



ANIVERSARIO

Revista Venezolana de Gerencia



COMO CITAR: 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>

Universidad del Zulia (LUZ)
Revista Venezolana de Gerencia (RVG)
Año 26 No. 96 2021, 1218-1240
ISSN 1315-9984 / e-ISSN 2477-9423



Factores sociodemográficos que inciden en el emprendimiento rural de jóvenes en Antioquia, Colombia*

Arias Vargas, Francisco Javier**
Ribes-Giner, Gabriela***
Arango-Botero, Diana****
Garcés Giraldo, Luis Fernando*****

Resumen

El emprendimiento se torna como una fuerza que posibilita la revitalización de los territorios rurales y el desarrollo agrícola, en consecuencia, es importante identificar los factores sociodemográficos que inciden en el emprendimiento rural de jóvenes pertenecientes a cinco Facultades de Ciencias Agrarias de las universidades en el Departamento de Antioquia en Colombia. Para ello, se diseñó y aplicó un instrumento de recolección de información, previamente validado con enfoque cualitativo, recopilando 427 respuestas completas. Se realizaron pruebas estadísticas de chi-cuadrado para determinar el grado de asociación de la actividad emprendedora con las variables sociodemográficas medidas tales como género, edad, estado civil, escolaridad, entorno familiar y dependientes. Una vez verificada la existencia de asociaciones entre las variables, se realizó un análisis de correspondencias múltiples con el propósito de identificar patrones y tendencias entre las variables. Los resultados muestran una mayor favorabilidad para emprender en la ruralidad antioqueña de aquellos sujetos pertenecientes a los estratos altos de la población, mayoritariamente hombres, con

Recibido: 27-06-21

Aceptado: 22-09-21

* Esta investigación fue financiada por la Corporación Universitaria Americana y la Universitat Politècnica de València, en la convocatoria de mayor cuantía con el proyecto titulado "Caracterización de los Factores Motivacionales en la población joven de una subregión de Antioquia y su relación con el Emprendimiento Rural", la cual apoya la tesis doctoral titulada "Actividad emprendedora de los millennials en Antioquia (Colombia)" y presentada en la Universitat Politècnica de València el 12 febrero de 2021 <https://doi.org/10.4995/Thesis/10251/164046>

** PhD. Programa de Doctorat en Administració i Direcció d'Empreses, *Universitat Politècnica de València*. Docente Investigador de Corporación Universitaria Americana sede Medellín. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4483-1741>. Email: fraarvar@doctor.upv.es

*** PhD. Ingeniería Industrial. Facultat d'Administració i Direcció d'Empreses, *Universitat Politècnica de València*. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6843-6968> Email: gabrigi@omp.upv.es

**** MsC en Estadística. Docente Departamento de Ciencias Administrativas del Instituto Tecnológico Metropolitano, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5184-943X>. Email: dianaarangob@itm.edu.co

***** PhD, PosDoc. Vicerrectoría de Investigación. Corporación Universitaria Americana sede Medellín. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3286-8704>

estudios de posgrado, provenientes de familias donde los padres tienen al menos titulación universitaria, con situación diferente a la soltería y con un rango de edad que oscila entre los 32 a 38 años. Los hombres son más propensos a emprender que las mujeres en las zonas rurales.

Palabras clave: Emprendimiento; ruralidad; jóvenes; millennial.

Socioeconomic factors influencing rural youth entrepreneurship in Antioquia

Abstract

Entrepreneurship becomes a force that enables the revitalization of rural territories and agricultural development, consequently, it is important to identify the socioeconomic factors that affect rural entrepreneurship of young people belonging to five Faculties of Agricultural Sciences of the universities in the Department of Antioquia in Colombia. For this, an information collection instrument was designed and applied, previously validated with a qualitative approach, collecting 427 complete responses. Statistical chi-square tests were performed to determine the degree of association of entrepreneurial activity with measured sociodemographic variables such as gender, age, marital status, education, family environment and dependents. Once the existence of associations between the variables was verified, a multiple correspondence analysis was carried out in order to identify patterns and trends between the variables. The results show a greater favorability for entrepreneurship in rural Antioquia for those subjects belonging to the upper strata of the population, mostly men, with postgraduate studies, from families where the parents have at least a university degree, with a different situation than being single and with an age range that ranges from 32 to 38 years. Men are more likely to be entrepreneurs than women in rural areas.

Keywords: Entrepreneurship, rurality, young people, millennial.

1. Introducción

El emprendimiento se ha constituido como una opción de carrera frente a la alternativa tradicional de las personas de buscar un empleo. Los motivos por los cuales emprenden son variados, pero hay una fuerte corriente en la literatura que menciona la existencia de factores positivos que atraen “pull” y negativos “push” que impulsan a

las personas a emprender (Kirkwood, 2009). Esto es abordado por Reynolds, Camp, y Autio (2001); quienes tomando estos factores, introducen el concepto de emprendimiento por oportunidad y por necesidad.

El informe Global Entrepreneurship Monitor, considera que el emprendimiento por necesidad se da usualmente por la falta de alternativas laborales o dificultades económicas, mientras

que el de oportunidad se centra en aprovechar oportunidades del mercado o por intereses personales (Meoli et al, 2020). Este último tiene un efecto más positivo frente al crecimiento económico y las aspiraciones de que quienes solo emprenden por necesidad, reportándose también una incidencia directa en el nivel de satisfacción (Acs, 2006; Coulibaly et al, 2018; Urbano, Aparicio, y Audretsch, 2019).

Existen otros factores que influyen en el emprendimiento tales como los personales, sociales, culturales, familiares, demográficos, ambientales, políticos, institucionales y macroeconómicos (Boudreaux y Nikolaev, 2017; Harpa, 2017; Van der Zwan et al, 2016), además de aspectos socioeconómicos en el individuo, tales como el nivel de educativo, experiencia, género, entorno y condición económica (Block y Wagner, 2010; Fossen y Büttner, 2013; Hessels, van Gelderen, y Thurik, 2008; Kirkwood, 2009; Laure y Drew, 2010).

La teoría del evento empresarial de Shapero (1985), establece que la decisión de crear una empresa parte de dos percepciones como lo son la conveniencia de una persona inmersa en una cultura y donde influye la familia, la educación y la estructura socioeconómica. Además de la viabilidad como una mezcla de recursos, conocimientos y experiencia que incide en el emprendimiento (Marulanda y Morales, 2017), lo cual se suma a lo planteado por Tarapuez, Aristizábal & Monard (2018), indicando la influencia de aspectos sociodemográficos y familiares que lo impulsan. El contexto es importante para impulsar el emprendimiento; las culturas promueven valores asociados a la creación de empresas, la independencia económica

de los sujetos y la toma de riesgos de los mismos, tomando como ejemplo regiones como Smoeland en Suiza, Cork en Irlanda y Antioquia en Colombia (Marulanda, Montoya, y Vélez, 2014; Shapero, 1985). El Departamento de Antioquia se ha caracterizado por tener una cultura emprendedora, destacándose en sus habitantes aspectos como la personalidad, actitud y capacidad emprendedora y de asociación, lo cual ha permitido establecer un tejido empresarial a lo largo del tiempo (Sanclemente, 2010).

Se destaca los avances a nivel de industria, servicios y tecnología (Marulanda y Morales, 2017), sin olvidar la importancia del territorio que aún tiene una extensa ruralidad con aporte del 6% del PIB regional y cuya participación viene en descenso (Gobernación de Antioquia, 2019).

Esto plantea la necesidad de revitalizar los territorios rurales y fomentar el desarrollo agrícola, mediante la revisión de condiciones que promuevan el emprendimiento y atraigan jóvenes a la ruralidad como los denominados millennials (Arias, Ribes, y Arango, 2020), los cuales han mostrado una mayor actividad emprendedora, frente a los demás grupos etarios, alcanzando una cifra del 65,7% de las iniciativas en Colombia (Laverde et al, 2019).

Teniendo en cuenta lo anterior, el propósito del presente trabajo se centra en identificar los factores sociodemográficos que inciden en el emprendimiento rural de jóvenes pertenecientes promovido por estudiantes universitarios pertenecientes a facultades de ciencias agrarias en Antioquia (Colombia). Dado el interés por promover el emprendimiento rural y las asociaciones positivas entre la edad y el nivel educativo encontradas

en la revisión de la literatura, se buscó identificar la asociación del nivel de emprendimiento con otro tipo de variables sociodemográficas como el nivel de estudios alcanzado por los padres, el estado civil, el número de dependientes y el estrato socioeconómico; asociado a los estudiantes de último semestre de carrera y a los estudiantes de posgrado de las cinco facultades de ciencias agrarias existentes en la ciudad de Medellín.

2. Emprendimiento: revisión de la literatura

El emprendimiento ha evolucionado a nivel conceptual. Desde lo expuesto por Richard Cantillón el emprendedor era aquel que operaba bajo la incertidumbre de tomar riesgos (Cantillon, 1756; Casson, 2010). En el cuadro 1 se muestran elementos esenciales para comprender la esencia del emprendimiento:

Cuadro 1
Emprendedor: características

Emprendedor	
Shumpeter citado por Dana (2011).	Promotor de crecimiento económico mediante la innovación y generación cambios
McClelland	Persona orientada al logro
Kizner citado por Ahmad y Seymour (2008)	Individuo capaz de reconocer oportunidades
Shapero citado en Dana (2011)	Individuo que introduce cambios
Druker en Ahmad y Seymour (2008)	Persona capaz de innovar y generar riqueza con los recursos existentes
Wennekers y Turik Almodovar (2016)	Individuos o grupos de ellos que perciben y crean oportunidades económicas e introducen sus ideas al mercado
Commission of the european communities (2003)	Tomador de riesgos, creativo e innovador

Fuente: elaboración propia en base a los autores

Si se habla del término emprendimiento, se puede notar en la literatura que no hay un consenso en torno a una única definición (Cuadro 2), existiendo acercamientos desde perspectivas como la económica, psicológica, organizacional e institucional

(Álvarez, Urbano y Amorós, 2014); y si bien se han procurado generar acercamientos entre los conceptos, se puede notar que cada organización presenta sus propias definiciones, posturas teóricas e incluso variaciones de cómo medirla (Almodovar, 2016).

Cuadro 2 Definiciones de emprendimiento

Organismo	Definición y medición	Autores
GERA – Proyecto GEM.	“Cualquier iniciativa de negocio (incluido el autoempleo), que están en el mercado por un periodo de hasta 42 meses, entre la población de 18 a 64 años	Reynolds (Almodovar, 2016; Reynolds, 2005), Singer et al (Singer, Amorós, y Moska, 2015), Autio y Wong (Wong, Ho, y Autio, 2005)
EIM Business y Policy Research	Número total de autoempleados (propietarios de negocios) no constituidos y constituidos en sociedades fuera de la agricultura, caza, e industrias forestales y pesqueras, que toman el autoempleo como su actividad primaria	Van Stel, et al (van Stel, Storey, y Thurik, 2007)
Banco Mundial	Las actividades de un individuo o un grupo destinado a iniciar actividades económicas en el sector formal bajo una forma jurídica de la empresa	Klappler, et al (Klapper, Amit, Guillen, y Quesada, 2007)
GEDI	“La interacción dinámica, institucionalmente integrado entre las actitudes emprendedoras, las capacidades empresariales aspiraciones emprendedoras por parte de individuos, que impulsa la asignación de recursos a través de la creación y operación de nuevas empresas”	(Acz, Szerb, y Autio, 2018)
OECD- Eurostat	“Aparición de una nueva unidad de producción. Esto puede ser debido a un auténtico nacimiento de la unidad, o creaciones por las fusiones, rupturas, escisiones o a través de la reactivación de las empresas inactivas”	OECD (OECD, 2015)
Commission of the European Communities	El espíritu empresarial es la mentalidad y el proceso para crear y desarrollar la actividad económica combinando la asunción de riesgos, la creatividad y / o la innovación con una gestión sólida, dentro de una organización nueva o existente	Commission of the European Communities (Commission of the european communities, 2003)

Fuente: Almodovar (2016)

El campo de investigación en emprendimiento se ha tornado dinámico. Al respecto Chandra (2018), identifico 46 tópicos relevantes en investigación, sumado a otros temas que están siendo abordados por la literatura como la creación de redes, toma de decisiones, el emprendimiento social e informal (Ferreira, Fernandes, y Kraus, 2019); el internacional (Perényi y Losoncz, 2018), así como el sostenible (Muñoz y Cohen, 2018; Terán-Yépez et al, 2020) y el

rural (Arias y Ribes-Giner, 2019; Pato y Teixeira, 2016) .

El emprendimiento rural cuyos trabajos comienzan a publicarse en la década de los 80 (Gomez, 2014), ha sido objeto de estudio por académicos que han intentado conceptualizarlo tales como Wortman (1990) quien trata de definirlo en términos de crear e innovar en un entorno rural, lo cual da partida a trabajos que procuran definir tipologías de empresarios (McElwee, 2008), tipos

de emprendimiento (Pato y Teixeira, 2016) y evolución conceptual (Arias y Ribes-Giner, 2019), para dar cabida a emprendimientos, que ya no solo se centran en la función agrícola, sino en espacios que generan productos y servicios, utilizando recursos y capacidades para crear, desarrollar, establecer o transformar iniciativas empresariales en entornos rurales (Lafuente y Gómez-Araujo, 2016).

Los países que cuentan con una amplia vocación rural están interesados en promover la actividad emprendedora para revitalizar los espacios rurales y promover el desarrollo económico. Proyectos como el GEM han procurado analizar la actividad emprendedora en zonas urbanas y rurales a nivel internacional (Mancilla, Amoros, y Vaillant, 2016), destacando la relevancia de factores socioeconómicos en la actividad emprendedora (Arias et al, 2020; Hrytsaienko et al, 2019; Van der Zwan et al, 2016; Zhang y Acs, 2018).

3. Variables sociodemográficas que inciden en la actividad emprendedora

Considerando los aspectos que relacionan la actividad emprendedora con los factores sociodemográficos, se encuentra variables como género, edad, nivel de estudios, ingreso económico (Díaz et al, 2010; Dilli y Westerhuis, 2018; Hernández, Sánchez, y Mayens, 2019; León, 2018; Raposo y Paço, 2011; Zengyu et al, 2013), estado civil y estrato socioeconómico (Canales, Román, y Ovando, 2017; Tarapuez, García, y Castellano, 2018); así como la formación de los padres y el entorno familiar (Ferrando, Velilla, y Ortega, 2019;

Meek, Pacheco, y York, 2010). Estas variables que pueden considerarse sociodemográficas, inciden en la actividad emprendedora (León, 2018: 21), por lo que se despliegan desde su esencia en estos entornos rurales.

3.1. Género

Al analizar la perspectiva de género en el emprendimiento, se encuentra que existe una mayor incidencia a emprender en los hombres frente a la mujeres (Díaz et al, 2010), pues estas últimas deben sortear barreras sociales, culturales, familiares, cognitivas y de acceso a financiamiento (Wu, Li, y Zhang, 2019); sumado a una menor autoconfianza en cuanto a las habilidades emprendedoras (Koellinger, Minniti, y Schade, 2013). Al estudiar la diferencia de género a nivel del lenguaje, las estructuras lingüísticas en varios países, refuerzan estereotipos frente a la mujer, lo cual incide sobre la actividad emprendedora (Hechavarría et al, 2018).

En países desarrollados, se reducen brechas de género (Ribes-Giner et al, 2018), en aras de la equidad, motivando con esto a las mujeres a desarrollar actividades de emprendimiento (Sarfaraz, Faghih, y Majd, 2014). Y a pesar de que persisten diferencias (Yurrebaso et al, 2020), se ha encontrado relación entre la autoeficacia y el entorno, las instituciones formales, los aspectos sociodemográficos y la cultura; creando configuraciones que favorecen la actividad empresarial de mujeres y hombres (Lewellyn y Muller-Kahle, 2016).

3.2. Edad

La edad es otra variable explicativa relacionada con la actividad

empresaria, si bien los jóvenes son más proclives a emprender dada su capacidad de estar al día con los conocimientos. La búsqueda de oportunidades y la implementación de innovaciones juegan un papel fundamental para la consolidación de un emprendimiento, aunado a la experiencia requerida en estos procesos (Bernat, Lambardi, y Palacios, 2017; Diaz et al, 2010).

Tarapuez, Aristizábal, & Monard (2018), demuestran que estudiantes de posgrado en una edad inferior a 30 años, aumentan la probabilidad de emprender, encontrando que los empresarios con mayor edad tienen una mayor tasa de autoempleo que sus contrapartes más jóvenes (Tarapuez et al, 2018). Sin embargo, hay estudios que revelan una relación en u invertida entre la edad y la actividad emprendedora (Bernat et al, 2017; Caliendo et al, 2015). La edad es un factor que incide en la actividad emprendedora, siendo el rango comprendido entre 18 a 44 años, el que reúne el 64,2% de los emprendimientos nacientes y nuevos; mientras que los empresarios establecidos se ubican entre los 45 a 54 años (GEM, 2017; Laverde et al, 2019).

3.3. Educación

De acuerdo con Koellinger et al, (2013), el nivel educativo es relevante para la actividad empresarial, aunque no necesariamente siempre es así. En efecto, una mejor preparación también incide en la posibilidad de ser contratado por una empresa, lo cual plantearía una relación negativa entre el nivel de educación de un sujeto y la preferencia por el autoempleo en ciertos contextos (Berrill, O'Hagan-Luff, y van

Stel, 2020). Sin embargo, estar en mejor posición educativa, también incide en la posibilidad de que los individuos puedan emprender dada su capacidad de explorar oportunidades (Bernat et al, 2017).

Existen estudios que mencionan los vínculos positivos entre la educación emprendedora y el emprendimiento en contextos universitarios (Hasan, Khan, y Nabi, 2017; Sánchez, 2013; Shi, Yao, y Wu, 2019), sin embargo hay dudas sobre el impacto (Nabi et al, 2017), puesto que existen resultados mixtos y a veces contradictorios (Hahn et al, 2020; Oosterbeek, van Praag, y Ijsselstein, 2010); requiriéndose una conexión entre los objetivos pedagógicos y el diseño de los programas (García et al, 2016).

Se reconoce el potencial de instituciones educativas para motivar a los estudiantes a crear empresa frente a los desafíos económicos, sociales y políticos impuestos por los mercados (Hernández et al, 2019), por lo que se afirma que "el nivel educativo es un predictor más importante de la ocupación de una persona que las características de origen, como la ocupación o la educación del padre o la madre" (Uhlaner y Thurik, 2010: 308).

El informe GEM para Colombia sugiere la existencia de una relación directa entre el nivel educativo y el emprendimiento por oportunidad donde el 90,6% de los individuos, presentaban educación universitaria (Laverde et al, 2019), mientras que el informe GUESSS para Colombia, menciona que los estudiantes tienen una mayor propensión a trabajar como empleados al graduarse (73%), pero cinco años después esperan crear su propio negocio (Martins et al, 2019).

3.4. Estado civil

El estado civil, la tenencia de hijos pequeños y la cultura también inciden a la hora de emprender (Amorós et al, 2012; Díaz et al, 2010), el matrimonio puede convertirse en una limitante para el caso de las mujeres (Pérez y Avilés, 2016), pero se han demostrado hallazgos que sugieren una interacción débil entre el emprendimiento y el estado civil para el caso de los hombres (Krasniqi, 2009). A pesar de esto, las mujeres vienen ganando participación en la actividad emprendedora, motivadas por la búsqueda de oportunidades y la compensación de los desequilibrios del mercado laboral (Ribes-Giner et al, 2019; Santander, Fernández, y Yáñez, 2016).

La participación de los solteros en el emprendimiento también viene avanzando, en especial aquellos que han tenido experiencia laboral y preparación académica, los cuales son motivados en parte por las condiciones laborales existentes, el paro o incluso la búsqueda de oportunidades de emprendimiento en sectores que conocen o se han desempeñado (Gomez, 2014).

Estudios recientes hablan de la contraposición entre solteros que son más proclives al riesgo por no tener compromisos como los casados, al momento de emprender; lo cual generaría una limitante en las personas con obligaciones familiares y económicas (León, 2018; Tovar et al, 2018). Al respecto, no existe consenso; puesto que se han encontrado que las personas casadas tienen mayor posibilidad de emprender en ciertos países (Corradin y Popov, 2013; de la O Cordero y Urbano, 2020; Özcan, 2011).

3.5. Entorno familiar y condición económica

La incidencia del entorno familiar y la condición económica del individuo, también ha sido de interés para analizar la actividad emprendedora (Tarapuez et al, 2018). La transmisión intergeneracional de la ocupación de padres a hijos, es más significativa entre empresarios que en trabajadores (Ferrando et al, 2019:390) y dónde los hijos de trabajadores por cuenta propia, presentan una actividad emprendedora mayor que de otros padres (Álvarez y Urbano, 2011), lo cual podría explicarse por el aprendizaje temprano de competencias para el negocio (Bernat et al, 2017).

La existencia de modelos a seguir favorecen la actividad emprendedora de los jóvenes, aunque no necesariamente tienen que ser de su entorno familiar (Nicolaou y Shane, 2009). La interacción de los sujetos con personas exitosas, son fuente de inspiración para la creación de nuevas iniciativas empresariales (Echeverri et al, 2018; Zapkau et al, 2015), las cuales se ven favorecidas por las condiciones personales, el apoyo familiar, así como el acceso a la financiación y el favorecimiento de condiciones de orden institucional (Alvarez et al, 2011).

Respecto al nivel de ingreso del individuo y su incidencia en la actividad emprendedora, aún no hay un consenso. Algunos estudios plantean una relación positiva (Capelleras et al, 2013), mientras que otros plantean una relación inversa (León, 2018). Lo anterior se debe en parte a que el objetivo de crear empresa mediante la necesidad se ve afectado por las condiciones económicas

del ambiente, pero en la medida que los recursos crezcan es posible que los sujetos de manera intrínseca, busquen oportunidades de aumentar su independencia y sus ingresos, lo cual también favorecería la actividad emprendedora (Jaén, Fernández, y Liñán, 2013).

4. Consideraciones metodológicas del estudio.

Para el desarrollo de la investigación, se utilizó un enfoque cuantitativo no experimental de corte transversal (medición única a través de un cuestionario en línea entre marzo y mayo de 2020), y con alcance correlacional (posibles relaciones entre variables).

Teniendo en cuenta lo anterior, se garantiza la participación de sujetos pertenecientes a la población milenaria (foco del estudio) y se obtiene un

rango importante de edades, diferentes niveles educativos, posible interés en el emprendimiento rural por la relevancia de sus campos de estudio, diferentes estados civiles y estratos socioeconómicos.

Al consultar telefónicamente a los cinco decanos de las diferentes facultades sobre el número de estudiantes matriculados para el primer semestre de 2020, se obtuvo un recuento total de 1254 personas matriculadas. Tomando este número como referencia, se obtuvo un tamaño de muestra de 295 personas, considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Debido a lo anterior y a la dificultad causada por la pandemia del Covid-19, el cuestionario se distribuyó electrónicamente desde cada una de las facultades, obteniendo una tasa de respuesta de aproximadamente 34% (430 respuestas), la descripción de la muestra se presenta en la Tabla 1.

Tabla 1
Descripción de la muestra

<i>Género</i>	<i>%</i>	<i>Estado civil</i>	<i>%</i>
1. Femenino	46%	1. Soltero	58%
2. Masculino	54%	2. No soltero	42%
<i>Último nivel de estudios encuestado</i>	<i>%</i>	<i>Último nivel de estudios padre</i>	<i>%</i>
1. Tecnología	23%	1. Primaria	36%
2. Profesional	52%	2. Bachillerato	32%
3. Posgrado	26%	3. Universitario o posgrado	32%
<i>Último nivel de estudios madre</i>	<i>%</i>	<i>Estrato</i>	<i>%</i>
1. Primaria	27%	1	4%
2. Bachillerato	36%	2	19%
3. Universitario o posgrado	37%	3	36%
		4	21%
<i># de dependientes</i>	<i>%</i>	5	12%
1. Ninguna persona	23%	6	8%
2. Solo una	29%		
3. dos o más personas	48%		

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con la respuesta a la pregunta: ¿en qué etapa del emprendimiento se ubica usted? se caracterizó el nivel de emprendimiento de los participantes del estudio. Por tanto, el nivel es 0 si la persona prefiere trabajar y no le interesa emprender, 1 si la persona apenas tiene la idea de negocio, pero no ha comenzado a desarrollarla, y 2 si la persona está iniciando o ya tiene su negocio funcionando. Una vez identificado el nivel de emprendimiento de los participantes, se realizaron pruebas estadísticas de chi-cuadrado (Weaver et al, 2017; Wuensch, 2011); con el propósito de determinar si dicho nivel tiene algún grado de asociación con las diferentes características sociodemográficas que fueron medidas tales como la edad, el estado civil, el género, nivel de estudios, entre otros.

Posteriormente, una vez verificada la existencia de asociaciones entre las variables, se procedió a realizar un análisis de correspondencias múltiples (Le Roux y Rouanet, 2010); con el objetivo de identificar algunos patrones y tendencias entre las variables. Dicha técnica se utilizó para manejar datos categóricos multivariados, como los que fueron recolectados en la encuesta. La idea principal de un análisis de correspondencias múltiples es la reducción de la dimensionalidad del conjunto de datos originales en diferentes componentes. Generalmente como resultado de dicho análisis se obtienen unos mapas perceptuales con las dos primeras componentes facilitando con ello la interpretación (Fort et al, 2019).

Se utilizó un instrumento construido y validado por Arias, Ribes y Arango

(2019), el cual fue desarrollado mediante consulta a expertos, evaluación de la competencia de los mismos y verificación de la consistencia interna, utilizando el alfa de Cronbach, cuyos resultados superaron el valor de 0,9 para todos los casos; considerando el instrumento adecuado para desarrollar el trabajo de campo, el cual incluía aspectos socioeconómicos de los participantes, así como los impulsores, barreras y motivaciones de los jóvenes hacia el emprendimiento rural.

5. Factores sociodemográficos en los emprendimientos rurales de Antioquia, Colombia: Resultados

El primer paso para establecer las diferencias respecto a los factores sociodemográficos se encuentra detallados en la Tabla 2. Se presentan aquellas variables como género, estado civil, edad, nivel educativo y estrato socioeconómico en relación a los diferentes niveles de emprendimiento. Se tiene en cuenta si la persona encuestada prefiere trabajar y no le interesa emprender; si tiene la idea de negocio, pero no ha comenzado a desarrollarla, o si está iniciando o ya tiene su negocio funcionando. De igual forma, se tiene en cuenta el rechazo de la hipótesis nula de no asociación con el nivel de emprendimiento; los estadísticos de prueba chi-cuadrado, con sus grados de libertad y valores-p (significancia bilateral) se presentan en la parte inferior de la tabla.

Tabla 2
Pruebas de chi-cuadrado para factores sociodemográficos.

Nivel de emprendimiento	Genero		Civil		Categoría edad			
	1	2	1	2	[18,24]	[25,31]	[32,38]	>= 39
0	15.10%	8.90%	13.80%	9.50%	17.10%	9.60%	8.60%	12.50%
1	52.60%	48.20%	54.10%	44.40%	66.70%	47.10%	41.90%	45.50%
2	32.30%	42.90%	32.10%	46.20%	16.20%	43.40%	49.50%	42.00%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Chi-cuadrado	6.783		8.671		29.411			
gl	2		2		6			
Sig. Bilateral	0.034		0.013		0.000			

Nivel de emprendimiento	Nivel educativo			Estrato					
	1	2	3	1	2	3	4	5	6
0	16.00%	12.30%	7.30%	10.50%	6.10%	15.40%	13.50%	7.80%	12.50%
1	62.80%	48.90%	43.10%	68.40%	69.50%	53.00%	36.00%	49.00%	21.90%
2	21.30%	38.80%	49.50%	21.10%	24.40%	31.50%	50.60%	43.10%	65.60%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Chi-cuadrado	18.205			38.737					
gl	4			10					
Sig. Bilateral	0.001			0					

Fuente: elaboración propia.

En el caso de la variable género es posible observar diferencias en cuanto el nivel de emprendimiento y el hecho de ser hombre o mujer. La probabilidad de estar en el nivel 0 de emprendimiento (no querer emprender), es más alta si es mujer (15.10% dado que es mujer y 8.90% dado que es hombre).

Así mismo, se observa que la probabilidad de estar en el nivel 2 (estar iniciando el negocio o ya tenerlo en funcionamiento), es más alta si es

hombre (un 42.90% frente a un 32.30% de las mujeres). Se muestra una mayor participación del género masculino en contextos de emprendimiento (Díaz et al, 2010).

En cuanto al estado civil, la probabilidad de encontrarse en un nivel 2 de emprendimiento es menor si es soltero (un 32.10% frente a un 46.20% para otra situación diferente a la soltería), situación que también es coincidente con lo expresado por León

(2018), mencionando la posibilidad de tener mejores condiciones y apoyo por parte del cónyuge para emprender.

Respecto a las diferencias del nivel de emprendimiento de acuerdo con las categorías de edad que se tienen entre los respondientes, el no querer emprender (nivel de emprendimiento 0) es mayor para las personas menores de 24 años en comparación con aquellas entre los 25 y los 38 años (categorías 2 y 3 de edades).

En cuanto a la variable nivel educativo del respondiente, también se encontraron diferencias en los niveles de emprendimiento; por ejemplo, la probabilidad de no querer emprender es menor si el respondiente ha alcanzado un nivel de estudios de posgrado, situación que se daría en este segmento por una mejor posibilidad del acceso a un trabajo formal (Berrill et al, 2020). Así mismo, los que tienen menor probabilidad de estar en el nivel 2 de emprendimiento, son los que no superaron el nivel tecnológico (21.30% frente a un 38.80% de los que no superaron estudios profesionales y un 49.50% de los que tienen estudios de posgrado), lo cual sugeriría una relación favorable entre el nivel educativo alcanzado por la persona y su posibilidad de emprender.

Respecto al estrato socioeconómico de los respondientes, las probabilidades de encontrarse en el nivel 2 de emprendimiento son mayores, si la persona pertenece a los estratos 4, 5 y 6; siendo este último estrato, el de mayor porcentaje con un 65.60%,

respecto a un 21.10% del estrato 1, resultados que sugerirían la favorabilidad de las personas con mayores ingresos para promover sus propias empresas, frente a aquellos que ostentan una menor condición económica.

Para las variables de nivel educativo del padre/madre y número de dependientes, también se realizaron pruebas estadísticas de chi-cuadrado; pero para ninguna de ellas se encontró asociación, y por tanto, no fue posible rechazar la independencia respecto al nivel de emprendimiento. Los valores para nivel educativo del padre fueron: Chi-cuadrado = 6.996, gl = 4 y sig. Bilateral = 0.136. Los valores para nivel educativo de la madre fueron: Chi-cuadrado = 7.096, gl = 4 y sig. Bilateral = 0.131 y para el número de dependientes: Chi-cuadrado = 7.321, gl = 4 y sig. Bilateral = 0.120.

Dado que hay asociaciones interesantes entre nivel de emprendimiento y las variables sociodemográficas que se midieron, se llevó a cabo un análisis de correspondencias múltiples para identificar ciertos patrones y tendencias de comportamiento. La tabla 3 presenta un resumen con el alfa de Cronbach y varianza explicada por las dos dimensiones extraídas para la reducción de las variables seleccionadas. De allí se observa que las dos dimensiones tienen aproximadamente el mismo peso (valores de inercia de .282 y .255, respectivamente para la 1 y para la 2).

Tabla 3
Resumen análisis de correspondencias múltiples

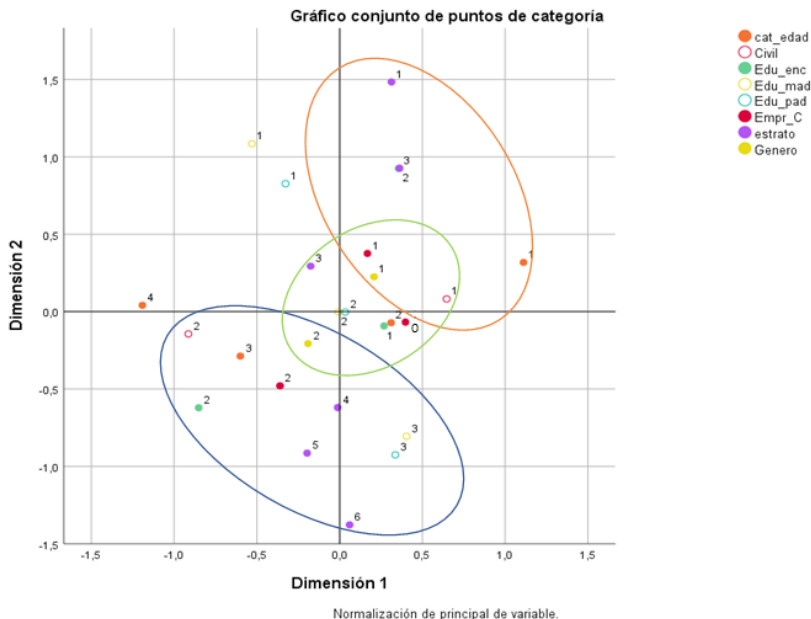
Dimensión	Alfa de Cronbach	Varianza explicada	
		Total (Autovalores)	Inercia
1	.682	2.537	.282
2	.634	2.292	.255
Total		4.828	.536
Media	.659	2.414	.268

Fuente: elaboración propia

La Figura 1, por su parte, presenta el gráfico conjunto de puntos en las diferentes categorías de las variables analizadas. A mayor proximidad entre las categorías de las variables, mayor grado de asociación entre las mismas. Los

óvalos de colores dispuestos en la Figura ayudan a visualizar algunos patrones de acuerdo con el nivel de emprendimiento (Empr_C, en sus niveles 0, 1 y 2) y el resto de las variables sociodemográficas medidas.

Figura 1
Análisis de correspondencias múltiples



Fuente: Elaboración propia.

El óvalo azul corresponde a la categoría de los que ya están emprendiendo (nivel 2 de emprendimiento) y se asocian con estratos altos de la población a nivel económico (morado 4, 5 y 6), además con estudios de posgrado (verde relleno 2), padres con titulación universitaria y/o posgrado (contorno amarillo 3 y verde 3), edades entre los 32 y los 38 años (naranja 3), con estados civiles diferentes a la soltería (contorno rosa 2) y donde predominan los hombres (amarillo relleno 2); lo cual indica la favorabilidad que tienen las personas pertenecientes a clases altas de la población por emprender en el sector rural y cuyos entornos y condición socioeconómica son más favorables que los que pertenecen a una estratificación más baja.

El óvalo naranja corresponde a las personas que apenas tienen la idea de emprender (nivel 1 de emprendimiento), los cuales se asocian con estratos 1 y 2 (morado 1 y 2), es decir aquellos con menores niveles de ingreso; predominan las mujeres (amarillo relleno 1), las personas de esta categoría cuentan con 24 años o menos (naranja 1), el estado educativo se desarrolla hasta el nivel tecnológico (verde relleno 3) y son solteras (contorno rosa 1).

El óvalo verde indica aquellos que no quieren emprender, sino trabajar (nivel 0 de emprendimiento), están asociados con el estrato 3 (morado 3), con grado de educación universitario (verde relleno 1), tienen entre 25 a 31 años (naranja 2), son solteros (contorno rosa 1) y tienen padres con educación no superior al bachillerato (contorno amarillo 2 y verde 2).

En este trabajo se revisaron las variables sociodemográficas que inciden en el emprendimiento de los

jóvenes universitarios de las facultades de ciencias agropecuarias de Antioquia, las cuales fueron detectadas en la construcción de un cuestionario con la metodología de consulta a expertos [26]; y coinciden con variables relacionadas en la literatura como el género, el estado civil, la edad, el nivel educativo y el nivel económico (León, 2018).

Se pudo notar que para el contexto antioqueño las mujeres son menos propensas a ser empresarias que los hombres en el sector rural, lo cual también ha sido reportado en otros contextos como España (Díaz et al, 2010), Ecuador (Córdova et al, 2016) y Colombia (Forero-Bernal y Durán-Duarte, 2019). Las mujeres enfrentan barreras como el acceso a recursos financieros y características demográficas intrínsecas a la edad, el estado civil, la maternidad, el número de hijos y la influencia familiar (Restrepo, 2020).

La edad es otro factor que influye en el emprendimiento de los jóvenes universitarios en el área rural, las personas de 24 años prefieren no emprender; mientras que los ubicados entre 25 a 38 años tienen mayor favorabilidad, situación que coincide con lo reportado por el informe GUESSS para Colombia (Martins et al, 2019), donde se menciona el deseo de los estudiantes de adquirir experiencia laboral y posteriormente generar sus negocios; otra variable que incide es el grado académico obtenido, ya que quienes alcanzan el posgrado tienen mayor probabilidad de conseguir un mejor empleo y por lo tanto su intención disminuye (Berrill et al, 2020).

Para las variables de número de hijos y estudios de los padres, no se encontraron asociaciones y por lo tanto no se ha podido establecer la asociación con el emprendimiento para este

estudio, aunque otros autores relacionan la incidencia de estos aspectos en la posibilidad de iniciar un negocio (Amorós y Mandakovic, 2017; León, 2018; Sher et al, 2017).

Otro aspecto analizado es la condición económica. Se encontró que mientras más pobre es la persona, mayor es la preferencia por conseguir un empleo apenas se gradúa, mientras que quienes son más ricos tienen mayor posibilidad de emprender, lo cual también es consistente con lo reportado por Hurts y Lusardi, dadas las dificultades de los más pobres para conseguir capital (Hurst y Lusardi, 2004).

Los hallazgos relacionados en la literatura internacional coinciden con los encontrados en el presente estudio, por lo tanto, las variables socioeconómicas también tienen incidencia en el contexto antioqueño para el desarrollo del emprendimiento en el área rural por parte de los estudiantes pertenecientes a las Facultades de Ciencias Agropecuarias del Departamento de Antioquia en Colombia.

6. Conclusiones

Los factores sociodemográficos son relevantes a la hora de analizar el emprendimiento y, dentro de este ámbito, el emprendimiento rural, cuyo análisis se realizó a partir de variables ya recogidas en la literatura, como el género, la edad, la educación, el estado civil, la educación y el entorno familiar, según tres posibles estados: no querer emprender, tener la idea de negocio, pero no desarrollarla, o si el individuo ya tiene su negocio en marcha.

Los hombres son más propensos a emprender que las mujeres en las zonas rurales; se observó un mayor interés de las mujeres frente a los hombres en

la etapa de idea de negocio, pero esta relación se invierte al pasar a la etapa de creación y puesta en marcha del negocio donde los hombres presentan una actividad empresarial del 42,9% frente a las mujeres del 32,3% y los demás deciden no emprender.

El nivel educativo también influye en el emprendimiento; existe una mayor favorabilidad de aquellas personas que tienen niveles de estudios más avanzados según el grado de escolaridad en las empresas y la categoría de estar iniciando o ya tener su negocio funcionando, que aumenta según el nivel de escolaridad (tecnológico, licenciatura y posgrado).

El análisis de correspondencias múltiples indica que existe una mayor predisposición a emprender en el medio rural en los sujetos pertenecientes a los estratos más altos de la población, mayoritariamente hombres, con estudios de postgrado, procedentes de familias en las que los padres tienen al menos un título universitario, con una situación distinta a la soltería, y con un rango de edad entre 32 y 38 años.

La edad es otra variable determinante a la hora de emprender, se encontró que las personas ubicadas en el rango de edad de 18 a 24 años y que son recién egresados quieren emprender, pero les gustaría ganar experiencia laboral. Esto es especialmente relevante, ya que los esfuerzos en formación y apoyo al emprendimiento en Colombia se dan generalmente a nivel de pregrado, pero no a nivel de posgrado, y es precisamente allí, donde existe una mayor favorabilidad para emprender y establecer empresas consolidadas, por lo menos en el caso de los egresados de las facultades de ciencias agropecuarias en Antioquia, lo cual no está ocurriendo en este momento.

Es necesario revisar los planes de estudio de los programas de posgrado para la formación en emprendimiento y un fuerte apoyo institucional, lo que posiblemente mejoraría la actividad emprendedora y por ende, el impacto en el desarrollo de las empresas rurales, permitiendo una mejora en las condiciones económicas y la revitalización de los territorios rurales.

Referencias bibliográficas

- Acs, Z. (2006). How Is Entrepreneurship Good for Economic Growth? *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 1(1), 97–107. <https://doi.org/10.1162/itg.2006.1.1.97>
- Acz, Z., Szerb, L., & Autio, E. (2015). *Global entrepreneurship index*. Washington: GEDI.
- Ahmad, N., & Seymour, R. (2008). *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection* (No. STD/DOC(2008)1). París.
- Almodovar, M. (2016). *Actividad Emprendedora y Desarrollo Económico*. Universidad de Extremadura.
- Álvarez, C., & Urbano, D. (2011). Factores del entorno y actividad emprendedora en américa latina. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, 16760(48), 31–45.
- Álvarez, C., Urbano, D., & Amorós, J. E. (2014). GEM research: Achievements and challenges. *Small Business Economics*, 42(3). <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9517-5>
- Alvarez, C., Urbano, D., Coduras, A., & Ruiz-Navarro, J. (2011). Environmental conditions and entrepreneurial activity: a regional comparison in Spain. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(1), 120–140. <https://doi.org/10.1108/14626001111106460>
- Amorós, E., Guerra, M., Pizarro, O., & Poblete, C. (2012). *Mujeres y Actividad Emprendedora en Chile*. Santiago de Chile: Gem Consortium.
- Amorós, J. E., & Mandakovic, V. (2017). The Chilean entrepreneurial ecosystem: understanding the gender gap in entrepreneurial activity. In *Entrepreneurial Ecosystems and Growth of Women's Entrepreneurship* (pp. 197–218). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781785364624.00015>
- Arias, F., Ribes-Giner, G., & Arango, D. (2020). Drivers, barreras y motivaciones para el emprendimiento rural de los millennials en Antioquia-Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(3). <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i3.33231>
- Arias, F., Ribes, G., & Arango, D. (2020). Impulsores, barreras y motivaciones para el emprendimiento rural de los millennials en Antioquia-Colombia/ Drivers, barriers and motivations for rural entrepreneurship of millennials in Antioquia-Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVI(Vol. 26, Num. 3), 56–70. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i3.33231>
- Arias, F., & Ribes Giner, 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.
- Bernat, L. F., Lambardi, G., & Palacios, P. (2017). Determinants of the entrepreneurial gender gap in Latin America. *Small Business Economics*, 48(3), 727–752. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9789-7>

- Berrill, J., O'Hagan-Luff, M., & van Stel, A. (2020). The moderating role of education in the relationship between FDI and entrepreneurial activity. *Small Business Economics*, 54(4), 1041–1059. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0121-6>
- Block, J. H., & Wagner, M. (2010). Necessity and Opportunity Entrepreneurs in Germany: Characteristics and Earnings Differentials. *Schmalenbach Business Review*, 62(2), 154–174. <https://doi.org/10.1007/BF03396803>
- Boudreaux, C., & Nikolaev, B. (2017). Entrepreneurial Traits, Institutions, and the Motivation to Engage in Entrepreneurship. *Academy of Management Proceedings*, 2017(1), 16427. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2017.33>
- Cabrera, E. M., & Mauricio, D. (2017). Factors affecting the success of women's entrepreneurship: a review of literature. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(1), 31–65. <https://doi.org/10.1108/IJGE-01-2016-0001>
- Caliendo, M., Fossen, F. M., Kritikos, A., & Wetter, M. (2015). The Gender Gap in Entrepreneurship: Not just a Matter of Personality. *CESifo Economic Studies*, 61(1), 202–238. <https://doi.org/10.1093/cesifo/ifu023>
- Canales, R., Román, Y., & Ovando, W. (2017). Emprendimiento de la población joven en México. Una perspectiva crítica. *Entreciencias: Diálogos En La Sociedad Del Conocimiento*, 5(12). <https://doi.org/10.21933/j.edsc.2017.12.211>
- Cantillon, R. (1756). *Essai sur la Nature du Commerce*. Londres: Chez Fletcher Gyles. Retrieved from <https://bit.ly/2vtGUeQ>
- Capelleras, J. L., Contín, I., Martín, V., & Larraza, M. (2013). La influencia de las percepciones individuales y el entorno rural/urbano en la actividad emprendedora naciente. *Investigaciones Regionales*, 26(26), 97–113.
- Casson, M. (2010). A history of entrepreneurship - By Robert F. Hébert and Albert N. Link. *The Economic History Review*, 63(4), 1205–1206. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0289.2010.00551.33.x>
- Chandra, Y. (2018). Mapping the evolution of entrepreneurship as a field of research (1990–2013): A scientometric analysis. *PLOS ONE*, 13(1), e0190228. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0190228>
- Commission of the European Communities. (2003). *Green Paper Entrepreneurship in Europe* (No. COM(2003) 27; Vol. 18). Brussels.
- Córdova Herrera, C., Sánchez Manzaba, S., & Cardenas Romero, S. (2016). Influencia del género en la intención de emprendimiento agrícola. *Revista Publicando*, 3(9), 533–541.
- Corradin, S., & Popov, A. (2013). House prices, home equity and entrepreneurs. In *ECB Working Paper*.
- Coulibaly, S. K., Erbao, C., & Metuge Mekongcho, T. (2018). Economic globalization, entrepreneurship, and development. *Technological Forecasting and Social Change*, 127(September 2017), 271–280. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.09.028>
- Dana, L. (2011). *World Encyclopedia of Entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781849808453>
- de la O Cordero, D., & Urbano Pulido, D. (2020). Female entrepreneurial

- activity in Latin-America: A literature review within perspective of Institutional Theory. *Actividad Empresarial Femenina En Latinoamérica: Una Revisión de Literatura Bajo La Perspectiva de La Teoría Institucional.*, 5(2), 9. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edb&AN=142034367&%0Alang=pt-pt&site=eds-live&authtype=sso>
- Diaz, J. C. D., Hernandez, R., Sanchez, M. de la C., & Postigo, M. V. (2010). Actividad emprendedora y género. Un estudio comparativo. *Revista Europea de Direccion y Economia de La Empresa*, 19(2), 83–98.
- Dilli, S., & Westerhuis, G. (2018). How institutions and gender differences in education shape entrepreneurial activity: a cross-national perspective. *Small Business Economics*, 51(2), 371–392. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0004-x>
- Echeverri, L., Valencia, A., Benjumea, M., & Barrera, A. (2018). Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario: Un análisis cualitativo. *Revista Electrónica Educare*, 22(2), 1. <https://doi.org/10.15359/ree.22-2.10>
- Ferrando, S., Veilla, J., & Ortega, R. (2019). Intergenerational Transmission of Entrepreneurial Activity in Spanish Families. *Journal of Family and Economic Issues*, 40(3), 390–407. <https://doi.org/10.1007/s10834-019-09613-7>
- Ferreira, J. J. M., Fernandes, C. I., & 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>
- Forero-Bernal, L. A., & Durán-Duarte, L. K. (2019). Aportes a la construcción del estado de arte del emprendimiento femenino en Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (86). <https://doi.org/10.21158/01208160.n86.2019.2291>
- Fort, E., Gadegbeku, B., Gat, E., Pelissier, C., Hours, M., & Charbotel, B. (2019). Working conditions and risk exposure of employees whose occupations require driving on public roads – Factorial analysis and classification. *Accident Analysis & Prevention*, 131, 254–267. <https://doi.org/10.1016/j.aap.2019.07.001>
- Fossen, F. M., & Büttner, T. J. M. (2013). The returns to education for opportunity entrepreneurs, necessity entrepreneurs, and paid employees. *Economics of Education Review*, 37, 66–84. <https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2013.08.005>
- García, F. J., Ruiz, C.-I., Gil, E., & Gutiérrez, D. (2016). Promoting entrepreneurship education among university students: design and evaluation of an intervention programme / Fomento de la educación emprendedora entre el alumnado universitario: diseño y evaluación de un programa de intervención. *Cultura y Educación*, 28(3), 565–600. <https://doi.org/10.1080/11356405.2016.1196897>
- GEM. (2017). *Actividad Empresarial Colombiana*. Barranquilla: Universidad del Norte.
- Gobernación de Antioquia. (2019). *Acta de reunión consea* (No. 5). Medellín.
- Gomez, E. J. (2014). *Ensayos sobre la actividad emprendedora de los jóvenes españoles desde una perspectiva territorial*. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Hahn, D., Minola, T., Bosio, G., &

- Cassia, L. (2020). The impact of entrepreneurship education on university students' entrepreneurial skills: a family embeddedness perspective. *Small Business Economics*, 55(1), 257–282. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00143-y>
- Harpa, E. (2017). Macroeconomic Analysis of the Competitive Factors which Influence Innovation in Rural Entrepreneurship. *Procedia Engineering*, 181, 965–968. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.02.494>
- Hasan, S. M., Khan, E. A., & Nabi, M. N. U. (2017). Entrepreneurial education at university level and entrepreneurship development. *Education + Training*, 59(7/8), 888–906. <https://doi.org/10.1108/ET-01-2016-0020>
- Hechavarría, D. M., Terjesen, S. A., Stenholm, P., Brännback, M., & Lång, S. (2018). More than Words: Do Gendered Linguistic Structures Widen the Gender Gap in Entrepreneurial Activity? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 42(5), 797–817. <https://doi.org/10.1177/1042258718795350>
- Hernández, B. R., Sánchez, J. C., & Mayens, A. W. (2019). Impact of Entrepreneurial Education Programs on Total Entrepreneurial Activity: The Case of Spain. *Administrative Sciences*, 9(1), 25. <https://doi.org/10.3390/admsci9010025>
- Hessels, J., van Gelderen, M., & Thurik, R. (2008). Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics*, 31(3), 323–339. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9134-x>
- Hrytsaienko, M., Hrytsaienko, H., Andrieieva, L., & Boltianska, L. (2019). The Role of Social Capital in Development of Agricultural Entrepreneurship. In *Modern Development Paths of Agricultural Production* (pp. 427–440). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-14918-5_44
- Hurst, E., & Lusardi, A. (2004). Liquidity Constraints, Household Wealth, and Entrepreneurship. *Journal of Political Economy*, 112(2), 319–347. <https://doi.org/10.1086/381478>
- Jaén, I., Fernández, J., & Liñán, F. (2013). Cultural values, income level and entrepreneurship | Valores culturales, nivel de ingresos y actividad emprendedora. *Revista de Economía Mundial*, (35).
- Kirkwood, J. (2009). Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship. *Gender in Management: An International Journal*, 24(5), 346–364. <https://doi.org/10.1108/17542410910968805>
- Klapper, L., Amit, R., Guillen, M. F., & Quesada, J. M. (2007). *Entrepreneurship And Firm Formation Across Countries*. Washington: World Bank. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-4313>
- Koellinger, P., Minniti, M., & Schade, C. (2013). Gender Differences in Entrepreneurial Propensity*. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 75(2), 213–234. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0084.2011.00689.x>
- Krasniqi, B.A. (2009). Personal, household and business environmental determinants of entrepreneurship. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 16(1), 146–166. <https://doi.org/10.1108/14626000910932935>
- Lafuente, E., & Gómez-Araujo, E. (2016). The Territorial Economic Impact of Entrepreneurial Youthfulness. *Strategic Change*, 25(2), 187–204.

<https://doi.org/10.1002/jsc.2055>

- Laure Humbert, A., & Drew, E. (2010). Gender, entrepreneurship and motivational factors in an Irish context. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(2), 173–196. <https://doi.org/10.1108/17566261011051026>
- Laverde, F., Osorio, F., Medina, L., Varela, R., Gomez, E., Parra, L. D., ... Rueda, F. (2019). *Estudio de la Actividad Emprendedora en Colombia - GEM Colombia*. Bogotá: Universidad Javeriana.
- Le Roux, B., & Rouanet, H. (2010). *Multiple Correspondence Analysis*. 2455 Teller Road, Thousand Oaks California 91320 United States of America: SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781412993906>
- León Mendoza, J. (2018). Emprendimiento de negocios propios en el Perú: el rol de los factores sociodemográficos personales a nivel de departamentos. *Estudios Gerenciales*, 34(146), 19–33. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2810>
- Lewellyn, K. B., & Muller-Kahle, M. I. (2016). A configurational approach to understanding gender differences in entrepreneurial activity: a fuzzy set analysis of 40 countries. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(3), 765–790. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0366-3>
- Mancilla, C., Amoros, E., & Vaillant, Y. (2016). Análisis de las primeras etapas del proceso emprendedor. *Revista Chilena de Economía y Sociedad*, 13–22.
- Martins, I., Pérez, J., Álvarez, C., López, T., Moreno, J., & Hugueth, A. (2019). *El espíritu emprendedor de los estudiantes en Colombia. Resultados del Proyecto Guesss 2018*. 73.
- Marulanda, F. Á., Montoya, I. A., & Vélez, J. M. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento & Gestión*, (36), 204–236. <https://doi.org/10.14482/pege.36.5571>
- Marulanda, F. Á., & Morales, S. T. (2017). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista EAN*, (81), 12. <https://doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1556>
- 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>
- Meek, W. R., Pacheco, D. F., & York, J. G. (2010). The impact of social norms on entrepreneurial action: Evidence from the environmental entrepreneurship context. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 493–509. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.09.007>
- Meoli, A., Fini, R., Sobrero, M., & Wiklund, J. (2020). How entrepreneurial intentions influence entrepreneurial career choices: The moderating influence of social context. *Journal of Business Venturing*, 35(3). <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.105982>
- Müller, S., & Korsgaard, S. (2018). Resources and bridging: the role of spatial context in rural entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 30(1–2), 224–255. <https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1402092>
- Muñoz, P., & Cohen, B. (2018). Sustainable Entrepreneurship Research: Taking Stock and looking ahead. *Business Strategy and the Environment*, 27(3), 300–322. <https://doi.org/10.1002/bse.2000>

- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The Impact of Entrepreneurship Education in Higher Education: A Systematic Review and Research Agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277–299. <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>
- Nicolaou, N., & Shane, S. (2009). Can genetic factors influence the likelihood of engaging in entrepreneurial activity? *Journal of Business Venturing*, 24(1), 1–22. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2007.11.003>
- OECD. (2015). *OECD Labour Force Statistics 2014*. <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.1787/oecd-lfs-2014-en>
- Oosterbeek, H., van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442–454. <https://doi.org/10.1016/j.eurocorev.2009.08.002>
- Özcan, B. (2011). Only the lonely? The influence of the spouse on the transition to self-employment. *Small Business Economics*, 37(4), 465–492. <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9376-x>
- Pato, M. L., & Teixeira, A. A. C. (2016). Twenty Years of Rural Entrepreneurship: A Bibliometric Survey. *Sociologia Ruralis*, 56(1), 3–28. <https://doi.org/10.1111/soru.12058>
- Perényi, Á., & Losoncz, M. (2018). A Systematic Review of International Entrepreneurship Special Issue Articles. *Sustainability*, 10(10), 3476. <https://doi.org/10.3390/su10103476>
- Pérez, C., & Avilés, M. (2016). Explanatory factors of female entrepreneurship and limiting elements. *Suma de Negocios*, 7(15), 25–31. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.12.004>
- Raposo, M., & Paço, A. (2011). Entrepreneurship education: Relationship between education. *Psicothema*, 23(3), 453–457.
- Raquel, F. (2013). La motivación emprendedora y los factores que contribuyen con el éxito del emprendimiento. *Ciencias Administrativas*, (1), 1–10. Retrieved from <http://www.redalyc.org/pdf/5116/511651377005.pdf>
- Restrepo Botero, A. C. (2020). *Barreras del emprendimiento rural desde una perspectiva de género en el Oriente de Antioquia*, Colombia. Universidad de Antioquia.
- Reynolds, P. D. (2005). Understanding Business Creation: Serendipity and Scope in Two Decades of Business Creation Studies. *Small Business Economics*, 24(4), 359–364. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-0692-x>
- Reynolds, P. D., Camp, M., & Autio, E. (2001). *Global Entrepreneurship Monitor: 2001 Executive Report*. London: Entreworld. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2501.3286>
- Ribes-Giner, G., Moya-Clemente, I., Cervelló-Royo, R., & Perello-Marin, M. R. (2018). Domestic economic and social conditions empowering female entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 89, 182–189. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.005>
- Ribes-Giner, G., Moya-Clemente, I., Cervelló-Royo, R., & Perello-Marin, M. R. (2019). Wellbeing indicators affecting female entrepreneurship in OECD countries. *Quality and Quantity*, 53(2), 915–933. <https://doi.org/10.1007/s11135-018-0796-4>
- Sánchez, J. C. (2013). The Impact of an Entrepreneurship Education Program

- on Entrepreneurial Competencies and Intention. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 447–465. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12025>
- Sanclemente, J. C. (2010). La colonización antioqueña, el emprendimiento y su aporte a la competitividad regional y nacional. *Estudios Gerenciales*, 26(114), 119–147. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(10\)70105-4](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(10)70105-4)
- Santander, P., Fernández, C., & Yáñez, D. (2016). Motivaciones y condicionantes contextuales en el emprendimiento liderado por mujeres chilenas. *Revista de Ciencias Sociales*, 22(2), 63–77. <https://doi.org/10.31876/rcs.v22i2.24860>
- Sarfaraz, L., Faghih, N., & Majid, A. (2014). The relationship between women entrepreneurship and gender equality. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 2(1), 6. <https://doi.org/10.1186/2251-7316-2-6>
- Shapiro, A. (1985). *The entrepreneurial event*. Ohio: Ohio State University.
- Sher, A., Adil, S. A., Mushtaq, K., Ali, A., & Hussain, M. (2017). An investigation of entrepreneurial intentions of agricultural students. *Pakistan Journal of Agricultural Sciences*, 54, 941–945.
- Shi, L., Yao, X., & Wu, W. (2019). Perceived university support, entrepreneurial self-efficacy, heterogeneous entrepreneurial intentions in entrepreneurship education. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(2), 205–230. <https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2019-0040>
- Singer, S., Amorós, E., & Moska, D. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report*.
- Tarapuez, E., Aristizábal, J. M., & Monard, C. (2018). Aspectos sociodemográficos y familiares e intención empresarial en estudiantes de Maestría en Administración en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 34(149), 422–434. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.149.2757>
- Tarapuez, E., García, M. D., & Castellano, N. (2018). Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios del Quindío (Colombia). *Innovar*, 28(67), 123–135. <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n67.68618>
- Terán-Yépez, E., Marín-Carrillo, G. M., Casado-Belmonte, M. del P., & Capobianco-Uriarte, M. de las M. (2020). Sustainable entrepreneurship: Review of its evolution and new trends. *Journal of Cleaner Production*, 252, 119742. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119742>
- Tovar, L., Balanta, S., Ordoñez, J., & Serna, W. (2018). Factores asociados al emprendimiento por oportunidad de los colombianos retornados del exterior. *Migraciones*, 45, 119–142. <https://doi.org/10.mig.i45.y2018.005>
- Uhlaner, L., & Thurik, R. (2010). Postmaterialism Influencing Total Entrepreneurial Activity Across Nations. In *Entrepreneurship and Culture* (pp. 301–328). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-540-87910-7_14
- Urbano, D., Aparicio, S., & 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>
- van der Zwan, P., Thurik, R., Verheul, I., & Hessels, J. (2016). Factors

- influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs. *Eurasian Business Review*, 6(3), 273–295. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0065-1>
- Van der Zwan, P., Thurik, R., Verheul, I., & Hessels, J. (2016). Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs. *Eurasian Business Review*, 6(3), 273–295. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0065-1>
- van Stel, A., Storey, D. J., & Thurik, A. R. (2007). The Effect of Business Regulations on Nascent and Young Business Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 28(2–3), 171–186. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-9014-1>
- Weaver, K. F., Morales, V., Dunn, S. L., Godde, K., & Weaver, P. F. (2017). Chi-Square Test. In *An Introduction to Statistical Analysis in Research* (pp. 393–434). Hoboken, NJ, USA: John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1002/9781119454205.ch9>
- Wong, P. K., Ho, Y. P., & Autio, E. (2005). Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Evidence from GEM data. *Small Business Economics*, 24(3), 335–350. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-2000-1>
- Wortman Jr., M. (1990). Rural entrepreneurship research: An integration into the entrepreneurship field. *Agribusiness*, 6(4), 329–344. [https://doi.org/10.1002/1520-6297\(199007\)6:4<329::AID-AGR2720060405>3.0.CO;2-N](https://doi.org/10.1002/1520-6297(199007)6:4<329::AID-AGR2720060405>3.0.CO;2-N)
- Wu, J., Li, Y., & Zhang, D. (2019). Identifying women's entrepreneurial barriers and empowering female entrepreneurship worldwide: a fuzzy-set QCA approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(3), 905–928. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00570-z>
- Wuensch, K. L. (2011). Chi-Square Tests. In *International Encyclopedia of Statistical Science* (pp. 252–253). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-04898-2_173
- Yurrebaso, A., Rodríguez, C., Jáñez, Á., Picado, E. M., Guzmán, R., & Pérez, J. L. (2020). Personalidad emprendedora y género. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 38(1), 85–103. <https://doi.org/10.5209/crla.68869>
- Zapkau, F. B., Schwens, C., Steinmetz, H., & Kabst, R. (2015). Disentangling the effect of prior entrepreneurial exposure on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68(3), 639–653. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.08.007>
- Zengyu, V., Nandialath, A., Kassim, A., & Esra, E. (2013). Socio-demographic factors and network configuration among MENA entrepreneurs. *International Journal of Emerging Markets*, 8(3), 258–281. <https://doi.org/10.1108/17468801311330329>
- Zhang, T., & Acs, Z. (2018). Age and entrepreneurship: nuances from entrepreneur types and generation effects. *Small Business Economics*, 51(4), 773–809. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0079-4>