



Factores que inciden en la decisión de emprender o no emprender en los estudiantes y egresados del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios

– UNIMINUTO - Rectoría Antioquia – Chocó - Sede Bello

Liliana Patricia López Mesa

Daniela María Aguilar

Johanna Andrea Arango Galeano

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Administración de Empresas

20 de mayo de 2024

Factores que inciden en la decisión de emprender o no emprender en los estudiantes y egresados del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios

– UNIMINUTO - Rectoría Antioquia – Chocó - Sede Bello

Liliana Patricia López Mesa

Daniela María Aguilar

Johanna Andrea Arango Galeano

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Administrador de Empresas

Asesora

Paola Yuliet Zuluaga Gómez

Magíster en Administración

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Administración de Empresas

20 de mayo de 2024

Dedicatoria

A la profesora Paola Zuluaga Gómez.

Con profunda gratitud y admiración, dedico este trabajo de investigación a usted, quien ha sido la guía esencial en este viaje académico. Su sabiduría, dedicación y apoyo han sido parte fundamental en cada paso de este proceso. Su compromiso con la excelencia académica y su pasión por el conocimiento han inspirado en mí un profundo respeto y admiración. Cada conversación, cada corrección y cada consejo ha sido una invaluable lección que ha enriquecido no solo este trabajo, sino también mi formación como investigadora.

Gracias por desafiarme a alcanzar nuevas alturas intelectuales y por creer en mi capacidad para lograrlo. Su influencia perdurará más allá de estas páginas, guiándome en futuros procesos con la misma sabiduría y compromiso que usted ha demostrado. Es un honor y un privilegio haber tenido la oportunidad de aprender bajo su orientación. Este trabajo lleva consigo el sello de su excelencia, y es con profundo orgullo que lo dedico a usted.

Con sincero agradecimiento, Liliana López Mesa.

Agradecimiento

En primer lugar, quiero dedicar unas palabras llenas de amor y gratitud a mi querido hijo Santiago. Tú has sido mi motivación, mi inspiración en cada paso de este camino académico. Este logro no solo es mío, sino también tuyo, porque cada esfuerzo ha estado guiado por el deseo de construir un mejor futuro para nosotros. Te amo más allá de las palabras y este trabajo está dedicado a ti.

A mi querida madre, Berta, quien ha sido mi fuente inagotable de amor y sabiduría. Tu apoyo incondicional y tus palabras de aliento han sido mi sustento en los momentos difíciles y mi alegría en los triunfos. Gracias por estar siempre a mi lado, y por creer en mí. Este trabajo es también un homenaje a ti, por tu amor eterno y tu inquebrantable fe en mí.

Con gratitud, Liliana López Mesa.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han sido parte fundamental de este logro. A mi esposo, por su amor incondicional y su paciencia. A mi Hermana, por ser mi fuente de inspiración y fortaleza.

Johanna Andrea Arango Galeano

Contenido

Lista de tablas	7
Lista de figuras	8
Lista de anexos.....	9
Resumen	10
Abstract.....	11
Introducción.....	12
CAPITULO 1	14
1 Planteamiento del problema	14
2 Justificación.....	15
3 Objetivos.....	17
3.1 Objetivo general.....	17
3.2 Objetivos específicos	17
CAPÍTULO II	18
4 Marco referencial.....	18
4.1 Marco conceptual	18
4.1.1 Emprendimiento	18
4.1.2 Emprendedor	19
4.1.3 Mentalidad emprendedora.....	19
4.1.4 Competencias y habilidades emprendedoras.....	20
4.1.5 Motivaciones para emprender o no emprender	25
4.1.6 Otros aspectos importantes a la hora de emprender.....	28
4.2 Estado del Arte.....	32
CAPÍTULO III	36
5 Diseño metodológico	36
5.1 Metodología.....	36
5.2 Enfoque metodológico.....	36
5.2.1 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	36
5.2.2 Población de estudio.....	37

5.2.3	Muestra.....	37
	CAPÍTULO IV.....	39
6	Resultados.....	39
	CAPÍTULO V.....	48
7	Conclusiones y recomendaciones.....	48
	Referencias.....	50
	Anexos.....	60

Lista de tablas

Tabla 1 <i>Importancia de las competencias y habilidades a la hora de emprender</i>	39
Tabla 2 <i>Motivaciones que influyen en la decisión de emprender</i>	41
Tabla 3 <i>Factores que han incidido en la decisión de no emprender</i>	43
Tabla 4 <i>Acciones para potenciar el emprendimiento en los estudiantes y egresados</i>	44
Tabla 5 <i>Nivel de preparación para emprender en estudiantes y egresados</i>	46
Tabla 6 <i>Importancia de incluir en el plan de estudios más asignaturas relacionados con el emprendimiento</i>	47

Lista de figuras

Figura 1 <i>Competencias emprendedoras adquiridas en el proceso de formación</i>	40
Figura 2 <i>Influencia de la formación en la motivación para emprender</i>	42

Lista de anexos

Anexo 1: <i>Instrumento de recolección de información</i>	60
---	----

Resumen

El emprendimiento ha emergido como una vía fundamental a nivel global para impulsar el desarrollo humano, social y económico. En este sentido, es esencial que las instituciones educativas fomenten la formación en emprendimiento, orientando a sus estudiantes y egresados hacia el papel de profesionales capaces de generar un impacto significativo en sus comunidades.

En concordancia con lo anterior, se realizó la presente investigación de carácter exploratorio y descriptivo. Mediante la aplicación de una encuesta a 236 estudiantes y 60 egresados, en la cual se exploraron competencias, motivaciones y factores que influyen en la decisión de emprender o no.

Los resultados obtenidos permitieron identificar que la autonomía, la pasión y el liderazgo son competencias clave a la hora de emprender y que, lo que más motiva a las personas a hacerlo obtener independencia económica y la satisfacción personal. También se identificó que el difícil acceso a financiación y la falta de formación académica en emprendimiento, obstaculizan la decisión de emprender.

Estudiantes y egresados proponen que se deben incluir más asignaturas en torno al emprendimiento, facilitar el acceso a recursos financieros y ofertar formación en habilidades blandas y competencias empresariales, con el fin de estimular el espíritu emprendedor y contribuir al desarrollo de un entorno universitario propicio para la innovación y el crecimiento empresarial.

Palabras clave: Emprendimiento, Competencias emprendedoras, Motivaciones para emprender.

Abstract

Entrepreneurship has emerged as a fundamental way at a global level to promote human, social and economic development. In this sense, it is essential that educational institutions promote entrepreneurship training, guiding their students and graduates towards the role of professionals capable of generating a significant impact in their communities.

In accordance with the above, the present investigation of an exploratory and descriptive nature was carried out. Through the application of a survey to 236 students and 60 graduates, in which competencies, motivations and factors that influence the decision to undertake or not were explored.

The results obtained allowed us to identify that autonomy, passion and leadership are key competencies when starting a business and that what most motivates people to do so is obtaining economic independence and personal satisfaction. It was also identified that difficult access to financing and lack of academic training in entrepreneurship hinder the decision to start a business.

Students and graduates propose that more subjects related to entrepreneurship should be included, facilitate access to financial resources and offer training in soft skills and business competencies, in order to stimulate the entrepreneurial spirit and contribute to the development of a university environment conducive to entrepreneurship. innovation and business growth.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial skills, Motivations to undertake.

Introducción

El emprendimiento ha emergido como un componente vital para el progreso económico y social a nivel global (Pico et al., 2017), reconocido por su capacidad para estimular el empleo, fomentar la innovación y promover el crecimiento empresarial; lo que ha llevado a que numerosos países implementen políticas y estrategias destinadas a fomentar el espíritu empresarial y aprovechar el potencial transformador de los emprendedores.

Colombia no ha sido la excepción, pues ha establecido directrices desde la Ley 1014 de 2006 para promover el emprendimiento mediante un marco jurídico favorable, el fortalecimiento del ecosistema emprendedor y la integración de la formación en emprendimiento en todos los niveles educativos.

Sin embargo, a pesar del crecimiento significativo en la inversión en startups colombianas, situando al país en una posición destacada en la región en términos de capital emprendedor (Colombia Tech Report, 2023), persisten desafíos en la promoción de una cultura emprendedora arraigada en la sociedad, lo que requiere un esfuerzo continuo para motivar a las generaciones presentes y futuras a ser más creativas, innovadoras y decididas en el ámbito del emprendimiento (GEM, 2023).

En este contexto, si bien la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, en concordancia con su misión de *formar profesionales competentes y éticamente orientados para la transformación social y el desarrollo sostenible* (Uniminuto, s.f), ha establecido directrices para promover el emprendimiento en su comunidad educativa, como investigadoras y estudiantes del programa de Administración de Empresas, hemos identificado la necesidad de potenciar las capacidades y habilidades emprendedoras, dada la limitada oferta de opciones formativas en la institución en este ámbito.

Por consiguiente, esta investigación se centró en identificar los factores que inciden en la decisión de emprender o no emprender en los estudiantes y egresados del Programa de Administración de Empresas de La Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO – Rectoría Antioquia – Chocó - Sede Bello (2020-2023).

Los resultados de este estudio determinaron las principales competencias y habilidades emprendedoras, como la autonomía, la pasión y el liderazgo, así como las motivaciones predominantes para emprender, tales como la búsqueda de independencia económica y satisfacción personal. Además, se destacaron los factores que influyen en la decisión de no emprender, como la dificultad para acceder a financiamiento y la carencia de formación académica en emprendimiento. Así mismo, los estudiantes y egresados propusieron diversas acciones para impulsar el emprendimiento en la institución, como la inclusión de asignaturas enfocadas en emprendimiento, la facilitación del acceso a recursos financieros y la oferta de formación en habilidades blandas y competencias empresariales.

Es importante señalar que esta investigación ofrece información valiosa que aborda una problemática actual y relevante, con el potencial de mejorar los procesos formativos y de acompañamiento en el ámbito del emprendimiento dentro de la comunidad educativa de UNIMINUTO, aunque tiene limitaciones en su alcance, ya que se centra solo en el Programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO - Sede Bello. Sería recomendable ampliar el estudio a otros programas e incluso a otras instituciones educativas para obtener una comprensión más completa del fenómeno del emprendimiento en el contexto universitario colombiano.

CAPITULO 1

1 Planteamiento del problema

El emprendimiento es un tema que ha venido tomando relevancia en el contexto nacional e internacional, ya que se ha evidenciado que éste impacta de manera positiva el desarrollo económico y social de un país. (Pico et al. 2017).

Colombia, con las leyes 1014 de 2006 y 2069 de 2020 y con diversos planes y proyectos de carácter nacional y regional, ha buscado impulsar el emprendimiento en los sectores productivo, académico, social e institucional. Sin embargo, pese a estos esfuerzos, el Global Entrepreneurship Monitor Colombia (2023) identificó que los expertos califican - en una escala de 1 a 10 siendo 10 la calificación superior – las siguientes condiciones estructurales del entorno para emprender, en relación con la educación empresarial a nivel universitario así: - Preparación adecuada para iniciar y desarrollar nuevas empresas (6) - Calidad de la educación práctica en escuelas de negocios y administración que proporciona una preparación adecuada para iniciar y hacer crecer un nuevo negocio (6) - Los sistemas de educación vocacional, profesional y continuada brindan una preparación adecuada para iniciar y hacer crecer nuevas empresas (5).

Asimismo, GEM (2023) enfatiza que se siguen presentando falencias en la capacidad de percibir o identificar oportunidades empresariales en el entorno, ya que solo uno de cada cinco colombianos considera que es capaz de identificar estas oportunidades empresariales.

Lo anterior indica que Colombia aún tiene mucho por hacer en los entornos educativos para promover el emprendimiento y el empresarismo, pues la educación sigue siendo un recurso fundamental para generar procesos de transformación empresarial.

Y, al ser la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, un actor educativo importante en la región, se hace imprescindible determinar cuáles son los factores que inciden en la

decisión de emprender o no emprender de sus estudiantes y egresados, para así fortalecer y promover el emprendimiento en su comunidad educativa, dando cumplimiento a su misión de “Formar excelentes seres humanos, profesionales competentes, éticamente orientados y comprometidos con la transformación social y el desarrollo sostenible”. (Uniminuto, s.f.).

Es importante aclarar que el enfoque de la investigación está dirigido a los estudiantes y egresados del programa de Administración de Empresas (2020-2023) debido a que las investigadoras son estudiantes del programa y tanto ellas como muchos de sus compañeros han evidenciado falencias en torno a los procesos formativos y de acompañamiento en emprendimiento.

Por último, otro componente que influye en el enfoque de la investigación es que no se han encontrado fuentes de información secundarias que se hayan enfocado en la institución UNIMINUTO y los estudiantes de Administración de empresas de la Rectoría Antioquia – Chocó - Sede Bello.

2 Justificación

A nivel mundial, los países le han venido apuntando al emprendimiento porque se han dado cuenta de que este impacta de manera significativa en el crecimiento económico y el desarrollo humano y social de su población. (Pico et al. 2017).

Colombia no ha sido ajeno a ello, pues desde el año 2006 con la Ley 1014, comenzó a establecer directrices para que el país adopte y ejecute políticas y decisiones que promuevan el emprendimiento desde diferentes frentes: un marco jurídico para la creación de empresas, un marco interinstitucional que fortalezca el ecosistema emprendedor, la reglamentación de formación en emprendimiento en todos los estamentos educativos, estrategias de vinculación del sistema educativo y productivo, entre otras.

Hoy por hoy, los resultados de esas legislaciones se pueden ver con afirmaciones como las del Colombia Tech Report (2023), que asegura que los startups colombianos han levantado USD 4.621 millones de dólares de inversión, ubicando al país en el 3er lugar de la región en levantamiento de capital emprendedor. Sin embargo, aún existen focos de atención en la promoción de estrategias que acerquen a los emprendedores a herramientas tecnológicas y al desarrollo de una visión emprendedora, para que contribuyan con la generación de una dinámica diferente, que motive a las generaciones actuales y futuras a ser creativas e innovadoras y más decididas frente al emprendimiento. Por tanto, es a partir de la educación que se pueden generar las bases para la transformación que el país necesita. (GEM Colombia, 2023).

Es en este punto donde la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, en coherencia con su misión, en la que declara que contribuye a “Formar excelentes seres humanos, profesionales competentes, éticamente orientados y comprometidos con la transformación social y el desarrollo sostenible”. (Uniminuto, s.f.) y, ha establecido lineamientos en función de promover y fortalecer el emprendimiento en su comunidad educativa. Sin embargo, como investigadoras y estudiantes del Programa de Administración de empresas, se evidencia que existen muchos factores que pueden potenciarse para mejorar las capacidades y habilidades emprendedoras pues, actualmente se brindan pocas opciones en torno a ello: Solo un curso de emprendimiento social durante la carrera y la posibilidad de desarrollar la opción de grado o las prácticas profesionales en modalidad Emprendimiento, dejando por fuera aspectos clave necesarios para mejorar el perfil. Así que, identificar los factores que inciden en la decisión de emprender o no emprender, aplicados al contexto de los estudiantes y egresados del programa de Administración de Empresas Sede Bello como un ejercicio inicial de acercamiento a toda la población educativa UNIMINUTO, posibilitarán que la institución,

mediante el establecimiento de políticas, planes y programas, fortalezca sus procesos formativos y de acompañamiento en torno al emprendimiento.

3 Objetivos

3.1 Objetivo general

Determinar los factores que inciden en la decisión de emprender o no emprender, en los estudiantes y egresados del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO - Rectoría Antioquia – Chocó - Sede Bello, en los últimos años (2020 – 2023).

3.2 Objetivos específicos

- Identificar las principales competencias y habilidades emprendedoras que los estudiantes y egresados del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO - Rectoría Antioquia – Chocó - Sede Bello, consideran importantes a la hora de emprender

- Identificar los aspectos que inciden en estudiantes y egresados del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, al momento de tomar la decisión de emprender o no emprender.

- Presentar las acciones que los estudiantes y egresados de Administración de Empresas proponen para potenciar el emprendimiento en de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO

CAPÍTULO II

4 Marco referencial

4.1 Marco conceptual

4.1.1 *Emprendimiento*

La Ley 1014 de 2026 define emprendimiento como “una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad” (p.1)

Espinosa et al. (2023), definen el emprendimiento como una actividad generadora de riqueza, que contribuye con el crecimiento y el desarrollo económico, donde el conocimiento, la creatividad y la innovación de ideas emprendedoras benefician a la sociedad y a su vez a los diferentes sectores.

Arango (2022) afirma que el emprendimiento se ha establecido como una alternativa social y económica que promueve la creación y la consolidación de nuevas empresas en diversos contextos empresariales.

Pauceanu et al (2019) considera que el emprendimiento es importante para la innovación y el progreso general, siendo el motivo de nuevas oportunidades laborales y de crecimiento económico.

Para (Hisrich, 2006, como se citó en Palacios y Ruiz, 2020) el emprendimiento es el “proceso de llevar a cabo por un individuo para crear algo nuevo que agregue valor, asignando el tiempo y el esfuerzo necesarios, asumiendo los riesgos financieros, sociales y psicológicos asociados, y recibiendo la recompensa resultante en términos monetarios, de satisfacción personal y de dependencia”.

Finalmente, Moncayo (2010) define el emprendimiento como el conjunto de capacidades y habilidades necesarias que poseen los individuos para crear su propio trabajo, como: la capacidad de percibir y aprovechar las oportunidades que brinda el mercado laboral, el reconocimiento de las

debilidades de la competencia, el liderazgo, la capacidad del trabajo en grupo y la habilidad para encontrar nuevas respuestas a las necesidades que presenta la demanda, entre otras, habilidades y destrezas que le permitan al individuo mantener y crear su propio puesto de trabajo y su propia remuneración, al mismo tiempo que genera empleo para otras personas.

4.1.2 *Emprendedor*

Los emprendedores son personas que encuentran oportunidades que otros tal vez pasaron por alto y han desarrollado una percepción profunda para explotar con éxito dichas oportunidades. (González & González, 2019). Son personas que crean nuevos negocios asumiendo riesgos e incertidumbres para obtener algunos beneficios, identificando oportunidades y empleando diferentes recursos. (Ayalew, 2020).

En la concepción contemporánea, el emprendedor pasa de ser un tomador de riesgos a un agente innovador y dinamizador del desarrollo económico y social. En la actualidad, el emprendedor es un agente capaz de introducir innovaciones y cambios que modifican profundamente la sociedad (Arango, 2022).

Es así como la figura del emprendedor es fundamental para la economía, ya que su capacidad para crear y desarrollar nuevos negocios contribuye al crecimiento económico, la generación de empleo y la innovación.

4.1.3 *Mentalidad emprendedora*

Vera (2022) deduce que la mentalidad emprendedora es una disposición emocional del ser humano que expresa de manera innovadora su forma de pensar, actuar y ser para hacerle frente a la vida dándole valores de modernismo. Se destaca el valor de la innovación por estar relacionada directamente con la incertidumbre ya que requiere de mayor creatividad y pensamiento libre para enfrentar riesgos y/o fracasos.

Rivas (2014) la define como la capacidad de mirar hacia adelante, tener siempre en cuenta los peligros y preocupaciones presentes como las posibilidades futuras, es abrirse a un nuevo modelo social y económico en lugar del pasado, del acostumbrado, en definitiva, es sentirse motivado a cambiar.

Según Gómez et al (2022) una mentalidad emprendedora es aquella que conduce sus comportamientos hacia actividades y resultados generadores de valor, también comprende los riesgos de sus acciones, acepta los cambios, así como la incertidumbre de la realidad.

En consideración a las definiciones presentadas por los autores, se evidencia que la mentalidad emprendedora constituye un elemento fundamental en el proceso de emprendimiento. Al adoptar una mentalidad emprendedora, los individuos no solo están preparados para identificar oportunidades y enfrentar desafíos, sino que también están dispuestos a asumir riesgos y a innovar en la búsqueda de soluciones. Desde esta perspectiva, la mentalidad emprendedora actúa como un motor impulsor que impulsa a los emprendedores a perseguir sus objetivos, superar obstáculos y adaptarse a un entorno empresarial dinámico y cambiante. En este sentido, la mentalidad emprendedora no solo influye en la forma en que los individuos abordan el emprendimiento, sino que también determina su capacidad para desarrollar proyectos innovadores, crear valor y alcanzar el éxito en sus iniciativas empresariales.

4.1.4 Competencias y habilidades emprendedoras

Autonomía

Capacidad de controlar, afrontar y tomar por propia iniciativa, decisiones personales acerca de cómo vivir de acuerdo con las normas y preferencias propias y la capacidad de desarrollar las actividades básicas de la vida diaria (Cabanyes y Mongues 2017, como se citó en Lozano et al, 2023).

González y González (2019), definen la autonomía como la toma de decisiones con criterio propio y no como resultado de una simple reacción a su entorno, así que consideran que los

emprendedores tienen la certeza de que son ellos quienes controlan sus éxitos o fracasos y de que nada está determinado por la suerte, las circunstancias o los eventos externos.

Flexibilidad

Habilidad para trabajar en situaciones variadas y con personas y grupos diversos. Supone entender y valorar posturas distintas o puntos de vista encontrados, adaptando su propio enfoque a medida que la situación lo requiera. (González y González, 2019).

Se define como la capacidad de romper con ortodoxias, cambiar las reglas del juego, y crear nuevas oportunidades de negocio. Lo que implica tolerar la ambigüedad, mantener una orientación investigadora y resistirse a los bloqueos culturales generando diferentes alternativas. (Cuervo et al. 2005, como se citó en Lozano et al, 2023).

Inconformidad positiva

Lozano et al (2023), definen la inconformidad positiva como una situación que ocurre en momentos específicos; es beneficiosa y positiva porque ayuda cada día a mejorar y avanzar en la búsqueda de valores y prioridades en la vida, en la búsqueda de la autorrealización y el crecimiento personal, pues lleva al individuo a exigirse y dar un poco más de sí mismo.

Lozano y Espinoza (2016) la describen como el hecho de aceptar que lo que existe es bueno, pero que es sujeto de mejora.

Orientación a la acción

Capacidad de iniciar acciones concretas y rápidas para resolver problemas y hacer que las cosas ocurran, orientando al desempeño de las tareas que van en concordancia con un determinado objetivo (Lozano et al. 2023).

De acuerdo con González y González (2019), es la capacidad de decidir dotándose de medios adaptados a los objetivos y a la dimensión de los problemas, pasando de la planificación a la ejecución

de manera rápida y efectiva, lo que implica la disposición para tomar decisiones de forma ágil, asumir riesgos calculados y enfrentar los desafíos que surgen en el proceso de emprendimiento.

Pasión

Hace referencia a la emoción intensa que engloba el entusiasmo o deseo por algo, al interés o admiración por una propuesta, causa o actividad. En emprendimiento, se refiere al interés y preferencia genuina por una idea de negocio específica. (Lozano et al. 2023).

(Portuguez et al. 2018) la definen como el esfuerzo que una persona emplea en alcanzar sus metas o el amor que tiene hacia el trabajo que realiza, la fuerza impulsora que lo mantiene enfocado, persistente y creativo a lo largo del camino del emprendimiento, buscando así, mantenerse en los intereses y no cambiarlos.

Visión al futuro

Capacidad de proyectarse a futuro y pensar en objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo (Lozano et al. 2023), reconociendo y aprovechando las oportunidades, peligros y fuerzas que repercuten en la competitividad y efectividad. (González y González, 2019).

También es entendido como la capacidad de percibir tendencias y de prever lo que va a ocurrir. (Lozano y Espinoza, 2016).

Confianza en sí mismo

Sentirse seguro de sí mismo y de su talento, de saber internamente y con serenidad que se es una persona capaz y valiosa. (Lozano et al, 2023).

Barrero y Villamizar (2019) la definen como una creencia general en la capacidad de aprovechar habilidades y talentos para alcanzar objetivos importantes en la vida.

Optimismo

Visión positiva de las cosas, del mundo y el futuro. (Lozano et al, 2023), que representa una actitud positiva hacia el éxito, la visión de triunfo, la capacidad de ganar y salir adelante. (Lozano y Espinoza, 2016).

Persistencia

Para González y González (2019), la persistencia se refiere a perseguir un objetivo de manera firme y constante; continuar esforzándose para alcanzar un propósito a pesar de los obstáculos temporales con la firme determinación de lograr el objetivo aun a costa de un sacrificio personal.

La persistencia también hace referencia a la capacidad de reconocer los errores propios, aprender de estos, sobreponerse e intentar de nuevo sin abandonar la actividad emprendedora cuando se tienen situaciones adversas, por el contrario, se buscan soluciones alternativas (Durán y Arias 2016, como se citó en Lozano et al, 2023).

Habilidades de comunicación

Capacidad para transmitir correctamente ideas, visiones, metas de manera clara y efectiva, que son aceptados por quienes reciben el mensaje, que a su vez están dispuestos voluntariamente a seguir ese camino. (Fernández y Quintero, 2017).

Chirinos et al. (2018), argumentan que estas habilidades implican la capacidad de transmitir mensajes de manera efectiva y persuasiva, asegurando que la información sea entendida por otros, además, implica comprender el significado del mensaje y adaptarlo al receptor.

Negociación

Capacidad para reconocer y respetar la existencia de opiniones diferentes, escuchar y preocuparse por la efectividad de escucha en los demás; entender la legitimidad de las diferencias, integrar puntos de vista para expandir posibilidades, expresar ideas correctamente y garantizar la efectividad de la posterior toma de decisiones. (González y González, 2019).

Adie y Cárdenas (2021) deducen que la negociación es la capacidad de llegar a acuerdos o resolver conflictos de manera efectiva y beneficiosa para todas las partes involucradas en un contexto empresarial, además consideran que esta capacidad les permite a los individuos percibir oportunidades bajo un proceso dinámico, creativo y reflexivo.

Liderazgo

Capacidad y habilidad para influenciar y guiar a los integrantes de un equipo hacia la consecución de resultados, a través de la delegación e implicación de los mismos, comunicando claramente objetivos y responsabilidades, fomentando la cooperación, potenciando el desarrollo personal de colaboradores y realizando el seguimiento para impulsar la mejora continua. (González y González, 2019).

Hernández (2021) considera que el liderazgo es comúnmente definido como un conjunto de habilidades gerenciales o directivas que un individuo tiene para influir en la forma de ser de las personas o en un grupo de personas determinado.

Ejecución

Se refiere a la capacidad de convertir las ideas en planes accionables de manera efectiva y eficiente. Implica la capacidad de planificar, organizar y llevar a cabo las tareas necesarias para hacer realidad un proyecto o negocio. (Barrero y Villamizar, 2019).

Para Lozano et al. (2023) la ejecución se refiere a la realización o la elaboración de algo, al desempeño de una acción o tarea o a la puesta en funcionamiento de una cosa; habilidad fundamental al momento de emprender pues garantiza la materialización de los planes de acción y desde luego de los objetivos planteados.

Aceptación al riesgo

Disposición para asumir decisiones y enfrentarse a lo desconocido, reconociendo que puede existir un resultado distinto del esperado (Lozano et al, 2023). Esta cualidad vincula la atracción por alcanzar un objetivo y la facultad de examinar las probables circunstancias que se puedan presentar, tanto favorables como perjudiciales. (Romero et al, 2022).

4.1.5 Motivaciones para emprender o no emprender

Gutiérrez (2022) define la motivación como un proceso que determina la satisfacción y el impulso que puede generar un hecho. En este sentido, la motivación ayuda a inspirar de manera positiva los procesos de creatividad, emprendimiento e innovación; de igual forma, es considerada como un factor innato que está alineada a la creatividad, la innovación y el emprendimiento, se pueden entender como habilidades que unidas al comportamiento y la actitud brindan oportunidades que traen también consigo mismo la manera de crecer dando lugar a grandes propuestas.

Hernández et al. (2022) afirman que la motivación para desarrollar una idea de negocio es una característica esencial de todo emprendedor, la cual, según diversos estudios, se basa en los aspectos de deseo de independencia, obtener mayores recursos económicos, satisfacción personal, necesidad de logro, entre otros.

Por lo anterior se puede deducir que la motivación es un factor determinante en el proceso de emprender, dado que, contribuye de manera significativa en los procesos de creatividad, innovación y desarrollo de una idea de negocio, de igual forma, la motivación es un factor crucial para el éxito del emprendimiento, ya que influye en la disposición de un individuo para asumir riesgos, superar obstáculos y mantener la dedicación necesaria para lograr sus metas.

Marulanda y Morales (2016), consideran que la motivación es lo que realmente lleva a un individuo a convertirse en emprendedor, dado que, el desarrollo de esta atribución está influenciado en

la persona por la crianza y por aspectos sociales y culturales del entorno, adicionalmente, este rasgo de la personalidad es indispensable para ser un emprendedor de éxito.

Asimismo, la motivación de un emprendedor representa el compromiso de éste con su proyecto o idea de negocio, lo impulsa a crearlo y pasar por las diferentes fases hasta lograr la consolidación. (Marulanda et al, 2014).

Independencia económica

Autonomía y deseo individual de libertad, control y flexibilidad en el uso del tiempo (Marulanda y Morales, 2016), incluyendo aspectos como el anhelo de un individuo de planear su trabajo y tomar sus propias decisiones, lo que implica tener la responsabilidad de usar su propio juicio en lugar de seguir ciegamente las afirmaciones de los demás y asumir la responsabilidad de la propia vida en lugar de vivir de los esfuerzos de otros.

La independencia económica es dejar de trabajar en el activo de otra persona para comenzar a hacerlo en el activo propio, considerando metas claras, específicas, desafiantes y medibles, para lo que se requiere convertir una parte de los ingresos en capital, convertir el capital en empresa, la empresa en ganancia, la ganancia en inversión y la inversión en independencia económica. (Serrano, 2015).

Para López (2022), la independencia económica implica alcanzar un estilo de vida deseado sin depender de un empleo o empleador, permitiendo elegir cómo usar el tiempo y los recursos. Estableciendo estrategias para lograrla, como: la inversión sabia, la planificación financiera y la creación de ingresos pasivos.

La independencia económica posibilita la capacidad de trabajar por pasión, tener tiempo ilimitado para la familia y amigos, ingresos basados en decisiones personales, realización de sueños y crecimiento personal, la oportunidad de enseñar a otros y la posibilidad de obtener ingresos extras que

pueden convertirse en una forma de vida. En el contexto emprendedor, se refiere a la capacidad de generar ingresos sostenibles para cubrir necesidades personales (Ruiz, 2021).

Satisfacción personal

Se define como un estado emocional en el que una persona experimenta la sensación de que sus deseos, necesidades y expectativas están siendo cumplidos. Se trata del bienestar general percibido por los individuos en relación con sus vidas y sus requerimientos (Quiroz, 2023).

Asimismo, la satisfacción personal se refiere al grado en que una persona experimenta una sensación de plenitud y bienestar en su vida, derivada de la percepción de que sus necesidades y deseos están siendo satisfechos. Se relaciona estrechamente con el estado de felicidad, el cual se origina a partir de condiciones específicas, como la calidad de vida, el logro de metas personales y profesionales, y la armonía en las relaciones interpersonales (Álvarez y Montoya, 2020).

Necesidad de logro

Álvarez y Sánchez (2020), indican que se refiere a una motivación intrínseca que impulsa a las personas a establecer metas desafiantes, esforzarse por alcanzarlas y sentir satisfacción al lograr el éxito en sus esfuerzos; lo que se relaciona con el deseo de superación personal, el gusto por enfrentar retos y la búsqueda de la excelencia en diferentes aspectos de la vida.

Lozano et al. (2023) definen la necesidad de logro como el deseo de un individuo de alcanzar un logro significativo, el dominio de habilidades, control o altos estándares de desempeño de actuaciones, la búsqueda de desafíos y metas personales significativas, impulsadas por el deseo de superación y el compromiso con la excelencia. Esta necesidad impulsa a las personas a esforzarse constantemente por alcanzar nuevos niveles de éxito y satisfacción personal en diversas áreas de sus vidas.

Aspectos sociales, familiares y culturales

Marulanda et al. (2019) refieren que los aspectos sociales, familiares y culturales como motivación para emprender, pueden definirse como el conjunto de influencias provenientes del entorno familiar, amistades, modelos a seguir y empresas exitosas, que inciden en la decisión de un individuo de iniciar un negocio propio. Los aspectos sociales se relacionan con el deseo del emprendedor de contribuir al bienestar de la comunidad. La cultura en la que se desarrolla una persona también ejerce una influencia significativa en sus decisiones y acciones emprendedoras. Además, el autor destaca el papel de la norma subjetiva, que se refiere a la percepción de la presión social para emprender o no emprender. En conjunto, estos aspectos sociales, culturales y familiares conforman la motivación para emprender, impulsando al individuo a buscar oportunidades empresariales y a enfrentar los desafíos inherentes a la creación y gestión de un negocio.

Los aspectos sociales y culturales abarcan los elementos de la sociedad y la cultura que afectan el comportamiento humano, creencias, valores y normas. Según Marulanda y Morales (2016), la necesidad de logro impulsa a los individuos a convertirse en emprendedores, y este desarrollo está influenciado por la crianza y el entorno social y cultural. En el ámbito del emprendimiento, estos aspectos pueden servir como catalizadores para motivar a las personas a iniciar un negocio, al proporcionarles un sentido de propósito, identidad y conexión con su entorno social y cultural. Además, señalan que este rasgo de personalidad puede cultivarse y desarrollarse. Respecto a los aspectos familiares, se refieren a la influencia y apoyo que la familia brinda a un individuo en su búsqueda empresarial, incluyendo el entorno familiar, experiencias de crianza, valores inculcados y el nivel de emprendimiento dentro de la familia.

4.1.6 *Otros aspectos importantes a la hora de emprender*

Identificación de oportunidades de negocio

Uno de los pilares transversales en el desarrollo de una empresa, es la habilidad de reconocer oportunidades de negocio en el ambiente, oportunidades entendidas como circunstancias positivas y favorables que potencializan las actividades de emprendimiento y que son vistas como un motor importante para el desarrollo económico, la competitividad e innovación empresarial. Cabe mencionar, que las oportunidades de negocio se ven influenciadas por aspectos internos, ligados al individuo, y aspectos externos que se encuentran en el ecosistema empresarial (Esparragoza et al. 2022)

Gamero & Ostos (2020) definen las oportunidades de negocio como el elemento central sobre el cual se desarrolla el proceso de emprendimiento, proceso que requiere conocimiento previo, el estado de alerta emprendedor, la autoeficacia, la creatividad y las redes de contacto.

Deseo de superación

Tapias & Acosta (2015) afirman que el deseo de superación es el principio del mejoramiento continuo, que busca siempre el desarrollo personal y profesional. En un emprendedor el deseo de superación es un factor esencial que impulsa su éxito y crecimiento en el mundo empresarial; deseo que se refiere a la motivación interna y a la ambición de mejorar continuamente, tanto a nivel personal como en el ámbito de su negocio.

Marulanda et al. (2019) deducen que deseo de superación es una motivación personal decisiva en la determinación de convertirse en emprendedor, que incide en el crecimiento personal y profesional.

El deseo de superación es un motor poderoso para los emprendedores, que los impulsa a ser mejores, a buscar oportunidades de crecimiento y a enfrentar desafíos con determinación, beneficiando al emprendedor en sí y al éxito y al crecimiento de su negocio.

Asunción de riesgos

Aceptar la posibilidad de que ocurran eventos adversos o inciertos en la búsqueda de oportunidades o metas específicas, que implican adoptar una postura más agresiva ante la incertidumbre, sin olvidar que la inclinación al riesgo debe estar en cierta forma planificada e integrada en la estrategia empresarial. (González y González, 2019).

Torres et al. (2022) consideran que la asunción de riesgos es la disposición y capacidad de los emprendedores para enfrentar y gestionar situaciones inciertas y riesgosas en la creación y gestión de sus negocios. Implica la voluntad de tomar decisiones arriesgadas con la esperanza de obtener beneficios, a pesar de las posibles pérdidas o fracasos que puedan surgir. Esta disposición se caracteriza por mantener la iniciativa de sacar adelante el proyecto empresarial, incluso ante dificultades e incertidumbres. Los emprendedores muestran un carácter resolutivo que les impulsa a no detener su intención de progresar y afrontar los desafíos con determinación (Torres et al., 2022).

Miedo al fracaso

Gómez et al. (2015), lo caracterizan como un factor de tipo sociocultural capaz de disuadir a las personas de crear empresas que, ya sea por un estigma o castigo social por no lograr éxito empresarial o porque el miedo al fracaso representa una percepción de incertidumbre por arriesgarse a crear una empresa o tomar una decisión en términos económicos para su negocio.

Esparragoza et al. (2022) deducen que el miedo al fracaso es la reacción afectiva negativa basada en valoraciones cognitivas del potencial de fracaso en el contexto operativo incierto y ambiguo del emprendimiento, en este sentido, su impacto cobra importancia cuando emprendedores nacientes se ven enfrentados a adversidades sistemáticas e incluso idiosincráticas al momento de la puesta en marcha de sus negocios.

El miedo al fracaso puede ser un factor paralizante que impide que las personas tomen medidas para emprender, incluso cuando tienen una idea prometedora.

Acceso a financiación

Capacidad de obtener los recursos financieros necesarios destinados a iniciar, desarrollar o expandir un negocio, lo que resulta crucial para determinar el éxito o el fracaso de un emprendimiento, pues facilita su crecimiento y su sostenibilidad. (Casas y Caita, 2023). Estos recursos pueden provenir de diversas fuentes, como préstamos bancarios, inversionistas privados, capital de riesgo o financiamiento colectivo. Sin embargo, el acceso a financiación se considera una de las barreras principales al emprender un negocio. En economías en desarrollo, los emprendedores a menudo dependen de recursos propios o de sus familias para iniciar sus proyectos, debido a las dificultades para acceder a fuentes de financiamiento convencionales (Alarcón y Andrade; 2020).

Aspectos tributarios

Obligaciones y normativas relacionadas con los impuestos que deben cumplir los emprendedores y las empresas, regulaciones que en Colombia incluyen el pago de impuestos sobre los ingresos, el IVA, las retenciones y otras contribuciones fiscales. Los altos impuestos y la complejidad de los procedimientos tributarios pueden dificultar el establecimiento y crecimiento de nuevos negocios, desincentivando la iniciativa empresarial y limitando el desarrollo económico (Quintero, 2018).

Castro (2022) considera que los tributos representan los ingresos obtenidos por el Estado a través del cumplimiento de obligaciones fiscales por parte de los individuos, siempre y cuando se ajusten a las condiciones establecidas en el marco normativo vigente. Esta recaudación permite al Estado financiarse y satisfacer las necesidades de la población, destinando dichos recursos a la construcción de obras públicas, la prestación de servicios básicos y el mantenimiento de la infraestructura estatal, entre otros propósitos.

4.2 Estado del Arte

Espinosa et al. (2023), a través de una metodología correlacional y empleando una encuesta como instrumento de recolección de información, determinaron las variables relacionadas con la intención emprendedora y sus barreras en los estudiantes y graduados de la Especialización en Gerencia Financiera de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO. Los resultados de su investigación revelaron que las escasas fuentes de financiamiento, los aspectos tributarios y la falta de experiencia y de tiempo tienen un impacto negativo en la intención emprendedora. Mientras que, atributos como la actitud, la constancia, el liderazgo, la motivación, la autoconfianza y la perseverancia, fueron aspectos determinantes para consolidar negocios sostenibles. Así mismo, Espinosa et al. (2023), recomiendan que UNIMINUTO debe continuar creando estrategias dentro de sus escenarios educativos para que los estudiantes a nivel pos gradual generen un mayor grado de confianza, determinación y constancia para el desarrollo de proyectos emprendedores.

Garavito et al. (2023) demuestran en su investigación que factores del entorno asociados a la situación actual y a la situación familiar de los estudiantes universitarios en Colombia, influyen en su intención emprendedora. Así mismo, evidenciaron que las redes de apoyo son consideradas como un acelerador del espíritu empresarial pues les posibilita identificar oportunidades de negocio y acceder a recursos como capital semilla, financiación, mano de obra calificada, información del comportamiento del mercado, recursos, etc. Siendo entonces las redes un factor importante para la intención emprendedora entre los jóvenes universitarios. En su estudio cuantitativo, no experimental, de corte transversal, los autores concluyen que las instituciones se convierten en espacios para fomentar la intención emprendedora ya que propician la cultura empresarial, permiten mantener contacto con actores claves y tener la posibilidad de acceder a espacios para el fomento del emprendimiento tales

como: congresos, seminarios, talleres, entre otros escenarios fundamentales para dar a conocer ideas emprendedoras e identificar futuros socios estratégicos.

Andrade et al. (2022), investigaron la percepción en los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonía sobre la importancia del desarrollo de competencias en emprendimiento, abordando una metodología observacional, exploratoria, descriptiva y mixta en la que aplicaron una encuesta como instrumento cuyas variables de estudio fueron las competencias cognitivas, procedimentales y actitudinales con respecto al emprendimiento. Los autores concluyen que los estudiantes deben adquirir un profundo conocimiento sobre la elaboración de planes de negocio, la evaluación de proyectos y la creación de empresas; así como desarrollar habilidades y competencias en capacidad de detección de oportunidades para nuevos negocios y producto y el análisis de información para la toma de decisiones. Identificando también falencias en torno al bajo nivel de desarrollo industrial en la región, la escasez de fuentes de financiamiento y el bajo espíritu empresarial entre los estudiantes. Deficiencias que pueden mejorarse con procesos educativos que fomenten una cultura de emprendimiento y empresarismo, incorporando enfoques pedagógicos, didácticos y tecnológicos adecuados.

Bermúdez et al. (2020), evaluaron las variables relacionadas con la intención emprendedora, el comportamiento emprendedor y la tolerancia al riesgo como factores que motivan a los estudiantes universitarios a crear empresas. A través de la aplicación de grupos focales, los autores destacan la importancia del rol del docente emprendedor para garantizar un desarrollo continuo que trascienda lo instructivo-formativo y se traduzca en la materialización de iniciativas. De igual forma, enfatizan en: 1. La necesidad de una mayor articulación entre las mallas curriculares y los proyectos educativos institucionales para que el emprendimiento sea una política institucional, respaldada y dinámica. 2. Las experiencias familiares empresariales y el apoyo de las unidades de emprendimiento y grupos

universitarios emergen como influencias decisivas para el emprendimiento estudiantil. 3. La falta de empleo como motivación importante para emprender, lo que puede acelerar el proceso de aprendizaje y generar riesgos para la duración y éxito de la empresa. Finalmente, resaltan la importancia de alinear las actitudes de los estudiantes con los beneficios sociales del emprendimiento, especialmente en términos de generación de empleo y crecimiento económico.

Gálvez et al. (2020) a través de un estudio transversal, establecieron que la búsqueda de seguridad familiar y personal es la principal motivación para emprender en los estudiantes de Administración de Empresas y Contaduría Pública de la Universidad del Valle - Norte del Cauca. Y que, las dificultades para obtener financiamiento y la carga impositiva elevada son los principales obstáculos que desalientan la creación de nuevas empresas en la población estudiada. Esta información recolectada mediante la aplicación de una encuesta permitió también establecer que el entorno social, especialmente respaldado por las unidades de emprendimiento y grupos de apoyo universitarios, ejerce una influencia más significativa en el fomento del emprendimiento universitario.

Benjumea et al. (2018) a través de un estudio exploratorio – descriptivo en el que realizaron entrevistas a profundidad, semiestructuradas, a estudiantes de pregrado del Instituto Tecnológico Metropolitano (ITM) – Medellín, basándose en la teoría del aprendizaje social, la teoría del comportamiento planificado, el modelo sobre el evento emprendedor y el modelo del evento empresarial; concluyen que para el alumnado es fundamental que en las universidades se adopte un modelo de enseñanza orientado al emprendimiento, lo que garantizaría que los estudiantes adquieran una base teórica sólida y una visión clara de los procesos involucrados en la creación de empresas. Además, que gran parte de la población estudiada se basa en experiencias cercanas al momento de decidir emprender, por lo que es importante posibilitar la interacción con emprendedores exitosos como factor motivador clave para iniciar negocios. Por otro lado, como barreras comunes para

emprender, identificaron los impuestos y las responsabilidades financieras, que llevan a muchos estudiantes a preferir la seguridad del empleo.

Todas las investigaciones abordadas proporcionan un marco sólido que permite identificar las motivaciones y barreras frente a la decisión de emprender. Sin embargo, esta investigación se orienta y se enfoca específicamente en la investigación realizada por Espinosa et al. (2023) ya que ésta se fundamenta en la pertinencia y relevancia de los hallazgos obtenidos en relación con los factores que inciden en la decisión de emprender o no emprender, además, las variables analizadas en dicha investigación guardan una estrecha relación con la propuesta. Así, se podrán identificar áreas de interés y enfocar los esfuerzos en comprender y abordar de manera efectiva los desafíos y oportunidades que enfrentan los estudiantes y egresados de Administración de Empresas de UNIMINUTO Bello en el ámbito del emprendimiento, ofreciendo a la población objetivo, un enfoque integral.

Es relevante señalar que, las investigadoras, como administradoras de empresas en formación, han identificado una carencia en el programa que, si bien ofrece una formación integral en diversas áreas, no otorga un enfoque adecuado al emprendimiento, limitándose a pocas opciones dentro de la malla curricular. Por tanto, es fundamental una formación más amplia en este ámbito para desarrollar habilidades que permitan afrontar los desafíos y aprovechar las oportunidades del mundo empresarial, así como tomar decisiones relacionadas con el emprendimiento.

Se centra entonces esta investigación, en estudiantes y egresados del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO - Rectoría Antioquia – Chocó - Sede Bello, en los últimos años (2020 – 2023), programa que cuenta con la certificación de alta calidad, lo que motiva a proponer herramientas y acciones específicas que fomenten el espíritu emprendedor y fortalezcan el perfil emprendedor de los participantes.

CAPÍTULO III

5 Diseño metodológico

5.1 Metodología

Para determinar los factores que inciden en la decisión de emprender o no emprender, en los estudiantes y egresados del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO sede Bello (2020-2023), la presente investigación fue de carácter mixto.

Exploratoria porque proporciona información sobre las competencias y habilidades emprendedoras que los estudiantes y egresados consideran relevantes a la hora de emprender.

Conclusiva porque con la información recolectada de una muestra representativa, se describen los factores que inciden a la hora de emprender o no, en la población objeto de estudio y se presentan propuestas para potenciar el emprendimiento en la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO.

Esta combinación metodológica garantiza una comprensión integral de los factores que inciden en las decisiones emprendedoras y proporciona una base sólida para que la institución pueda implementar estrategias efectivas de fomento del emprendimiento.

5.2 Enfoque metodológico

El enfoque de la investigación es de carácter cuantitativo ya que se utilizó la recolección y análisis de datos de forma estadística, cuyos resultados permitieron formular conclusiones y cumplir con los objetivos propuestos.

5.2.1 *Técnicas e instrumentos de recolección de datos*

Se utilizó la encuesta como técnica de recolección de información, cuya aplicación se llevó a cabo a través de la plataforma Google Forms, implementando preguntas con opción de respuesta única, múltiple y escala tipo Likert.

El cuestionario se elaboró en 5 secciones:

Sección 1: Breve descripción de la investigación, invitación a participar del estudio y política de tratamiento de datos Uniminuto.

Sección 2: Competencias y habilidades emprendedoras

Sección 3: Motivaciones para emprender

Sección 4: Otros aspectos importantes a la hora de emprender

Sección 5: Propuestas para potenciar el emprendimiento en la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO.

5.2.2 Población de estudio

Estudiantes y egresados del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, Regional Antioquia – Chocó - Sede Bello.

5.2.3 Muestra

5.2.3.1 Muestreo

Se implementó una técnica de muestreo no probabilístico, por cuotas, dado el interés de la investigación en abordar, basados en la conveniencia, a los estudiantes (Cuota 1) y egresados (Cuota 2) del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – Uniminuto – Rectoría Antioquia - Chocó - Sede Bello, entre los años 2020 a 2023.

5.2.3.2 Tamaño de la muestra

Según los datos proporcionados por la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de Uniminuto Bello, se ha determinado que el total de estudiantes activos asciende a 621 y que, en el periodo comprendido entre los años 2020 y 2023, se registró un total de 537 egresados. Este grupo de egresados se distribuyó de la siguiente manera: en el año 2020 se graduaron 105 estudiantes, en 2021 fueron 136, en 2022 se contabilizaron 151 egresados, y en el año 2023 se graduaron 145 estudiantes.

Por lo tanto, la suma del total de estudiantes activos y egresados en este periodo asciende a 1,158 individuos, correspondientes al tamaño de la población.

Con un nivel de confianza del 95% y un error máximo de estimación del 5%, el tamaño de la muestra es de 290 personas.

CAPÍTULO IV

6 Resultados

La investigación se centró en la evaluación de los factores que inciden en la decisión de emprender o no emprender en los estudiantes y egresados periodo 2020 – 2023, del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO – Regional Antioquia – Chocó - Sede Bello.

Según los datos recopilados a través de Google Forms, la encuesta fue respondida por 296 personas, 236 (79,7%) estudiantes y 60 (20,3%) egresados, quienes un 54.6% (161) pertenecen al género femenino y un 41.7% (123) al género masculino.

Dando cumplimiento al objetivo específico correspondiente a identificar las principales competencias y habilidades emprendedoras que los estudiantes y egresados consideran importantes a la hora de emprender, se determinó que el liderazgo, la pasión y la visión de futuro son percibidos como las competencias más importantes a la hora de emprender, seguido de habilidades como la autonomía y las habilidades de comunicación.

La Tabla 1 presenta la calificación promedio que obtuvieron cada una de las competencias y habilidades necesarias a la hora de emprender, calificación donde 1 era menos importante y 5 muy importante.

Tabla 1

Importancia de las competencias y habilidades a la hora de emprender

Habilidades y competencias	Media	Desv. estándar
Autonomía	4,50	0,708
Aceptación al riesgo	4,19	0,892

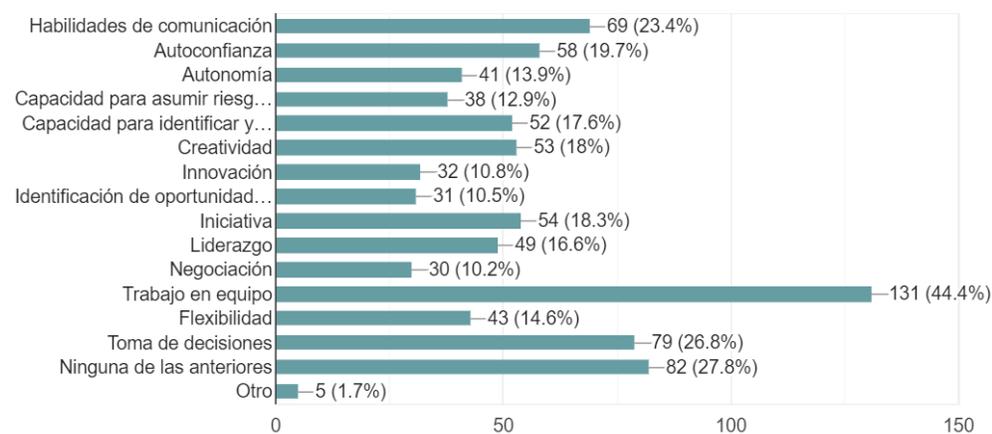
Orientación a la acción	4,28	0,834
Pasión	4,56	0,661
Visión de futuro	4,52	0,703
Confianza en sí mismo	4,49	0,736
Optimismo	4,36	0,777
Persistencia	4,33	0,834
Habilidades de comunicación	4,50	0,764
Negociación	4,43	0,724
Liderazgo	4,67	0,664

Fuente: Información analizada con el Software SPSS

La Figura 1 muestra las competencias emprendedoras que estudiantes y egresados adquirieron o han adquirido estando en formación académica:

Figura 1

Competencias emprendedoras adquiridas en el proceso de formación



Fuente: Encuesta aplicada a través de Google Forms

De acuerdo con lo anterior, se sugiere a Uniminuto integrar programas para desarrollar el liderazgo, fomentar la pasión y la visión del futuro, promover la autonomía y la comunicación efectiva que contribuyan a preparar mejor a los estudiantes y egresados para enfrentar los desafíos del emprendimiento y aumentar las posibilidades de éxito.

En cuanto al objetivo específico encaminado a identificar los aspectos que inciden en la decisión de emprender o no emprender, los datos obtenidos permiten determinar que la independencia económica, la búsqueda de satisfacción personal y tener un medio de subsistencia, son las motivaciones más destacadas entre los estudiantes y egresados del programa de administración de empresas para emprender. Dando una importancia media a otras motivaciones como la necesidad de lograr algo importante en la vida y el apoyo familiar. Sorprendentemente, la continuidad de la tradición familiar es la motivación menos relevante, lo que indica que los encuestados no ven la herencia familiar como un factor determinante para emprender.

Estos resultados resaltan la diversidad de factores que influyen en las decisiones de emprendimiento y subrayan la importancia de comprender las motivaciones individuales al fomentar el espíritu empresarial entre los estudiantes y egresados.

La Tabla 2 presenta calificación promedio que obtuvieron cada una de las motivaciones para emprender, calificación donde 1 era menos importante y 5 muy importante.

Tabla 2

Motivaciones que influyen en la decisión de emprender

Motivaciones que influyen en la decisión de emprender	Media	Desv. estándar
Lograr una independencia económica	4,48	0,890
Satisfacción personal al crecer personal y profesionalmente	4,39	1,022

Necesidad de lograr algo importante en la vida	3,84	1,485
Poner en práctica la experiencia laboral obtenida	3,23	1,564
Contribuir al crecimiento económico y social de la región	3,29	1,346
Contar con una red de contactos y apoyo social	3,26	1,483
Tener un medio de subsistencia	4,23	1,146
Continuar con la tradición familiar	2,48	1,525
El apoyo familiar	3,48	1,525

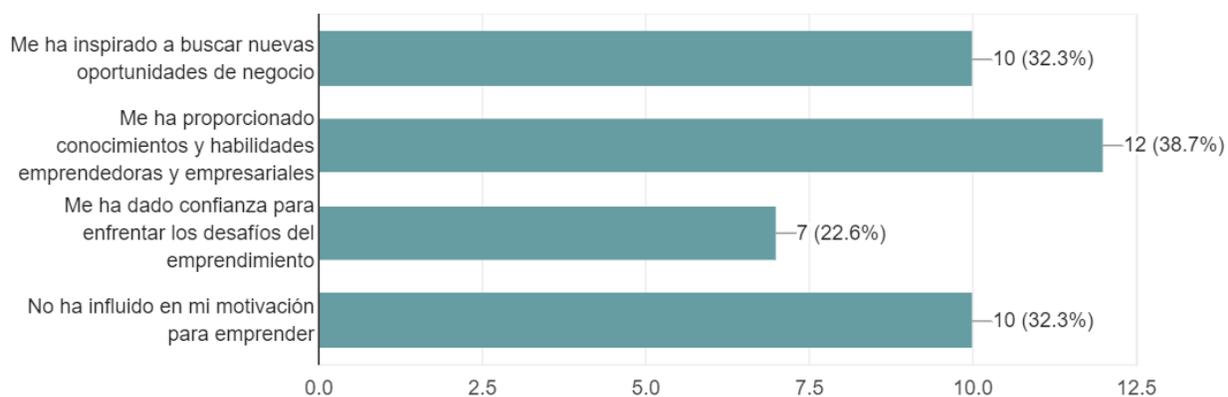
Fuente: Información analizada con el Software SPSS

Se indagó además en los encuestados, si eran emprendedores actualmente o si habían emprendido en los últimos años (2020 a 2023) y, de las 290 personas encuestadas, 264 personas (89,5%) no han emprendido y solo 31 personas (10,5%) si lo han hecho.

La Figura 2 evidencia cómo ha influido la formación académica brindada por el Programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO - Rectoría Antioquia – Chocó - Sede Bello, en la motivación para quienes han emprendido en los últimos años.

Figura 2

Influencia de la formación en la motivación para emprender



Fuente: Encuesta aplicada a través de Google Forms

Así mismo, se analizaron los factores que influyen en la decisión de no emprender, evidenciándose que el difícil acceso a fuentes de financiación y la falta de formación académica en emprendimiento son los principales obstáculos que los estudiantes y egresados consideran que han incidido para no emprender. Por otro lado, la falta de experiencia laboral es lo menos relevante como factor inhibitorio para no emprender.

La Tabla 3 presenta la relación entre estos factores, enriqueciendo aún más la comprensión de este tema.

Tabla 3

Factores que han incidido en la decisión de no emprender

Factores	Media	Desv. estándar
El difícil acceso a fuentes de financiación	4,17	1,084
La falta de experiencia laboral	2,65	1,341
La falta de tiempo para invertir en un negocio propio	3,02	1,406
El miedo al fracaso	4,06	1,187
El riesgo económico de perder lo invertido	3,85	1,232
Los múltiples trámites legales que conlleva emprender	3,72	1,248
La falta de formación académica en emprendimiento	4,18	1,119
Desconocimiento en los trámites para la creación de empresa	3,90	1,175

Fuente: Información analizada con el Software SPSS

Estos hallazgos resaltan la importancia de abordar estas preocupaciones en estudiantes y egresados y proporcionar recursos adecuados para apoyar a los potenciales emprendedores en la superación de estos desafíos. Además, estos resultados subrayan la necesidad de políticas y programas que promuevan un acceso más equitativo a la financiación y una mayor educación en emprendimiento para fomentar un entorno más propicio para la creación de nuevas empresas.

Finalmente, en cumplimiento del tercer objetivo específico concerniente a presentar las acciones que los estudiantes y egresados de Administración de Empresas proponen para potenciar el emprendimiento en de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, se destacan la incorporación de asignaturas en emprendimiento, creatividad e innovación, el proporcionar acceso a recursos y fuentes de financiación, sugiriendo que la disponibilidad de fondos es fundamental para estimular el espíritu emprendedor. Estas acciones posibilitan estrategias y programas que fomenten una cultura emprendedora y apoyen a las iniciativas empresariales de la comunidad académica, potenciando así el emprendimiento desde un enfoque integral, promoviendo además la innovación, la creatividad y el desarrollo económico, social y humano.

La tabla 4 presenta el análisis de cada de las acciones para potencializar el emprendimiento en estudiantes y egresados:

Tabla 4

Acciones para potenciar el emprendimiento en los estudiantes y egresados

Acciones	Media	Desv. estándar
Incorporar en el plan de estudios, más asignaturas en torno al emprendimiento, la creatividad y la innovación	4,52	0,811
Proporcionar un mayor acceso a recursos y fuentes de financiación para iniciar proyectos empresariales	4,40	0,813

Ofrecer espacios físicos especializados para idear, prototipar y validar negocios	4,07	1,024
Desarrollar eventos de Networking que posibilite a los emprendedores a conectar con empresarios y profesionales de interés	3,90	1,035
Establecer un fondo o concurso de capital semilla Uniminuto, para financiar proyectos empresariales de estudiantes y egresados	4,30	0,884
Establecer convenios con entidades gubernamentales y organizaciones privadas para promover el emprendimiento con recursos económicos y de formación	4,22	0,881
Destinar espacios físicos para el coworking	3,83	1,114
Crear actividades extracurriculares con temáticas en torno al emprendimiento, como Bootcamps, clubes y grupos estudiantiles	4,16	0,886
Organizar más eventos y talleres sobre emprendimiento y empresarismo	4,14	0,941
Crear un sistema de reconocimiento y premiación para proyectos empresariales exitosos desarrollados por estudiantes y egresados	4,07	0,933
Ofrecer formación en habilidades blandas y competencias empresariales, como liderazgo, trabajo en equipo, resolución de problemas, negociación, comunicación efectiva y asunción de riesgos	4,53	0,802
Establecer alianzas con instituciones y empresas del entorno para promover el emprendimiento regional y el desarrollo económico local	4,28	0,823
Tener un "Plan Padrino" donde empresarios y emprendedores con trayectoria apadrinen los emprendimientos que apenas inician	4,09	0,927

Fuente: Información analizada con el Software SPSS

Otros análisis realizados permiten evidenciar que el 57% (168) de los estudiantes y egresados se encuentran poco o nada preparados para emprender, por lo que es necesario fortalecer la formación académica en términos de preparación para el emprendimiento, con el fin de equiparlos mejor para enfrentar los desafíos del mundo empresarial y fomentar un mayor desarrollo de habilidades y confianza en este ámbito.

Tabla 5

Nivel de preparación para emprender en estudiantes y egresados

	<i>Muy preparado</i>	<i>Preparado</i>	<i>Neutral</i>	<i>Poco preparado</i>	<i>Nada preparado</i>
<i>Estudiantes</i>	3%	14%	28%	31%	25%
<i>Egresados</i>	5%	5%	27%	33%	30%
<i>Total</i>	3%	13%	28%	31%	26%

Fuente: Información analizada con el Software SPSS

Además, 269 (91%) encuestados otorgan una alta importancia a la contribución de la formación académica en el desarrollo de su perfil emprendedor e intención de emprender y 277 (93,6%) coincide en que incluir en el plan de estudios más asignaturas relacionadas con el emprendimiento, la creatividad y la innovación es muy importante. Por lo que cobra especial relevancia que la institución continúe fortaleciendo y mejorando los programas educativos para brindar un apoyo sólido y efectivo a aquellos que desean incursionar en el mundo del emprendimiento, adaptando además los planes de estudio de los programas de formación, para satisfacer las demandas de habilidades empresariales y creativas en los estudiantes y egresados.

Tabla 6

Importancia de incluir en el plan de estudios más asignaturas relacionados con el emprendimiento

	<i>Muy importante</i>	<i>Importante</i>	<i>Neutral</i>	<i>Poco importante</i>	<i>Nada importante</i>
<i>Estudiantes</i>	59,3%	33,5%	4,7%	1,7%	0,8%
<i>Egresados</i>	83,3%	13,3%	3,3%	0,0%	0,0%
<i>Total</i>	64,2%	29,4%	4,4%	1,4%	0,7%

Fuente: Información analizada con el Software SPSS

Finalmente, otros datos relevantes en la investigación se detallan a continuación:

- El 80% de los encuestados (236 personas) se encuentran interesados en desarrollar una idea de negocio a futuro, lo que invita a crear un ambiente propicio para el fomento del emprendimiento dentro del programa educativo.
- El 51.9% (153) de los encuestados se encuentra entre los 26 y 35 años y el 31.5% (93) se ubica en el rango de 18 a 25 años.
- El 62,7% (185 personas) trabaja para una empresa como empleado dependiente y el 17,9% (52 personas) está desempleado.

CAPÍTULO V

7 Conclusiones y recomendaciones

Tras llevar a cabo un exhaustivo estudio con 236 estudiantes activos y 60 graduados del programa de Administración de Empresas de la Institución Minuto de Dios UNIMINUTO – Sede Bello entre los años 2020 y 2023, se han identificado conclusiones significativas sobre el emprendimiento en la institución.

Se destaca la importancia de competencias clave como la autonomía, la pasión y el liderazgo en el proceso emprendedor, evidenciando un enfoque proactivo y autónomo entre los participantes. Así mismo se ha observado que la independencia económica y la satisfacción personal son los principales motivadores para emprender, mientras que obstáculos como el acceso limitado a financiación y la falta de formación académica en emprendimiento representan desafíos significativos.

Se evidencia que los estudiantes y egresados del programa de administración de empresas muestran un fuerte interés en el emprendimiento y reconocen la importancia de la formación académica en el desarrollo de habilidades empresariales. Los resultados destacan la necesidad de promover un ambiente educativo que estimule y apoye el desarrollo de habilidades empresariales, fomente la innovación y prepare a los estudiantes y egresados para enfrentar los desafíos del mundo empresarial con confianza y éxito.

Por otro lado, los encuestados han propuesto acciones concretas para potenciar el emprendimiento en UNIMINUTO. Entre las medidas destacadas se encuentra la incorporación de asignaturas en emprendimiento, creatividad e innovación, lo que refleja un consenso generalizado sobre su importancia. Asimismo, se valora la necesidad de proporcionar acceso a recursos y fuentes de financiación, subrayando la importancia de contar con fondos para estimular el espíritu emprendedor.

Con lo anterior, implementar programas y actividades que aborden las diferentes necesidades y niveles de interés, proporcionando tanto oportunidades para los altamente interesados en emprender como estrategias para aumentar el interés entre aquellos que actualmente muestran menor entusiasmo, se convierte en un importante desafío para la Corporación Minuto de Dios y así se puede maximizar el potencial emprendedor de todos los estudiantes y egresados, contribuyendo al desarrollo económico y la innovación dentro y fuera de la institución.

Para futuras investigaciones en el ámbito del emprendimiento en UNIMINUTO, se sugiere ampliar la investigación a más programas de formación con el fin de tener una muestra más representativa, profundizar en cómo las características individuales de los estudiantes y egresados influyen en su decisión de emprender.

Así mismo, se recomienda investigar cómo los cambios en el entorno económico y tecnológico afectan las motivaciones y desafíos de los emprendedores, con el fin de adaptar estrategias de apoyo a las necesidades cambiantes del entorno empresarial. Estas investigaciones adicionales proporcionarán una mayor comprensión del fenómeno del emprendimiento en UNIMINUTO y contribuirán al desarrollo de políticas y programas más efectivos para apoyar a los emprendedores en la institución.

Referencias

- Acosta Ramírez, N., Diez Farbat, S. y Vargas Valdiviezo, M. A. (2021). Análisis estructural de los factores que inciden en el emprendimiento. *Revista Venezolana de Gerencia*. 26(93), 334-348.
<https://www.redalyc.org/journal/290/29066223022/29066223022.pdf>
- Achig, M. F. H., Achig, M. D. R. H., Molestina, M. E. C., Ortega, J. L. C., Vera, F. E. G., & Ortiz, F. X. M. (2018). Competencias emprendedoras en las instituciones. *Revista Órbita Pedagógica*. ISSN 2409-0131, 5(1), 01-08. https://www.researchgate.net/profile/Milton-Hidalgo-2/publication/358446140_Competencias_Emprendedoras_En_Instituciones/links/6202fe4cc2d279745e762a62/Competencias-Emprendedoras-En-Instituciones.pdf
- Adie Villafañe, J. y Cárdenas Ortiz, L. C. (2021). Perfil y características del emprendedor como aspectos determinantes en el progreso de ideas empresariales. *Desarrollo Gerencial*, 13(1), 1–27.
<https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/4219>
- Andrade Adaime, M. C., Pardo Rozo, Y. Y. & Marlés Betancourt, C. (2022). Desarrollo de competencias en emprendimiento en estudiantes de la Institución de la Amazonia (2019-2020). *I+D Revista de Investigaciones*, 17(2), 131–140. <https://doi-org.ezproxy.uniminuto.edu/10.33304/revinv.v17n2-2022009>
- Alarcón Cardona, L. D., Y Andrade Martin, J.J. (2020). *El emprendimiento en Colombia y sus dificultades: un análisis desde la percepción*. [Trabajo de grado, Institución el Bosque]. Repositorio Institución el bosque. <https://repositorio.unbosque.edu.co/items/6f8267ff-b0fd-4eaa-84a9-5ef0a7e3e688>
- Álvarez Gallego, M. M., & Montoya López, A. M. (2020). Percepciones de los estudiantes frente a la satisfacción personal desde el enfoque del desarrollo humano. *CULTURA EDUCACIÓN Y SOCIEDAD*, 11(2), 43–56.
<https://revistascientificas.cuc.edu.co/culturaeducacionsociedad/article/view/2725>

- Álvarez, J. N., & Sánchez-Zeferino, D. E. (2020). *Factores de motivación al logro de estudiantes de IGEM de una IES pública. Vinculatégica EFAN*, 6(1), 463–475.
<https://vinculategica.uanl.mx/index.php/v/article/view/594>
- Arango Benjumea, J. J. (2022). *Factores determinantes del proceso de creación y consolidación de empresas: una perspectiva social y económica del emprendimiento empresarial*. 1. Fondo Editorial Institución Cooperativa de Colombia.
<https://elibro.net/es/ereader/uniminuto/227941?page=16>.
- Ayalew, M. M. (2020). Bayesian hierarchical analyses for entrepreneurial intention of students. *Journal of Big Data*, 7(1), 1-23. <https://doi.org/10.1186/s40537-020-00293-x>
- Baptista Lucio, P., Fernández Collado, C. Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Barrero Rivera, F., Moreno, E., & Villamizar Fernández, J. (2019). El emprendedor dominicano: identificación de sus rasgos de personalidad y competencias por medio de análisis de contenidos. *Ciencia, Economía Y Negocios*, 3(1), 5–36.
<https://revistas.intec.edu.do/index.php/ciene/article/view/1514>
- Benjumea Arias, M., Echeverri Sánchez, L., Toro, A. B. D. y Valencia Arias, A. (2018). Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario: Un análisis cualitativo. *Revista Electrónica Educare*, 22(2), 160-178. https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S1409-42582018000200160&script=sci_arttext
- Bermúdez Hernández, J., Diez Echavarría, L. F., Maussa Pérez, F. O., Torres Velásquez, J. A., Urrego Marín, M. L. y Valencia Arias, A. (2020). Exploración de factores que motivan a los estudiantes universitarios a crear empresas en Medellín, Colombia. *Revista Lasallista de investigación*, Vol. 17(2), 209-221 <http://revistas.unilasallista.edu.co/index.php/rldi/article/view/2531>

- Cámara de Comercio de Bogotá. (2023). Colombia Tech Report 2022-2023: más allá de la data. Cámara de Comercio de Bogotá. <http://hdl.handle.net/11520/28422>
- Carlos Ornelas, C. E., Contreras González, L. E., Silva Olvera, M. D., & Liquidano Rodríguez, M. D. (2015). El Espíritu Emprendedor y un Factor que Influencia su Desarrollo Temprano. *Conciencia Tecnológica*, (49), 46-51. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94438997006>
- Casas Galvis, A. M Y Caíta, L.C. (2023). *Herramientas financieras efectivas para la creación y operación de emprendimientos*. [Trabajo de grado, Institución Libre]. Repositorio Institucional Unilibre. <https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/26030>
- Castro Segarra, B. M. (2022). Análisis de las Sociedades por Acciones Simplificadas (S.A.S) y su fomento en el emprendimiento formal en Ecuador, año 2021. [Trabajo de grado, Institución de Guayaquil]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.ug.edu.ec/items/3d168724-f4e4-4a0b-8c65-e53c66265bd0>
- Cepeda Ávila, O., Clavijo Franco, D., García Bogotá, O.O., Jiménez Silva, D., Mariño Ramírez, A., Niño Contreras, Y.R., Rojas Cuesta, Z. R., Rojas Perdomo, B. A., Villamil Fajardo, E. L. y Zorro Melo, J. L. (septiembre,2019). Sistema Nacional de Información de la Educación superior – SNIES – Glosario. Ministerio de Educación Nacional. https://www.mineduccion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-213912_glosario.pdf
- Cervilla, M.A. Puente, R. (2013). Modelos de negocio de emprendimientos por y para la base de la pirámide. <https://www.redalyc.org/pdf/280/28026992009.pdf>
- Chirinos Araque, Y. del V., Meriño Córdoba, V. H., y Martínez de Meriño, C. (2018). El clima organizacional en el emprendimiento sostenible. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (84). <https://journal.institucionean.edu.co/index.php/Revista/article/view/1916>

Esparragoza, D. J., Guerrero Storino, M.L., Llinas Montes, J.R., López Lambraño, M. & Muñoz Mesa, D.J.

(2022). Temor al fracaso e identificación de oportunidades de negocio: diferencias entre géneros en el marco del covid-19. *Revista Nacional De Administración*, 13(2), e 4453.

<https://doi.org/10.22458/rna.v13i2.4453>

Espinosa Rodríguez, M. A., López Rodríguez, C. E., Lugo Tochoy, M. G. & Muriel Muñoz, M. M. (2023).

Perfil emprendedor de estudiantes y graduados de la especialización en gerencia financiera de UNIMINUTO. *IyD*, 9(1), 13–23.

<https://doi.org/10.26620/uniminuto.inclusion.9.1.2022.13-23>

Erro Salcido, F. L., Hinojosa Rodríguez, C.J. & Mendivil Valdez, Y. (2022). El Emprendimiento Desde La

Perspectiva De Los Jóvenes Universitarios Sobre La Creatividad, Visión E Implementación De Una Idea De Negocio. *Journal of Research of the University of Quindío*, 34(2), 6–17. <https://doi->

[org.ezproxy.uniminuto.edu/10.33975/riuq.vol34n2.881](https://doi-org.ezproxy.uniminuto.edu/10.33975/riuq.vol34n2.881)

Fernández, C. y Quintero, N. (2017). Liderazgo transformacional y transaccional en emprendedores venezolanos. *Revista Venezolana De Gerencia*, 22(77), 56-74.

<https://www.produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/22498>

Gálvez Albarracín, E. J., Guauña Aguilar, R. A., & Ravina Ripoll, R. (2020). Actitud e intención

empresarial en estudiantes de administración de empresas y de contaduría pública.

Institución & Empresa, 22(38), 79-105. Doi:

<http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7230>

Gamero, H. & Ostos, J. (2020). Revisión sistemática de literatura sobre factores clave en la identificación de oportunidades de negocio. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*,

10(20), 307-327. <https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.07>

Garavito-Hernández, Y., García-Méndez, S., Ramírez-Torres, W. E., y Avellaneda-Rueda, C. (2023).

Influencia de las características personales y factores del entorno en la intención emprendedora en estudiantes universitarios. *INNOVA Research Journal*, 8(1), 89-107.

<https://doi.org/10.33890/innova.v8.n1.2023.2201>

García González, M., Lazo Fernández, Y. Rojas Murillo, A. (2020). La comunicación como factor clave en el espíritu emprendedor del contexto universitario. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 8(3), 2. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322020000300002&lng=es&tlng=es

Global Entrepreneurship Monitor Colombia (GEM). (s.f). GEM Colombia Proyecto de investigación.

Global Entrepreneurship Monitor Colombia (GEM). <http://gemcolombia.org/>

Gómez Araujo, E., Lafuente, E., Vaillant, Y, & Gómez Núñez, L. Marilín. (2015). El impacto diferenciado de la autoconfianza, los modelos de referencia y el miedo al fracaso sobre los jóvenes emprendedores. *Innovar*, 25 (57), 157-174.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512015000300011&lng=en&tlng=es.

González Cornejo, A. y González Sánchez, D. J. (2019). *Emprender... una forma de vida*. México, PACJ

<https://elibro.net/es/ereader/uniminuto/122452?page=22>.

Gómez Achicanoy, G. A., Dorado Goyes, J. A. y Caipe Montoya, N. C. (2022). *Travesía Emprendedora*.

Institución Mariana. 6(1) 2539-0376.

<https://revistas.umariana.edu.co/index.php/travesiaemprendedora/issue/view/205>

Gutiérrez Rubiano, K. L. (2022). La Motivación Como Generador De Creatividad, Emprendimiento E

Innovación En Contextos Organizacionales. *Revista Poliantea*, 17(31), 63–69. <https://search-ebscohost->

com.ezproxy.uniminuto.edu/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=161704764&lang=es&site=eh-ost-live&scope=site

Hernández Gómez, G. (2021). Emprendedurismo y liderazgo empresarial en las organizaciones del siglo XXI. *Revista Fidélitas*, 2(1).

https://revistas.ufidelitas.ac.cr/index.php/revista_fidelitas/article/view/31

Hernández Palma, H. G., Niebles Núñez, W., Pacheco Ruiz, C. & Rojas Martínez, C. (2022).

Caracterización del emprendimiento desde un enfoque universitario. *Formación universitaria*, 15(1), 135-144. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062022000100135>

Hernández Sampieri, R., Mendoza Torres, C. P. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill. [https://www-ebooks7-24-](https://www-ebooks7-24-com.ezproxy.uniminuto.edu/?il=6443)

[com.ezproxy.uniminuto.edu/?il=6443](https://www-ebooks7-24-com.ezproxy.uniminuto.edu/?il=6443)

Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento. Enero 27 de 2006. No. 46164.

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/eb0a7a3a-5068-4632-becf-2e92f62d9fa3/Ley-1014-de-2006-De-fomento-a-la-cultura-del-empre.aspx>

López Mallea, E.R. (2022). La educación financiera y la libertad financiera en los trabajadores del contact center de Scotiabank Lima año 2022. [Tesis doctoral, Institución César Vallejo]. Repositorio UCV.

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/92435>

Lozano Chaguay, L. A., & Espinoza García, M. F. (2016). Espíritu emprendedor: actitud de cambio para la innovación y emprendimiento. *Journal of Science and Research*, 1(4), 31–35.

<https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/120>

Lozano, C., Gutiérrez, L., & Ruiz, C. (2023). La metodología del enfoque en el ser: competencias emprendedoras en los participantes del Creactivate 4.0. *Estudios De La Gestión: Revista*

Internacional De Administración, (13), 9–33.

<https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/eg/article/view/3834>

Malhotra, N.K. (2008). *Investigación de Mercados*. Pearson Educación.

<https://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf>

Martínez, A., Moreno, J., Pereira, F., Osorio, F., López, M., Schmutzler, J., Gómez, L., Santiago, V., Parra, L. y Orozco, J. (2023). Actividad empresarial en Colombia 2022 - 2023: En camino hacia la reactivación. Cali: Editorial Institución Icesi. [https://www.icesi.edu.co/centros-](https://www.icesi.edu.co/centros-academicos/images/Centros/cdee/informes/Reporte_GEM_Colombia_2022-2023.pdf)

[academicos/images/Centros/cdee/informes/Reporte_GEM_Colombia_2022-2023.pdf](https://www.icesi.edu.co/centros-academicos/images/Centros/cdee/informes/Reporte_GEM_Colombia_2022-2023.pdf)

Marulanda Valencia, F. y Morales Gualdrón, S.T. (2016). Entorno y motivaciones para emprender.

Revista Escuela de Administración de Negocios, Institución EAN (81), 12-28

<http://dx.doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1556>

Marulanda Valencia, F. A., Montoya Restrepo, I. A. y Vélez Restrepo, J. M. (2019). El Individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. *Institución & Empresa*, 21(36), 149-174.

<https://revistas.urosario.edu.co/xml/1872/187258177007/html/index.html>

Marulanda Valencia, F.A., Montoya Restrepo, I. A., & Vélez Restrepo, J. M. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento & Gestión*, (36), 206-238.

Retrieved August 27, 2023, from

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762014000100008&lng=en&tlng=es

Marulanda Valencia, F. A., Montoya Restrepo, I. A., & Vélez Restrepo, J. M. (2019). El Individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. *Institución & Empresa*, 21(36), 149-174. DOI:

<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6197>

Ministerio de Educación Nacional. (Marzo, 2005). *Fundamentos conceptuales*. Ministerio de Educación

Nacional. <https://www.mineducacion.gov.co/1621/article-299611.html>

Moncayo, H.L. (2010). Trabajo y capital en el siglo XXI. Consejo Latinoamericano de Ciencias

Sociales. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/ilsa/20130822030642/hector.pdf>

QuestionPro. (s.f). *Calculadora de tamaño de muestras para tu investigación*. QuestionPro.

<https://www.questionpro.com/es/calculadora-de-muestra.html>

Palacios Dueña, A.E. Y Ruiz Cedeño, S.M. (2020) EL EMPRENDIMIENTO EN AMÉRICA LATINA: UN

ANÁLISIS DE SU ETIMOLOGÍA, TIPOLOGÍA Y PROCESO. Revista ECA Sinergia. Vol. 11, núm. 2,

2020, Mayo-Agosto, pp. 47-58.

<https://www.redalyc.org/journal/5885/588563773004/588563773004.pdf>

Paredes Hernández, e. Y Velasco Espitia, M. E. (s.f) Desarrollo de espíritu emprendedor. Institución de pamploña.

https://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallG/home_109/recursos/octubre2014/administraciondeempresas/semestre4/11092015/desaespirituadmin.pdf

Pauceanu, A. M., Alpenidze, O., Edu, T., & Zaharia, R. M. (2019). What determinants influence students to start their own business? Empirical evidence from United Arab Emirates Universities.

Sustainability, 11(1), 1-23. <https://doi.org/10.3390/su11010092>

Ruiz Villafuerte, M. (2021). Libertad financiera y su incidencia en el nivel de estilo de vida según la decisión de la actividad o iniciativa considerada. Revista Científica Saberes 5.0, 1(2), 109–117.

<https://revistas.saberescincopuntocero.com/index.php/rcs50/article/view/119>

Pico, A. A., Rio, J. D., Trujillo, R. S., & Arias, C. R. (2017). ¿El emprendimiento como estrategia para el desarrollo humano y social? Saber, ciencia y libertad, 12(1).

<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/saber/article/view/1470/1079>

Portuguez Castro, M., Valenzuela González, J.R., y Navarro Corona, C. (2018). Diseño y validación de un test de evaluación del potencial en emprendimiento social. *REVESCO: revista de estudios cooperativos*, ISSN 1135-6618, N^o. 128, 2018, págs. 192-211.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6524639>

Quintero Reatiga, J. E. (2018). *Las PYMES en Colombia y las barreras para su desarrollo y perdurabilidad*.

[Ensayo de grado, Institución Militar de Nueva Granada]. Repositorio Unimilitar.

<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/17949/QuinteroReatigaJuanSebastian2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Quiroz Vargas, J. C. (2023). *Programa de emprendimiento para mejorar la satisfacción personal en estudiantes de un centro de educación básica alternativa, Zarumilla 2023*. [Tesis de maestría, Institución César Vallejo]. Repositorio de la Institución César Vallejo.

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/128895>

Rivas Cueva, R. A. (2022). *Percepción de la mentalidad emprendedora de estudiantes universitarios, Lima Norte, 2022*. [Tesis de maestría, Institución César Vallejo]. Repositorio de la institución César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/102400>

Rivas Panizo, D. (2014). *La mentalidad emprendedora: El concepto de fracaso y la crisis*. [Trabajo de grado, Institución de Valladolid]. Trabajos Fin de Grado UVA [27518].

<http://uvadoc.uva.es/handle/10324/7321>

Romero Parra, R. M., Romero Chacín, J. L y Barboza Arenas, L. A. (2022). Relación entre perfil y visión emprendedora de los estudiantes universitarios. *Retos*, 12(23)

<https://retos.ups.edu.ec/index.php/retos/article/view/5821>

Serrano Ruiz, F. (2015). Hijo rico, hijo pobre. 31 claves y 50 ejercicios para que enseñes a tus hijos a ganar dinero como lo hacen los ricos. Espasa Libros, S.L.U.

<https://ie42003cgalbarracin.edu.pe/biblioteca/LIBR-NIV202082020220044.pdf>

Tapia, J. & Acosta, G. (2015). EMPRENDIMIENTO EN ACCIÓN. REVISTA DE INVESTIGACIÓN SIGMA, 1(01).

<https://doi.org/10.24133/sigma.v1i01.933>

Torres Vásquez, K. F., Erazo Álvarez, J.C., Narváez Zurita, C.I., y Moreno, V. P. (2020). El emprendimiento juvenil en función al perfil psicosocial y las condiciones del entorno familiar. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, ISSN-e 2542-3088, Vol. 5, Nº. 10. 729-756.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7541841>

Uniminuto - Corporación Universitaria Minuto de Dios. (s.f). *Misión y Megas*. UNIMINUTO - Corporación Universitaria Minuto de Dios. <https://www.uniminuto.edu/mision>

Anexos

Anexo 1: Instrumento de recolección de información

Encuesta

FACTORES QUE INCIDEN EN LA DECISIÓN DE EMPRENDER O NO EMPRENDER EN ESTUDIANTES Y EGRESADOS DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS - UNIMINUTO (BELLO)

¡Hola! Apreciamos mucho que estés aquí. Con el fin de determinar los factores que inciden en la decisión de emprender o no emprender en los estudiantes y egresados del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO - Seccional Antioquia Chocó - Sede Bello, en los últimos años (2020 - 2023), les pedimos amablemente la respuesta a esta encuesta, la cual les tomará máximo 10 minutos.

La información suministrada será utilizada solo con fines académicos pues la investigación corresponde a nuestro trabajo de grado. ¡Agradecemos sus respuestas!

Autorización de Datos Personales UNIMINUTO

Por favor lea la siguiente información antes de suministrarnos sus datos personales y de autorizar su tratamiento. En cumplimiento del artículo 12 de la ley 1 581 de 201 2, UNIMINUTO está comprometida con el tratamiento lícito y seguro de los datos personales de sus colaboradores y terceros, garantizando su confidencialidad. Consulte nuestra Política de Tratamiento de Información en: <https://www.uniminuto.edu/documentos- juridicos-uniminuto>.

Los titulares en cualquier momento pueden ejercer sus derechos legalmente consagrados de conocimiento, actualización, rectificación y supresión de sus datos personales a través del portal web <http://www.uniminuto.edu/contacto> o a la siguiente dirección: Calle 81 B No.72B-70 en la ciudad de Bogotá, y el teléfono 5933004 en la ciudad de Bogotá, o a nivel nacional 01800 0936670.

He leído, he sido informado (a) y autorizo a UNIMINUTO el tratamiento de mis datos personales para los fines previamente comunicados.

¿Cuál es tu vínculo con el Programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO - Seccional Antioquia – Chocó - Sede Bello? *

- Soy estudiante
- Soy Egresado

¿En qué año egresaste del Programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO - Seccional Antioquia – Chocó - Sede Bello? *

- 2020
- 2021
- 2022
- 2023
- Otro

A la hora de emprender ¿Qué tan importantes consideras que son las competencias y habilidades que te presentamos a continuación? (Califica de 1 a 5, siendo 1 nada importante y 5 muy importante)

Autonomía: Capacidad de controlar, afrontar y tomar por propia iniciativa, decisiones personales. *

1 2 3 4 5

Nada importante Muy importante

Flexibilidad: Capacidad de romper con ortodoxias, cambiar las reglas del juego, y crear nuevas oportunidades, lo que implica tolerar la ambigüedad, mantener una orientación investigadora y resistirse a los bloqueos culturales generando diferentes alternativas. *

1 2 3 4 5

Nada importante Muy importante

Inconformidad positiva: Disposición de aceptar que lo existente es bueno, pero * que es sujeto de mejora, es decir, que hay camino de progreso y mejoramiento, lo que lleva al individuo a exigirse y dar un poco más de sí mismo.

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	Muy importante				

Aceptación al riesgo: Disposición para asumir decisiones y enfrentarse a lo desconocido, reconociendo que puede existir un resultado distinto del esperado. *

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	Muy importante				

Orientación a la acción: Capacidad de iniciar acciones concretas y rápidas * para resolver problemas y hacer que las cosas ocurran.

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	Muy importante				

Pasión: Capacidad de generar interés y preferencia genuina por su proyecto emprendedor. *

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	Muy importante				

Visión de futuro: Proyectarse a futuro y pensar en objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo. *

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	Muy importante				

Confianza en sí mismo: Saber internamente y con serenidad que se es una persona capaz y valiosa. *

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	Muy importante				

Optimismo: Visión positiva de las cosas, del mundo y el futuro *

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	Muy importante				

Persistencia: Capacidad de reconocer los errores propios, aprender de estos, sobreponerse e intentar de nuevo. *

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	Muy importante				

Habilidades de comunicación: Capacidad para expresar ideas correctamente, hacerse entender y comprender a otros. *

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	Muy importante				

Negociación: La habilidad para resolver conflictos, llegar a acuerdos beneficiosos *
y construir relaciones de confianza.

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	Muy importante				

Liderazgo: Capacidad y habilidad para influir sobre otros, con el propósito de *
alcanzar objetivos concretos y de mejora del desempeño.

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	Muy importante				

**¿Qué competencias emprendedoras adquiriste o has adquirido estando en *
formación académica en el Programa de Administración de Empresas de
la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO - Seccional Antioquia
– Chocó - Sede Bello?**

- Habilidades de comunicación
- Autoconfianza
- Autonomía
- Capacidad para asumir riesgos
- Capacidad para identificar y solucionar problemas
- Creatividad

- Innovación
- Identificación de oportunidades de negocio
- Iniciativa
- Liderazgo
- Negociación
- Trabajo en equipo
- Flexibilidad
- Toma de decisiones
- Ninguna de las anteriores
- Otro

De acuerdo a la formación académica que recibes o has recibido desde el Programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO - Seccional Antioquia – Chocó - Sede Bello, ¿Qué tan preparado te sientes para emprender? *

- Muy preparado
- Preparado
- Neutral
- Poco preparado
- Nada preparado

¿Eres emprendedor actualmente o has emprendido en los últimos años (2020 a 2023)? *

- Si
- No

¿Cuál consideras que fue o ha sido tu principal motivación al momento de emprender? *

- Lograr una independencia económica
- Obtener una satisfacción personal al crecer personal y profesionalmente
- Necesidad de lograr algo importante en la vida
- Poner en práctica la experiencia laboral obtenida
- Contribuir al crecimiento económico y social de la región
- Contar con una red de contactos y apoyo social
- Tener un medio de subsistencia
- Continuar con la tradición familiar
- El apoyo familiar
- Otro

¿Cuál de las siguientes motivaciones, han influenciado tu decisión de emprender?

	1	2	3	4	5
1. Lograr una independencia económica	<input type="radio"/>				
2. Obtener una satisfacción personal al crecer personal y profesionalmente	<input type="radio"/>				
3. Necesidad de lograr algo importante en la vida	<input type="radio"/>				
4. Poner en práctica la experiencia laboral obtenida	<input type="radio"/>				
5. Contribuir al crecimiento económico y social de la región	<input type="radio"/>				
6. Contar con una red de contactos y apoyo social	<input type="radio"/>				
7. Tener un medio de subsistencia	<input type="radio"/>				
8. Continuar con la tradición familiar	<input type="radio"/>				
9. El apoyo familiar	<input type="radio"/>				

¿Cómo ha influido la formación académica que te ha brindado el Programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO - Seccional Antioquia – Chocó - Sede Bello, tu motivación para emprender? *

- Me ha inspirado a buscar nuevas oportunidades de negocio
- Me ha proporcionado conocimientos y habilidades emprendedoras y empresariales
- Me ha dado confianza para enfrentar los desafíos del emprendimiento
- No ha influido en mi motivación para emprender

¿Qué otros factores consideras importantes al momento de emprender? *

- La capacidad de identificar oportunidades de negocio
- El deseo de superación
- La necesidad de asumir riesgos
- Otro

Si tu respuesta anterior fue *Otro*, dinos cuál.

Tu respuesta

¿Cuáles de los siguientes factores consideras que fue o ha sido la principal razón para no emprender? *

- La dificultad de acceder a fuentes de financiación
- La falta de experiencia laboral
- La falta de tiempo para invertir en un negocio propio
- El miedo al fracaso
- El riesgo económico de perder lo invertido
- Los múltiples trámites legales que conlleva emprender
- La falta de formación académica en emprendimiento
- Otro.

¿Cuáles de los siguientes factores han influenciado tu decisión de no emprender?

	1	2	3	4	5
1. El difícil acceso a fuentes de financiación	<input type="radio"/>				
2. La falta de experiencia laboral	<input type="radio"/>				
3. La falta de tiempo para invertir en un negocio Propio	<input type="radio"/>				
4. El miedo al fracaso	<input type="radio"/>				
5. El riesgo económico de perder lo invertido	<input type="radio"/>				
6. Los múltiples trámites legales que conlleva emprender	<input type="radio"/>				
7. La falta de formación académica en emprendimiento	<input type="radio"/>				
8. Desconocimiento en los trámites para la creación de empresa	<input type="radio"/>				

¿Qué acciones propones para potenciar el emprendimiento en la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO - Seccional Antioquia – Chocó - Sede Bello? *

Tu respuesta

¿Qué tan importante consideras las siguientes acciones, para que la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO - Seccional Antioquia – Chocó - Sede Bello potencie el emprendimiento en los estudiantes y egresados?

	1	2	3	4	5
1. Incorporar en el plan de estudios, más asignaturas en torno al emprendimiento, la creatividad y la innovación.	<input type="radio"/>				
2. Proporcionar un mayor acceso a recursos y fuentes de financiación para iniciar proyectos empresariales.	<input type="radio"/>				
3. Ofrecer espacios físicos especializados para idear, prototipar y validar negocios.	<input type="radio"/>				
4. Desarrollar eventos de networking que posibilite a los emprendedores a conectar con empresarios y profesionales de interés.	<input type="radio"/>				
5. Establecer un fondo o concurso de capital semilla Uniminuto, para financiar proyectos empresariales de estudiantes y egresados.	<input type="radio"/>				
6. Establecer convenios con entidades gubernamentales y organizaciones privadas para promover el emprendimiento con recursos económicos y de formación.	<input type="radio"/>				
7. Destinar espacios físicos para el coworking.	<input type="radio"/>				
8. Crear actividades extracurriculares con temáticas en torno al emprendimiento, como Bootcamps, clubes y grupos estudiantiles.	<input type="radio"/>				
9. Organizar más eventos y talleres sobre emprendimiento y empresarismo.	<input type="radio"/>				
10. Crear un sistema de reconocimiento y premiación para proyectos empresariales exitosos desarrollados por estudiantes y egresados.	<input type="radio"/>				
11. Ofrecer formación en habilidades blandas y competencias empresariales, como liderazgo, trabajo en equipo, resolución de problemas, negociación, comunicación efectiva y asunción de riesgos.	<input type="radio"/>				
12. Establecer alianzas con instituciones y empresas del entorno para promover el emprendimiento regional y el desarrollo económico local.	<input type="radio"/>				
13. Tener un "Plan Padrino" donde empresarios y emprendedores con trayectoria apadrinen los emprendimientos que apenas inician	<input type="radio"/>				

¿En qué nivel de importancia consideras que la formación académica contribuye * al desarrollo de tu perfil emprendedor y promueve tu intención de emprender?

- Muy importante
- Importante
- Neutral
- Poco importante
- Nada importante

¿Consideras importante incluir en el plan de estudios del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO - Seccional Antioquia – Chocó - Sede Bello, más asignaturas relacionados con el emprendimiento, la creatividad y la innovación? *

- Muy importante
- Importante
- Neutral
- Poco importante
- Nada importante

¿Cuál es tu grado de interés en desarrollar una idea de negocio propia en el futuro? *

- O Muy interesado (a), estoy dispuesto a explorar y desarrollar una idea de negocio.
- O Moderadamente interesado(a), consideraría la posibilidad de desarrollar una idea de negocio en el futuro.
- O Poco interesado(a), no me veo desarrollando una idea de negocio propia en el futuro.
- O Nada interesado(a), no tengo interés en emprender o desarrollar una idea de negocio propia

¿Conoces el servicio de asesorías y acompañamiento en emprendimiento, que ofrece el Centro Progresá de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO - Seccional Antioquia – Chocó - Sede Bello? *

- Si
- No

¿Con qué género te identificas? *

- Masculino
- Femenino
- Prefiero no decirlo

¿Cuál es tu rango de edad? *

- Menor de 18 años
- Entre 18 y 25 años
- Entre 26 y 35 años
- Entre 36 y 45 años
- Mayor de 45 años

¿Cuál es tu situación actual? *

- Trabajo para una empresa como empleado dependiente
- Trabajo por cuenta propia y/o bajo contrato por servicios
- Me encuentro emprendiendo mi propio negocio
- Tengo mi propio negocio y lo manejo directamente
- Estoy desempleado
- Otro

¡Agradecemos sinceramente tu participación en nuestra encuesta sobre los factores que influyen en la decisión de emprender o no emprender! Tu opinión es invaluable para nosotros y nos ayudará a comprender mejor las motivaciones y desafíos que enfrentan los estudiantes y egresados en el ámbito del emprendimiento. Con tus respuestas, estamos un paso más cerca de presentar acciones efectivas que promuevan el espíritu emprendedor y potencien el emprendimiento en nuestra comunidad académica. ¡Gracias por tu tiempo y contribución!