

# Impulsores, barreras y motivaciones para el emprendimiento rural de los millennials en Antioquia-Colombia

Arias, Francisco\*  
Ribes-Giner, Gabriela\*\*  
Arango-Botero, Diana\*\*\*


## Resumen

El emprendimiento se constituye como una fuerza para que los jóvenes puedan apoyar la revitalización de los territorios rurales, evitando la migración a entornos urbanos, a la vez de posibilitar las condiciones para que se generen procesos de contra urbanización, propiciando éxodos de lo urbano a lo rural. El objetivo de este trabajo consiste en corroborar la adecuación de los indicadores para la construcción y validación de un instrumento destinado a medir impulsores, barreras y motivaciones del emprendimiento rural de los millennials en Antioquia, Colombia. Se utilizó la técnica de juicio de expertos (consultando 16 especialistas), la valoración de conocedores, mediante el coeficiente de competencia experta y el método Delphi. Encontrando como resultados una evaluación totalmente adecuada para los dominios “motivaciones” (93,7%) e “impulsores” (92%), mientras que los indicadores del dominio de “barreras” fueron muy adecuados (84%). Todos, tuvieron valores de Alfa de Cronbach por encima de 0.9, sin presentar diferencias significativas en las valoraciones dadas por los expertos de nivel medio y los de nivel alto, según el coeficiente de competencia experta y la prueba U de Mann Whitney, por encima de 0.757. Concluyendo que, los indicadores seleccionados para cada dominio permitieron elaborar un instrumento fiable, adecuado y validado.

**Palabras clave:** Impulsores; barreras; motivaciones; emprendimiento rural; millennials.

---

\* Doctor(c) en Administració i Direcció d'Empreses. Docente Investigador de la Corporación Universitaria Americana, Colombia. E-mail: [fraarvar@doctor.upv.es](mailto:fraarvar@doctor.upv.es)  ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4483-1741>

\*\* PhD. Ingeniería Industrial. Docente de la Universitat Politècnica de València, España. E-mail: [gabrigi@omp.upv.es](mailto:gabrigi@omp.upv.es)  ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6843-6968>

\*\*\* MSc en Estadística. Docente del Instituto Tecnológico Metropolitano, Medellín, Colombia. E-mail: [dianaarangob@itm.edu.co](mailto:dianaarangob@itm.edu.co)  ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5184-943X>

# Drivers, barriers and motivations for rural entrepreneurship of millennials in Antioquia-Colombia

## Abstract

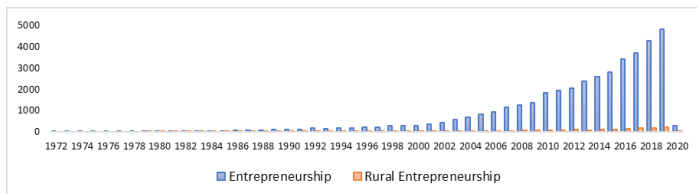
Entrepreneurship is constituted as a force for young people to support the revitalization of rural territories, avoiding migration to urban environments, while enabling the conditions for counter-urbanization processes to be generated, fostering exoduses from the urban to the rural. The objective of this work is to corroborate the adequacy of the indicators for the construction and validation of an instrument intended to measure drivers, barriers and motivations of rural entrepreneurship of millennials in Antioquia, Colombia. The expert judgment technique (consulting 16 specialists), the connoisseur assessment, using the coefficient of expert competence and the Delphi method were used. Finding as results a totally adequate evaluation for the “motivations” domains (93.7%) and “drivers” (92%), while the indicators of the “barriers” domain were very adequate (84%). All of them had Cronbach’s Alpha values above 0.9, without showing significant differences in the evaluations given by mid-level experts and those of high level, according to the coefficient of expert competence and the Mann Whitney U test, above of 0.757. Concluding that, the indicators selected for each domain allowed the elaboration of a reliable, adequate and validated instrument.

**Keywords:** Drivers; barriers; motivations; rural entrepreneurship; millennials.

## Introducción

La investigación reciente sobre emprendimiento ha sido abordada desde diferentes perspectivas desde lo personal hasta el contexto en el que se desarrolla (Dana, 2011; Ferreira, Fernandes y Kraus, 2019; Urbano, Aparicio y Audretsch, 2019; Mayer, et al., 2020); sin embargo, los trabajos en

emprendimiento rural pudieran considerarse aún incipientes, puesto que solo llegan a 3,8% del total de las publicaciones realizadas hasta marzo del 2020 (ver Figura I), siendo una preocupación de autores europeos y norteamericanos principalmente, sin que exista un desarrollo importante de trabajos provenientes de otros continentes (Pato y Castro, 2016).



Fuente: Scopus (2020).

**Figura I: Producción de trabajos en emprendimiento vs emprendimiento rural**

De igual forma, la conceptualización acerca del emprendimiento rural (Henry y McElwee, 2014), así como las tipologías y roles que asumen los emprendedores en la ruralidad, es de reciente interés (McElwee, 2008; McElwee y Atherton, 2011; Pato y Castro, 2018). Es de anotar, que la atención ya no se centra exclusivamente en la función agrícola, con la cual se concebía anteriormente la ruralidad y sus empresas (Arias y Ribes, 2019); dando lugar a un concepto más incluyente, donde también caben empresas no agrícolas que se ubican en las zonas rurales, producen ingresos para el territorio, emplean recursos locales y generan valor (Lafuente y Gómez-Araujo, 2016).

La migración de los pobladores de las zonas rurales a las urbanas por diferentes causas como lo son la búsqueda de oportunidades y motivaciones personales (Liu, 2011; Stockdale, 2016); el desplazamiento debido a conflictos (Urquijo, Bocco y Boni-Noguez, 2017); causas políticas y religiosas (Bal y Judge, 2001); o de seguridad

(Sserwanga, et al., 2014); así como “necesidad o deseo de alcanzar unas mejores condiciones económicas, culturales, sociales y/o políticas” (Gutiérrez, et al., 2020, p.302); debilitan los territorios rurales a nivel económico y social (Cuervo, Flavio y Rangel, 2018). Por ello, los gobiernos de todo el mundo, buscan cómo incentivar que las personas que actualmente están en los territorios rurales, se queden, y atraer incluso a las que se encuentran en entornos urbanos (Anthopoulou, Kaberis y Petrou, 2017), mediante la generación de estímulos que busquen la repotenciación de estos territorios (Hedlund, et al., 2017).

Una oportunidad para que se generen nuevos espacios es conectar los intereses de los grupos poblacionales y generar las condiciones para promover el emprendimiento en la ruralidad, al respecto varios autores han documentado los principales impulsores (*drivers*), barreras y motivaciones (ver Tabla 1), que promueven y limitan al emprendimiento rural.

**Tabla 1**  
**Impulsores (*drivers*), barreras y motivaciones del emprendimiento rural**

Dominios	Impulsores, barreras y motivaciones	Autores
Impulsores ( <i>drivers</i> )	Geografía; topografía y ubicación física; Acceso a redes de transporte y distribución; Proximidad a los mercados; Tamaño y habilidad de la fuerza laboral; Cultura y las redes sociales; Capital.	(Malecki, 2018; McElwee, 2008)
	Legislación; Redes; Mercado y consumidores; Aprendizaje, innovación y tecnología	(Conrado y López, 2018)
	Rasgos demográficos y psicológicos de los emprendedores; Arraigo a la ruralidad; Medidas políticas; Marcos institucionales y gobernanza	(Pato y Castro, 2016)
	Redes sociales para mejorar la visibilidad	(Morris y James, 2017)
	Familia	(Warren-Smith, 2014)
	Innovación	(Vaillant, Lafuente y Serarols, 2012)
	Empleo y habilidades; Inversión; Innovación; Empresas; Competencia; Capital económico; Capital humano; Capital social; Capital cultural; Capital ambiental; Movilidad y Tiempo de viaje a la periferia	(McElwee y Atherton, 2011)

**Cont... Tabla 1**

	Barreras de comercialización como infraestructura no desarrollada; Falta de economías de escala; Distorsiones de precios de los subsidios existentes; Cargas impositivas desiguales y Política pública	(Moya-Clemente, Ribes-Giner y Pantoja-Díaz, 2019)
	Falta de motivación, acceso a infraestructura y tecnología, balance del trabajo y la familia, falta de experiencia en el mercado, dificultades relacionadas con los empleados, problemas financieros, falta de regulación, falta de conciencia de la sociedad respecto al emprendimiento, falta de conocimiento habilidad y experiencia, miedo al fracaso	(Tripathi y Singh, 2018)
	Falta de capacitación empresarial	(Olugbola, 2017)
	Infraestructura de comunicación y conocimiento relativamente débil; acceso limitado al apoyo del gobierno, disponibilidad limitada de capital financiero y humano; mercados relativamente pequeños	(Korsgaard, Müller y Tanvig, 2015)
<b>Barreras</b>	La falta de fondos de las empresas, el alto costo de innovación, la falta de financiamiento externo, la falta de personal calificado, el dominio de las empresas ya establecidas sobre el mercado, la incertidud de la demanda, la dificultad de hacer socios	(Marin y Rivera, 2014)
	Factores económicos, sociales, religiosos, culturales y psicológicos	(Jyoti, Sharma y Kumari, 2011)
	Acceso a los canales de distribución; Capital requerido de entrada; Economías de escala; Proximidad geográfica a los mercados; Habilidades/educación; Inversión; Legislación y regulación; Limitado acceso a proveedores; Pocas habilidades directivas; Posición en la curva de experiencia; Seguridad y Tiempo de viaje a la periferia	(McElwee y Atherton, 2011)
	La falta de ejemplos empresariales positivos (modelos a seguir) y las redes limitadas son algunas de las barreras más importantes que limitan el emprendimiento rural	(Lafuente, Vaillant y Rialp, 2007)
	Buscar un desafío personal; aprovechar talentos creativos, ganar más dinero; tener un trabajo interesante; seguir el ejemplo de una persona que se admira; aprovechar una oportunidad de mercado; aumentar estatus/prestigio; necesidad de un trabajo; mantener una tradición familiar.	(Malebana, 2014)
<b>Motivaciones</b>	Hacer algo que disfruta; Desafío de comenzar/dirigir una empresa; Mayor flexibilidad; Articular el trabajo con los compromisos familiares; Falta de perspectivas de progreso en empleos anteriores; Falta de otras opciones de empleo; estilo de vida menos agitado; buscar un ingreso laboral, para mantener un estilo de vida; crecer y expandirse; emplear a otros; llenar un nicho; pensar en los hijos; buscar un segundo ingreso	(Galloway y Mochrie, 2006)

**Fuente:** Elaboración propia, 2020.

Teniendo en cuenta que la ruralidad es amplia en países como Colombia, cuya cifra asciende al 99,6% del territorio (Instituto Geográfico Agustín Codazzi [IGAC], 2015), conocer cuáles son los principales aspectos que promueven y limitan el emprendimiento rural, es clave para el desarrollo de políticas públicas y condiciones que vayan en sintonía con la intensidad del territorio rural (Ribes y Arias, 2018).

En este contexto, el Departamento de Antioquia es uno de los líderes a nivel de producción rural y donde el sector agropecuario aporta el 6,8% del PIB departamental (Gobernación de Antioquia, 2017), cifra que ha venido descendiendo, debido al poco interés que existe por parte de los jóvenes nativos de estas zonas por continuar las labores agrícolas que históricamente han desarrollado sus padres, sumado a otras causas como la búsqueda de mejores oportunidades, el pobre desarrollo de los territorios y la necesidad de condiciones de seguridad (Pardo, 2017).

Por otro lado, se comienza a ver cómo jóvenes que han sido formados en zonas urbanas, ven con buenos ojos la posibilidad de migrar hacia territorios rurales y desarrollar diversas actividades económicas, donde sus territorios dejan de centrarse en una economía agrícola para pasar a una multisectorial (Torrejón y Mesa, 2017).

Teniendo en cuenta lo anterior, una de las oportunidades de los territorios rurales es la posibilidad de contar con alternativas a la función agrícola, que ofrezca perspectivas a los jóvenes de generar mejores condiciones de vida, mediante la creación de opciones laborales, acceso a la educación (Valencia, 2012); así como las viabilidades para crear

empresas en la ruralidad.

Para ello, el objetivo de la investigación consistió en corroborar la adecuación de indicadores para la construcción y validación de un instrumento destinado a medir impulsores (*drivers*), barreras y motivaciones del emprendimiento rural de los *millennials* en Antioquia, Colombia, en ese sentido, establecer la idoneidad de aspectos que podrían impulsar, motivar y frenar las intenciones de crear empresa por parte de los jóvenes en la ruralidad, a fin de desarrollar un instrumento válido para medir estos dominios (impulsores, motivaciones y barreras) en personas que están ubicadas en el rango entre 18 a 44 años, es decir, aquellos que mayoritariamente forman parte del segmento de la población categorizada como *millennials*, nacidos entre 1980 al año 2000 (Smith y Nichols, 2015) y que según el informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM) para Colombia, se encuentran como uno de los grupos etarios más activos a nivel de creación de empresas con el 65,7% de las iniciativas (GEM, 2019).

## 1. Metodología

Para el desarrollo de este trabajo se utilizó la técnica Delphi (Campos, Melián y Sanchis, 2014; Zartha, Halal y Hernández, 2019), con el propósito de conocer aspectos para promover el emprendimiento rural en población joven categorizada como *millennials*, para lo cual se indagó a un grupo de dieciséis individuos (ver Tabla 2), pertenecientes a instituciones públicas y privadas del Departamento de Antioquia en Colombia.

**Tabla 2**  
**Expertos participantes**

Experto	Institución	Último Cargo Desempeñado	Último grado académico	Años de experiencia
E1	Universidad Nacional de Colombia	Docente de emprendimiento	PhD	18
E2	Sena	Subdirector Sena La Salada	MsC	15
E3	Agrosavia	Líder de Agronegocios	MsC	24

Cont... Tabla 2

E4	Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid	Director de grupo de Investigación GIBA	PhD	19
E5	Sennova	Líder Rionegro	MSc	6
E6	Universidad Pontificia Bolivariana	Director de Ingeniería Agroindustrial	MSc	21
E7	Cámara de comercio de Medellín	Líder de Emprendimiento	MSc	11
E8	Interactuar	Líder de proyecto de emprendimiento rural	MSc	9
E9	Federación Nacional de Cafeteros	Líder de extensión	MSc	24
E10	Secretaría de Agricultura de Antioquia	Secretario de Agricultura de Antioquia	MSc	20
E11	Centro de Desarrollo Empresarial Zonal – CEDEZO	Funcionaria Cedezo Guayabal	Administradora de Empresas Agropecuarias	5
E12	Comité Universidad Empresa Estado	Coordinadora PCJIC	MSc	6
E13	InOva	Emprendedor	Especialista	9
E14	Ruta N	Funcionario	Magister	17
E15	Cámara de Comercio de Aburrá Sur	Asesor de emprendimiento	Especialista	9
E16	Tashi / Tecnológico de Antioquia	Emprendedor / Docente Universitario	Magister	7

Fuente: Elaboración propia, 2020.

Una vez contactados, se pidió diligenciar un instrumento con el propósito de conocer cuál era el grado de competencia experta en emprendimiento rural (Cabero y Barroso, 2013; Fernandez y López, 2013). Posteriormente, se solicitó de manera individual, que indicaran cuáles eran los principales aspectos a considerar, para que los jóvenes se decidieran a emprender en la ruralidad respecto a tres dominios: Impulsores (*drivers*), barreras y motivaciones.

Una vez recolectada la información, se identificaron las respuestas y se construyó un formulario con un total de 55 elementos (18 en

relación a motivaciones, 12 para *drivers* y 25 en cuanto a barreras). A cada participante se le pidió que calificara cada elemento, utilizando una escala de Likert de 1 a 5, donde 1 consistía en “Nada adecuado”, mientras que 5 era “Muy adecuado”.

De acuerdo con las respuestas otorgadas por cada uno de los expertos se realizó un análisis de fiabilidad para cada uno de los dominios, mediante la aplicación del Alfa de Cronbach (Oviedo y Campo-Arias, 2005); y luego, para revisar si existían diferencias en cuanto a las opiniones y valoraciones de los expertos se utilizó la prueba de U de

Mann Whitney (Mach, et al., 2017), dónde la hipótesis nula  $H_0$  plantea que no existen diferencias entre las valoraciones otorgadas por el grupo de nivel medio y por el de nivel alto del coeficiente de competencia experta (K), y la hipótesis alternativa  $H_1$  que indica lo contrario, con el propósito de validar el instrumento (Camisón y Cruz, 2008; Fernández y López, 2013).

## 2. Resultados

Uno de los criterios para valorar la opinión de los expertos, respecto a su grado de conocimiento y argumentación, se constituye a partir del cálculo de competencia experta (Zartha, et al., 2019), donde once de los participantes se ubicaron por encima del valor de 0,8 el cual se considera alto (Zartha et al., 2017), mientras que el resto estuvo por debajo de este valor (ver Tabla 3).

**Tabla 3**  
**Coefficientes de competencia experta de los participantes**

Experto	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16
Coeficiente de Competencia Experta (K)	0,85	0,95	0,7	0,8	0,85	0,7	1	0,95	0,65	0,75	0,85	0,8	0,85	0,8	0,75	0,8

Fuente: Elaboración propia, 2020

### 2.1. Medidas descriptivas y análisis de fiabilidad por dominio

Las medidas de tendencia central, como la media y las de dispersión, como la varianza de los tres dominios; dan cuenta del grado de calificación de los expertos en torno a los *items* que los componen (ver Tabla 4). Respecto a los aspectos motivacionales y *drivers*, el valor de 4,34 para la media con una desviación estándar de 0,39 para el primero y de 0,15 para el segundo, dan una muy buena idea de que las valoraciones en promedio en cuanto al grado de adecuación de los elementos fueron altas dentro de la escala de Likert; donde 1 era “Nada Adecuado”, mientras que 5 era “Muy Adecuada”; así mismo la media de 3,88 y la desviación estándar de 0,25 para el dominio de barreras; teniendo en cuenta que este dominio reunió 25 elementos.

Con el propósito de establecer la fiabilidad del instrumento a partir de cada uno de los dominios propuestos, se desarrolló un

análisis de fiabilidad de consistencia interna a partir del Alfa de Cronbach (ver Tabla 4). Para cada dominio, se obtuvo un valor por encima de 0,9, pudiéndose interpretar que son consistentes y adecuados respecto a las respuestas dadas por el grupo de expertos (Quero, 2010; Taber, 2018).

### 2.2. Valoración de los expertos a los tres dominios del cuestionario

Inicialmente se realizó la valoración por dominio, presentando los resultados de cada uno de los pasos utilizados en la metodología de “juicio de expertos” (ver Tabla 5), de la cual se puede concluir que el grupo le otorgó una valoración de “Muy adecuado” a los dominios de “Motivaciones” y “Drivers”, mientras que el dominio de “Barreras” tuvo una calificación de “Bastante adecuado”.

**Tabla 4**  
**Análisis de fiabilidad y estadísticos resumen de los dominios**

Dominio	Alfa de Cronbach		Estadísticas de elemento de resumen						
			Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N de elementos
Aspectos motivacionales (Dominio 1)	0,958		4,340	3,063	4,750	1,688	1,551	0,149	18
Drivers (Dominio 2)	0,959	Medias de elemento	4,344	4,000	4,563	0,563	1,141	0,024	12
Barreras (Dominio 3)	0,919		3,883	3,500	4,438	0,938	1,268	0,062	25

Fuente: Elaboración propia, 2020.

**Tabla 5**  
**Resultados de la valoración por dominios de acuerdo con el juicio de expertos**

Dominio	Frecuencia observada						Frecuencias acumuladas						Frecuencias relativas acumuladas			
	C1	C2	C3	C4	C5	Tot.	Dominio	C1	C2	C3	C4	C5	Dominio	C1	C2	C3
1	9	5	1	1	0	16	1	9	14	15	16	16	1	0.5625	0.875	0.9375
2	9	4	3	0	0	16	2	9	13	16	16	16	2	0.5625	0.8125	1
3	4	8	3	1	0	16	3	4	12	15	16	16	3	0.25	0.75	0.9375

Percentiles de la curva normal								
Dominio	C1	C2	C3	Suma	Prom.	N-P	Cat.	
1	0.16	1.15	1.53	2.84	0.95	-0.35	TA	
2	0.16	0.89	3.49	4.53	1.51	-0.92	TA	
3	-0.67	0.67	1.53	1.53	0.51	0.08	MA	
Pts. corte	-0.12	0.9	2.19	8.91	N = 0.59			

**Nota:** C1=TA= “Totalmente adecuada”; C2=MA= “Muy adecuada”; C3=A= “Adecuada”; C4=PA= “Poco adecuada”; C5=NA= “No adecuada”.

**Fuente:** Elaboración propia, 2020.

De los dieciocho elementos que componen el dominio de “Motivaciones”, el 93,7%, tuvo una valoración de “Totalmente Adecuada”, mientras que el 6,3% restante, obtuvo una valoración de “Adecuada” (ver Tabla 6), los cuales guardan especial relación con las motivaciones expuestas por Galloway

y Mochrie (2006), así como Malebana (2014); las mismas guardan similitud a lo hallado mediante el consenso de juicio de expertos, donde los puntos que son coincidentes tanto en este trabajo como en el desarrollo de las publicaciones, tuvieron valoraciones de totalmente adecuado.



**Tabla 6**  
**Cuadro resumen del resultado de la valoración de expertos**

Dominio	Ítems	Valoración
Dominio 1 (Motivaciones)	Cambio en el estilo de vida	TA
	Búsqueda de oportunidades económicas	TA
	Desarrollo de las comunidades rurales	TA
	Desarrollo espiritual o religioso	A
	Crianza de los hijos	TA
	Existencia de internet en las zonas rurales	TA
	Infraestructura y servicios básicos	TA
	Mayor seguridad en las zonas rurales	TA
	Presencia de instituciones de educación superior	TA
	Estímulos estatales y subsidios para el emprendimiento rural.	TA
	Políticas públicas para favorecer las personas que quieran migrar al campo	TA
	Existencia de instituciones que favorecen el emprendimiento rural.	TA
	La existencia de redes y ecosistemas de emprendedores rurales.	TA
	Desarrollo de encadenamientos productivos.	TA
	La existencia de redes de comercialización rural.	TA
	Favorecer y conservar el entorno rural	TA
	Acceso a financiamiento	TA
	Mayor difusión de casos y ejemplos exitosos de otros (alguien ya probó que se puede)	TA
Dominio 2 (Drivers)	Calidad de vida	TA
	Desarrollo de empleo y habilidades	TA
	Inversión	TA
	Innovación	TA
	Competencia	TA
	Capital económico	TA
	Capital humano	TA
	Capital social	TA
	Capital cultural	MA
	Capital ambiental	TA
	Movilidad	TA
	Tiempo de viaje a la periferia	TA
Dominio 3 (Barreras)	Miedo al fracaso	TA
	Falta de claridad en el modelo de negocio	MA
	Falta de preparación en emprendimiento	MA
	Falta Experiencia	MA
	Falta de habilidades comerciales y directivas	MA
	Desconocimiento del sector rural	MA
	Individualismo	MA
	Temor a la monotonía y rutina mental	MA
	Falta de asesoría efectiva	MA
	Acceso limitado a proveedores	MA
	Inestabilidad económica	MA
	Desconfianza de la sociedad hacia los más jóvenes	TA
	Problemas de Inseguridad en las zonas rurales	TA
	Grado de aislamiento respecto a la periferia	TA
	Falta de apoyo familiar	MA
	Escalabilidad del emprendimiento y dificultades para crecer	MA
	Nivel de autoestima del entorno rural	MA
	Falta de una cultura del riesgo en el medio rural	MA
	Falta de estímulos gubernamentales y tributarios	MA
	Acceso a permisos y certificaciones	MA
	Crisis económica	MA
Falta acceso a los canales de distribución	MA	
Proximidad geográfica con los mercados	MA	
Inestabilidad de precios	MA	
Desconocimiento del mercado	MA	

**Nota:** TA= “Totalmente adecuada”; MA= “Muy adecuada”; A= “Adecuada”; PA= “Poco adecuada”; NA= “No adecuada”.

**Fuente:** Elaboración propia, 2020.

El dominio de *drivers* o también denominados impulsores, se relacionan en su mayoría con los expuestos por McElwee (2008), que relaciona once de los doce puntos acordados por los expertos (McElwee, 2008; McElwee y Atherton, 2011); encontrándose que el 92% de ellos fueron valorados como de “Totalmente Adecuada”, mientras que el elemento restante fue valorado como “Muy Adecuado” (ver Tabla 6).

El dominio tres, fue constituido por 25 *items* tal como se muestra en la Tabla 6, los cuales fueron valorados en 84% como “Muy Adecuado”, mientras que el porcentaje restante fue estimado como “Totalmente Adecuado”; mostrando valoraciones apropiadas, pero con un grado de acuerdo ligeramente menor en las opiniones de los expertos, respecto a los otros dos dominios analizados. Al revisar la literatura, se nota que los autores que han abordado esta temática en diferentes países también reportan una amplia diversidad de barreras para el emprendimiento rural (ver Tabla 1).

De acuerdo con los resultados anteriores, se validan cada uno de los elementos utilizados en los tres dominios analizados: Motivaciones, impulsores (*drivers*) y barreras

para el emprendimiento rural en los jóvenes del Departamento de Antioquia en Colombia.

### 2.3. Comparaciones entre grupos de expertos

Basados en el cálculo del coeficiente de competencia experta (ver Tabla 3), se dividieron los participantes en dos grupos; el primero, está conformado por aquellos con un nivel mayor o igual a 0,8 (once expertos), mientras que el segundo grupo está compuesto por aquellos que tienen un coeficiente menor a este valor (cinco expertos).

Para identificar posibles diferencias entre los dos grupos frente a la valoración general otorgada a cada uno de los tres dominios, se utilizó la prueba no paramétrica de U de Mann Whitney, la cual no implica que se cumpla algún supuesto sobre la distribución de la cual provienen los datos y solo requiere que las variables estén medidas al menos en escala ordinal (McKnight y Najab, 2010). En este sentido, se presentan los rangos promedios y la suma de rangos por grupos (Nivel medio  $<0.8$  y Nivel alto  $\geq 0.8$ ) así como por dominios en la Tabla 7.

**Tabla 7**  
**Valores de los rangos alcanzados**

Dominio	Grupo	n	Rango promedio	Suma de rangos
Motivaciones	Nivel medio ( $<0.8$ )	5	8	40
	Nivel alto ( $\geq 0.8$ )	11	8.73	96
	Total	16		
Drivers	Nivel medio ( $<0.8$ )	5	8.8	44
	Nivel alto ( $\geq 0.8$ )	11	8.36	92
	Total	16		
Barreras	Nivel medio ( $<0.8$ )	5	8.1	40.5
	Nivel alto ( $\geq 0.8$ )	11	8.68	95.5
	Total	16		

**Fuente:** Elaboración propia, 2020.

De igual manera, en la Tabla 8 se presentan los estadísticos de U de Mann-Whitney, junto con los de la prueba de W de Wilconxon. Ambas pruebas son equivalentes y sirven para el contraste de las siguientes dos hipótesis: Una hipótesis nula, que plantea que no existen diferencias entre las valoraciones otorgadas por el grupo de nivel medio y por el grupo de nivel alto del coeficiente de competencia experta (K), y una

hipótesis alternativa, que afirma lo contrario (MacFarland y Yates, 2016). De acuerdo con los valores p, se puede afirmar que no existe suficiente evidencia estadística para el rechazo de la hipótesis nula en cada uno de los dominios a un nivel de significación del 5%, puesto que cualquiera de estos valores lo excede ampliamente; y, por tanto, no hay diferencias entre los dos grupos de expertos.

**Tabla 8**  
**U de Mann-Whitney para los tres dominios**

Dominio	U de Mann-Whitney	W de Wilconxon	Z	Valor p
Motivaciones	25	40	-0.31	0.757
Drivers	26	92	-0.186	0.852
Barreras	25.5	40.5	-0.263	0.792

Fuente: Elaboración propia, 2020.

## Conclusiones

La identificación de indicadores y posterior construcción del cuestionario para medir *drivers* (12), barreras (25) y motivaciones (18), respecto al emprendimiento rural por parte de la población joven, usualmente categorizada como millennials, es consistente en la prueba de fiabilidad realizada para cada uno de los tres dominios, siendo en todos los casos, los valores de los Alfa de Cronbach superiores a 0,9; lo que indica que los *ítems* resultantes son adecuados.

En general, el grado de competencia experta de los participantes, se situó en 68,7% por encima del valor de 0,8 que denota un alto grado de competencia (Zartha, et al., 2019); mientras que el restante se encontró por debajo de este valor; sin embargo, al realizar la prueba de U Mann Whitney, se pudo constatar que no había diferencia significativa en las valoraciones que se tenía por ambos grupos de expertos.

Los puntos de corte encontrados para

definir las valoraciones que en consenso dieron los expertos a los tres dominios considerados, arrojaron que, para el caso de motivaciones, 17 de los 18 elementos resultaron ser “muy adecuados”, mientras que, para los *drivers*, 11 de los 12 elementos se situaron en esa misma categoría; y por último, en relación a las barreras 21 de las 25 evaluadas, resultaron ser “bastante adecuadas”.

Teniendo en cuenta lo anterior, se concluye que la construcción del instrumento es apropiada, dada su validación por el nivel de fiabilidad mostrado en los resultados del Alfa de Cronbach para las tres dimensiones y el análisis del U de Mann Whitney desarrollado para los dieciséis expertos participantes, los cuales no mostraron diferencias significativas en sus valoraciones para rechazar la hipótesis nula en cada uno de los dominios a un nivel de significación del 5%, puesto que cualquiera de estos valores lo excede ampliamente (por encima de 0,757); y, por tanto, no hay diferencias entre los dos grupos de expertos.

## Referencias bibliográficas.

- Anthopoulou, T., Kaberis, N., y Petrou, M. (2017). Aspects and experiences of crisis in rural Greece. Narratives of rural resilience. *Journal of Rural Studies*, 52, 1-11. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.03.006>
- Arias, F., y Ribes, G. (2019). Evolución del papel del emprendedor rural: Del agricultor subordinado del siglo XVIII al empresario rural actual. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(88), 1005-1028.
- Bal, G., y Judge, P. S. (2001). Terrorism and rural entrepreneurship in Punjab. *Journal of Entrepreneurship*, 10(2), 191-208. <https://doi.org/10.1177/097135570101000204>
- Cabero, J., y Barroso, J. (2013). La utilización del juicio de experto para la evaluación de TIC: El coeficiente de competencia experta. *Bordon. Revista de Pedagogía*, 65(2), 25-38. <https://doi.org/10.13042/brp.2013.65202>
- Camisón, C., y Cruz, S. (2008). La medición del desempeño organizativo desde una perspectiva estratégica: Creación de un instrumento de medida. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 17(1), 79-102.
- Campos, V., Melián, A., y Sanchis, J. R. (2014). El método Delphi como técnica de diagnóstico estratégico. Estudio empírico aplicado a las empresas de inserción en España. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 23(2), 72-81. <https://doi.org/10.1016/j.redee.2013.06.002>
- Conrado, J., y López, P. E. (2018). Strategic drivers in crisis environment. In L. Carvalho, C. Rego, M. Lucas, M. Sánchez-Hernández and A. Backx (Eds.), *Studies on entrepreneurship, structural change and industrial dynamics territories: Contributions from developed and developing countries* (pp. 109-131). Springer Nature. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-76400-9>
- Cuervo, S. M., Flavio, A., y Rangel, J. I. (2018). La migración interna en Colombia en la transición al siglo xxi: Una aproximación multiescalar. *Revista Latinoamericana de Población*, 12(22), 50-67. <https://doi.org/10.31406/n22a4>
- Dana, L. P. (Ed.) (2011). *World Encyclopedia of Entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781849808453>
- Fernandez, A., y López, A. (2013). Validación mediante método Delphi de un sistema de indicadores para prever, diseñar y medir el impacto sobre el desarrollo local de los proyectos de investigación en el sector agropecuario. *Revista Ciencias Técnicas Agropecuarias*, 22(3), 54-60.
- Ferreira, J. J. M., Fernandes, C. I., y Kraus, S. (2019). Entrepreneurship research: Mapping intellectual structures and research trends. *Review of Managerial Science*, 13(1), 181-205. <https://doi.org/10.1007/s11846-017-0242-3>
- Galloway, L., y Mochrie, R. (2006). Entrepreneurial motivation, orientation and realization in rural economies: A study of rural Scotland. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 7(3), 173-183. <https://doi.org/10.5367/000000006778026617>
- Global Entrepreneurship Monitor - GEM Colombia (2019). *Estudio de la actividad empresarial en 2017*. Editorial Universidad del Norte.
- Gobernación de Antioquia (2017). *Anuario Estadístico de Antioquia*. Gobernación

- de Antioquia, Departamento Administrativo de Planeación. <http://www.antioquiadatos.gov.co/index.php/anuario-estadistico-de-antioquia-2017>
- Gutiérrez, J. M., Romero, J., Arias, S. R., y Briones, X. F. (2020). Migración: Contexto, impacto y desafío. Una reflexión teórica. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(2), 299-313.
- Hedlund, M., Carson, D. A., Eimermann, M., y Lundmark, L. (2017). Repopulating and revitalising rural Sweden? Re-examining immigration as a solution to rural decline. *The Geographical Journal*, 183(4), 400-413. <https://doi.org/10.1111/geoj.12227>
- Henry, C., y McElwee, G. (2014). Defining and conceptualising rural enterprise. In C. Henry and G. McElwee (Eds.), *Exploring rural enterprise: New perspectives on research, policy & practice. Volume 4* (pp. 1-8). Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/S2040-724620140000004001>
- Instituto Geográfico Agustín Codazzi - IGAC (2015). *Tan solo el 0,3 por ciento de todo el territorio colombiano corresponde a áreas urbanas: IGAC*. <https://igac.gov.co/es/noticias/tan-solo-el-03-por-ciento-de-todo-el-territorio-colombiano-corresponde-areas-urbanas-igac>
- Jyoti, J., Sharma, J., y Kumari, A. (2011). Factors affecting orientation and satisfaction of women entrepreneurs in rural India. *Annals of Innovation y Entrepreneurship*, 2(1), 1-14. <https://doi.org/10.3402/aie.v2i1.7371>
- 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>
- Lafuente, E., Vaillant, Y., y Rialp, J. (2007). Regional differences in the influence of role models: Comparing the entrepreneurial process of rural Catalonia. *Journal Regional Studies*, 41(6), 779-796. <https://doi.org/10.1080/00343400601120247>
- Lafuente, E., y Gómez-Araujo, E. (2016). The territorial economic impact of entrepreneurial youthfulness. *Journal Strategic Change*, 25(2), 187-204. <https://doi.org/10.1002/jsc.2055>
- Liu, J. (2011). Human capital, migration and rural entrepreneurship in China. *Indian Growth and Development Review*, 4(2), 100-122. <https://doi.org/10.1108/17538251111172023>
- MacFarland, T. W., y Yates, J. M. (2016). *Introduction to nonparametric statistics for the biological sciences using R*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-30634-6>
- Mach, K. J., Mastrandrea, M. D., Freeman, P. T., y Field, C. B. (2017). Unleashing expert judgment in assessment. *Global Environmental Change*, 44, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2017.02.005>
- Malebana, M. J. (2014). Entrepreneurial intentions and entrepreneurial motivation of South African rural university students. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 6(9), 709-726. <https://doi.org/10.22610/jeb.v6i9.531>
- Malecki, E. J. (2018). Entrepreneurs, networks, and economic development: A review of recent research. In J. A. Katz and A. C. Corbett (Eds.), *Reflections and extensions on key papers of the first twenty-five years of advances: Volume 20* (pp. 71-116). Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/S1074-754020180000020010>

- Marin, A., y Rivera, I. (2014). Revisión teórica y propuesta de estudio sobre el emprendimiento social y la innovación tecnológica. *Acta Universitaria*, 24(1), 48-58.
- Mayer, E. L., Blanco, F. J., Alonso, M. Á., y Charles, J. A. (2020). Emprendimiento y crecimiento económico: El sistema mexicano de incubadoras de negocios. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(1), 107-127.
- McElwee, G. (2008). A taxonomy of entrepreneurial farmers. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 6(3), 465-478. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2008.019139>
- McElwee, G., y Atherton, A. (2011). Rural entrepreneurship. In L. P. Dana (Ed.), *World Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 377-384). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781849808453>
- McKnight, P. E., y Najab, J. (2010). Mann-Whitney U Test. In *The Corsini Encyclopedia of Psychology*. John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1002/9780470479216.corpsy0524>
- Morris, W., y James, P. (2017). Social media, an entrepreneurial opportunity for agriculture-based enterprises. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(4), 1028-1045. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2017-0018>
- Moya-Clemente, I., Ribes-Giner, G., y Pantoja-Díaz, O. (2019). Configurations of sustainable development goals that promote sustainable entrepreneurship over time. *Sustainable Development*, (Early View). <https://doi.org/10.1002/sd.2009>
- Olugbola, S. A. (2017). Exploring entrepreneurial readiness of youth and startup success components: Entrepreneurship training as a moderator. *Journal of Innovation and Knowledge*, 2(3), 155-171. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.12.004>
- Oviedo, H. C., y Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente Alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(4), 572-580.
- Pardo, R. (2017). *Diagnóstico de la juventud rural en Colombia: grupos de diálogo rural, una estrategia de incidencia*. Documento No. 227. Grupo de trabajo: Inclusión Social y Desarrollo. Rimisp – Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural. Pato, M. L., y Castro, A. A. (2016). Twenty years of rural entrepreneurship: A bibliometric survey. *Sociologia Ruralis*, 56(1), 3-28. <https://doi.org/10.1111/soru.12058>
- Pato, M. L., y Castro, A. A. (2016). Twenty years of rural entrepreneurship: A bibliometric survey. *Sociologia Ruralis*, 56(1), 3-28. <https://doi.org/10.1111/soru.12058>
- Pato, L., y Castro, A. A. (2018). Rural entrepreneurship: The tale of a rare event. *Journal of Place Management and Development*, 11(1), 46-59. <https://doi.org/10.1108/JPMDD-08-2017-0085>
- Quero, M. E. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos*, 12(2), 248-252.
- Ribes, G., y Arias, F. (2018). Oportunidades del emprendimiento rural en un marco de posconflicto en Colombia. En G. E. Pacheco, J. A. Escobar, L. Muñoz, y G. F. Niño (Comp.), *Derechos laborales, fomento económico, informalidad y desarrollo* (pp. 196-210). Serie documentos estudios legislativo No. 9. Centro de Altos Estudios Legislativos - Congreso de la República de Colombia. <http://cael.senado.gov.co/cael/publicaciones/67-serie-9>

- Scopus (2020). *Scopus Preview. Base de datos*. <https://www.scopus.com/> [s11187-018-0038-0](https://doi.org/10.11187-018-0038-0)
- Smith, T. J., y Nichols, T. (2015). Understanding the millennial generation. *The Journal of Business Diversity*, 15(1), 39-47.
- Sserwanga, A., Kiconco, R. I., Nystrand, M., y Mindra, R. (2014). Social entrepreneurship and post conflict recovery in Uganda. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 8(4), 300-317. <https://doi.org/10.1108/JEC-02-2014-0001>
- Stockdale, A. (2016). Contemporary and 'messy' rural in-migration processes: Comparing counterurban and lateral rural migration. *Population, Space and Place*, 22(6), 599-616. <https://doi.org/10.1002/psp.1947>
- Taber, K. S. (2018). The use of Cronbach's Alpha when developing and reporting research instruments in science education. *Research in Science Education*, 48(6), 1273-1296. <https://doi.org/10.1007/s11165-016-9602-2>
- Torrejón, E., y Mesa, C. (2017). Población rural y consumo de lo rural de la región Este de Antioquia - Colombia. *Revista de Geografía Norte Grande*, (66), 193-210. <https://doi.org/10.4067/s0718-34022017000100011>
- Tripathi, K. A., y Singh, S. (2018). Analysis of barriers to women entrepreneurship through ISM and MICMAC: A case of Indian MSMEs. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 12(3), 346-373. <https://doi.org/10.1108/JEC-12-2017-0101>
- Urbano, D., Aparicio, S., y Audretsch, D. (2019). Twenty-five years of research on institutions, entrepreneurship, and economic growth: What has been learned? *Small Business Economics*, 53(1), 21-49. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0038-0>
- Urquijo, P. S., Bocco, G., y Boni-Noguez, A. F. (2017). New rurality and the experience of place: The small rural locality of La Niña, Buenos Aires, Argentina. *GeoJournal*, 83, 1301-1315. <https://doi.org/10.1007/s10708-017-9834-3>
- Vaillant, Y., Lafuente, E., y Serarols, C. (2012). Location decisions of new 'Knowledge Intensive Service Activity' firms: The rural-urban divide. *The Service Industries Journal*, 32(16), 2543-2563. <https://doi.org/10.1080/02642069.2011.594880>
- Valencia, A. (2012). De la Colombia rural a la alienación urbana. *Revista de Migraciones Forzadas*, (40), 12-13.
- Warren-Smith, I. (2014). Supporting female rural entrepreneurship: A case study of WiRE (Women in Rural Enterprise). In C. Henry and G. McElwee (Eds.), *Exploring Rural Enterprise: New Perspectives on Research, Policy & Practice: Volume 4* (pp. 215-232). Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/S2040-724620140000004010>
- Zartha, J. W., Halal, W., y Hernández, R. (2019). Delphi method: Analysis of rounds, stakeholder and statistical indicators. *Foresight*, 21(5), 525-544. <https://doi.org/10.1108/FS-11-2018-0095>
- Zartha, J. W., Montes, J. M., Toro, I. D., Hernández, R., Villada, H. S., y Hoyos, J. L. (2017). Delphi Method in technological foresight studies: an approach to calculating the number of experts and the application of the competence coefficient "k" expert. *Biotechnología en el Sector Agropecuario y Agroindustrial*, 15(1), 105-115.