

El emprendimiento rural como pilar para el desarrollo económico

Vianney Paola Cancelado Ortiz¹

Resumen

El texto tiene como propósito desarrollar un proceso de reflexión sobre el emprendimiento rural abordado desde elementos conceptuales usando una revisión narrativa desde conceptos europeos, norteamericanos y de la escuela latina. En este sentido se logra revisar un panorama de la concepción de emprendimiento y las posibilidades de enlazarse con el espacio social de lo rural, especialmente en Colombia, en donde la agricultura familiar provee más del 60% de la dotación de alimentos en el país, y en donde los grados de tecnologización son bajos, desarrollar conceptualmente el emprendimiento rural puede permitir a los habitantes rurales fortalecer su sistema organizacional y enlaces con su cadena de valor.

Palabras clave: Emprendimiento, ruralidad, emprendimiento rural

¹ Administradora Financiera y de Sistemas, Especialista en docencia Universitaria, Master Dirección y Administración de Empresas. Docente del Centro de Emprendimiento de UNIAGRARIA



Mariaboiko - Freepik.com. (2023). Farmer driving small tractor for soil cultivation and potato digging. Autumn harvest potato picking [Free for commercial use WITH ATTRIBUTION license]. Recuperado de https://www.freepik.com/free-vector/farmer-driving-small-tractor-for-soil-cultivation-and-potato-digging-autumn-harvest-potato-picking_5580993.htm

► Introducción

En lo transcurrido del siglo XXI el mundo ha presenciado una serie de cambios que están poniendo a prueba modelos económicos antes probados y las estrategias adoptadas por las empresas a nivel global. Esta transición del modelo económico ha realzado la importancia de que los gobiernos desarrollen e implementen políticas que mantengan y creen diversos mecanismos que contribuyan a incrementar sustancialmente la productividad y competitividad. Se requieren formas más eficientes de hacer las cosas para enfrentar los retos que presenta la economía del conocimiento y poder capitalizarlos.

El papel que tiene la investigación, el desarrollo y la innovación, tanto en la economía como en la sociedad de cualquier país no se discute, es un factor determinante y profundamente incisivo en la sociedad. Esto ha atraído paulatinamente a los académicos y políticos de todos los países para entender cómo están relacionados. Al final, el consenso se fundamenta en que el desarrollo

económico, la actividad emprendedora y la innovación, son tres conceptos que están íntimamente relacionados y que la forma como se configuren tiene afectación directa sobre la calidad de vida de las personas.

El emprendimiento ha sido considerado por varios teóricos como una iniciativa innovadora individual Schumpeter (1934)

citado en Vásquez-Moreno (2016), en la cual son las características propias del emprendedor, referido a su dimensión personal, las que determinan en mayor medida su propensión a desarrollar proyectos empresariales y, en la misma medida, el éxito o fracaso de sus iniciativas productivas. Esto ha llevado a comprender al emprendedor como un objeto de estudio para entender sus verdaderas motivaciones para emprender. Se indaga permanentemente su particular visión del entorno económico y su capacidad para identificar oportunidades de negocio, así mismo su capacidad para gestionar con éxito proyectos que en apariencia, para el resto de la población, son de una elevada complejidad a la hora de ejecutarlos (Rodríguez & Prieto Pinto, 2009).

En esta búsqueda por comprender al emprendedor y el fenómeno emprendedor, también han entrado a considerarse los estímulos del entorno al agente de emprendimiento. Estos estímulos externos, igual que la cercanía de los individuos a proyectos empresariales, influyen positivamente sobre sus intenciones de emprender para crear su empresa. Hecho que ha llevado a las universidades a incluir en sus programas cátedras de emprendimiento, con el fin de incrementar el espíritu emprendedor en sus estudiantes, y desde otra arista, procura acercar el mundo empresarial a los estudiantes, con prácticas, pasantías y conferencias de empresarios.

A pesar de ser un campo que ha tomado mucho interés y relevancia en la comunidad científica, donde los estudios han emergido en un número significativo, a la fecha no es claro cómo se da el proceso del emprendimiento y cuál es el perfil del emprendedor. No es claro si es producto

de las circunstancias y los contextos que lo rodean, o si por lo contrario, obedece a su íntimo deseo, o si, en realidad es la suma de estos factores en diferentes combinaciones. Parece un misterio que no es accesible a través de una sola disciplina científica. Es por ello que desde la psicología, la sociología, las ciencias empresariales y la economía, han emergido interpretaciones acerca de este fenómeno, dando paso a miradas multidisciplinares que contribuyen a la comprensión y entendimiento de este importante proceso social.

Existe un consenso generalizado en círculos académicos y políticos, en que América Latina y el Caribe es una región con gran potencial económico, sin embargo no es visible dado a sus bajos índices de crecimiento y desarrollo económico. Algunas de las causas de este desempeño relativamente pobre se atribuyen a que la región sigue presentando áreas de oportunidad en diversos aspectos como la educación, la creación de conocimiento y algunas reformas económicas, lo que ha significado menores resultados económicos y competitivos en comparación con otros mercados emergentes. De esta forma, América Latina ha tenido más dificultades para el desarrollo de actividades relacionadas con la innovación, el emprendimiento y la creación de nuevas empresas en general (Amorós, 2011).

En el auge y atención científica que ha tomado el tema del emprendimiento y lo que a lo largo del tiempo se ha publicado al respecto, pueden encontrarse diferentes conceptos, percepciones e interpretaciones que han derivado en diversas definiciones. Desde las propuestas de Cantillon (1755) citado por Martínez-Aguilar et al. (2021), hasta las más recientes visiones y conceptos

sobre el emprendimiento que resaltan su naturaleza multifacética y holística, se han identificado diversos elementos que son comunes al emprendimiento y aunque no es un tema que se desarrollará en este escrito, la existencia de estos elementos es un punto de partida para profundizar en este fenómeno mediante ejercicios locales de investigación. Dentro de los mínimos comunes podemos encontrar: a) actitudes emprendedoras, b) actividades emprendedoras y c) aspiraciones emprendedoras. Estos elementos pueden ser considerados unas categorías de análisis e interpretación de un ecosistema emprendedor y la interacción con los emprendedores (Hurtado, 2011).

Hoy es más claro que el emprendimiento juega un importante rol en la dinamización de las economías. Es una herramienta necesaria para las economías en desarrollo y su rol aplica para las que se denominan modernas como en las llamadas tradicionales.

La necesidad del emprendimiento rural

La globalización es un elemento presente en la dinámica social y económica en el mundo, incidiendo y afectando de forma diferente a los países y sus regiones. Sus efectos han agudizado la ya desfavorable situación de las zonas rurales, que tradicionalmente se han venido encontrando en situaciones de desventaja respecto a las áreas urbanas o a las conurbaciones. Estas afectaciones han tenido evidencia en los bajos niveles de natalidad, el envejecimiento progresivo de la población, las altas tasas de desempleo, la prestación insuficiente de servicios básicos, el éxodo rural, entre otras. Todo esto amplía la brecha de desarrollo y oportunidades para las zonas rurales.

Para comprender en mayor proporción el concepto de emprendimiento rural es necesario vincular el concepto de desarrollo, en este caso desarrollo territorial. Éste se entiende como las actividades de una zona geográfica específica con el fin de solucionar problemáticas y generar mejores condiciones de vida, mediante estrategias que están en constante cambio dependiendo del territorio y la integración de las comunidades en el proceso (Taborda y Sosa, 2014). Por lo tanto, no es solo un concepto complementario al emprendimiento rural, es fundamental para comprender la dinámica emprendedora y el ecosistema público y privado que favorezca o no el espíritu emprendedor y la creación de nuevas empresas, mencionadas antes como un elemento común e importante.

El nacimiento de iniciativas emprendedoras puede relacionarse con los ecosistemas de emprendimiento que se den en los territorios, especialmente los rurales, por sus características generales, particulares y singulares, pues éstos pueden ofrecer condiciones que favorezcan o inhiban la creación y el desarrollo de nuevas empresas agrícolas o afines con las actividades económicas propias del territorio. Por tanto, se hace necesario conocer los ecosistemas en los que surge el emprendimiento, saber cuáles son sus componentes, cómo se comportan y cómo interactúan entre sí, ya que este entendimiento permitirá sugerir prácticas y/o condiciones para mejorar el proceso, poder planificar alternativas para estimular el emprendimiento y de este modo, ofrecer información de importancia a los decisores públicos.

En lo referido al emprendimiento rural se pueden identificar varios tipos de emprendimiento que tienen lugar en estos

territorios. En primer lugar, está la diferencia entre emprendedor rural y emprendedor agrícola. Los dos tienen en común el ser parte de algún entorno rural donde interactúan con sus prácticas como emprendedores o empresarios, sin embargo, el emprendedor agrícola es aquel individuo o grupo que tiene derechos de uso y explotación de tierras u otros elementos para llevar a cabo las actividades agropecuarias, forestales o mixtas, mientras que el otro desarrolla actividades que no necesariamente están vinculadas con actividades directamente agropecuarias, pero proveen elementos que ayudan al desarrollo de estos territorios (telecomunicaciones, transporte, esparcimiento, etc.) Desde este postulado el emprendimiento rural se entiende como la creación de nuevas organizaciones que generan nuevos mercados y productos o utilizan nuevas tecnologías desde las zonas rurales (Wortman, 1990). Todo encaminado al desarrollo rural.

La responsabilidad de la universidad en la promoción del emprendimiento es algo generalmente aceptado. Además, gobiernos, instituciones, fundaciones y otros, buscan cómo promover exitosamente el emprendimiento, sin embargo, los estudios sobre el mismo fallan al no proveer una clara imagen de los factores que motivan a un individuo a emprender. Por lo anterior, este trabajo busca identificar los factores que favorecen la intención de emprender en el contexto de la formación universitaria

En esta materia, los retos para Colombia son numerosos. A pesar de contar con una alta intención emprendedora y de realizar esfuerzos para lograr que el emprendimiento se convierta en un motor dinamizador de la economía, el nivel de sofisticación es aún bajo (ANDI, 2017).

El estudio Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Colombia 2007, señaló que Colombia ocupa el tercer lugar como país emprendedor del mundo. De igual manera, señala que si bien los colombianos tienen capacidad para crear empresa, no todos tienen capacidad para mantenerla a flote más de 3,5 años, además, tienen pocas expectativas de crecimiento, en términos de expansión de mercados, exportaciones, generación de empleos y uso de tecnologías. El mismo estudio menciona que hay mayor tendencia a crear empresa por oportunidad cuando hay mayor nivel educativo, lo que nos muestra el impacto de la educación en la formación de un núcleo empresarial que pueda crear riqueza. Las competencias emprendedoras desempeñan un papel básico en todo proceso de desarrollo humano y social (Varela, R. 2001), dado que su definición implica la consideración de una serie de valores culturales que rigen el comportamiento de los emprendedores. La formación debe ir cada vez más acompañada de crecientes cuotas de formación para el emprendimiento, ya que en el mundo en que el que trabajan los egresados de la educación superior, es indiscutiblemente distinto al de hace un par de décadas.

▶ Referencias

- Amorós, J. E. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, (46), 1–15.
- ANDI. (2017). El emprendimiento: un camino para la sofisticación del aparato productivo en

- Colombia. *In Estrategia para una nueva industrialización II* (pp. 114–127).
- Hurtado, C. D. (2011). Competencias emprendedoras a desarrollar en los estudiantes de la carrera de administración de empresas en la universidad pública. *Competencias emprendedoras a desarrollar en los estudiantes de la carrera de administración de empresas en la universidad púb. XVI Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática*.
- Martínez Aguilar, M. F. ., Hernández Chacón, L. ., & Peñalosa Otero, M. E. (2021). Emprendedurismo desde la perspectiva de dos grupos de universitarios: México vs Ecuador. *FACE: Revista De La Facultad De Ciencias Económicas Y Empresariales*, 18(2), 39–49. <https://doi.org/10.24054/01204211.v2.n2.2018.496>
- Rodríguez, C. A., & Prieto Pinto, F. A. (2009). La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios. estudio comparativo Colombia-Francia. *Innovar*, 19(SUPPL. 1), 73–89.
- Taborda, L. A., & Sosa, M. D. (2014). Un modelo de emprendimiento agrícola a partir de educación superior rural en la Colombia profunda. *ISEES: Inclusión Social y Equidad En La Educación Superior*, (14), 49–62.
- Wortman, M. S. (1990), Rural entrepreneurship research: An integration into the entrepreneurship field. *Agribusiness*, 6(3), 29-344. doi:[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)
- Varela V., Rodrigo. (2008) *Innovación Empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas* 3a ed. Bogotá: Pearson Educación de Colombia
- Vázquez Moreno, J. A. (2016). *El Emprendimiento Empresarial. La Importancia de ser Emprendedor: 2ª Edición*. Estados Unidos: CreateSpace Independent Publishing Platform.