

# Explicando el emprendimiento rural exitoso desde un análisis multidimensional: un estudio de caso en Colombia

## *Explaining successful rural entrepreneurship from a multidimensional analysis: a case study in Colombia*

Carlos Julián Ramírez-Gómez<sup>1</sup> , Juliana Velasquez-Mejía<sup>2</sup> , Luz Aidé Cardona-Giraldo<sup>1</sup> 

<sup>1</sup>Departamento de Desarrollo Rural, Facultad de Ciencias Agropecuarias, Universidad de Caldas, Manizales, Caldas, Colombia. E-mails: carlosj.ramirez@ucaldas.edu.co; luz.cardonag@ucaldas.edu.co

<sup>2</sup>Laboratorio de Estudios Sociales Comparados, Universidad de Caldas, Manizales, Caldas, Colombia. E-mail: juliana.velasquezm@ucaldas.edu.co

**Cómo citar:** Ramírez-Gómez, C. J., Velasquez-Mejía, J., & Cardona-Giraldo, L. A. (2025). Explicando el emprendimiento rural exitoso desde un análisis multidimensional: un estudio de caso en Colombia. *Revista de Economía e Sociología Rural*, 63, e291857. <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2025.291857>

**Resumen:** Este estudio busca contribuir con una brecha de conocimiento en torno a los factores de éxito asociados al emprendimiento rural. Por lo cual, la investigación analiza la relevancia de factores internos, externos y su interrelación, para la comprensión de aquellos aspectos que pueden considerarse en el abordaje del éxito emprendedor. Para ello el estudio se basa en un abordaje empírico a partir de entrevistas semiestructuradas y estudios de caso a emprendimientos rurales seleccionados por su éxito y escalabilidad. Además, la información fue analizada con el software Atlas Ti. Los resultados reflejan aspectos claves del éxito tales como la identidad local y la conexión con el territorio, el rol de las redes sociales locales, relaciones comunitarias y la interrelación con el espíritu emprendedor e innovaciones introducidas al emprendimiento.

**Palabras clave:** éxito emprendedor, población rural, modelo dimensional, desarrollo rural, territorios rurales.

**Abstract:** This study seeks to contribute to a knowledge gap around the success factors associated with rural entrepreneurship. Therefore, the research analyzes the relevance of internal and external factors and their interrelationship, to understand those aspects that can be considered in the approach to entrepreneurial success. To do so, the study is based on an empirical approach based on semi-structured interviews and case studies of rural entrepreneurs selected for their success and scalability. In addition, the information was analyzed with Atlas Ti software. The results reflect key aspects of success such as local identity and connection with the territory, the role of local social networks, community relations and the interrelation with the entrepreneurial spirit and innovations introduced to entrepreneurship.

**Keywords:** entrepreneurial success, rural population, dimensional model, rural development, rural territories.

## 1 Introducción

La importancia sobre el emprendimiento rural (ER) ha crecido considerablemente en los últimos años, especialmente por las implicaciones que tiene para el desarrollo rural en países en desarrollo como Colombia. Específicamente el ER ha sido considerado como una de las estrategias más importantes para dinamizar la economía rural, dado que se visiona como una forma viable de contribuir a reducir el desempleo y la pobreza, desarrollar nuevas actividades productivas y generar diferentes alternativas de vida para las sociedades rurales

(Dhewanto et al., 2020). Sin embargo el ER enfrenta un conjunto de retos que pueden incidir en la propia supervivencia y éxito de los proyectos, a partir de lo que implica la inserción efectiva en los mercados, el entorno institucional, así como la misma ubicación geográfica, conexión con las áreas urbanas y la dotación de recursos locales que faciliten el proceso empresarial.

Es por ello que algunos estudios se han concentrado en establecer aquellos factores que pueden influenciar la propensión al desarrollo del emprendimiento rural (del Olmo-García et al., 2023), o aquellos factores que tienen incidencia en la creación de los emprendimientos, con base en la interrelación de niveles y variables (Sohns & Revilla Diez, 2018). Sin embargo, aún es escasa la atención lo relacionado al emprendimiento rural y lo que implica la permanencia en el tiempo de los ER y qué factores pueden contribuir al éxito, además desde una perspectiva empírica. De hecho, algunos autores han señalado que las unidades rurales de producción agropecuaria o agroindustrial, especialmente emprendimientos rurales de pequeña o mediana escala han sido poco atendidos por la literatura empresarial (Dias et al., 2019).

En ese sentido, todo lo relacionado con el éxito del emprendimiento rural se constituye en un asunto de gran relevancia por sus implicaciones políticas especialmente en países en vía de desarrollo. De hecho, es sabido de los esfuerzos de muchos países por fomentar este tipo de proyectos, dadas las implicaciones que tiene para la dinamización de la economía rural (Ozgen & Minsky, 2007), así como para buscar contribuir a resolver un problema importante en los países en desarrollo relacionado con la permanencia de la juventud en sus territorios y evitar la migración rural (Deller et al., 2019). No obstante, aunque pequeños emprendimientos rurales pueden desempeñar un rol importante en los territorios y en países en desarrollo, la mayoría de estos proyectos no sobreviven más de cinco años y cuentan con una alta tasa de fracaso (Deller & Conroy, 2017).

Por lo tanto, la discusión relacionada con la pregunta del por qué algunos emprendimientos rurales sobreviven y son más exitosos, es un asunto que sigue generando interés en la literatura científica. Algunos autores revelan la existencia de amplias variables que contribuyen a explicar el éxito o fracaso, donde pueden intervenir factores personales, socio-demográficos, así como institucionales (Abebe & Gebremariam, 2021). Además, en el contexto de países en desarrollo, aún existe una evidencia empírica limitada frente a factores críticos del éxito del emprendimiento en contextos rurales, especialmente a partir del involucramiento de factores internos (e.g., planificación empresarial), y externo (e.g., apoyo financiero y de capacitación), analizados con base en el desempeño empresarial (Musinguzi et al., 2023). Por lo tanto, este estudio pretende contribuir con esa brecha de conocimiento, aportando información en torno a factores de éxito. Además, la hipótesis de nuestro estudio resalta que el emprendimiento rural exitoso se puede explicar mejor a partir de la interrelación de un entorno interno y un entorno externo donde entra en consideración tanto el territorio como el ecosistema institucional de emprendimiento. Este estudio aporta con implicaciones prácticas tanto para emprendedores como para responsables de política pública en regiones rurales para el caso de un país latinoamericano en desarrollo.

## 2 Fundamentación Teórica

La discusión relacionada con el éxito empresarial es un asunto que cuenta con diversos estudios que han contribuido con el desarrollo teórico y empírico. Frente a esto es importante describir al menos dos aspectos clave: primero cómo se puede entender y evaluar el éxito del emprendimiento, y segundo qué factores pueden contribuir a comprender el éxito. Determinar inicialmente los patrones que permiten evaluar qué es considerado como éxito

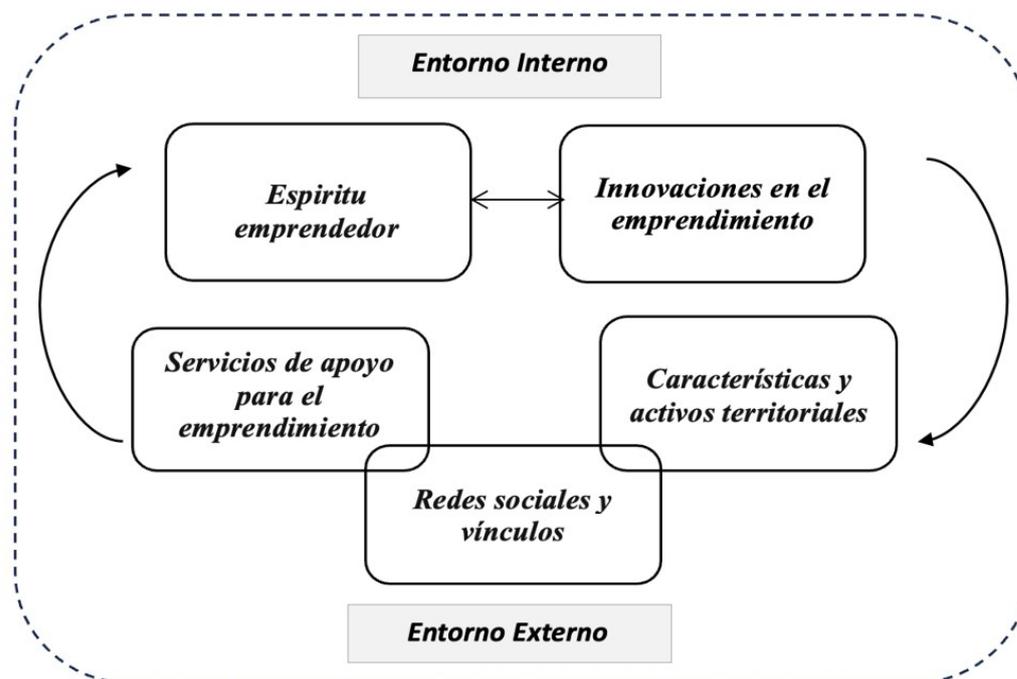
del emprendimiento es una temática de gran relevancia para avanzar en la comprensión del análisis. Alguna literatura considera que el desempeño de la empresa puede ser usado como medida de evaluación del éxito a diversos niveles. Frente a ello se evidencian posturas más neoclásicas que asocian el éxito del emprendedor con la sola ganancia monetaria, que también se ha solido relacionar con cierto ascenso en una posición social y empresarial (Schumpeter et al., 2003). En contraste de esta postura, otros autores comienzan a plantear que la cuestión del éxito del emprendedor tiene una perspectiva más amplia, ya que se involucra por ejemplo por las motivaciones personales, a través de un conjunto de factores que pueden impulsar el emprendimiento (McClelland et al., 2005)

Dentro de este contexto se destacan características del propio empresario o emprendedor (Fried & Tauer, 2015), tales como su persistencia para emprender (Gompers et al., 2010), y hasta la consideración de variables que van más allá de la propia rentabilidad empresarial, tras plantear que el éxito empresarial es subjetivo, ya que pueden intervenir aspectos tales como los relacionamientos, la realización personal, el impacto comunitario, y otras formas de recompensas personales (Wach et al., 2016). Específicamente en el emprendimiento rural se ha evaluado el éxito empresarial desde aspectos tales como la existencia del emprendimiento al cabo de un segundo año de funcionamiento, el incremento del número de empleados, y el crecimiento por ejemplo en sucursales y producción (Eschker et al., 2017).

Por su parte, los factores determinantes o explicativos del éxito del emprendimiento rural son un abordaje con interés creciente en la literatura, pero que suelen abordarse de manera separada, generando nuevas oportunidades de investigación, dado que un conjunto de factores podrían buscar interrelacionarse para comprender mejor el contexto del éxito, ya que el emprendimiento rural en sí mismo se relaciona como mínimo con su entorno geográfico generalmente heterogéneo (Sohns & Revilla Diez, 2018). Esta es la razón por la cual a partir de la revisión conceptual, en este estudio se propone un marco analítico que integra y agrupa un entorno interno, donde se involucran diversas variables propias de las características y perfil del emprendedor rural, que se denomina como espíritu emprendedor (Figura 1). Desde esta perspectiva se destacan aspectos como los años de experiencia del emprendedor, sus capacidades de mercadeo, y su disponibilidad de capital (Gyimah & Lussier, 2021).

Además, se ha señalado que por ejemplo en muchos emprendimientos suelen haber dificultades para tomar las decisiones correctas, en cuyo caso las elecciones pueden hacerse desde cierta intuición poco informada, con una visión de corto plazo, lo cual puede dar cuenta de un contexto de habilidades propias del emprendedor visto desde una perspectiva de estrategias de negocio (Debastiani et al., 2020). Esto conlleva a plantear la idea de lo que se conoce como el espíritu innovador del emprendedor rural, y su relación con el éxito de los negocios, dado que pueden impactar directamente en la innovación del propio emprendimiento, donde se destacan principalmente aspectos como el desarrollo de la creatividad (Mkhavale & Ntshakala, 2018).

Por lo tanto, dentro del entorno interno también pueden relacionarse factores de éxito en cuanto al propio emprendimiento, es decir, características propias de la empresa, donde probablemente ciertas características del producto o servicio se constituyan en elementos clave. Aunque este tema no ha sido muy involucrado en el análisis del éxito y aún existen brechas en el conocimiento en lo que respecta al ER. Algunos autores han señalado que una de las principales causas por las cuales estas empresas fallan y su permanencia puede ser corta, es la falta de innovación con que cuenta el emprendimiento (Muñoz Rodríguez et al., 2014). De hecho, también se ha planteado que tanto el nivel de innovación, como los tipos de innovación en el producto, proceso, mercado y organizacional, son factores que pueden estar asociados con el éxito del emprendimiento rural (Elena et al., 2015).



**Figura 1.** Modelo multidimensional del emprendimiento rural exitoso. Fuente: Elaboración propia

En este modelo analítico también existe una interrelación de factores externos que inciden en el éxito del ER, a partir de la existencia de un entorno externo que involucra variables que no se encuentran bajo el control del emprendedor, y que se pueden agrupar en tres dimensiones clave (Figura 1). Aunque se ha discutido que en el éxito del ER puede influir la condición del mercado crediticio la competencia y la regulación gubernamental (Kader et al., 2009), en este marco analítico se plantea que el ecosistema de emprendimiento es clave y puede influir en el éxito, a partir de servicios de apoyo en el marco del acceso a asesoramiento, el apoyo económico y financiero e incluso la burocracia institucional (Papzan et al., 2008). A su vez, también se establecen otros asuntos que favorecen el éxito, tales como que el contexto local y las redes que facilitan vínculos de mercado, acceso a recursos, acceso a programas de formación y desarrollo de capacidades (Abebe & Gebremariam, 2021).

La existencia de un entorno externo destaca la importancia de aspectos que aunque pueden considerarse como fuera del alcance del emprendedor, también podrían eventualmente asociarse con las propias capacidades o el perfil del emprendedor, por lo que una hipótesis importante implica una posible interrelación de entornos. De hecho, la conexión con el entorno externo implica que el emprendedor desarrolle la construcción de redes de relacionamientos como un asunto clave (Miles & Morrison, 2020). Por su parte, la relevancia del contexto local territorial se propone como importante, dado que las dinámicas del emprendimiento rural se desarrollan dentro de lugares con características específicas y particulares, donde pueden involucrarse instancias de relacionamiento interpersonal entre emprendedores, actores públicos y privados, actores de mercado, de soporte institucional, entre otros que facilitan el éxito (Muñoz & Kimmitt, 2019).

### 3 Metodología

#### 3.1 Contexto del área de estudio

El Departamento de Caldas ubicado en la denominada zona cafetera Colombiana está compuesto por 27 municipios rurales agrupados en 6 subregiones correspondientes (Figura 2). Este departamento se encuentra situado al centro occidente de Colombia entre los 5°46'50" y 4°49'19" N y 74°37'53" y 75°57'26" W; y limita con los departamentos de Antioquia al norte, Cundinamarca al este, Tolima al sureste y con el departamento de Risaralda al oeste; presenta altitudes que van desde los 5.280 m en el Nevado del Ruiz hasta los 150 m en los valles de los ríos Magdalena y Cauca; su topografía es principalmente montañosa debido a su ubicación en inmediaciones de las cordilleras Central y Occidental de los Andes, aunque también cuenta con zonas planas y onduladas ubicadas en los valles de los ríos Magdalena, Cauca y Risaralda. Además cuenta con una extensión de 7.485,44 km<sup>2</sup> (0,66% del área total del país) y está influenciado principalmente por una economía de producción e industria del café, seguido de la importancia de la cadena productiva del plátano y algunos frutales de importancia económica regional (Ospina Parra et al., 2023). En esta región existen diversos programas de fomento y apoyo al emprendimiento rural, tales como: Programa Origen Caldas, Programa de Microempresarios Rurales, Programa de Negocios Verdes, Programa Jóvenes Emprendedores Rurales, entre otros. Gran parte del enfoque de alcance de estos programas, consiste en la promoción de negocios rurales encaminados a dinamizar la economía de los territorios y buscar la diversificación de ingresos, en los cuales suele predominar la producción cafetera y en aras de buscar corregir la migración de jóvenes rurales del campo.

#### 3.2 Selección de casos y captura de información

La selección de los casos se llevó a cabo a partir de bases de datos públicas y sobre emprendimientos que han sido reconocidos como destacados en los programas de Microempresarios rurales, Negocios Verdes y Programa de Origen Caldas. Se realizó un muestreo por conveniencia (Patton, 2002) y por muestreo en cadena (Etikan et al., 2016), lo que llevó a entrevistar a 20 emprendedores ubicados en diferentes municipios rurales del departamento de Caldas. La entrevista tuvo un diseño semi-estructurado el cual se enfocó en las categorías del entorno interno y externo. Con las subcategorías de espíritu emprendedor e innovación para el entorno interno y las subcategorías de servicios de apoyo, redes sociales y activos territoriales para el entorno externo.

#### 3.3 Proceso de análisis

El análisis de las entrevistas se realizó a través de un enfoque de análisis de contenido utilizando la versión 24 del software ATLAS. Ti como herramienta de apoyo. El proceso de análisis siguió un enfoque deductivo, donde las subcategorías son el eje central de la codificación inicial y permite profundizar como aparecen en el discurso de los emprendedores. Este procedimiento se realizó de manera rigurosa, manteniendo la relación entre marco teórico y hallazgos empíricos. Desde esta perspectiva se resalta el análisis de contenido como un método cualitativo que permite no solo la descripción de contenidos, sino también la identificación de indicios que propician al investigador un conjunto de mensajes que deben ser tomados en consideración para una mejor interpretación del propósito del estudio (Bardin, 1996; López Noguero, 2002).



Figura 2. Área de influencia del estudio. Fuente: Elaboración propia

## 4 Resultados y Discusión

### Consideraciones generales sobre el éxito del emprendimiento rural

Los resultados de esta investigación revelan hallazgos que constituyen una contribución al conocimiento sobre la creciente literatura científica en torno al emprendimiento rural. Específicamente los resultados se presentan alrededor de nuestra hipótesis de estudio, con base en la interrelación del entorno interno y externo, como elementos que se asocian al éxito del emprendimiento rural. En el entorno interno se analizaron las categorías: Espíritu empresarial/innovador e innovación. El espíritu emprendedor/innovador se relaciona con las habilidades, capacidades y actitudes del emprendedor que se evidencian en asumir riesgos, resiliencia, creatividad y visión de negocios. Respecto a esa categoría, los emprendedores se destacaron por la participación en programas de formación y desarrollo. Además, se valora la perseverancia como una cualidad fundamental para emprender puesto que los desafíos financieros y sobre el proceso de los permisos sanitarios (para formalizar el mercado de productos alimentarios) requieren de paciencia y persistencia. Se valora la adaptación a cambios en el mercado y regulaciones, con énfasis en la creatividad y la colaboración comunitaria para lograr el éxito empresarial.

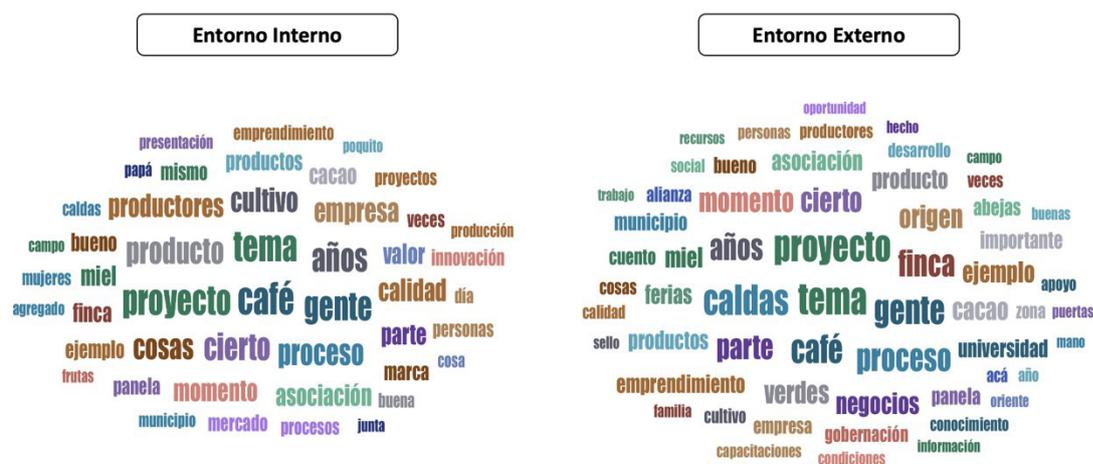
Por otro lado, la innovación es la segunda categoría del entorno interno, esta contiene las innovaciones en el producto, en las estrategias de mercado, en el proceso o la gestión. Los emprendedores entrevistados tienen claro la innovación o valor agregado que ofrece su negocio. Para el entorno externo se analizaron tres categorías. En la primera, los activos territoriales fueron considerados por los emprendedores, dado que se destaca el entorno biofísico como un asunto clave en el éxito del emprendimiento rural. Esto implica la consideración de características

importantes de clima, suelos y condiciones agroecológicas que han influenciado por ejemplo la calidad de sus productos obtenidos. Por su parte, el reconocimiento de una identidad local y de un arraigo territorial, también son asuntos destacados, dado que el relevo generacional, la tenencia de la tierra y el rol de la familia, son considerados por los emprendedores como un factor de éxito emprendedor, pues involucra por ejemplo un proceso de aprendizaje transmitido a través de generaciones. Esto entonces contribuye con un nivel de conocimiento determinado, que es usado por los emprendedores como un activo en su favor. Al respecto de este hallazgo, Cuevas Reyes & Ramírez-Gómez (2024), también señalan que la familia juega un rol destacado tanto para fomentar el emprendimiento rural, como también para procurar la permanencia de jóvenes rurales en sus territorios. Especialmente esta población joven se ha asociado también al éxito del emprendimiento, dado que se les relaciona con mayores habilidades digitales y computacionales, por lo cual desarrollan capacidades de innovación en el emprendimiento (Fahmi & Savira, 2023).

Por lo tanto, existen ciertos activos intangibles identificados por los emprendedores, tras considerar que su territorio cuenta con algunos atributos y valores que no solo facilitan la creación de algunos negocios rurales, sino que también pueden ser identificados por los clientes potenciales como de un origen destacado de ciertos productos, lo que facilita la conexión con los mercados. La segunda categoría es servicios de apoyo, aquí se incluyen los servicios para el emprendimiento como las unidades de negocio o las bolsas concursables de las instituciones. Además de los programas y capacitaciones en los que desarrollan habilidades y competencias para los negocios. Respecto a lo anterior, los emprendedores manifestaron que han recibido apoyo de entidades gubernamentales, mejorado procesos de calidad y fortalecido sus unidades productivas. También han participado en programas de capacitación y networking para impulsar su emprendimiento. De hecho, algunos de los emprendedores están en proceso de obtener certificaciones adicionales y abrir nuevos mercados, a pesar de enfrentar desafíos en la competitividad del mercado y la obtención de ciertos sellos y acreditaciones.

Finalmente, la tercera categoría son las redes sociales. Entendidas como el intercambio entre los emprendedores, la colaboración con entidades de orden local y nacional, incluyendo el aprendizaje social para el emprendimiento. Otros eventos resaltados fueron las conexiones personales, colaboraciones con organizaciones, participación en ferias y eventos, así como asociaciones con entidades gubernamentales y emprendedores, dado que han permitido contactar clientes y expandir el alcance comercial. Se enfatizó en que la diversificación de las redes de contactos es fundamental. Los ejemplos de prácticas exitosas incluyen participar en las convocatorias de las instituciones, participación en ferias para promocionar sus productos contribuye a conocer a otros empresarios y colaborar con personas en la mejora de los procesos de publicidad, desarrollo de productos y oferta de servicios. Además, la experiencia en emprendimientos con otros productores, son estrategias exitosas para fortalecimiento de redes de apoyo de los emprendedores.

Por su parte, con base en el marco analítico propuesto, se presentan los resultados agregados sobre las percepciones de los emprendedores alrededor del éxito del emprendimiento rural, donde se puede contrastar el entorno interno y externo (Figura 3). Desde la frecuencia de palabras la figura evidencia algunas de ellas en común, tales como: proyectos, café, años, proceso, la gente. Tras el examen a las narrativas de los entrevistados se puede deducir que los emprendimientos son vistos como proyectos reales y viables, en tanto que los servicios de apoyo son mayores para aquellos emprendedores que específicamente vean sus negocios como proyectos de vida, muchos de los cuales se desarrollan en entornos cafeteros y en aras de la búsqueda de una diversificación productiva en sus territorios.



**Figura 3.** Nube de palabras alrededor del éxito del emprendimiento rural. Fuente: Elaboración propia

Adicionalmente, los años en el proyecto, que se pueden asumir como experiencia, son considerados por varios emprendedores como un factor de éxito, lo que además se refleja en la figura en ambos entornos. Este resultado coincide con Quispe Fernández et al. (2017), quienes plantean que esta variable es clave porque la experiencia previa no solo genera la capacidad de reacción ante oportunidades de negocio, sino porque es considerada como un factor de éxito en el emprendimiento rural. Pero además, porque de acuerdo con Cruz et al. (2023), la experiencia genera ciertas habilidades emprendedoras que muchas veces condiciona el apoyo económico para el emprendimiento por parte de actores de gobierno y la membresía a ciertos programas de fomento agroempresarial, lo que resalta el rol de los servicios externos de apoyo.

Además, específicamente desde el entorno interno se destacan un conjunto de términos asociados al éxito emprendedor rural, donde puede plantearse temas tales como la innovación, el producto, la calidad, el valor, el proceso, entre otros clave. Desde esta perspectiva se destaca principalmente la categoría de innovaciones en el emprendimiento del marco analítico de esta investigación. Por su parte, desde el entorno externo los entrevistados refieren términos clave tales como: ferias, productos, origen, finca, ejemplo. Esto tiene relación con la percepción del éxito del emprendedor, ya que se considera el territorio como un espacio que confiere características particulares asociadas al origen de los productos. Además, también existen varias narrativas que plantean que la participación en eventos de emprendedores ha permitido exhibir sus productos, conectar con los consumidores, y también generar redes de contactos, razón por la cual “la gente” como palabra clave, es considerada por los emprendedores.

#### 4.1 Relaciones entre dimensiones y categorías del éxito en el emprendimiento rural

Tras partir de la hipótesis de una interrelación entre las dimensiones interna y externa en torno al éxito del emprendimiento rural, en esta sección se presentan los resultados comparados, además de algunos relatos textuales de los emprendedores. En ese sentido, los entornos interno y externo actúan de manera paralela y articulada (Figura 4). La relación entre las categorías funcionan como un entramado. Por ejemplo, el espíritu emprendedor se forja en los procesos no solo familiares, sino también en la formación educativa ofertada por actores regionales. De manera transversal toma fuerza los activos territoriales, puesto que hay una

cultura empresarial y una identidad campesina arraigada. Lo anterior aparece en dos relatos de emprendedores ubicados en distintos municipios rurales:

*“La verdad yo he dicho que no hay como uno trabajar en lo propio, uno emprender en lo propio, no trabajarle a nadie. A mí la verdad es que me gusta, si se me da la oportunidad de trabajar aquí en la tierra y quiero estar con mis padres, también es un motivo para yo estar acá .....”.*

*“Yo no me quise ir del campo, porque pues yo nací prácticamente por acá, mis padres son de por acá y pues toda la vida se trabajaba con el campo, entonces yo desarrollé todo mi tema con mi papá, todos los conocimientos y estudios y todo eso, y los quise convertir en mi microempresa ....”.*

El éxito es entonces la concatenación de varios factores como se muestra en el diagrama de la Figura 3, dado que interrelaciona las categorías del entorno interno y externo. En el lado izquierdo, se identifican tres elementos del entorno externo: activos territoriales, redes sociales y servicios de apoyo. Estos factores representan el contexto más amplio en el que operan los emprendedores rurales. En el lado derecho, se muestran dos aspectos del entorno interno: el espíritu emprendedor/innovador y la innovación. Esta estructura sugiere que el éxito del emprendimiento rural depende tanto de factores contextuales como de las características y acciones de los propios emprendedores. Las líneas que fluyen entre estos elementos ilustran las interconexiones complejas entre los factores externos e internos.

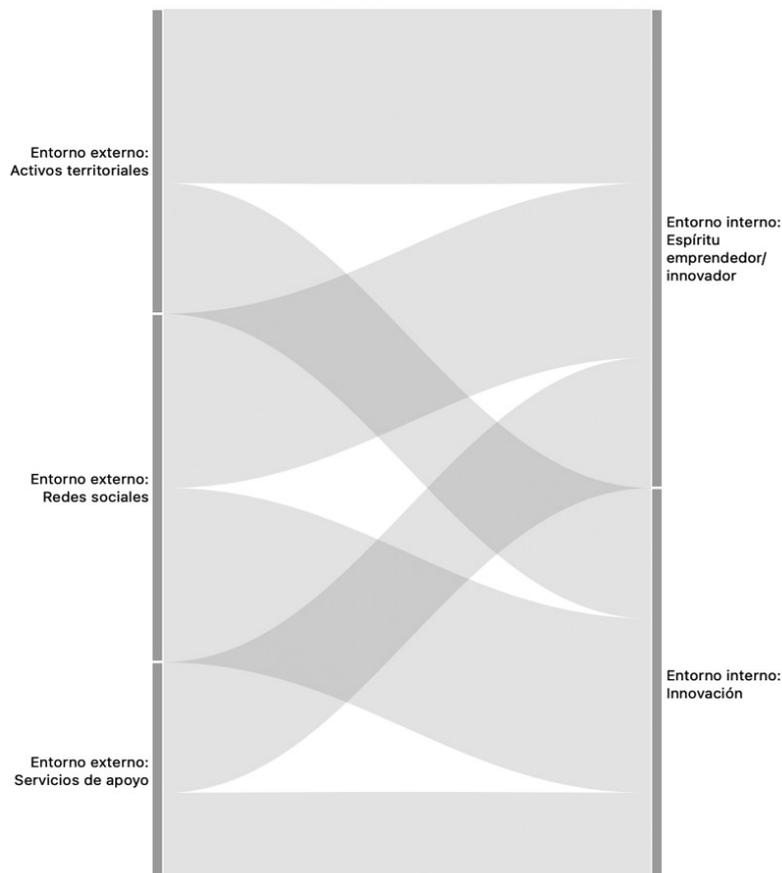
El grosor variable de estas líneas indica la intensidad o frecuencia de estas interacciones. Es notable cómo los factores externos parecen confluir más fuertemente hacia el espíritu emprendedor/innovador que directamente hacia la innovación, lo que podría sugerir que el contexto externo influye primero en la mentalidad y motivación del emprendedor, que a su vez impulsa la innovación. Esta visualización ofrece una base para explorar cómo los diferentes aspectos del entorno se relacionan y contribuyen al éxito del emprendimiento rural.

La gráfica también evidencia una interrelación muy proporcional visualmente, entre las redes sociales y el espíritu emprendedor de la persona, lo que en las narrativas determina cierta asociación entre los contactos y el estado de ánimo favorable del emprendedor. De hecho, uno de ellos en su relato planteó que:

*“La panela tiene todas las condiciones para mercados internacionales y para entrar a EEUU, por eso yo he estado ya tres ocasiones en EEUU en las ferias tanto de Miami, incluso hace como dos meses vine de Orlando Florida tratando de hacer negocios internacionales porque cumplo con todos los protocolos y todas las condiciones (...) algunas veces conseguía apoyos, y algunos respaldos con algunos familiares, así como en la Gobernación....”*

Esta interrelación entre redes y espíritu emprendedor coincide con los planteamientos de Gutiérrez Cruz et al. (2021), quienes establecen que la generación de redes de apoyo y cooperación facilitan el acceso a recursos, información, oportunidades de negocio y obtener asesoramiento en diversos temas que permiten fortalecer el emprendimiento. Pero además porque las redes sociales y las oportunidades de generación de contactos tienen cierta incidencia en el éxito emprendedor, ya que cierto nivel de competitividad y permanencia de la empresa en el tiempo se relacionan con las conexiones interpersonales, la creación de lazos de confianza y reciprocidad (Ramos Godínez et al., 2022).

Así por lo tanto, un hallazgo principal de este estudio implica que el éxito del emprendimiento rural involucra tal interrelación mencionada. La clave está en entender que el emprendedor fortalece su interés por continuar con su proyecto a partir de un entorno de relacionamientos formales o informales tanto con otros emprendedores, como con otros actores del territorio



**Figura 4.** . Diagrama de relacionamientos entre entornos del éxito en el emprendimiento rural.  
Fuente: Elaboración propia

o la región. Esto coincide con García-Rojas & Reyes-Rodríguez (2020), tras mencionar que es crucial que el emprendedor y su emprendimiento se relacionen con un entorno externo que incluye además factores como el mercado. De hecho, la coincidencia es real, pues en varias entrevistas se narró que existen redes de mercado entre emprendedores, donde no solo se comparten información variada de utilidad, sino también porque suelen recomendarse clientes entre sí, especialmente cuando los emprendimientos presentan un servicio o producto que puede complementarse.

De igual manera, otra interrelación evidente y destacada en la figura, es sobre el entorno externo (redes sociales) y el entorno interno (innovación). Este relacionamiento es en doble vía porque la innovación en el emprendimiento en el mercado o en el modelo de gestión facilita la construcción de redes, pero también porque estas mismas redes favorecen la innovación, una vez que a través de ellas fluye información, conocimiento e incluso recursos. En este sentido, uno de los emprendedores relató que:

*“Resulta y pasa que cuando uno está haciendo todo el proceso del modelo de escuela rural y con el tema de la Universidad en el Campo, ahí es donde empieza uno a salirle como esas ideas, esos emprendimientos, esas ideas de negocio (...) con este proyecto actual fue que me gradué. Aquí es donde llega la universidad o más que todo la alianza para la competitividad, que son conformados por la gobernación, el comité de cafeteros, federación, unidad, las universidades de la región, y otras entidades...”*

Esta relación entre redes e innovación ha sido también documentada por Ovando Pérez & Valencia Camacho (2021), dado que mencionan que en la dinámica emprendedora y como factores de éxito entran en contexto variables como el acceso a ciertos servicios financieros por ejemplo, pero especialmente la capacidad de conformación de redes sociales y la predisposición del emprendedor hacia tecnologías modernas. De hecho, aquellos emprendedores que cuentan con redes de apoyo tienden a tener mejores resultados debido al intercambio de información y recursos claves.

Finalmente, los emprendedores rurales exitosos en el estudio destacan por su persistencia, creatividad y habilidades para adaptarse a las dificultades del mercado desde sus diferentes territorios (Ramírez-Gómez & Rodríguez Espinosa, 2025). Incluso se destaca la resiliencia pues entre ellos hay historias de dificultades y fracasos en su proceso de negocio. Frente al entorno externo, el arraigo territorial y la percepción de pertenencia al entorno rural emergen como factores importantes para el éxito de los emprendimientos. Esto resalta la relevancia de los activos intangibles, como el conocimiento transmitido generacionalmente y la conexión emocional con la tierra. Además, la experiencia acumulada en el territorio no solo desarrolla capacidades intrínsecas del emprendedor, sino que también posibilita la creación de redes sociales y comunitarias con empresas de la región. Fomentando procesos asociativos para la presentación de proyectos de inversión. Este estudio además de contribuir con la creciente literatura sobre emprendimiento rural, también cuenta con algunas limitaciones en lo que respecta a la dificultad de selección de los casos de estudio y su acercamiento hacia ellos, especialmente por los entornos geográficos dispersos

## 5 Conclusiones

La visión neoclásica económica suele asociar el éxito empresarial con la rentabilidad, las utilidades, márgenes de ganancia, entre otros conceptos asociados. Sin embargo, es evidente que al tratarse de empresas o emprendimientos rurales las connotaciones ciertamente pueden tener otra visión. Específicamente por lo que implica el contexto territorial, la disponibilidad de recursos y acceso a bienes públicos, pero también por la forma de vida y diversas dinámicas de comportamiento de los habitantes de las zonas rurales. Por lo tanto, este estudio aporta a una comprensión más profunda del éxito del emprendimiento rural en Colombia, especialmente en el departamento de Caldas, identificando la importancia de factores tanto internos como externos. Los hallazgos subrayan que la interacción entre el perfil del emprendedor (espíritu emprendedor e innovación) y el entorno externo (servicios de apoyo, redes sociales, activos territoriales) es fundamental para la sostenibilidad y el éxito de los negocios rurales.

Los hallazgos más relevantes del estudio se pueden sintetizar en tres, los cuales además reflejan la interacción de los entornos externo e interno. Primero, para las zonas rurales, la identidad local y la conexión con el territorio emergen como componentes clave del éxito emprendedor, lo que sugiere que las políticas de fomento al emprendimiento rural deben considerar el fortalecimiento de los activos territoriales y promover el relevo generacional para asegurar la continuidad y viabilidad de los negocios en las zonas rurales. Segundo, las redes sociales locales y el capital cultural juegan un papel fundamental en la éxito el de los emprendimientos rurales. Este por lo tanto es un aspecto clave en el diseño de política pública de emprendimiento rural, dado que se debe buscar mayor interconexión entre emprendedores, propiciando un entorno de mayor intercambio de información clave para su éxito, como por ejemplo gestión de clientes y fortalecimiento de la demanda. Es así entonces como los emprendedores que aprovechan sus relaciones comunitarias y el conocimiento local tienden a tener más éxito al generar confianza y acceder a recursos.

Finalmente, los emprendedores refieren que conocen las instituciones e iniciativas de apoyo a donde pueden presentar sus proyectos en la búsqueda de recursos. Por lo tanto para una política de emprendimiento es muy importante poder fortalecer los eventos y las ferias a las cuales los emprendedores pueden asistir, incluso referirse clientes, lo que puede derivar en procesos exitosos que fueron analizados en este estudio, desde ciertas rutas turísticas como la ruta del café o la ruta de la miel. Finalmente, la cooperación entre comunidades locales y actores externos (como organizaciones gubernamentales y ONGs) es fundamental para la sostenibilidad de los emprendimientos rurales. Este tipo de alianzas puede facilitar el acceso a recursos, conocimientos y tecnologías, promoviendo un desarrollo más equitativo y sostenible.

#### **Contribuciones de los autores:**

CJRG: Concepción y diseño del estudio, Recolección de datos, Análisis e interpretación, Redacción del manuscrito, Revisión crítica. JVM: Concepción y diseño del estudio, Recolección de datos, Análisis e interpretación. LACG: Concepción y diseño del estudio, Redacción del manuscrito.

#### **Apoyo financiero:**

Los autores recibieron financiamiento de la Universidad de Caldas (Colombia)

#### **Conflictos de intereses:**

Nada que declarar

#### **Aprobación del consejo de ética:**

No se aplica

#### **Disponibilidad de información:**

Los datos de la investigación no están disponibles

#### **\* Autor correspondiente:**

Carlos Julián Ramirez-Gómez. carlosj.ramirez@ucaldas.edu.co

#### **Referencias**

- Abebe, G. K., & Gebremariam, T. A. (2021). Challenges for entrepreneurship development in rural economies: The case of micro and small-scale enterprises in Ethiopia. *Small Enterprise Research*, 28(1), 36-56. <http://doi.org/10.1080/13215906.2021.1878385>
- Bardin, L. (1996). *Análisis de contenido*. Madrid: Akal Ediciones.
- Cruz, M. G., Such Devesa, M. J., & Quiñones, P. G. (2023). Factores del entorno empresarial que condicionan la actividad de las micropymes femeninas de turismo rural en Costa Rica. *Revista Internacional de Turismo. Empresa y Territorio*, 7(1), 151-173.

- Cuevas Reyes, V., & Ramírez-Gómez, C. J. (2024). Tipología de jóvenes rurales emprendedores agropecuarios: un estudio de caso en Colombia. *Revista CEA*, 10(24), e3119. <http://doi.org/10.22430/24223182.3119>
- Debastiani, A. L. S., Alperstedt, G. D., Santos, G. F. Z., & Koerich, G. V. (2020). A design research business model: A framework built with Brazilian farmers. *Brazilian Administration Review*, 17(1), e190032. <http://doi.org/10.1590/1807-7692bar2020190032>
- del Olmo-García, F., Domínguez-Fabián, I., Crecente-Romero, F. J., & del Val-Núñez, M. T. (2023). Determinant factors for the development of rural entrepreneurship. *Technological Forecasting and Social Change*, 191, 122487. <http://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122487>
- Deller, S. C., & Conroy, T. (2017). Business survival rates across the urban-rural divide. *Community Development*, 48(1), 67-85. <http://doi.org/10.1080/15575330.2016.1246459>
- Deller, S., Kures, M., & Conroy, T. (2019). Rural entrepreneurship and migration. *Journal of Rural Studies*, 66, 30-42. <http://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.01.026>
- Dhewanto, W., Ratnaningtyas, S., Permatasari, A., Anggadwita, G., & Prasetio, E. (2020). Rural entrepreneurship: towards collaborative participative models for economic sustainability. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(1), 705-724. [http://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1\(48\)](http://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1(48))
- Dias, C. S. L., Rodrigues, R. G., & Ferreira, J. J. (2019). Agricultural entrepreneurship: going back to the basics. *Journal of Rural Studies*, 70, 125-138. <http://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.06.001>
- Elena, H., Sorina, M., & Rus, D. (2015). A predictive model of innovation in rural entrepreneurship. *Procedia Technology*, 19, 471-478. <http://doi.org/10.1016/j.protcy.2015.02.067>
- Eschker, E., Gold, G., & Lane, M. D. (2017). Rural entrepreneurs: what are the best indicators of their success? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(2), 278-296. <http://doi.org/10.1108/JSBED-07-2016-0112>
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4. <http://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Fahmi, F. Z., & Savira, M. (2023). Digitalization and rural entrepreneurial attitude in Indonesia: a capability approach. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 17(2), 454-478. <http://doi.org/10.1108/JEC-06-2021-0082>
- Fried, H. O., & Tauer, L. W. (2015). An entrepreneur performance index. *Journal of Productivity Analysis*, 44(1), 69-77. <http://doi.org/10.1007/s11123-015-0436-0>
- García-Rojas, J. R., & Reyes-Rodríguez, J. F. (2020). Caracterización de factores críticos de éxito para el fortalecimiento de emprendimientos rurales: revisión general literaria. *Finance, Markets and Valuation*, 6(2), 71-93.
- Gompers, P., Kovner, A., Lerner, J., & Scharfstein, D. (2010). Performance persistence in entrepreneurship. *Journal of Financial Economics*, 96(1), 18-32. <http://doi.org/10.1016/j.jfineco.2009.11.001>
- Gutiérrez Cruz, M., Such-Devesa, M. J., & Gabaldón Quiñones, P. (2021). Factores de éxito en el emprendimiento femenino turístico rural en Costa Rica. *Investigaciones Turísticas*, 22(22), 148. <http://doi.org/10.14198/INTURI2021.22.7>
- Gyimah, P., & Lussier, R. N. (2021). Rural entrepreneurship success factors: An empirical investigation in an emerging market. *Journal of Small Business Strategy*, 31(4), 5-19. <http://doi.org/10.53703/001c.29470>

- Kader, R. A., Mohamad, M. R., & Ibrahim, A. A. H. C. (2009). Success factors for small rural entrepreneurs under the one-district-one-industry programme in Malaysia. *Contemporary Management Research*, 5(2), 147-162. <http://doi.org/10.7903/cmr.1173>
- López Noguero, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Review of Education*, (4), 167-179.
- McClelland, E., Swail, J., Bell, J., & Ibbotson, P. (2005). Following the pathway of female entrepreneurs: a six-country investigation. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 11(2), 84-107. <http://doi.org/10.1108/13552550510590527>
- Miles, M. P., & Morrison, M. (2020). An effectual leadership perspective for developing rural entrepreneurial ecosystems. *Small Business Economics*, 54(4), 933-949. <http://doi.org/10.1007/s11187-018-0128-z>
- Mkhavale, V. A., & Ntshakala, T. (2018). Entrepreneurship in the rural context: practical reflection on success and innovation. *African Journal of Business Management*, 12(21), 640-651. <http://doi.org/10.5897/AJBM2018.8617>
- Muñoz Rodríguez, M., Gómez Pérez, D., Santoyo Cortés, V. H., Aguilar Ávila, J., & Aguilar Gallegos, N. (2014). ¿Qué significa innovar en el ámbito del sector agroalimentario?... ¡y cómo lo hemos hecho! Chapingo, Texcoco: Universidad Autónoma Chapingo.
- Muñoz, P., & Kimmitt, J. (2019). Rural entrepreneurship in place: an integrated framework. *Entrepreneurship and Regional Development*, 31(9-10), 842-873. <http://doi.org/10.1080/08985626.2019.1609593>
- Musinguzi, P., Baker, D., & Villano, R. A. (2023). Interrelationships amongst critical success factors and rural social enterprises' performance in a developing country context. *Journal of Rural Studies*, 100, 102995. <http://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2023.03.003>
- Ospina Parra, C. E. O., Cardona, W. A., Bautista Montealegre, L. G., & Machuca Henao, Y. M. (2023). La cadena de plátano (Musa AAB) en Caldas: procesos consolidados de gobernanza. *Temas Agrarios*, 28(1), 23-36. <http://doi.org/10.21897/rta.v27i2.3138>
- Ovando Pérez, V. L., & Valencia Camacho, S. C. (2021). Factores de éxito y fracaso al emprendimiento productivo de derivación de lácteos de mujeres en el Municipio de Batallas. *Revista Perspectivas*, 48, 119-174.
- Ozgen, E., & Minsky, B. D. (2007). Opportunity recognition in rural entrepreneurship in developing countries. *International Journal of Entrepreneurship*, 11, 49.
- Papzan, A., Zarafshani, K., Tavakoli, M., & Papzan, M. (2008). Determining factors influencing rural entrepreneurs' success: a case study of Mahidasht township in Kermanshah province of Iran. *African Journal of Agricultural Research*, 3(9), 597-600.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods* (3rd ed.). London: Sage Publications.
- Quispe Fernández, G. M., Ayaviri Nina, V. D., & De la Cruz Fernández, G. M. (2017). Iniciativa del emprendimiento en los entornos rurales: un estudio de los factores culturales. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22(77), 191-209. <http://doi.org/10.31876/revista.v22i78.22874>
- Ramírez-Gómez, C. J., & Rodríguez Espinosa, H. (2025). Perfil socioempresarial de jóvenes rurales y factores de permanencia territorial. *Equidad y Desarrollo*, 45(45), e1709. <http://doi.org/10.19052/eq.vol1.iss45.5305>
- Ramos Godínez, C., Cruz Álvarez, J. G., & Hernández Ponce, O. E. (2022). Determinantes del desarrollo de las MiPyMEs en localidades rurales del sur de Sonora, México. *Vinculatégica EFAN*, 8(1), 72-85. <http://doi.org/10.29105/vtga8.1-269>

- Schumpeter, J. A., Becker, M. C., & Knudsen, T. (2003). Entrepreneur. In R. Koppl, J. Birner & P. Kurrild-Klitgaard (Eds.) *Austrian economics and entrepreneurial studies* (pp. 235–265). Emerald Group Publishing Limited. [http://doi.org/10.1016/S1529-2134\(03\)06013-7](http://doi.org/10.1016/S1529-2134(03)06013-7).
- Sohns, F., & Revilla Diez, J. (2018). Explaining micro entrepreneurship in rural Vietnam: a multilevel analysis. *Small Business Economics*, *50*(1), 219-237. <http://doi.org/10.1007/s11187-017-9886-2>
- Wach, D., Stephan, U., & Gorgievski, M. (2016). More than money: developing an integrative multi-factorial measure of entrepreneurial success. *International Small Business Journal*, *34*(8), 1098-1121. <http://doi.org/10.1177/0266242615608469>

**Recibido:** Noviembre 12, 2024;

**Aprobado:** Mayo 13, 2025

**JEL Classification:** Q12; Q13

**Editor asociado:** Ana Claudia Machado Padilha