



*¿Por qué los Estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO Cali
deciden emprender o no emprender?*

Encarnación Cifuentes Badillo

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Sur Occidente

Sede Cali (Valle del Cauca)

Programa Contaduría Pública

agosto de 2024

*¿Por qué los Estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO Cali
deciden emprender o no emprender?*

Encarnación Cifuentes Badillo

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Contador Público

Profesor

José Londoño-Cardozo

Magister en Administración

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Sur Occidente

Sede Cali (Valle del Cauca)

Programa Contaduría Pública

noviembre de 2024

¿Por qué los Estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO Cali deciden emprender o no?

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis padres, Daniel y Susana, a mis hermanos: Zulay, Johanna y Rhonal, a mis hijas Laura Camila y Dulce María y a mi compañero de vida; Oliver Guerrero, quienes, con su comprensión, amor y apoyo incondicional, han sido el motor que me ha impulsado a alcanzar este sueño. Su fe y confianza en mí han sido la fuerza que me ha permitido avanzar con determinación.

Al Dr. Álvaro Pardo Rojas, quien me brindó el primer impulso para iniciar mi carrera profesional y, posteriormente, para culminarla nuevamente. Su confianza y fe inquebrantable en mí en todo momento y circunstancia han sido un faro que ha iluminado y guiado mi camino hacia el crecimiento personal y profesional, ayudándome a convertirme en una mejor versión de mí misma.

¿Por qué los Estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO Cali deciden emprender o no?

Agradecimientos

La honra y gloria sean para Dios, por darme la vida, la salud, la fortaleza, la sabiduría y el poder de entendimiento para vencer cada día los obstáculos y manejar el estrés y la impotencia que este camino conlleva en la consecución de las metas propuestas.

A mis padres por la educación que me dieron, por brindarme un hogar humilde y sencillo donde el amor, el apoyo, el respeto y creer en Dios son los pilares de la vida, y que todo sueño requiere un sacrificio, a mis hermanos gracias por ser el refugio en mis dudas y el aliento que me levantó cuando me sentí caer. Su presencia ha sido un regalo invaluable; juntos hemos formado un lazo irrompible que me inspira a seguir adelante. ¡Los amo profundamente!

Al Profesor José David Londoño Cardozo por su apoyo y guía incondicional a lo largo de este proceso. Su paciencia, acompañamiento y comprensión han sido fundamentales para ayudarme a superar los obstáculos que se presentaron. Aprecio profundamente su fe en mis capacidades y su dedicación para orientarme de la mejor manera posible, lo que ha permitido que este trabajo se desarrolle con éxito. Su influencia dejada una huella imborrable en mi formación y desarrollo profesional y personal.

Mi gratitud, cariño y respeto por siempre a todos los docentes que, de una u otra forma, compartieron su conocimiento profesional y me orientaron de manera respetuosa y oportuna. Ustedes fueron clave para que pudiera cumplir este sueño, porque me enseñaron que nunca es tarde para alcanzar lo que se desea.

A mis amigos, compañeros de aula y familiares, por su compañía, apoyo y constante motivación a lo largo de este proceso. Gracias por las risas y los momentos compartidos que hicieron de este trayecto una experiencia más amena y memorable.

A todos aquellos que, de alguna manera, contribuyeron a este logro, ya sea con una palabra de aliento, un consejo o simplemente escuchándome. Su apoyo fue un gran aporte y siempre lo llevaré en mi corazón.

¿Por qué los Estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO Cali deciden emprender o no?

Resumen

Este trabajo de investigación se centra en analizar los factores que influyen en la decisión de los estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, sede Cali, en cuanto a la decisión de emprender o no emprender. A través de este estudio se busca identificar y comprender las motivaciones internas y externas, las barreras percibidas y las expectativas que juegan un papel crucial en la toma de decisiones de los estudiantes al considerar la posibilidad de iniciar un proyecto de emprendimiento.

El análisis se enfoca en explorar los aspectos psicológicos, económicos, sociales y académicos que determinan esta elección, proporcionando una visión integral de los desafíos y oportunidades que enfrentan los estudiantes al evaluar si seguir un camino emprendedor o buscar otras alternativas profesionales. De este modo, el trabajo pretende contribuir al entendimiento de cómo se configuran las aspiraciones emprendedoras dentro del entorno académico de la Corporación Universitaria Minuto de DIOS - UNIMINUTO, permitiendo identificar las áreas de apoyo y las estrategias que podrían potenciar el espíritu emprendedor en la comunidad estudiantil, de igual forma, el estudio también busca identificar las herramientas y recursos disponibles con los que cuenta la corporación Universitaria Minuto de DIOS UNIMINUTO que fomentan el espíritu emprendedor entre los estudiantes. Se pretende obtener información relevante que pueda contribuir al diseño de estrategias y programas que promuevan el emprendimiento dentro de la comunidad estudiantil de la corporación Universitaria Minuto de DIOS - UNIMINUTO de Cali.

Palabras clave: Emprendimiento, plan de negocio, motivaciones para emprender, actitudes hacia el emprendimiento, propensión emprendedora, cultura emprendedora, mentalidad de crecimiento, Capital semilla, generación de ingresos, innovación.

Why do the students of Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO Cali decide to undertake or not to undertake?

Abstract

This research work focuses on analyzing the factors that influence the decision of students at the Universidad Minuto de Dios Corporation - UNIMINUTO, Cali campus, regarding the decision to undertake entrepreneurship or not. Through this study, we aim to identify and understand the internal and external motivations, perceived barriers, and expectations that play a crucial role in students' decision-making process when considering the possibility of starting an entrepreneurial project.

The analysis is centered on exploring the psychological, economic, social, and academic aspects that determine this choice, providing a comprehensive view of the challenges and opportunities that students face when evaluating whether to pursue an entrepreneurial path or seek other professional alternatives. In this way, the work aims to contribute to understanding how entrepreneurial aspirations are shaped within the academic environment of the Universidad Minuto de Dios Corporation - UNIMINUTO, identifying areas of support and strategies that could enhance the entrepreneurial spirit among the student community. Additionally, the study also seeks to identify the tools and resources available at the Universidad Minuto de Dios Corporation - UNIMINUTO that promote entrepreneurship among students. The goal is to obtain relevant information that can contribute to the design of strategies and programs that promote entrepreneurship within the student community of the Universidad Minuto de Dios Corporation - UNIMINUTO in Cali.

Keywords: Entrepreneurship, business plan, motivations to undertake, attitudes towards *entrepreneurship, entrepreneurial propensity, entrepreneurial culture, growth mindset, Seed capital, income generation, innovation.*

Contenido

Índice de grafica	v
Lista de Tablas	vi
Introducción.....	1
1. Antecedentes de la investigación	4
1.1. Planteamiento del problema	5
1.1.1. Pregunta de investigación.....	5
1.1.2. Sistematización del problema.....	6
2. Objetivos.....	7
2.1. Objetivo general	7
Identificar el motivo del por qué los estudiantes de UNIMINUTO Sede Cali deciden emprender o no emprender	7
2.2. Objetivos específicos.....	7
3. Justificación	8
4. Marco de referencia	9
5. Metodología	14
5.1. Enfoque y tipo de estudio.....	14
5.2. Método de investigación	14
5.2.1 Instrumento de Medición	15

5.3. Recopilación y ordenamiento de la información	15
5.3.1 Fuentes de información	21
5.4. Tratamiento de la información	21
5.5. Población y muestra.....	22
6. Resultados	23
6.1 Análisis de la Representatividad de la Muestra por programa	23
Grafica 1 Comparativa de Estudiantes Matriculados Vs Encuestados por Programa	23
6.2 Distribución de Emprendimiento según Identidad de Género	25
6.3 Análisis por Distribución del Estrato Socio económico	27
6.4 Continuidad del Emprendimiento y el Nivel de Ingresos Mensuales.....	29
6.5 Interpretación de las Preferencias de Emprendimiento Futuro	30
6.6 Análisis de las motivaciones predominantes en los emprendedores	31
6.7 Explorando las Razones que Impulsan el Emprendimiento	32
6.8 Nivel de dificultad atribuido al emprendimiento	34
6.9 Análisis del acceso al conocimiento emprendedor según la formación académica.....	36
7. Conclusiones	38
Referencias	41

Índice de grafica

Grafica 1 Comparativa de Estudiantes Matriculados Vs Encuestados por Programa	23
Grafica 2 Tendencias de Emprendimiento por Género	25
Grafica 3 Impacto del Estado Civil en la Decisión de Emprnde	26
Grafica 4 Distribución del Emprendimiento Según el Estrato Socioeconómico.....	27
Grafica 5 Distribución por Ingresos de Quienes continúan con el emprendimiento	29
Grafica 6 Decisión de Empezar en el Futuro.....	30
Grafica 7 Motivaciones principales para emprender.....	32
Grafica 8 Razones que Impulsarían a las Personas a Empezar	33
Grafica 9 Percepción sobre el emprendimiento futuro y las habilidades necesarias	35
Grafica 10 Conocimiento sobre emprendimiento según nivel educativo	36

Lista de Tablas

Tabla 1	<i>Instrumento – Encuesta</i>	16
Tabla 2	<i>Distribución de Estudiantes Matriculados</i>	22

Introducción

La decisión de emprender constituye un tema de alta relevancia en el contexto actual, especialmente entre los estudiantes universitarios. Este interés responde a las transformaciones constantes del entorno global y a la competitividad creciente en el mercado laboral, factores que impulsan a un número significativo de estudiantes a considerar el emprendimiento como una alternativa viable para construir un futuro profesional autónomo y exitoso. Sin embargo, el concepto de emprendimiento suele presentarse de manera imprecisa, siendo común su asociación exclusiva con actividades comerciales independientes, lo que no refleja la complejidad y amplitud de esta práctica.

Emprender, lejos de ser un proceso simple, exige la adquisición de competencias específicas, tanto en términos de habilidades como de conocimientos y recursos. En este marco, resulta fundamental comprender los factores que inciden en la decisión de emprender entre los estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, sede Cali. Esta comprensión permite identificar las dinámicas que condicionan sus elecciones y su capacidad para desarrollar proyectos empresariales, ya sea durante su etapa formativa o en su transición al ámbito profesional.

Este trabajo presenta los hallazgos analíticos obtenidos de las encuestas realizadas a lo largo del segundo semestre del año 2022, en las instalaciones de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, localizadas en el INEM y en la sede San Fernando de Cali, se llevó a cabo una encuesta cualitativa diseñada para explorar las percepciones, motivaciones y experiencias de los estudiantes en relación con el emprendimiento. Esta iniciativa tuvo como propósito principal identificar las barreras, necesidades y oportunidades que los jóvenes enfrentan al considerar esta trayectoria como opción profesional. Los datos recolectados a través de la encuesta permiten un análisis detallado sobre las influencias culturales, económicas y educativas que impactan en su disposición para emprender.

El estudio se enmarca en un esfuerzo por analizar los resultados obtenidos y contrastarlos con investigaciones previas, con el objetivo de generar estrategias efectivas que fortalezcan el espíritu emprendedor en la comunidad estudiantil de la institución. Este análisis busca no solo

comprender las dinámicas que subyacen a la decisión de emprender, sino también ofrecer a la universidad herramientas para proporcionar un apoyo integral a aquellos estudiantes interesados en explorar el ámbito empresarial, contribuyendo así a su éxito profesional.

Entre las dinámicas identificadas destacan diversos factores determinantes. En el ámbito económico, aspectos como el crecimiento económico, el nivel de empleo, la inflación, la disponibilidad de crédito, la estabilidad financiera y las políticas fiscales y monetarias emergen como elementos clave que influyen en la disposición para gastar, invertir y, en última instancia, emprender. La seguridad financiera de los estudiantes, condicionada por estos factores, puede determinar en gran medida su capacidad para asumir los riesgos asociados al emprendimiento.

Asimismo, la cultura y la mentalidad emprendedora juegan un rol significativo en la percepción social del emprendimiento. El nivel de aceptación del riesgo, la valoración del fracaso y la promoción del espíritu emprendedor varían entre diferentes contextos culturales, afectando directamente las decisiones de iniciar un negocio. La disponibilidad de financiamiento también se posiciona como un elemento crucial, ya que el acceso a recursos como capital de riesgo, inversores ángeles o préstamos bancarios puede facilitar o limitar el inicio y crecimiento de proyectos empresariales.

Otros factores relevantes incluyen las redes personales y profesionales, que proporcionan apoyo, asesoramiento y oportunidades de colaboración indispensables para el éxito empresarial. La innovación y el avance tecnológico, por su parte, generan nuevas oportunidades de negocio y transforman las dinámicas operativas de las empresas, exigiendo una capacidad constante de adaptación por parte de los emprendedores. Adicionalmente, las regulaciones y políticas gubernamentales influyen de manera directa, ya que un entorno regulatorio favorable puede incentivar la creación de nuevas empresas, mientras que uno restrictivo podría dificultarla.

En términos de educación y formación, la adquisición de conocimientos en áreas como gestión empresarial, marketing y finanzas resulta fundamental para dotar a los emprendedores de las habilidades necesarias para enfrentar los desafíos del mercado. Asimismo, el análisis de la demografía del mercado y la comprensión de las características del público objetivo, como edad, ingresos y preferencias, permiten a los emprendedores diseñar productos y servicios que satisfagan necesidades específicas. Finalmente, el estudio de la competencia y la identificación de tendencias

sociales emergen como herramientas esenciales para desarrollar estrategias empresariales eficaces y responder a cambios en los comportamientos y preferencias de los consumidores.

En conjunto, estos factores subrayan la complejidad del proceso emprendedor y la necesidad de un enfoque integral que considere tanto las condiciones externas como las capacidades internas de los estudiantes. Al comprender estas dinámicas, la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO podrá fomentar un entorno más propicio para el desarrollo de iniciativas empresariales, fortaleciendo el perfil emprendedor de sus estudiantes y potenciando su impacto en el ámbito empresarial.

1. Antecedentes de la investigación

Los antecedentes de la investigación sobre emprendimiento en las instituciones de educación superior muestran la necesidad de integrar estrategias en los planes de estudio que desarrollen habilidades de liderazgo y competencias empresariales. Según el trabajo de Mendoza et al. (2023), las universidades deben crear condiciones que permitan formar emprendedores preparados para las demandas del mercado laboral. En este contexto, la Universidad Tecnológica de Colombia (UPTC) ha diseñado espacios de aprendizaje prácticos que refuerzan tanto los hábitos académicos como el desarrollo empresarial y la investigación en sus comunidades.

Por otro lado, Bustamante et al. (2017) destacan la importancia de que los docentes cuenten con competencias investigativas, conocimiento en habilidades empresariales y una actitud proactiva. Este perfil docente es esencial para que los estudiantes puedan responder a los retos del entorno empresarial actual. Las universidades, como centros de formación, juegan un papel fundamental en el desarrollo de emprendedores, una visión compartida por numerosos estudios que señalan la necesidad de un enfoque educativo más orientado al emprendimiento.

En Colombia, el impulso al emprendimiento tiene antecedentes relevantes. En 1986, el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) inició programas de formación empresarial, adoptando metodologías diseñadas para facilitar la creación de empresas y fomentar el espíritu emprendedor entre profesionales y técnicos. Paralelamente, la Universidad Icesi organizó el primer congreso de emprendimiento y creación de empresas, liderado por Rodrigo Varela. Este evento se consolidó como un referente en Latinoamérica, reuniendo a investigadores y académicos para desarrollar políticas, programas y proyectos orientados a fortalecer el ecosistema emprendedor.

El marco normativo también ha sido un componente clave en el apoyo al emprendimiento en Colombia. En 2002, durante el gobierno de Álvaro Uribe Vélez, se promulgó la Ley 789, que en su artículo 40 estableció la creación del Fondo Emprender. Este fondo, gestionado por el SENA, tiene como objetivo financiar iniciativas empresariales de aprendices, practicantes universitarios o profesionales vinculados a instituciones educativas reconocidas por el Estado. Su diseño busca facilitar la creación de empresas a través de recursos específicos para emprendedores.

Estos antecedentes evidencian el desarrollo del emprendimiento como una prioridad educativa y gubernamental en el país. Además, reflejan cómo la colaboración entre instituciones académicas, entidades estatales y el sector privado contribuye al fortalecimiento de una cultura emprendedora y al apoyo de iniciativas empresariales sostenibles.

1.1. Planteamiento del problema

Desde el ámbito universitario, se ha observado que, aunque algunos estudiantes muestran interés en la idea de emprender, este grupo es considerablemente menor en comparación con aquellos que expresan escaso interés por el emprendimiento. Este fenómeno se debe a la percepción de que emprender implica un arduo trabajo, desde la adquisición del conocimiento necesario hasta la obtención de los recursos requeridos para la ejecución y puesta en marcha de un proyecto. Además, se evidencia un alto grado de desconocimiento y confusión respecto al tema, lo que provoca que muchos estudiantes sientan poca empatía hacia la iniciativa emprendedora.

Por lo tanto, surge el interés de realizar una investigación que identifique los factores que influyen en la decisión de los universitarios por emprender o no. En un mundo en constante cambio y con un mercado laboral competitivo, es fundamental comprender las motivaciones, barreras y necesidades específicas que enfrentan los estudiantes al considerar el emprendimiento como una opción viable al finalizar sus carreras universitarias. Esto puede ser visto como una forma de iniciar empresas y generar empleo.

A través de la aplicación de la encuesta por los diferentes medios a utilizar, esta investigación busca obtener resultados que contribuyan al desarrollo de estrategias efectivas para fomentar el espíritu emprendedor entre los universitarios y promover su éxito en el mundo empresarial.

1.1.1. Pregunta de investigación

¿Por qué los estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de DIOS - UNIMINUTO de la sede Cali Valle del Cauca deciden emprender o no Emprender?

1.1.2. Sistematización del problema

¿Cuáles son los motivos que llevan a los estudiantes de la sede Cali Valle del Cauca de UNIMINUTO a optar por el emprendimiento o no?

¿Qué características y factores determinan la intención de emprender de los estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de DIOS - UNIMINUTO en Cali Valle del Cauca?

¿Qué obstáculos y oportunidades influyen en la decisión de emprender de los estudiantes de UNIMINUTO Cali Valle del Cauca?

- ¿Cuáles son los factores que influyen en la decisión de los estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO de la sede Cali Valle del Cauca de emprender o no emprender?

- ¿Qué características, habilidades y actitudes tienen los estudiantes que deciden emprender en comparación con aquellos que no lo hacen?

- ¿Cómo se relacionan los factores personales, académicos y contextuales con la decisión de emprender?

- ¿Qué características personales (¿cómo la creatividad, la innovación, la tolerancia al riesgo?) tienen los estudiantes que deciden emprender?

- ¿Cómo se relacionan las habilidades y competencias emprendedoras con la decisión de emprender?

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Identificar el motivo del por qué los estudiantes de UNIMINUTO Sede Cali deciden emprender o no emprender

2.2. Objetivos específicos

Construir el instrumento de recolección de información para analizar las razones por las cuales los estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO deciden emprender o no emprender.

Recolectar información sobre los factores que influyen en la decisión de emprender o no emprender entre los estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO Cali Valle, mediante la aplicación de una encuesta en las sedes de INEM y San Fernando.

Analizar los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los estudiantes de UNIMINUTO Sede Cali, para identificar los factores determinantes que influyen en su decisión de emprender o no emprender.

3. Justificación

En concordancia con el objetivo principal este trabajo de investigación se fundamenta en la necesidad de comprender los factores que influyen en la decisión de los universitarios de emprender. Este entendimiento es crucial, ya que nos permitirá identificar tanto las barreras como los facilitadores que afectan su intención empresarial. Al conocer estos elementos, podremos contribuir significativamente al diseño de estrategias efectivas que apoyen y fomenten el emprendimiento entre los estudiantes universitarios. Estos esfuerzos no solo beneficiarán a los jóvenes emprendedores, sino que también promoverán el desarrollo económico y social a nivel local y nacional.

4. Marco de referencia

El emprendimiento constituye un fenómeno de alta relevancia en los contextos económicos y sociales contemporáneos, especialmente en un escenario global marcado por el incremento de las tasas de desempleo, la incertidumbre en los mercados laborales y las demandas por profesionales más calificados y multifacéticos. Este panorama ha generado una creciente necesidad de alternativas que permitan tanto la autosuficiencia económica como la creación de valor colectivo. En este marco, la decisión de emprender se erige como una respuesta significativa que combina elementos individuales, sociales y económicos. Para su estudio, se identifican cuatro dimensiones clave que estructuran el análisis: el nivel educativo, las experiencias de vida, los factores socioeconómicos y los factores psicológicos. Estas dimensiones interactúan de manera dinámica, proporcionando una base teórica enriquecida para comprender los distintos aspectos que influyen en el emprendimiento.

En primer lugar, el nivel educativo emerge como un elemento central para explicar la propensión de las personas hacia el emprendimiento. Investigaciones recientes, como las de Salcedo Serna et al. (2021) y Villarreal-Álvarez y Roque-Hernández (2022), han señalado que un nivel educativo más alto incrementa las probabilidades de emprender, particularmente cuando este nivel incluye conocimientos técnicos o específicos que facilitan el desarrollo de habilidades prácticas. Sin embargo, la relación entre educación y emprendimiento no siempre es lineal. Por ejemplo, León Mendoza (2017) observa que, en ciertos casos, un nivel educativo elevado puede actuar como un disuasor para emprender, ya que las personas con mayor formación pueden optar por empleos tradicionales que les ofrecen mayor estabilidad y beneficios percibidos. Esta dualidad subraya la importancia de analizar cómo se relaciona el nivel educativo con otros factores, como las expectativas individuales y las condiciones del mercado laboral.

Dentro de esta dimensión, es relevante descomponer el nivel educativo en categorías como educación primaria, secundaria, universitaria o la ausencia de formación formal. Estudios como los de Estrin et al. (2016) y Johansson (2000) destacan que cada nivel educativo proporciona competencias y perspectivas distintas para la toma de decisiones emprendedoras. De manera particular, la formación universitaria se distingue por su

enfoque en el desarrollo de capacidades técnicas, tecnológicas y profesionales, lo que constituye un valor agregado significativo para los futuros emprendedores, según lo indican Orozco Castro y Chavarro-Bohórquez (2008) y Schlaegel y Koenig (2014). Por otro lado, quienes no cuentan con educación formal o tienen niveles educativos básicos enfrentan mayores desafíos para emprender, aunque en ocasiones compensan estas limitaciones con habilidades prácticas y experiencias adquiridas en contextos no académicos.

Las experiencias de vida configuran una segunda dimensión crítica en la decisión de emprender. Estas experiencias abarcan una amplia gama de factores, desde los antecedentes laborales hasta situaciones personales que moldean las aspiraciones y decisiones individuales. Serrano Orellana et al. (2017) identifican que las personas con experiencia laboral previa, ya sea dentro de una empresa o en búsqueda de empleo, suelen mostrar mayor disposición hacia el emprendimiento, ya que estas experiencias les permiten adquirir competencias y conocimientos relevantes. Por su parte, Salcedo Serna et al. (2021) subrayan que muchas iniciativas emprendedoras surgen como una respuesta a necesidades específicas que los individuos perciben en su entorno inmediato, lo cual evidencia una conexión entre la experiencia vivida y la identificación de oportunidades de negocio.

Una categoría particularmente interesante dentro de esta dimensión es el impacto de los casos de éxito observados en el entorno cercano. Según Chen et al. (1998) y Krueger et al. (2000), conocer historias exitosas de familiares, amigos o conocidos que han emprendido actúa como un factor de inspiración y motivación. Además, situaciones como el estado migratorio también pueden influir de manera significativa. Vinogradov y Kolvereid (2007) y Webster y Kontkanen (2021) destacan que las personas que migran debido a crisis económicas, sociales o políticas suelen encontrar en el emprendimiento una forma de adaptarse a nuevos contextos, utilizando conocimientos y habilidades adquiridas previamente. Asimismo, el estado civil desempeña un papel importante, ya que tanto las relaciones positivas como las rupturas sentimentales pueden motivar decisiones emprendedoras. Serrano Orellana et al. (2017) señalan que el apoyo emocional de una pareja o el deseo de superar adversidades personales son factores que pueden impulsar a las personas a iniciar proyectos empresariales.

La tercera dimensión relevante está constituida por los factores socioeconómicos, los cuales tienen un impacto profundo en la decisión de emprender. Contreras Torres et al. (2017) y León Mendoza (2017) enfatizan que las condiciones de vida, la pobreza y las desigualdades económicas suelen ser catalizadores importantes del emprendimiento, ya que muchas personas ven en esta actividad una oportunidad para mejorar su calidad de vida y superar las limitaciones estructurales de sus entornos. En este sentido, el emprendimiento no solo responde a una necesidad económica, sino también a una intención de generar soluciones innovadoras a problemas específicos de la sociedad, como lo mencionan Ibarvo Urista et al. (2018).

Entre las categorías específicas de esta dimensión, la edad ocupa un lugar destacado. Oelckers (2015) y Ortega-Lapiedra (2020) observan que las personas mayores de 25 años tienen una mayor probabilidad de emprender, posiblemente debido a que cuentan con más experiencia y recursos que los jóvenes. Sin embargo, Castela Naval et al. (2015) identifican una tendencia creciente entre personas de mayor edad que consideran el emprendimiento como una opción viable para su desarrollo personal y económico. El género también introduce diferencias significativas, según lo indican Gutiérrez Rodríguez et al. (2021) y Figuerola Ferretti Garrigues et al. (2022). Estas investigaciones muestran que, aunque las mujeres enfrentan mayores barreras para emprender, tienden a ser más decididas y reflexivas en sus acciones, lo que contribuye a la sostenibilidad de sus proyectos.

La ubicación geográfica es otro factor determinante. León Mendoza (2017) y Torres Marín et al. (2019) señalan que las necesidades específicas de los diferentes contextos territoriales influyen en la naturaleza de las iniciativas emprendedoras. Por ejemplo, las regiones con menores recursos o con mercados desatendidos suelen ofrecer mayores oportunidades para el desarrollo de negocios innovadores. Asimismo, el entorno sociocultural puede actuar como un facilitador o un obstáculo, dependiendo de cómo las personas perciban las demandas de su comunidad y la disponibilidad de recursos para satisfacerlas (Contreras Torres et al., 2017; Krueger et al., 2000; Mancilla & Amorós, 2012).

Dentro de los factores socioeconómicos, también se destaca la influencia del salario y las condiciones del hogar. León Mendoza (2017) y Torres Marín et al. (2019) argumentan que las fluctuaciones en los ingresos y las necesidades familiares son determinantes clave para las

decisiones de emprender. Por otro lado, Kimmitt et al. (2020) subrayan que las condiciones familiares y la búsqueda de una mejor calidad de vida actúan como motivadores significativos, particularmente en contextos donde las limitaciones económicas son evidentes.

La última dimensión, pero no menos relevante, se refiere a los factores psicológicos. Esta dimensión engloba elementos como la motivación, la aversión al riesgo, la incertidumbre, la creatividad, la innovación y la inteligencia emocional. Según Bravo García et al. (2021), la motivación es un factor esencial que permite a los emprendedores superar obstáculos y alcanzar sus objetivos. Alzate Rodríguez y Bravo Santacruz (2018) también destacan que una motivación equilibrada contribuye a la estabilidad emocional y a la capacidad de asumir responsabilidades, elementos clave en el emprendimiento.

La aversión al riesgo y la incertidumbre representan desafíos significativos para los emprendedores. Da Silva (2014) y Rocha Jácome y Giraldo Gómez (2015) indican que, si bien muchas personas tienen miedo al fracaso, los emprendedores exitosos suelen ser aquellos que enfrentan riesgos calculados y encuentran maneras de mitigar las incertidumbres inherentes al proceso emprendedor. En este contexto, la capacidad para tomar decisiones informadas adquiere un valor fundamental. Lozano Frutos (2014) señala que las decisiones difíciles requieren un alto grado de determinación y, en muchos casos, el apoyo de redes sociales o profesionales para asegurar el éxito.

La creatividad y la innovación son características distintivas de los emprendedores, ya que les permiten identificar oportunidades únicas y desarrollar soluciones originales. McGee et al. (2009) y Popescu et al. (2016) enfatizan que estas cualidades son esenciales para adaptarse a las demandas cambiantes del mercado y para generar valor en contextos competitivos. Finalmente, la inteligencia emocional emerge como una habilidad indispensable para manejar los desafíos del emprendimiento. González Sierra (2015) y Morán Astorga y Menezes dos Anjos (2016) destacan que la capacidad para gestionar emociones y relaciones interpersonales es crucial para mantener la resiliencia y el enfoque en los objetivos empresariales.

En el contexto específico de la Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO), estas dimensiones encuentran una aplicación concreta. Esta institución, con una trayectoria enfocada en la formación integral y el desarrollo de competencias emprendedoras, ha diseñado

programas educativos que buscan potenciar las habilidades de sus estudiantes para enfrentar los retos del emprendimiento. Según Gutiérrez Rodríguez et al. (2016), las instituciones de educación superior desempeñan un papel crucial en el fortalecimiento de la gestión empresarial, ya que ofrecen espacios para la formación curricular, el desarrollo de planes de negocio, la participación en proyectos de investigación y la creación de redes de contactos.

En este marco, las iniciativas de UNIMINUTO reflejan un compromiso con la promoción del emprendimiento como una herramienta para transformar la realidad socioeconómica de sus estudiantes y sus comunidades. La combinación de formación académica, experiencias prácticas y apoyo institucional crea un entorno propicio para que las personas desarrollen sus capacidades emprendedoras, contribuyendo así al crecimiento económico y social en los contextos en los que operan.

5. Metodología

Con el fin de identificar las variables que influyen en la decisión o intención de desarrollar actividades de emprendimiento dentro de la población de pregrado de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO.

5.1. Enfoque y tipo de estudio

Este diseño metodológico asegura un abordaje integral, facilitando la identificación de patrones y la exploración de las dinámicas que influyen en el emprendimiento entre los estudiantes, con el objetivo de generar conocimiento aplicable al contexto educativo y empresarial.

5.2. Método de investigación

Para la presente investigación, se utilizó la plataforma Microsoft Forms como la herramienta principal para la recolección de datos. Esta plataforma fue elegida debido a su accesibilidad, facilidad de uso y capacidad para manejar grandes volúmenes de respuestas de manera eficiente, lo que facilitó la obtención de información precisa y relevante de los estudiantes de pregrado.

El diseño de la encuesta fue cuidadosamente elaborado para adaptarse a los objetivos específicos de la investigación, permitiendo que los datos recopilados fueran directamente útiles para los análisis posteriores. Se prestó especial atención en formular preguntas cerradas, claras y concisas que faciliten la comprensión por parte de los participantes, La encuesta fue dirigida a los estudiantes de pregrado de la Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO), sede Cali, en el Valle del Cauca, a un grupo representativo que permitió obtener información significativa sobre los t

5.2.1 Instrumento de Medición


5.3. Recopilación y ordenamiento de la información

El cuestionario diseñado para este estudio consta de treinta y cinco preguntas organizadas en torno a seis dimensiones fundamentales: aspectos personales, percepciones, necesidades, visión de negocio, desarrollo personal y formación educativa. Las preguntas se estructuran en tres categorías principales. En cuanto al tipo, incluyen respuestas cerradas, como opciones de sí/no, y preguntas de selección múltiple con única respuesta. Respecto al medio de aplicación, se contempla el uso de correo electrónico, interacciones personales y plataformas en línea. Finalmente, el propósito del cuestionario es analítico, orientado a extraer información que permita un análisis detallado de los factores que influyen en las decisiones de los estudiantes sobre el emprendimiento. Ver Tabla 2

El procedimiento para la aplicación de la encuesta abarca diferentes estrategias de distribución, asegurando la accesibilidad y alcance en las sedes de INEM y San Fernando de la institución. Entre los canales utilizados se encuentran los correos electrónicos institucionales, las solicitudes directas mediante interacciones personales, la colaboración con docentes en sus clases, mensajes enviados a través de WhatsApp y la disposición de códigos QR en los salones de clase. Estas estrategias buscan maximizar la participación de los estudiantes y garantizar una recopilación representativa de los datos.

Los objetivos de la investigación están enfocados en generar resultados que beneficien a la universidad y su comunidad estudiantil. Estos resultados permitirán reforzar las políticas y programas educativos relacionados con el emprendimiento, fomentar una cultura innovadora y sostenible en este ámbito, y optimizar los apoyos institucionales dirigidos al desarrollo emprendedor de los estudiantes. Además, se busca fortalecer los canales de difusión de las políticas e incentivos existentes, promoviendo un entorno más favorable para la creación y consolidación de iniciativas empresariales dentro de la universidad.

Tabla 1 Instrumento – Encuesta

<p>DESCRIPCION DE LA INVESTIGACION DEL OBJETO </p> <p>Esta encuesta busca recopilar información para identificar las razones que motivan o desmotivan a los estudiantes de UNIMINUTO COA Cali para emprender. Esta compuesta de tres secciones. Toda la información es anónima</p> <p>* Obligatoria</p> <p>* Este formulario registrará su nombre, escriba su nombre.</p> <input data-bbox="253 638 548 667" type="text"/> <p>Sección uno.</p> <p>En este apartado se plantean preguntas de caracterización de la población. Las preguntas están enfocadas en identificar las características de nuestra población estudiantil.</p> <p>Todas las preguntas tienen una única respuesta.</p> <p>1. ¿Edad actual? *</p> <p><input type="radio"/> 15 a 19</p> <p><input type="radio"/> 20 a 24</p> <p><input type="radio"/> 25 a 29</p> <p><input type="radio"/> 30 a 34</p> <p><input type="radio"/> 35 a 39</p> <p><input type="radio"/> 40 a 44</p> <p><input type="radio"/> 45 a 49</p> <p><input type="radio"/> 50 o mas</p>	<p>2. ¿Con que género se identifica? *</p> <p><input type="radio"/> Femenino</p> <p><input type="radio"/> Masculino</p> <p><input type="radio"/> Otro</p> <p>3. ¿Municipio o Ciudad de Residencia? *</p> <p><input type="radio"/> Centro del Valle del cauca (Andalucía, Buga, Bugalagrande, Darién, El Cerrito, Ginebra, Guacarí, Restrepo, Riofrío, San Pedro, Trujillo, Tuluá, Yotoco)</p> <p><input type="radio"/> Norte del Valle del Cauca (Alcalá, Ansermanuevo, Argelia, Bolívar, Cartago, El Águila, El Cairo, El Dovío, La Unión, La Victoria, Obando, Roldanillo, Toro, Ulloa, Versalles, Zarzal)</p> <p><input type="radio"/> Occidente del Valle del Cauca (Dagua, Buenaventura)</p> <p><input type="radio"/> Oriente del Valle del Cauca (Caicedonia, Sevilla)</p> <p><input type="radio"/> Sur del valle del Cauca (Florida, La Cumbre, Pradera, Vijes)</p> <p><input type="radio"/> Área metropolitana de Cali (Cali, Palmira, Candelaria, Jamundí, Yumbo)</p> <p><input type="radio"/> Departamento del Cauca</p> <p>4. ¿Cuál es el nivel educativo más alto que ha alcanzado? *</p> <p><input type="radio"/> Secundaria</p> <p><input type="radio"/> Carrera técnica</p> <p><input type="radio"/> Carrera tecnología</p> <p><input type="radio"/> Universitaria</p> <p><input type="radio"/> Posgrado</p>
--	---

10. ¿Semestre en curso? *

- I semestre
- II semestre
- III semestre
- IV semestre
- V semestre
- VI semestre
- VII semestre
- VIII semestre
- IX semestre
- X semestre

11. ¿Cuál de las siguientes opciones describe su situación laboral principal en el último año? *

- Empleado del Sector Público
- Empleado (Contrato laboral)
- Trabajador independiente / cuenta propia / contratista
- Jubilado / pensionado
- Labores de casa
- Desempleado, discapacitado
- Desempleado, no discapacitado

12. ¿usted ha emprendido? *

- Si
- No

13. Actualmente sigue con el emprendimiento *

- Si
- No

14. ¿Cuál fue la razón principal que lo llevó a emprender? (oportunidad/necesidad) *

- Mi educación me influyó a tomar la decisión de emprender
- Por conocimientos y oficios previos
- Por seguir el ejemplo de casos de éxito reconocidos o de familiares
- Por obtener libertad financiera
- Por condiciones de migración
- Por proyecto de vida (Explicación)
- No encontró empleo
- Mejorar mis ingresos mensuales

15. ¿Cuál fue su principal motivación para emprender? *

- Beneficio propio y de mi familia
- Beneficio propio y el de mi comunidad

16. ¿Emprendería en el futuro? *

- Si
- No

17. ¿Cuál sería su principal motivación para emprender? *

- Beneficio propio y de mi familia
- Beneficio propio y el de mi comunidad

18. ¿Cuál podría ser una razón que lo llevaría a emprender? *

- Mi educación me influenció a tomar la decisión de emprender
- Por conocimientos y oficios previos
- Por seguir el ejemplo de casos de éxito reconocidos o de familiares
- Por obtener libertad financiera
- Por condiciones de migración
- Por proyecto de vida
- No encontró empleo
- Mejorar mis ingresos mensuales

Sección dos (Percepción)

En esta sección se pregunta acerca de las aptitudes hacia el emprendimiento entendido este como: "el acto de iniciar, crear una modalidad de trabajo denominada en algunos lugares como auto empleo. Este acto se basa en iniciar una organización de cualquier clasificación por el impulso de una o varias personas que buscan satisfacer necesidades económicas o sociales y que no encontraron solución en las modalidades existentes" (Londoño-Cardozo, 2018, p. 99)

19. ¿Cree que hay que tener algunas capacidades especiales para ser emprendedor? *

- Si
- No

20. ¿Cómo se valora usted frente a las capacidades para ser emprendedor? *

- No tengo ninguna capacidad
- Capacidad escasa
- Poca capacidad
- Suficiente capacidad
- Buena capacidad
- Completamente capaz

21. ¿Para usted crear una empresa es? *

- Algo fácil y sin riesgo
- Algo de riesgo moderado
- Algo difícil y de mucho riesgo

⋮

22. ¿En el transcurso de la educación básica primaria recibió algún tipo de pauta o estudio sobre el emprendimiento? *

- Si
- No

23. ¿En el transcurso de la educación secundaria recibió algún tipo de pauta o estudio sobre el emprendimiento? *

- Si
- No

24. ¿En el transcurso de la educación superior (técnico, tecnólogo, profesional o posgrado) ha recibido algún tipo de pauta o estudio sobre el emprendimiento? *

- Si
- No

25. ¿Cómo se valora la actividad del emprendedor en su familia? *

- Muy valorada
- Poco valorada
- Nada valorada

26. ¿Cómo se valora la actividad del emprendedor en su entorno cercano (amigos/compañeros)? *

- Muy valorada
- Poco valorada
- Nada valorada

27. ¿Familiares cercano han sido emprendedores? *

- Si
- No

28. ¿Qué obstáculos percibe para emprender? *

- Falta de dinero
- Falta de ideas
- Tramites, papeleo
- Impuestos
- Financiación
- Falta de un proyecto estructurada

29. ¿Qué es prioritario al momento de emprender? *

- La idea
- El respaldo económico
- Conocimiento de un oficio o conocimiento previo
- Formación

30. ¿Cuál es la capacidad con la que más se identifica? *

- Soy perfectamente capaz de reconocer las oportunidades
- Soy muy creativo/a
- Soy capaz de resolver prácticamente cualquier problema que se me presente
- Soy capaz de dirigir a otras personas y de comunicarles adecuadamente ideas e intenciones
- Soy perfectamente capaz de desarrollar nuevos productos, servicios o mejoras
- Soy perfectamente capaz de establecer una red de contactos personales y profesionales

31. ¿Cuál es la competencia con la que más se identifica? *

- Seguridad en sí mismo
- Trabajar duro
- Entusiasmo
- Liderazgo
- Independencia
- Asumir riesgos
- Responsabilidad y compromiso
- Soy creativo e innovador
- Tomar decisiones
- Motivar a otros

Sección tres (Propio de universidad)

En esta sección se abordan preguntas acerca de la universidad

32. Conoce los programas de sensibilización sobre emprendimiento de la universidad? *

Si

No

33. ¿Durante alguno de los cursos o materias vistas en la universidad se le habló de las opciones de acompañamiento al emprendimiento que brinda la universidad? *

Si

No

34. ¿Qué herramientas considera que debe utilizar la universidad para fomentar el emprendimiento entre sus estudiantes? *

Cursos adicionales sobre emprendimiento

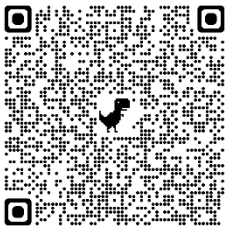
Incentivos académicos por participación en procesos de emprendimiento

Semilleros de investigación

35. ¿Siente apoyo por parte de la universidad para desarrollar sus intenciones emprendedoras? *

Si

No



Este contenido no está creado ni respaldado por Microsoft. Los datos que envíe se enviarán al propietario del formulario.

 Microsoft Forms

5.3.1 Fuentes de información

La investigación se fundamenta en una combinación estratégica de fuentes primarias y secundarias, garantizando una recopilación integral y diversificada de información. Las fuentes primarias se obtienen a través de la encuesta cuidadosamente diseñada y aplicada a una muestra representativa de estudiantes de pregrado de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO. Por otro lado, las fuentes secundarias se nutren de investigaciones previas y documentación especializada accesible a través de plataformas como bases de datos universitarias, Google Académico y páginas web institucionales. En cuanto a las técnicas de recolección de información, se emplean métodos específicos para cada tipo de fuente, incluyendo la encuesta para datos primarios y el análisis documental sistemático para datos secundarios, lo que permite un enfoque exhaustivo y riguroso en la recopilación y análisis de los datos. Esta aproximación integral asegura una base sólida para la investigación y facilita la obtención de resultados confiables y relevantes.

5.4. Tratamiento de la información

El proceso de análisis se inició con una fase de preparación de los datos, que consistió en la revisión, corrección, y estandarización de la información, garantizando así la precisión, fiabilidad y consistencia de los datos para obtener resultados válidos y confiables.

Luego, se procedió a categorizar y codificar las respuestas para facilitar el análisis estadístico, utilizando tablas y gráficas dinámicas en Excel. Posteriormente, se aplicaron técnicas estadísticas descriptivas para identificar patrones y relaciones significativas. Finalmente, se interpretaron los resultados en el contexto de la investigación, considerando la literatura relevante y garantizando la confidencialidad y anonimato de los participantes, quienes previamente habían otorgado su consentimiento informado.

5.5. Población y muestra

Se diseñó una encuesta dirigida a los estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, Rectoría Suroccidente, ubicada en la sede Cali, Colombia. Esta institución cuenta con una población estudiantil diversa que abarca 23 programas académicos pertenecientes a distintas facultades. Con el objetivo de garantizar un análisis estadístico confiable y representativo, se llevó a cabo un cálculo muestral sobre un total de 2220 estudiantes matriculados. La muestra resultante incluyó 328 participantes, definida bajo parámetros metodológicos que consideraron un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Para realizar este cálculo y gestionar el diseño de la encuesta, se utilizó la herramienta SurveyMonkey (2022).

Tabla 2 *Distribución de Estudiantes Matriculados*

Programa	N° Estudiantes Matriculados	Participación del total Estudiantes
Administraciones (AEMD y ADFU)	495	22%
Contabilidad (COPD)	486	22%
Administración en Salud (ASOD y ASST)	395	18%
Licenciaturas (LEID)	295	13%
Ingeniería Industrial (INDU)	159	7%
Tecnologías (TINF, TGEM, TCOS, TNME)	159	7%
Trabajo Social (TRSO)	123	6%
Comunicación Social (CSOD)	54	2%
Psicología	54	2%
Total Estudiantes	2220	100%

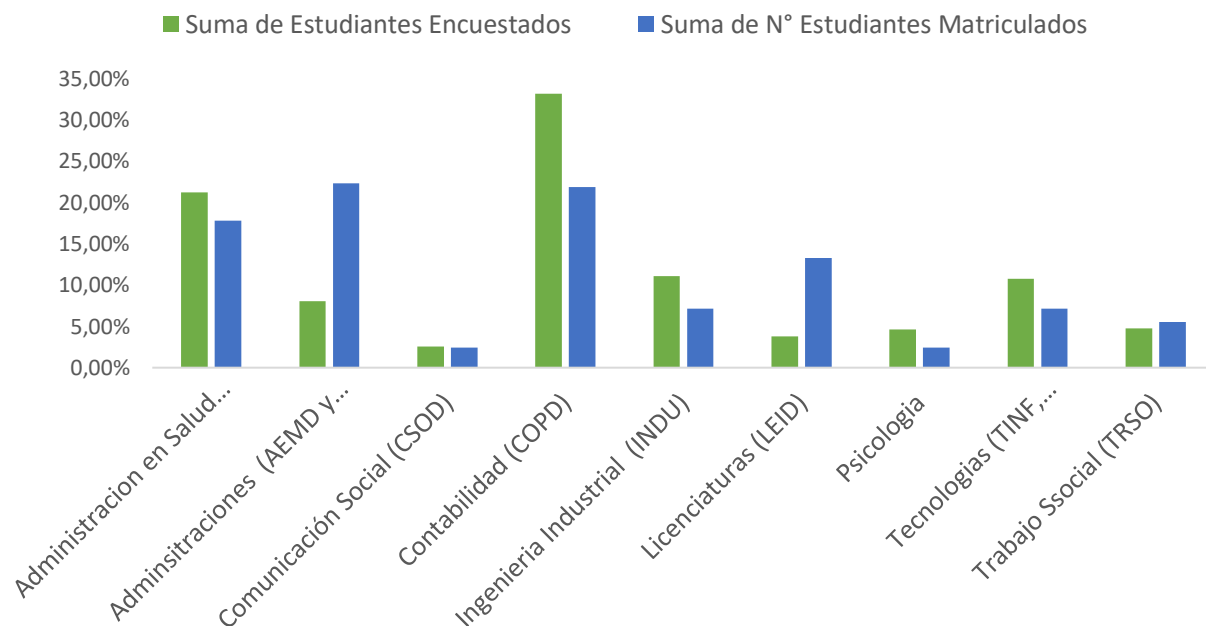
Fuente: Registro Académico UNIMINUTO Cali Valle

6. Resultados

De los 2220 estudiantes, estadísticamente la muestra nos da una la población mínima para trabajar de 328 estudiantes, se lograron realizar 585 encuestas que representa 26%, lo que indica que es casi una cuarta parte de la población matriculada en la vigencia 2022, con la información obtenida se logra se inicia el procesos de organización y selección para conjugar las variables posibles, se empleó un enfoque de análisis descriptivo y visualización de datos. Este enfoque permitió examinar las características demográficas y académicas de los estudiantes, así como la relación entre variables relevantes. Las gráficas se generaron utilizando Excel con procesos dinámicos, lo que facilitó la visualización y comprensión de los resultados.

6.1 Análisis de la Representatividad de la Muestra por programa

Grafica 1 Comparativa de Estudiantes Matriculados Vs Encuestados por Programa



Nota: la gráfica muestra de cada programa la proporción de estudiantes que participaron con respecto a los que se encontraban matriculados. **Fuente:** Elaboración propia de acuerdo con la información suministrada por Registro académico de UNIMINUTO y encuesta aplicada a los estudiantes de UNIMINUTO

De acuerdo a la cantidad de estudiantes matriculados en los programas ofertados para la vigencia 2022, cuenta con mayor participantes es Administración de empresas, seguido de contaduría Pública con 22%, que igual refleja una mayor participación en la encuesta destacándose con una participación del 40%, indicando un alto compromiso. Psicología, las tecnologías e ingeniería industrial también muestra un buen nivel de respuesta.

En los programas de Administración en Salud y Administración general, las tasas de participación muestran una discrepancia más notable con respecto a su representación en la muestra inicial. En ambos casos, el porcentaje de estudiantes que respondieron la encuesta es considerablemente menor, lo que podría sugerir la existencia de factores específicos que limitan la participación en estas disciplinas.

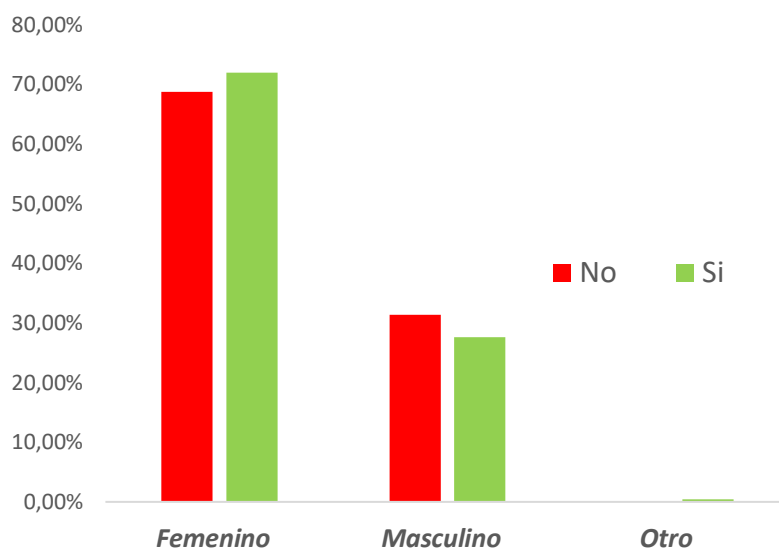
Como podemos ver el análisis de la participación estudiantil en diferentes programas académicos revela variaciones significativas. Esto sugiere que los programas no alcanzan a todos los estudiantes de manera equitativa.

Es necesario diseñar programas que consideren las necesidades y preferencias específicas de los estudiantes. También se requieren estrategias personalizadas para fomentar la participación en aquellos programas y eventos con menor implicación. Además, es fundamental promover el compromiso y la participación de los estudiantes en toda clase de eventos, como actividades extracurriculares, proyectos de investigación, competencias académicas, eventos culturales y sociales, y reuniones estudiantiles.

Al fomentar la participación en estos eventos, se pueden lograr varios objetivos, como desarrollar habilidades sociales y de liderazgo, fortalecer la comunidad estudiantil, incrementar la motivación y el compromiso académico, y proporcionar oportunidades de crecimiento y aprendizaje.

6.2 Distribución de Emprendimiento según Identidad de Género

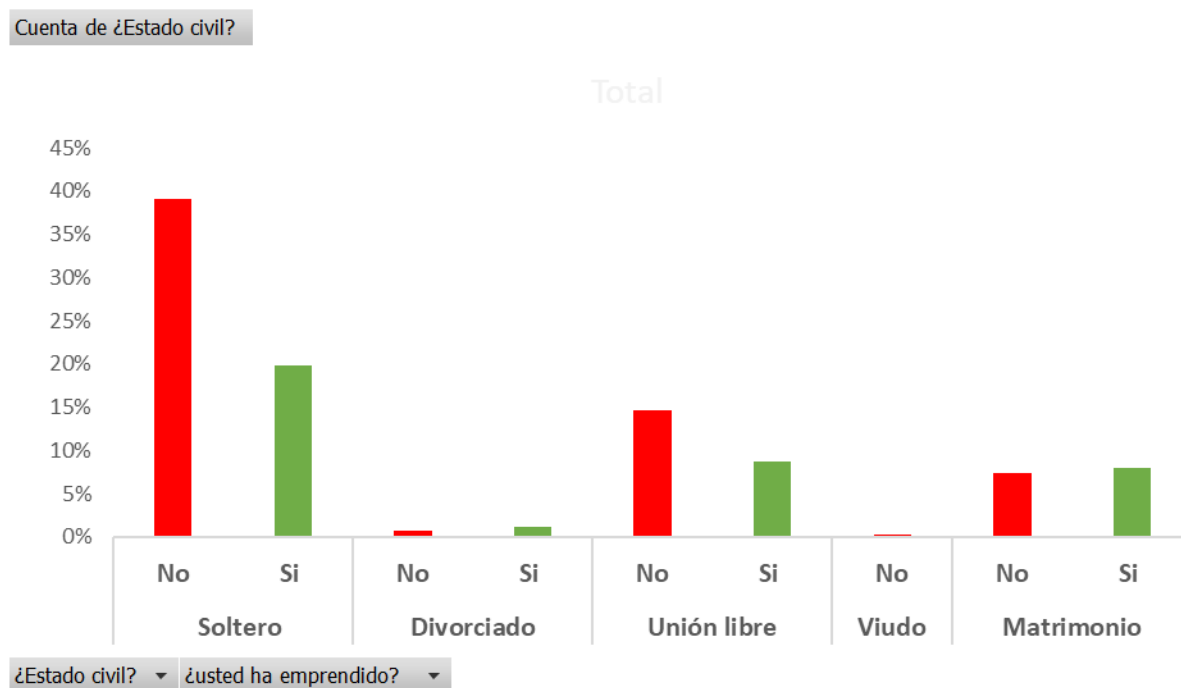
Grafica 2 Tendencias de Emprendimiento por Género



Nota: Explica la proporción por género de los estudiantes que decidieron emprender y no emprender. Fuente: Elaboración propia con base a la encuesta realizada a los estudiantes de UNIMINUTO sede Cali

La gráfica ilustra la relación entre el género y la actividad emprendedora, evaluada a partir de las respuestas afirmativas o negativas a la pregunta "¿Usted ha emprendido?". Los datos están organizados en tres categorías de género: femenino, masculino y otro, se identifica que del total de la muestra seleccionada de 585 Estudiantes, el 62% no han emprendido, de los cuales 69% son mujeres y el 31% son hombres y el 38% de los encuestados que si han emprendido el 72% son mujeres y el 28% son hombres, Como podemos ver la mayoría de los encuestados de todos los géneros no han emprendido, aunque las mujeres muestran una leve tendencia a emprender más que los hombres. El grupo "Otro" muestra una participación marginal que representa un porcentaje muy bajo lo cual se debe a un número reducido de participantes en esta categoría.

Grafica 3 Impacto del Estado Civil en la Decisión de Emprande



Nota: La grafica explica la proporción de estudiantes que de acuerdo con su estado civil han decidido emprender y no emprender. Fuente: Elaboración propia con base a la encuesta realizada a los estudiantes de UNIMINUTO sede Cali

La gráfica muestra la relación entre el estado civil y la participación en actividades emprendedoras, dividiendo los datos en cinco categorías: soltero, divorciado, en unión libre, viudo y en Matrimonio, cada una con indicadores de quienes han emprendido y quienes no.

El 59 % de la población encuestada son solteros y presentan una mayor inclinación hacia la no participación en emprendimiento, posiblemente debido a la falta de estabilidad económica o apoyo emocional que facilita asumir riesgos. Los de Unión Libre representados por 23% de la población encuestada se destacan por un porcentaje 86% a no emprendedor, lo que sugiere que no cuentan con estabilidad y apoyo en sus relaciones.

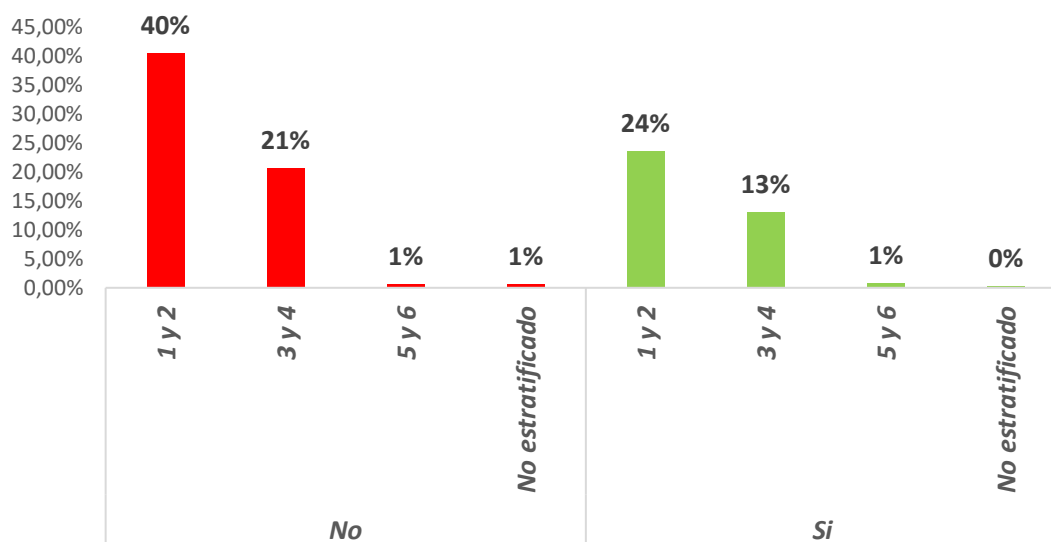
Los divorciados también muestran una tendencia leve al emprendimiento, aunque algunos encuentran en el emprendimiento una oportunidad de reconstrucción. En cambio, Los viudos presentan el nivel más bajo de participación en emprendimiento, lo cual puede estar influenciado

por factores emocionales y económicos propios de su situación. Finalmente, los casados muestran una distribución equilibrada entre emprendedores y no emprendedores, lo que sugiere que el matrimonio ofrece tanto estabilidad y apoyo como obligaciones que pueden limitar o incentivar el emprendimiento.

La situación conyugal es un factor determinante en la decisión de emprender. Las personas que han superado el divorcio o que han encontrado estabilidad en el matrimonio parecen tener más probabilidades de iniciar un negocio con éxito. Sin embargo, la soltería, la unión libre y la viudez pueden presentar obstáculos adicionales en este camino.

6.3 Análisis por Distribución del Estrato Socio económico

Grafica 4 Distribución del Emprendimiento Según el Estrato Socioeconómico



Nota: La grafica explica la proporción de estudiantes que de acuerdo con su estrato socio económico han decidido emprender y no emprender. Fuente: Elaboración propia con base a la encuesta realizada a los estudiantes de UNIMINUTO sede Cali

La gráfica ilustra la relación entre el estrato socioeconómico y la actividad emprendedora, evaluada a partir de las respuestas afirmativas o negativas a la pregunta "¿Usted ha emprendido?". Los datos están segmentados según el estrato socioeconómico, donde los estudiantes se dividen en categorías correspondientes a los estratos 1 y 2, 3 y 4, y 5 y 6, además de incluir a los no estratificados.

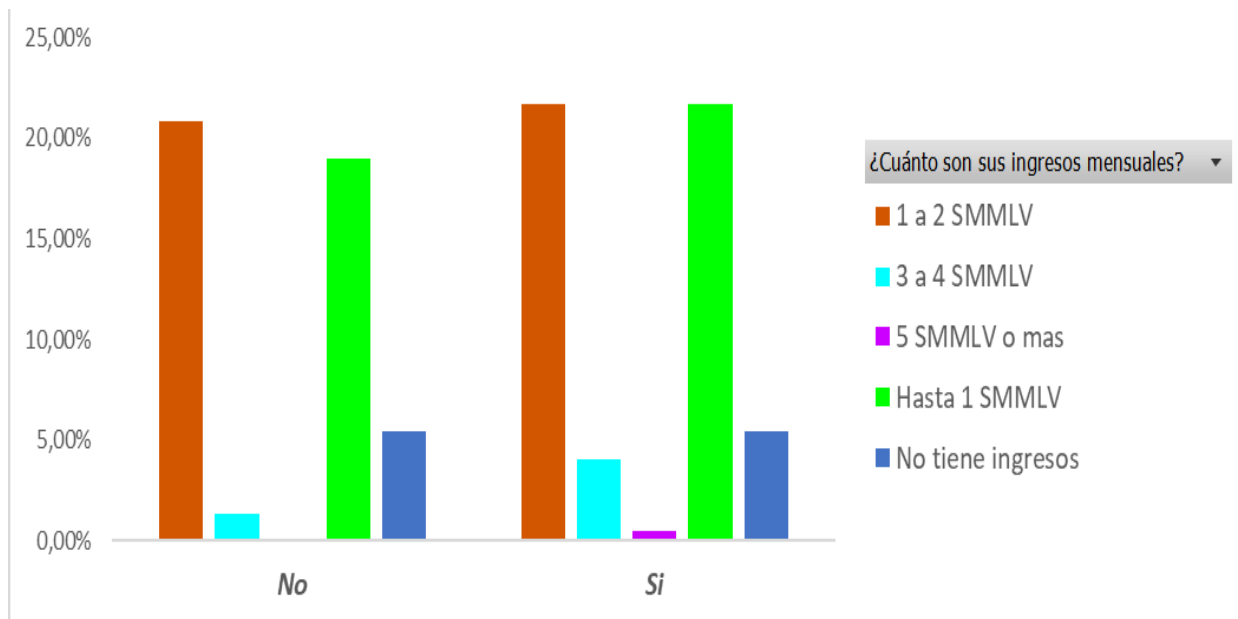
Se observa que del total de los estudiantes encuestados 585, los estudiantes de los estratos 1 y 2 tienen una clara tendencia a no emprender, con un 40% y 24% si tienen tendencia al emprendimiento.

En el caso de los estudiantes ubicados en los estratos 3 y 4, se presenta una distribución más equilibrada. Un 21% de los estudiantes de estos estratos indicaron que no han emprendido, mientras 13% afirmó haber emprendido.

En cuanto a los estudiantes de los estratos 5 y 6, la gráfica revela una participación mínima en ambas categorías, con un 0,68% de respuestas negativas y 0,85% de respuestas afirmativas. Estos valores representan una pequeña proporción, al igual que los estudiantes que pertenecen al grupo "No estratificado", que representa a aquellos estudiantes cuyo estrato no fue especificado, muestra una participación aún más reducida en ambas categorías, con solo un 0,34% de los encuestados que indicaron haber emprendido y un 0,68%. que

6.4 Continuidad del Emprendimiento y el Nivel de Ingresos Mensuales

Grafica 5 Distribución por Ingresos de Quienes continúan con el emprendimiento



Nota: La grafica explica la proporción de estudiantes que de acuerdo con sus ingresos mensuales han decidido emprender y no emprender. Fuente: Elaboración propia con base a la encuesta realizada a los estudiantes de UNIMINUTO sede Cali

El análisis muestra que más de la mitad de quienes emprenden mantienen su proyecto activo, mientras que el resto lo abandona, posiblemente por factores económicos o de sostenibilidad. La mayoría de los emprendedores y no emprendedores se concentran en ingresos bajos, de hasta dos salarios mínimos legales vigentes, reflejando características económicas similares entre ambos grupos. Sin embargo, pocos emprendedores alcanzan niveles de ingreso altos, lo que indica dificultades para escalar sus iniciativas. Estos resultados destacan la necesidad de estrategias que impulsen la estabilidad y el crecimiento de los emprendimientos en los sectores más vulnerables.

6.5 Interpretación de las Preferencias de Emprendimiento Futuro

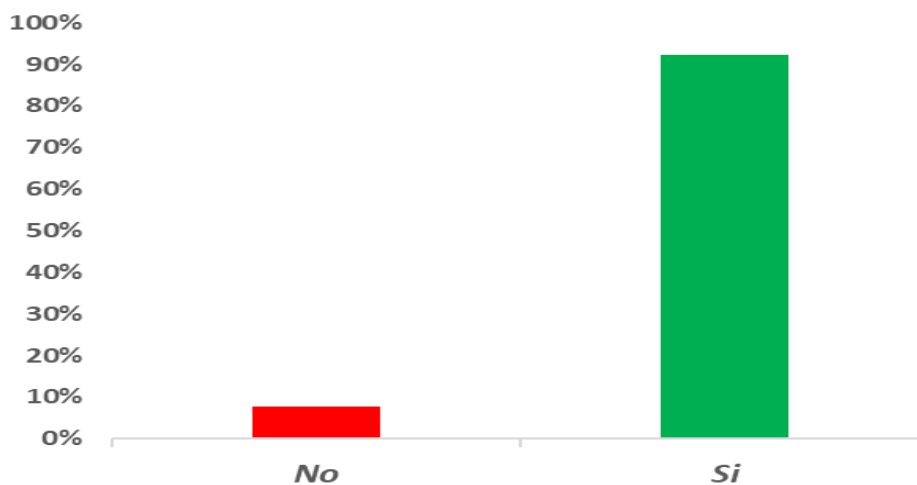
Los resultados de la encuesta revelan una brecha significativa entre la realidad actual y las aspiraciones futuras de los estudiantes en cuanto al emprendimiento. Aunque el 62% no ha tenido oportunidades de emprender, un sorprendente 92% manifiesta su interés en hacerlo en el futuro.

Esta tendencia sugiere que los estudiantes valoran la independencia económica, las nuevas oportunidades de negocio y el desarrollo de proyectos personales. La mayoría considera el emprendimiento como una alternativa viable y atractiva.

Sin embargo, es notable que el 8% restante no tenga intención de emprender, y que la mayoría de ellos tenga ingresos mensuales inferiores a 2 salarios mínimos legales vigentes. Esto sugiere que la falta de recursos económicos puede ser un obstáculo para el emprendimiento.

Estos resultados destacan la importancia de fomentar el emprendimiento entre los jóvenes, proporcionándoles recursos y oportunidades para desarrollar sus habilidades y proyectos.

Grafica 6 *Decisión de Emprender en el Futuro*



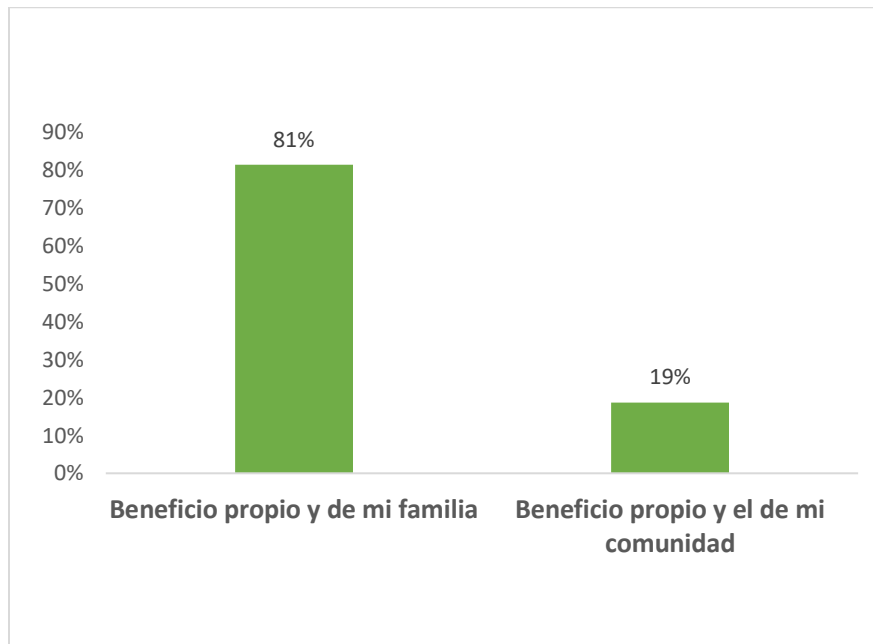
Nota: La grafica explica la proporción de estudiantes aún no han decidido emprender y si emprendieran en un futuro. Fuente: Elaboración propia con base a la encuesta realizada a los estudiantes de UNIMINUTO sede Cali

6.6 Análisis de las motivaciones predominantes en los emprendedores

La mayoría de la población tiene unos ingresos menores a 2 salarios mínimos lo que ha motivado a la mayoría de los emprendedores a priorizar sus objetivos personales y familiares al iniciar un negocio. Esto se manifiesta en la preferencia de aquellos que seleccionaron el beneficio propio y familiar como motivación principal, superando significativamente a quienes consideraron el beneficio comunitario como su objetivo primordial. Este patrón indica una orientación hacia la satisfacción de necesidades inmediatas, principalmente relacionadas con la mejora de las condiciones económicas y el bienestar familiar, aislando a un segundo plano el enfoque comunitario.

Esta distribución puede estar influenciada por factores socioeconómicos que condicionan las prioridades de los emprendedores, quienes, al enfrentar desafíos económicos, optan por soluciones que impacten directamente su entorno más cercano. Por lo tanto, el beneficio colectivo, aunque relevante, ocupa un lugar secundario frente a las necesidades individuales y familiares.

Grafica 7 Motivaciones principales para emprender



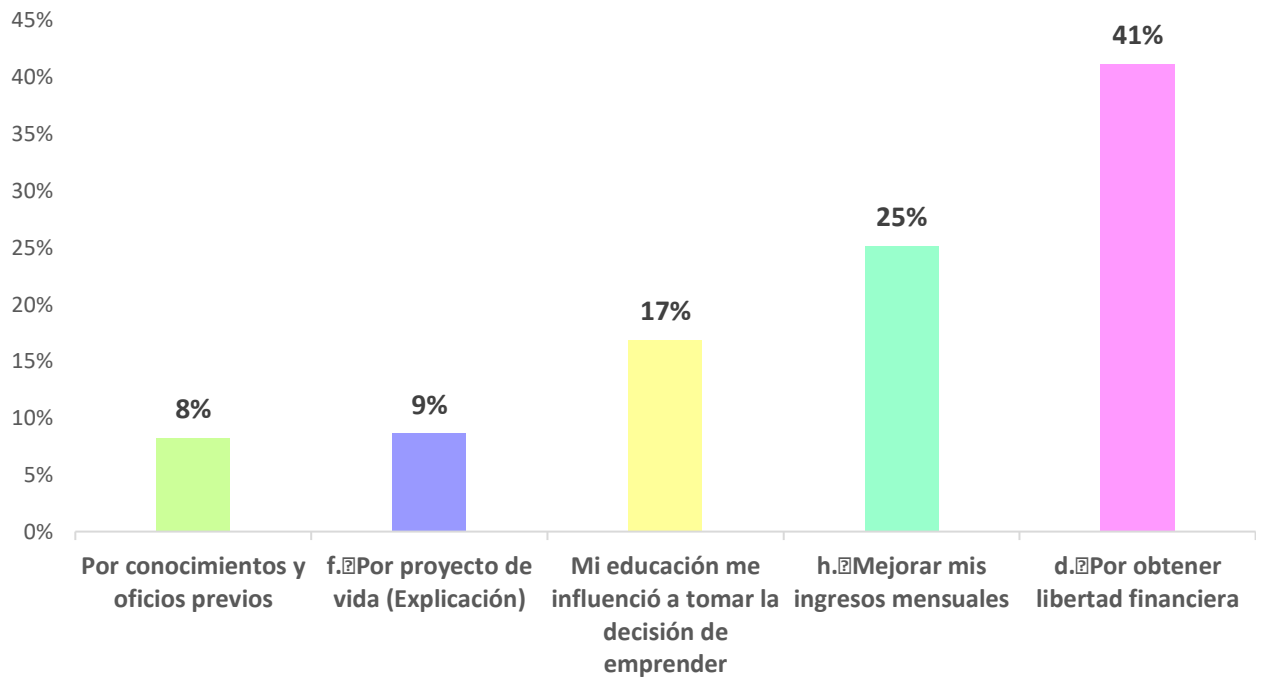
Nota: La grafica explica la proporción de estudiantes han decidido emprender y cuál fue su principal motivación. Fuente: Elaboración propia con base a la encuesta realizada a los estudiantes de UNIMINUTO sede Cali

6.7 Explorando las Razones que Impulsan el Emprendimiento

Las principales razones que podrían llevar a las personas a emprender. Dentro de las razones evaluadas, sobresale significativamente el deseo de obtener libertad financiera, con una representación superior al 40%, lo que indica una alta prioridad por alcanzar autonomía económica como motor principal del emprendimiento. Otra razón destacada es la mejora de ingresos mensuales, que reúne alrededor del 25%, señalando la importancia de generar estabilidad económica personal. Asimismo, aunque con menor frecuencia, factores como la influencia educativa, los conocimientos previos y los proyectos de vida también figuran como motivos relevantes, aunque en menor proporción. Este comportamiento sugiere que las motivaciones económicas y la búsqueda de independencia financiera son los principales estímulos que orientan

la intención de emprender, mientras que los factores relacionados con experiencias o aprendizajes previos juegan un rol secundario pero complementario.

Grafica 8 Razones que Impulsarían a las Personas a Emprender



Nota: La gráfica muestra la proporción de estudiantes que actualmente no han emprendido y aquellos que planean hacerlo en el futuro, motivados por el deseo de obtener beneficios tanto personales como familiares. Esta decisión está impulsada por diversas razones.

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta realizada a los estudiantes de UNIMINUTO, sede Cali.

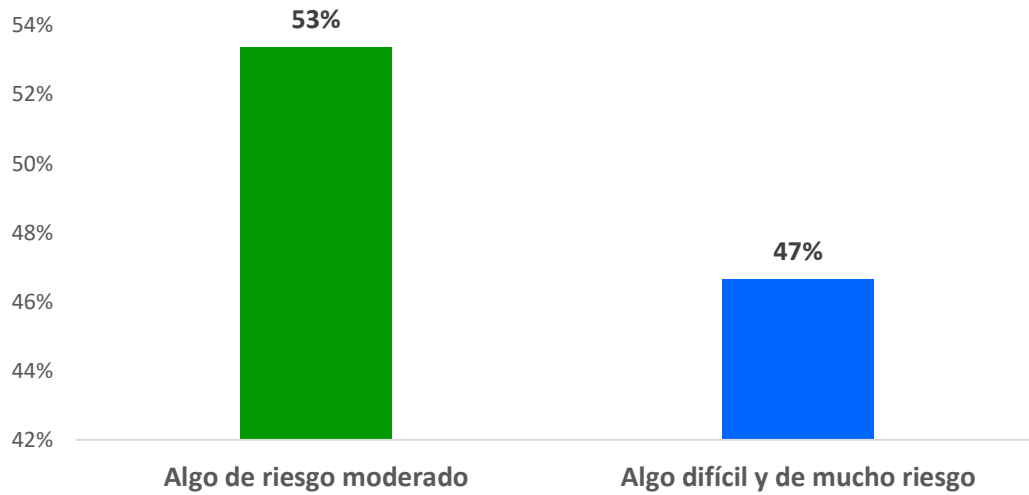
6.8 Nivel de dificultad atribuido al emprendimiento

De la encuesta realizada a 585 estudiantes arrojó resultados reveladores sobre sus percepciones y actitudes hacia el emprendimiento. Aunque el **62%** de los encuestados **no ha emprendido hasta el momento**, un notable **92% expresó su disposición a emprender en el futuro**. De esta población, el 66% cree que ser emprendedor requiere capacidades especiales.

En cuanto a la percepción del riesgo asociado al emprendimiento, se destacan dos categorías principales: “Algo de riesgo moderado” y “Algo difícil y de mucho riesgo”. El 53% de los encuestados dispuestos a emprender, considera que iniciar un negocio implica un riesgo moderado, mientras que el 47% lo percibe como algo difícil y conlleva un alto riesgo. Esta percepción evidencia una tendencia hacia una visión relativamente optimista del emprendimiento, aunque persisten conocimientos que asocian esta actividad con incertidumbre significativa.

Estas percepciones de los estudiantes sobre el riesgo asociado al emprendimiento revelan una conciencia equitativa sobre la existencia de riesgos moderados y altos. La mayoría considera que emprender implica un riesgo moderado, mientras que una parte significativa lo percibe como una actividad difícil y de alto riesgo. A pesar de reconocer los desafíos, prevalece una visión relativamente optimista sobre el emprendimiento. Además, se percibe que ser emprendedor requiere capacidades especiales, lo que sugiere una percepción de complejidad asociada al proceso emprendedor. Ver grafica 9.

Grafica 9 Percepción sobre el emprendimiento futuro y las habilidades necesarias

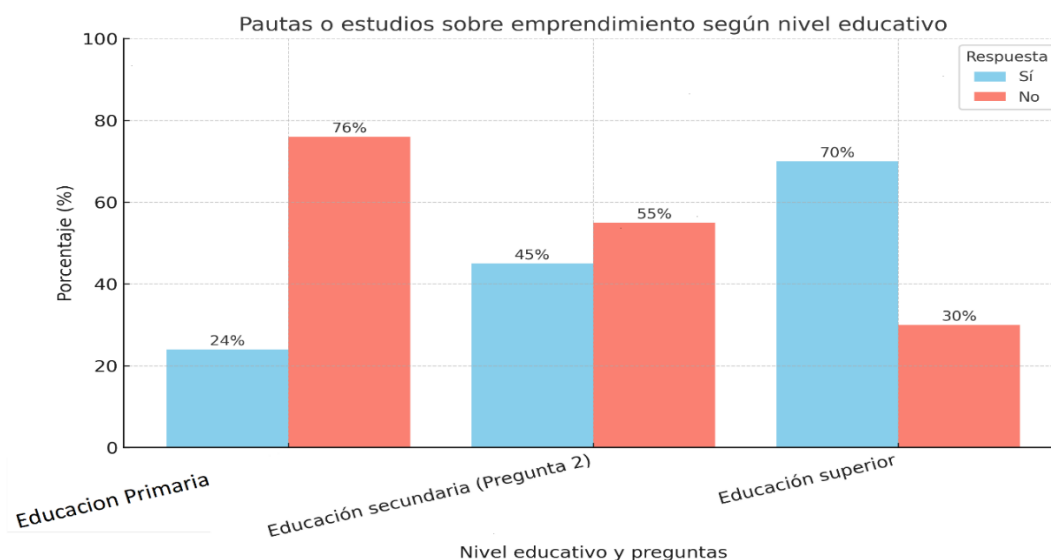


Nota: La gráfica muestra la proporción de estudiantes que actualmente no han emprendido y aquellos que planean hacerlo en el futuro, y que creen que se debe tener algunas capacidades para hacerlo y si existe riesgo o no.

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta realizada a los estudiantes de UNIMINUTO, sede Cali.

6.9 Análisis del acceso al conocimiento emprendedor según la formación académica

Grafica 10 *Conocimiento sobre emprendimiento según nivel educativo*



Nota: La gráfica muestra la proporción de estudiantes que actualmente han emprendido y en qué nivel de la educación recibió algún tipo de información sobre emprendimiento. **Fuente:** Elaboración propia con base en la encuesta realizada a los estudiantes de UNIMINUTO, sede Cali.

En el presente Análisis tenemos la relación de los estudiantes que han emprendido (221 = 38% población encuestada) y en qué nivel educativo recibieron algún conocimiento o pautas sobre emprendimiento. La representación visual muestra tres niveles educativos: primaria, secundaria y superior, contrastados según las respuestas afirmativas y negativas. En el nivel de educación primaria, solo un 24% de los encuestados indicó estar familiarizado con pautas sobre emprendimiento, mientras que un significativo 76% señaló no contar con dicho conocimiento, lo que sugiere una limitada exposición a estos temas en esta etapa inicial del sistema educativo.

En la educación secundaria, se observa una mejora notable en el reconocimiento de pautas de emprendimiento, alcanzando un 45% de respuestas afirmativas. Sin embargo, todavía

predomina una mayoría, con un 55%, que desconoce estas herramientas. Este cambio gradual entre la primaria y la secundaria podría reflejar la inclusión progresiva de conceptos básicos de emprendimiento en los programas educativos de este nivel.

Finalmente, en el nivel superior, se evidencia un cambio drástico, con un 70% de participantes indicando estar familiarizados con los estudios sobre emprendimiento. Solo un 30% manifiesta no tener conocimiento al respecto, lo que denota un enfoque más consolidado y especializado hacia el desarrollo de habilidades emprendedoras en la educación superior.

Vemos como los datos reflejan una correlación positiva entre el nivel educativo y el acceso o conocimiento sobre emprendimiento, destacando una necesidad de integrar estas competencias desde las primeras etapas educativas para fomentar una cultura emprendedora más equitativa y universal.

7. Conclusiones

A partir de los resultados obtenidos en esta investigación se permite identificar diversos factores determinantes en la decisión de los estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, sede Cali, para emprender o no emprender. Este estudio no solo contribuyó a una comprensión más profunda de las motivaciones y barreras que enfrentan los jóvenes universitarios, sino que también evidenció las dinámicas individuales y contextuales que intervienen en sus procesos de toma de decisiones.

La construcción del instrumento de recolección de datos permitió abordar de manera estructurada los factores que influyen en la propensión al emprendimiento entre los estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, sede Cali. La población objeto de estudio estuvo compuesta por los 2.220 estudiantes matriculados en los programas de pregrado durante el segundo semestre del año 2022. Para la recolección de datos, se seleccionó una muestra representativa que correspondía al 55% de la población total, es decir, a 1.213 estudiantes. Sin embargo, de esta muestra, solo el 48% (585 estudiantes) colaboraron para completar la encuesta en su totalidad. Aunque no se logró alcanzar la totalidad de la muestra prevista, la respuesta de casi la mitad de los estudiantes seleccionados permitió reunir una cantidad suficiente

El instrumento de recolección, la encuesta, permitió abordar de manera organizada y coherente los factores claves relacionados con la propensión al emprendimiento. De acuerdo con Shane (2003), los factores personales y contextuales juegan un papel fundamental en la decisión emprendedora, lo cual se refleja en las preguntas diseñadas para identificar las motivaciones y las barreras percibidas por los estudiantes. Sin embargo, durante el proceso de aplicación, se controlará que no todos los programas académicos fueron igualmente representados. Esta disparidad en la tasa de respuesta podría haber afectado la representatividad de los resultados, dado

que ciertos grupos académicos presentaron una menor tasa de participación. A pesar de este desequilibrio, los datos recolectados permitieron abordar los aspectos principales de la investigación, como las motivaciones internas y los factores externos que influyen en la decisión de emprender.

Si bien la encuesta cubrió la mayoría de los temas relevantes para la investigación, se identificaron áreas que no fueron suficientemente exploradas. En particular, no se abordaron con profundidad las influencias externas en la decisión emprendedora, tales como entorno socio económico, la existencia de redes de contacto profesionales, las políticas públicas que promueven el emprendimiento. En este sentido, se considera que la combinación de métodos cualitativos y cuantitativos podría haber enriquecido el análisis, proporcionando una visión más completa de los factores que inciden.

Los hallazgos reflejan que las decisiones de emprender están influenciadas tanto por aspectos socioeconómicos como por características personales y culturales. Específicamente, las limitaciones en el acceso a recursos económicos y las percepciones de riesgo son elementos centrales que dificultan el inicio de iniciativas empresariales, especialmente entre los estudiantes de los estratos socioeconómicos más bajos.

Las motivaciones predominantes muestran que los estudiantes tienden a priorizar objetivos personales y familiares al considerar la posibilidad de emprender. La búsqueda de libertad financiera y la mejora de las condiciones económicas emergen como factores clave en la intención de iniciar un negocio. Sin embargo, estos objetivos contrastan con la limitada disposición de algunos estudiantes a asumir los riesgos asociados al emprendimiento, lo que pone de manifiesto la necesidad de fortalecer habilidades y actitudes orientadas a la gestión de incertidumbre y la toma

de decisiones informadas. Este fortalecimiento debe incluir el desarrollo de competencias relacionadas con la planificación estratégica, la resiliencia ante el fracaso y la capacidad de identificar oportunidades en contextos desafiantes. La promoción de estas habilidades permitirá a los estudiantes abordar los riesgos perjudiciales al emprendimiento con mayor confianza y preparación, contribuyendo a un enfoque más sólido y sostenible hacia sus iniciativas empresariales.

Una limitación importante del estudio fue la falta de representatividad de algunos programas académicos, ya que algunos grupos mostraron una tasa de respuesta más baja. Para mejorar la representatividad en estudios futuros, sería útil emplear muestreos estratificados. Además, la encuesta no profundizó lo suficiente en las experiencias personales de los estudiantes, lo que limita la comprensión de las barreras subjetivas, como el miedo al fracaso. El uso de métodos cualitativos, como entrevistas o grupos focales, podría enriquecer el análisis.

En el futuro, se sugiere realizar investigaciones que combinen métodos cualitativos y cuantitativos, lo que permitirá una comprensión más completa del tema. También sería útil realizar estudios a largo plazo para observar cómo las decisiones de emprendimiento de los estudiantes cambian con el tiempo. Además, sería valioso comparar diferentes contextos académicos y geográficos para entender mejor cómo las diferencias culturales y económicas afectan la inclinación.

Referencias

- Álzate, Rodríguez, F., & Bravo Santacruz, M. E. (2018). Aproximaciones sobre las motivaciones y las características del perfil emprendedor [Tesis Maestría en Dirección Empresarial]. Universidad Santiago de Cali.
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y Ciencias Sociales* (O. Fernández Palma, Ed.; Tercera Edición). Prentice Hall.
- Bonet, A. (2021, abril 19). El emprendimiento en el mundo. Ángel Bonet. <https://www.angelbonet.com/el-emprendimiento-en-el-mundo/>
- Bravo, García, S. (2011). Incubadoras de empresas en Colombia. *Revista Ingenium*, 5(9), 5–13.
- Bravo, García, S. (2015). Análisis de las características de un emprendedor en proceso de incubación y no incubados. *Sotavento MBA*, 21, 40–48.
- Bravo, García, S., Araque Jaramillo, W., Martínez Lizarralde, M., Argüello Salazar, A., Mera Porras, J. D., & Londoño-Cardozo, J. (2021). Comparativo de la actitud emprendedora entre estudiantes de dos organizaciones de Educación Superior: UNICUCES de Colombia y Andina Simón Bolívar de Ecuador. En J. Londoño-Cardozo, M. A. Salcedo Serna, & D. M. Cifuentes Leitón (Eds.), *Emprendimiento y Universidad: Giros y desafíos de una relación problemática* (Primera ed., pp. 291–317). Editorial Universidad Santiago de Cali.
- Bravo, García, S., Benavides Bustos, J. P., Bravo Santacruz, M. E., Wagner Martínez, M. A., & Londoño-Cardozo, J. (2021). Características emprendedoras y modelos spin-off académicos. Análisis de casos en Colombia (Primera ed.). Universidad Santiago de Cali.
- Características de propensión al emprendimiento de estudiantes de UNIMINUTO 55
- Buitrago Nova, J. A. (2014). Emprendimiento en Colombia. *Administración & Desarrollo*, 43(59), 7–21.

- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295–316. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00029-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3)
- Contreras Torres, F., Espinosa Méndez, J. C., Soria Barreto, K., Portalanza Chavarría, A., Jáuregui Machuca, K., & Omaña Guerrero, J. A. (2017). Intención de emprendimiento en estudiantes de cinco países latinoamericanos y su relación con liderazgo, propensión al riesgo y locus de control. *International Journal of Psychological Research*, 10(2), Article 2. <https://doi.org/10.21500/20112084.2794>
- Duarte, T., & Ruiz Tibana, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia et Technica*, 3(43). <https://doi.org/10.22517/23447214.2275>
- Durán, S., Parra, M., & Márceles, V. (2015). Potenciación de habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos en el contexto universitario. *Opción*, 31(77), 200–215.
- Estrin, S., Mickiewicz, T., & Stephan, U. (2016). Human capital in social and commercial entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 449–467. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.05.003>
- García-Bullé, S. (2019, mayo 16). El emprendimiento como recurso y agente de cambio en la educación. *Observatorio / Instituto para el Futuro de la Educación*. <https://observatorio.tec.mx/edu-news/emprendimiento-y-educacion/>
- Gómez Daza, K. S. (2019). Perfil psicosocial de la persona emprendedora [Trabajo de Grado para optar al título de Psicólogo Profesional, Universidad Cooperativa de Colombia]. <http://hdl.handle.net/20.500.12494/13383>
- Características de propensión al emprendimiento de estudiantes de UNIMINUTO 56
- González Sierra, J. A. (2015a). Influencia de emprendedores en la propensión emprendedora de universitarios para la creación de empresas. Caso: Empresa de alimentos saludables [Protocolo de investigación para el proyecto terminal de carácter profesional para obtener

el grado de maestro en Administración, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo].
<http://dgsa.uaeh.edu.mx:8080/bibliotecadigital/handle/231104/2710>

González Sierra, J. A. (2015b). Influencia de emprendedores en la propensión emprendedora de universitarios para la creación de empresas. Caso: Empresa de alimentos saludables. *Revista de Psicología y Ciencias del Comportamiento de la U.A.C.J.S.*, 6(2), 21–35.
<http://200.57.56.70:8080/xmlui/handle/231104/2710>

Guerrero Bejarano, M. A. (2016). La investigación cualitativa. *INNOVA Research Journal*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.33890/innova.v1.n2.2016.7>

Gutiérrez Rodríguez, J., Ortiz Riaga, M. C., Rodríguez Gaitán, S. M., & Suárez Bocanegra, P. M. (2016). Influencia de la universidad en la creación de empresa. *Boletín Redipe*, 5(2), 70–78.

Gutiérrez Rodríguez, L. E., Winkler Benítez, K. T., & Campos Sánchez, A. (2021). Comportamientos socio culturales y el género como factores clave para el espíritu emprendedor, un análisis al GEM. XV Congreso de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad, 15, 19.

Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1a ed.). McGraw-Hill Interamericana.
<http://www.ebooks7-24.com.ezproxy.uniminuto.edu/stage.aspx?il=&pg=&ed=273>

Hidalgo Proaño, L. F. (2014). La Cultura del Emprendimiento y su Formación. *Alternativas*, 15(1), Article 1. <https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-alternativas/index.php/alternativas-ucsg/article/view/8>

Ibarvo Urista, V., Quijano Vega, G. A., & Loya Olivas, E. M. (2018). Actitud hacia el emprendimiento social en los alumnos del Instituto Tecnológico de Chihuahua, como

Características de propensión al emprendimiento de estudiantes de UNIMINUTO 57

respuesta a una problemática nacional. En *Desigualdad regional, pobreza y migración*. Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C, Coeditores. <http://ru.iiec.unam.mx/3889/>

Johansson, E. (2000). Self-employment and the predicted earnings differential—Evidence from Finland. *Finnish Economic Papers*, 13(1), 45–55. https://econpapers.repec.org/article/fepjournal/v_3a13_3ay_3a2000_3ai_3a1_3ap_3a45-55.htm

Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)

Lemos Bernal, R. J. (2022). Dimensiones del emprendimiento en los estudiantes universitarios [Trabajo de Grado para optar al título de tecnología en gestión empresarial]. Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO.

Lemos Bernal, R. J., & Londoño-Cardozo, J. (2023). La decisión de emprender: Dimensiones y características para su análisis. *Revista Ensayos*, 13, 15.

León Mendoza, J. C. (2017). Influencias de las características sociodemográficas individuales en la creación de negocios en Perú. *Semestre Económico*, 20(43), 37–59. <https://doi.org/10.22395/seec.v20n43a2>

Mancilla, C., & Amorós, J. E. (2015). Entrepreneurship in regions: Differentiated impacts of the socio cultural and gender types. *Academia (Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración)*, 28(1), 45–76. <https://doi.org/10.1108/ARLA-04-2013-0031>

Mendoza Vargas, J. M., Burbano, V. M., & Mendoza Vargas, H. H. (2023). Desarrollo de competencias e ideas de emprendimiento: Un estudio focal en el laboratorio de práctica

Características de propensión al emprendimiento de estudiantes de UNIMINUTO 58

empresarial de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC). *Información tecnológica*, 34(1 (febrero)), 173–182.

- Morán Astorga, C., & Menezes dos Anjos, E. (2016). La motivación de logro como impulso creador de bienestar: Su relación con los cinco grandes factores de la personalidad. *Revista INFAD de Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology.*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2016.n1.v2.292>
- Navarrete Fonseca, A. E. (2019). Un modelo logit para determinar la propensión emprendedora de los empresarios en la provincia de Tungurahua [Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Economista, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/29424>
- Oelckers, F. (2015). Emprendimiento en la Tercera Edad: Una Revisión de la Situación Actual. *Journal of technology management & innovation*, 10(3), 143–153. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242015000300015>
- Orozco Castro, L. A., & Chavarro-Bohórquez, D. A. (2008). *Universidad Y Emprendimiento*. Hallazgos, 10, 65–97. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=413835171006>
- Ortega-Lapiedra, R. (2020). Why Senior Workers Are Becoming Entrepreneurs: Necessity or Passion? En A. Caputo & M. M. Pellegrini (Eds.), *The Entrepreneurial Behaviour: Unveiling the cognitive and emotional aspect of entrepreneurship* (pp. 271–280). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-78973-507-920201018>
- Pimienta Prieto, J. H., & de la Orden Hoz, A. (2012). *Metodología de la investigación* (Primera ed.). Pearson Educación.
- Pinzón Escobar, C. (2016). Puentes entre la teoría y la práctica: Aporte desde la empresa experimental COOLIDERES a la formación profesional de los estudiante de Administración de Empresas.
- Características de propensión al emprendimiento de estudiantes de UNIMINUTO 59
- https://rdigitales.uptc.edu.co/memorias/index.php/cong_admin/cong_nuev/paper/view/1558.
<https://repositorio.uptc.edu.co/handle/001/7151>

- Ramírez Maya, Y. A., Tierradentro, A. Z., & Londoño-Cardozo, J. (2023). Factores que influyen en la decisión de emprender en estudiantes universitarios. Análisis de la opinión de expertos. XI Encuentro Regional de Semilleros de investigación y VII Encuentro Internacional de Grupos y Semilleros de Investigación. La Investigación, la Innovación y la Creación: Un Escenario para la Construcción de Paz, Inclusión y Diálogo Intercultural.
- Rocha Jácome, W. H., & Giraldo Gómez, G. D. J. (2015). Propensión a asumir riesgos, tomar decisiones y tolerar la incertidumbre en los emprendedores de Valledupar. *Revista Investigium IRE Ciencias Sociales y Humanas*, 6(2), Article 2. <https://investigiumire.unicesmag.edu.co/index.php/ire/article/view/97>
- Santamaría Escobar, Á. E., Moreno Arias, E. M., Torres Torres, E. F., & Cadrazco Parra, W. C. (2013). La influencia de la familia en el emprendimiento empresarial—El caso de tres pymes de los sectores comercial y de servicios de la ciudad de Sincelejo Sucre. *Revista Pensamiento Gerencial*, 1, Article 1. <https://doi.org/10.24188/rpg.v0i1.86>
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291–332. <https://doi.org/10.1111/etap.12087>
- Características de propensión al emprendimiento de estudiantes de UNIMINUTO 60
- Sepulveda, J. P., & Bonilla, C. A. (2011). La actitud hacia el riesgo de emprender: Evidencia para Chile. *Academia (Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración)*, 46, 72.
- Serrano Orellana, B., Pacheco Molina, A., & Barriga Arizabala, J. (2017). Determinantes de la propensión a emprender y del éxito en los emprendimientos. II Congreso internacional Ciencia y Tecnología, 1, Article 1. <http://investigacion.utmachala.edu.ec/proceedings/index.php/utmach/article/view/149>
- Toca Torres, C. E. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: Explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios Gerenciales*, 26(117), 41–60. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(10\)70133-9](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(10)70133-9)

- UNIMINUTO. (2021). ¿Qué son los Centros Progresas? <https://www.uniminuto.edu/centro-progresas>
- Valdés, Sergio Ortiz. (2020). Formación emprendedora universitaria: Más allá de los mitos. Emprendimiento con sentido de propósito. Editorial Digital del Tecnológico de Monterrey.
- Vesga, R. (2008). Emprendimiento e innovación en Colombia: ¿Qué nos está haciendo falta? Facultad de Administración, Universidad de los Andes. https://www.academia.edu/download/55063459/Emprendimiento_e_innovacion.pdf
- Villarreal-Álvarez, M. A., & Roque-Hernández, R. V. (2022). El apoyo educativo para el emprendimiento y su relación con las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 13(25), Article 25. <https://doi.org/10.23913/ride.v13i25.1273>
- Viloria Escobar, J., Daza Corredor, A., & Miranda Terraza, L. F. (2016). Perfil emprendedor de los graduados de Administración de Empresas de la Universidad del Magdalena, 2010-2014. *Revista Contexto*, 5, 161–171.
- Características de propensión al emprendimiento de estudiantes de UNIMINUTO 61
- Vinogradov, E., & Kolvereid, L. (2007). Cultural background, human capital and self-employment rates among immigrants in Norway. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(4), 359–376. <https://doi.org/10.1080/08985620701223213>
- Webster, N. A., & Kontkanen, Y. (2021). Space and place in immigrant entrepreneurship literature in the Nordic countries: A systematic literature review. *Norsk Geografisk Tidsskrift - Norwegian Journal of Geography*, 75(4), 221–236. <https://doi.org/10.1080/00291951.2021.1949746>
- Westreicher, G. (2020). Tipos de encuesta. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-encuesta.html>