para una vida mejor. <https://www.oecd.org/acerca/>
 - 11 Oficina del censo de EE. UU (USCB) tiene la misión de servir como la principal fuente de datos de calidad sobre la población y la economía de la nación. El censo mide y difunde información sobre la economía y la sociedad.
 - 12 Asentamiento rural son los que se establecen en tierras fuera de ciudades y pueblos. La población depende de actividades agrícolas y de pastoreo.

con la explotación de los recursos del subsuelo, servicios turísticos y ambientales (PNUD, 2011).

TABLA 1. POBLACIÓN URBANA Y RURAL EN AMÉRICA Y EL CARIBE

	1950	1960	1970	1980	1990	2000	2010	2020	2030
Total	167 869	220 439	287 588	364 150	445 203	526 278	596 191	661 724	716 671
Urbana	69 759	109 282	165 056	235 161	315 343	397 062	469 583	539 427	600 480
Rural	99 159	111 768	123 021	129 123	130 577	128 733	127 979	125 046	118 003
% Urbana	41,6%	49,6%	57,4%	64,6%	70,8%	75,4%	78,8%	81,5%	83,8%
% Rural	59,%	50,17%	42,8%	35,5%	29,3%	24,5%	21,5%	18,9%	16,5%

Fuente: elaborado con base en datos 2018 de la ONU. Saravia-Matus y Aguirre (2019).

En consecuencia, el término “rural” en el contexto de emprendimiento se refiere a las áreas que forman parte de las regiones y que engloban una variedad de actividades relacionadas con el uso del suelo, los recursos naturales (Li, Westlund y Liu, 2019) y la oportunidad de emprender para el desarrollo rural.

En línea con lo expuesto anteriormente, la construcción rural surge desde la base de las comunidades y su proyección hacia la sociedad, para ello, también es importante puntualizar los conceptos de desarrollo rural¹³ y agrícola¹⁴ (Pachón, 2006). De esta manera, se puede interpretar que emprendimiento rural se asocia con el desarrollo de negocios

13 La Unión Europea (UE) define el desarrollo rural como un proceso de mejora del bienestar económico, social y ambiental de las comunidades rurales, que incluye la promoción de la actividad económica, la creación de empleo, el acceso a servicios básicos y la protección del medio ambiente. Consultado el 15 de mayo de 2023. https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/rural-development_es

14 Agrícola es un adjetivo que lo define la Real Academia de la Lengua como todo aquello perteneciente o relativo al campo.