

**Intención Emprendedora De Los Jóvenes Caficultores Afiliados A La Federación Nacional
De Cafeteros De Colombia. Caso De Estudio: El Carmen, Zapatoca, Betulia, San Vicente
De Chucurí Y Galán**

Carlos Santiago Cavanzo Sánchez

Trabajo de grado para optar el título de Administrador de Empresas

Director

Sebastián García Méndez

Doctor en Ciencias de la Educación

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

Administración de Empresas

2022

Índice de contenido

	Pág.
Introducción	9
1. Problemática de Investigación	11
1.1 Planteamiento del problema.....	11
1.2 Formulación del problema	14
2. Objetivos	14
2.1 Objetivo general.....	15
2.2 Objetivos específicos	15
3. Justificación	15
4. Marco investigativo	18
4.1 Antecedentes Internacionales.....	19
4.2 Antecedentes Nacionales	20
4.3 Antecedentes Locales.....	21
5. Marco de referencia	22
5.1 Marco teórico	22
5.1.1 <i>Emprendedor</i>	23
5.1.2 <i>Emprendimiento</i>	24
5.1.3 <i>Intención emprendedora</i>	25
5.1.4 <i>Juventud</i>	27
5.1.5 <i>Caficultor</i>	27
5.1.6 <i>Federación Nacional de Cafeteros de Colombia</i>	28
5.2 Marco conceptual.....	29

5.2.1	<i>Intención emprendedora</i>	29
5.3	Marco contextual	30
5.3.1	<i>Generalidades del sector:</i>	31
5.3.2	<i>Federación Nacional de Cafeteros de Colombia</i>	32
6.	Diseño Metodológico.....	33
6.1	Enfoque y tipo de investigación.....	33
6.2	Población y muestra	34
6.2.1	<i>Población</i>	34
6.2.2	<i>Muestra</i>	35
6.3	Fuentes e instrumento de recolección de datos.....	35
6.3.1	<i>Trabajo de campo</i>	35
7.	Resultados	36
7.1	Resultados con relación a comportamiento, entorno y características personales.....	36
7.2	Relación y componentes principales de la intención emprendedora	51
7.3	Plan de acción de mejora que orienta hacia el emprendimiento	63
	Conclusiones	69
	Bibliografía	72
	Apéndices	82

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. <i>Definiciones de intención emprendedora.</i>	29
Tabla 2. <i>Análisis de factores sociodemográficos: edad y estado civil.</i>	36
Tabla 3. <i>Análisis de factores sociodemográficos: estudios y situación laboral.</i>	37
Tabla 4. <i>Datos en grupos de variables dependientes e independientes.</i>	40
Tabla 5. <i>Intención emprendedora por municipio.</i>	46
Tabla 6. <i>Intención emprendedora por rango de edades.</i>	47
Tabla 7. <i>Intención emprendedora por sexo.</i>	48
Tabla 8. <i>Intención emprendedora por situación laboral.</i>	49
Tabla 9. <i>Deseo de formación.</i>	50
Tabla 10. <i>Codificación de la información.</i>	52
Tabla 11. <i>Análisis de la información por variable.</i>	54
Tabla 12. <i>Descripción de variables.</i>	55
Tabla 13. <i>Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk.</i>	56
Tabla 14. <i>Coeficiente de correlación de Spearman.</i>	58
Tabla 15. <i>Componentes principales.</i>	61
Tabla 16. <i>Matriz de componentes rotado.</i>	62
Tabla 17. <i>Tópicos independientes de intención emprendedora.</i>	63
Tabla 18. <i>Plan de acción de mejora.</i>	65

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. <i>Análisis de factores sociodemográficos: edad y estado civil.</i>	37
Figura 2. <i>Análisis de factores sociodemográficos: nivel de estudio</i>	38
Figura 3. <i>Análisis de factores sociodemográficos: situación laboral</i>	39
Figura 4. <i>Análisis de factores sociodemográficos: sexo</i>	39
Figura 5. <i>Intención emprendedora.</i>	41
Figura 6. <i>Características personales.</i>	42
Figura 7. <i>Extensión de características personales.</i>	44
Figura 8. <i>Factores del entorno.</i>	44
Figura 9. <i>Resumen de variables analizadas.</i>	45
Figura 10. <i>Intención emprendedora por municipio.</i>	46
Figura 11. <i>Intención emprendedora por rango de edades.</i>	47
Figura 12. <i>Intención emprendedora por sexo.</i>	48
Figura 13. <i>Intención emprendedora por situación laboral.</i>	49
Figura 14. <i>Deseo de formación.</i>	51
Figura 15. <i>Intención emprendedora.</i>	54

Lista de apéndices

Pág.

Apéndice A. <i>Encuesta aplicada</i>	82
--	----

Resumen

Gracias al Censo Nacional de Cafeteros, realizado en el año 2021, la Federación pudo identificar que los hogares cafeteros son cada vez más pequeños, con mayor presencia de población adulta y menor cantidad de jóvenes y niños que releven a la generación actual en las labores del campo, esto debido a que buscan nuevas oportunidades y con mejores ingresos en las ciudades. Por esta razón, se exploró la intención emprendedora de los jóvenes caficultores afiliados a la empresa, ubicados en la sede El Carmen de Chucurí, Zapatoca, Betulia, San Vicente de Chucurí y Galán, mediante una investigación cuantitativa de tipo explicativa, con ayuda de la encuesta como instrumento de recolección de datos, mediante un muestreo no probabilístico a conveniencia a 32 jóvenes de esta sede.

Palabras clave: Intención emprendedora, caficultores, Federación, café, jóvenes.

Abstract

Thanks to the National Census of Coffee Growers, carried out in 2021, the Federation was able to identify that coffee households are getting smaller, with a greater presence of the adult population and fewer young people and children who relieve the current generation in the work of the countryside, because they seek new opportunities and with better income in the cities. For this reason, the entrepreneurial intention of the young coffee growers affiliated with the company, located at the El Carmen de Chucurí, Zapatoca, Betulia, San Vicente de Chucurí and Galán headquarters, was explored through quantitative explanatory research, with the help of the survey as a data collection instrument, through a non-probabilistic convenience sampling of 32 young people from this location.

Keywords: Entrepreneurial intention, coffee growers, Federation, coffee, youth.

Introducción

De acuerdo con el Censo Nacional de Población y Vivienda realizado en el año 2018 “en Colombia había 12.316.894 jóvenes, de los cuales solo el 23,4% (2.877.692) residían en las zonas rurales del país” (Zorro, 2021, P. 12). Esto denota el incremento en el envejecimiento poblacional de dicha zona al no existir un mayor número de jóvenes menores de 19 años.

A esto se suma la baja inclusión escolar y de empleos estables, con pocas probabilidades de hallarlo en zonas cercanas a sus viviendas, ocasionando con ello el aumento de la condición de pobreza, y la motivación para emprender un viaje sin retorno hacia las ciudades.

Por lo anterior, se quiso conocer la intención emprendedora de los jóvenes caficultores afiliados a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia - FNC sede El Carmen, Zapatoca, Betulia, San Vicente De Chucurí Y Galán a fin de motivar la permanencia en la zona.

Esto debido a que la FNC requiere de caficultores que laboren en el campo durante toda la etapa de producción del café, es decir, desde la siembra, mantenimiento, cosecha, recolección y venta del café, pero se está viendo afectado por la disminución de la población a nivel rural.

Cabe aclarar, que en la fase de cosecha es cuando más se requiere de capital humano porque debe realizarse una vez la cereza se encuentre madura, de lo contrario el café se cae y tiende a dañarse con mayor facilidad.

Pero, “cada vez es más frecuente que los hijos de productores emigren a las grandes ciudades o que los recolectores, no satisfechos con el pago decidan buscar otras oportunidades de empleo. Esto hace que la mano de obra sea escasa” (Zorro, 2021, P. 52).

Para ello, se realizó una investigación con enfoque cuantitativo de tipo explicativo que contempla 7 capítulos: el primero describe la problemática de investigación y el planteamiento del problema. El segundo detalla los objetivos general y específicos a realizar. El tercero muestra la

justificación de la investigación. El cuarto detalla el marco de investigación con antecedentes internacionales, nacionales y locales.

El quinto denota el marco de referencia, que integra el marco teórico, marco conceptual y marco contextual. El sexto hace la descripción del diseño metodológico contemplando el enfoque y tipo de investigación, población y muestra y fuentes e instrumentos de recolección de datos.

Por último, el séptimo define los resultados de la investigación, teniendo en cuenta el comportamiento, entorno y características personales, así como la relación y componentes principales de la intención emprendedora, más el plan de acción de mejora que oriente hacia el emprendimiento las ideas de negocios de los jóvenes caficultores afiliados a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

1. Problemática de Investigación

1.1 Planteamiento del problema

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia en su revista número 34, realizó un estudio titulado “Demografía, inclusión social y pobreza de los hogares cafeteros” (1993-2020), en donde presentan la evolución del caficultor, con datos del Censo Nacional Cafetero y los registros del Sistema de Información de los Hogares Cafeteros (SIHC), en donde evidencian que, estos hogares son cada vez más pequeños, con mayor presencia de población adulta y mejor educación. Pero, con gran atracción de los jóvenes hacia las ciudades y la disminución de niños en los hogares (2021).

Esto fomenta un desequilibrio para las próximas décadas, debido a que no habrá un relevo generacional en las labores del campo, porque el joven caficultor quiere mejorar su calidad de vida y alcanzar nuevos retos, la cual, según el Sisbén y el Registro Social de Hogares en el 2020 enunció que “el 54,4% de los productores cafeteros se encontraba en la pobreza o era vulnerable y el 65,2% pertenecía a un hogar beneficiario de Transferencias Monetarias del Gobierno Nacional” (citado por la “Federación Nacional de Cafeteros de Colombia”, 2021, p.12).

Estos retos para los jóvenes vienen fundados en la necesidad de eliminar la vulnerabilidad demográfica y social que a la fecha se presenta, visualizándose en migración a otras regiones o a ciudades en donde los beneficios económica sean mejores que el actual.

Cabe mencionar que la vulnerabilidad demográfica hace referencia “a un conjunto de características demográficas de las unidades domésticas que, en el contexto de una sociedad moderna, limitan la acumulación de recursos” (Rodríguez, 2000, p.7) y la vulnerabilidad social

son “como las limitaciones o barreras al logro del bienestar” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2015, p.13).

Por estos tipos de vulnerabilidad, el tamaño promedio de hogar cafetero continúa decreciendo: en 2020 se estimó en 3,1 miembros por hogar, cuando en 1997 estaba en 5,2 miembros por hogar. Esto quiere decir que, el tamaño del hogar cafetero se redujo en un 38%, la población cafetera en un 24%, mientras que, los mayores de 60 años aumentaron en un 120%. (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2021, p.19).

Así las cosas, actualmente la población mayor es la que lidera y maneja los cultivos, mientras que la población joven empieza a buscar nuevos rumbos que le permitan tener mayor estabilidad social, económica y emocional.

Por esta razón, la “Federación Nacional de Cafeteros de Colombia”, ya había creado un concurso titulado Idéate Café, que consistía en convocar a los jóvenes caficultores del país con una “idea de negocio o un emprendimiento que contribuya al fortalecimiento de la cadena del café o del agro en el país” (2019).

Para participar debían cumplir con tres condiciones: estar afiliados al Sistema de Información Cafetera – SICA, tener entre 18 y 28 años y el equipo debería estar compuesto por dos personas. Las categorías de ideas de negocio o emprendimiento se basaban en: turismo, industrialización y comercialización, servicios en labores agrícolas, tecnología y maquinaria y emprendimiento digital.

Así mismo, el Gobierno Nacional, ha venido buscando iniciativas para fortalecer no sólo a los jóvenes de las zonas rurales, sino a todos los del país, por ello, pone en marcha la Ley 1780 en mayo 02 de 2016, “Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se

generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras disposiciones”.

En ella plantea dos iniciativas: la primera: el desarrollo de programas de jóvenes talento que busca crear incentivos económicos para el emprendimiento. La segunda es encontrar la manera de vincular laboralmente a los jóvenes, mediante incentivos para los empresarios que motiven su vinculación laboral.

Gracias a esta ley, nacen varios programas de apoyo al emprendedor como el creado por el “Departamento Administrativo de la Función Pública” titulado “Jóvenes talentos en el sector público” (2021), que busca poner en práctica el conocimiento del joven en proyectos de la entidad.

También, el Banco Agrario en compañía del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, lanzaron un crédito especial para jóvenes emprendedores (18 a 28 años) con proyectos agropecuarios y/o industriales, en donde una forma de crédito “contempla hasta el 100% de cobertura en la financiación de los costos directos de los proyectos y periodos de gracia de hasta 12 meses, con plazos de hasta 36 meses para capital de trabajo y 60 meses para inversión” (2021).

De igual manera, el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA, crea el programa “Emprendimiento Team jóvenes emprendedores: \$10 mil millones para impulsar su creatividad e ideas de negocio” que busca crear negocios memorables que reactiven la economía. Juan Sebastián Arango, Consejero Presidencial para la Juventud del Sena considera que:

El emprendimiento es un modelo de vida, de liderazgo y por eso queremos acompañar a los jóvenes para que sigan transformando el mundo: el del conocimiento diferente, las habilidades y vocación. Con el SENA estamos logrando apoyarlos en ese camino, para que hagan lo que les nace y les gusta (Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA, 2022).

Por lo anterior, se puede deducir que, el Gobierno Nacional y entidades públicas y privadas han observado que la juventud rural y urbana, necesita atención y acompañamiento, para que pueda desarrollar sus habilidades y destrezas en el campo laboral, sea éste con una entidad o el desarrollo de un emprendimiento.

Así, los jóvenes pondrán a prueba sus capacidades y habilidades para implementar herramientas que les ayuden a hacer aquello que les gusta, sacando el mayor provecho de ello, porque al estar interesados en lo que hacen, lo realizan mejor y con mayor interés.

De esta manera, al tener un joven caficultor equipos y materiales que faciliten su calidad de vida, aplicando los conocimientos adquiridos por sus padres y los de otras entidades, será para él fácil crear nuevos emprendimientos, que le permitan vivir a gusto en el contexto donde se encuentra, sin necesidad de recurrir a la ciudad para buscar otro tipo de trabajo. Por esta razón, la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia apoyó el proyecto de intención emprendedora para los jóvenes caficultores en Zapatoca, Betulia, San Vicente de Chucurí y Galán, cuyo fin es formular un plan de acción de mejora, que oriente y potencialice las ideas de negocio.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo influyen las características personales y los factores del entorno en la intención emprendedora de los jóvenes caficultores afiliados a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia sede El Carmen de Chucurí, Zapatoca, Betulia, San Vicente De Chucurí Y Galán en tener intención emprendedora?

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Analizar la intención emprendedora de los jóvenes caficultores afiliados a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia sede El Carmen, Zapatoca, Betulia, San Vicente De Chucurí Y Galán.

2.2 Objetivos específicos

Identificar el comportamiento de los factores del entorno y características personal en el marco de la intención emprendedora de los jóvenes caficultores afiliados a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia sede El Carmen, Zapatoca, Betulia, San Vicente De Chucurí Y Galán.

Establecer la relación y componentes principales de la intención emprendedora de los jóvenes caficultores afiliados a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia sede El Carmen, Zapatoca, Betulia, San Vicente De Chucurí Y Galán.

Formular un plan de acción de mejora, que oriente hacia el emprendimiento las ideas de negocio de los jóvenes caficultores afiliados a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia sede El Carmen, Zapatoca, Betulia, San Vicente De Chucurí Y Galán.

3. Justificación

Los jóvenes caficultores de Colombia tienen una nueva visión de lo que la producción representa para sus vidas a nivel económico, social y ambiental, debido a que quieren proyectar

otros modelos de trabajo que impliquen una mayor retribución económica con menores intermediarios, pero que involucre la cosecha que con periodicidad se da en sus terrenos.

De esta manera, se hace apetecible permanecer en la zona rural, sin necesidad de buscar una nueva estabilidad laboral en la zona urbana más cercana, pudiendo aprovechar sus conocimientos y los de sus allegados, para ponerlos en práctica en nuevos proyectos que involucren sus cultivos y áreas de trabajo, llegando a afectar positivamente su calidad de vida, la de su familia y comunidad en general.

Por esta razón, cuando se habla de emprendimiento, inicialmente se habla de la persona emprendedora que, según Sancho es “aquella persona que equilibra lo que es deseable desde un punto de vista económico y lo que es factible desde una óptica tecnológica/ operacional” (citado por Quispe, Ayaviri y De la Cruz, 2017. p.195)

Pero, no sólo debe tener un espíritu emprendedor, sino también “la capacidad de desarrollar ideas y alcanzar el éxito con ellas, es innovación, aceptación del cambio y riesgos, movilización de recursos o aprovechamiento de oportunidades, entre otros, que conducen a la formación de una empresa competitiva o sostenible” (citado por Quispe, Ayaviri y De la Cruz, 2017. p.195)

De esta manera, se puede llegar a reducir efectos negativos que se presentan en el sector, como el mal uso de los recursos naturales, la informalidad y desempleo en la región, al considerarse que, el emprendimiento agrícola “tiene la capacidad de responder a la problemática de baja tecnificación y capacitación; en conocimiento de procesos, tecnificación en procedimientos, preparación en técnicas de sostenibilidad y apoyo para responder eficientemente a las exigencias del mercado” (Pedrozo, 2016. p.57).

Por ello, se busca encontrar un equilibrio entre la producción en el campo, el deseo de los jóvenes de permanecer en el área rural y la armonía por crear nuevos proyectos emprendedores

que le den sentido a sus vidas y los motive a crecer cada día más. Fomentando el deseo de impulsar en la comunidad el amor por sus tierras y la continuidad en ellas. Para ello, se hace el estudio con los jóvenes caficultores afiliados a la Federación Nacional De Cafeteros De Colombia de los municipios de El Carmen, Zapatoca, Betulia, San Vicente De Chucurí Y Galán.

De esta manera, se aumenta el interés de los jóvenes por su región y se crea un modelo que motive a otras zonas del país a implementarlo, llegando a ser una estrategia que le brinde mayor valor a la zona rural.

Cabe mencionar que “el 87% del territorio del país es rural y representa el 35% de la población” (Rojas y Rivera, 2011, citado por Pedrozo, 2016. p.2.). Esto quiere decir que el sector rural podría aprovecharse mejor tanto en estructura, como en capacidades humanas, mediante acompañamiento para motivar su liderazgo.

En Colombia hay varios emprendimientos que nacieron del agro, con la intención de utilizar sus productos de manera diferente para atraer más clientes porque “en diferentes regiones del país se realizan iniciativas que no solo buscan generar nuevos ingresos y oportunidades para el campo, sino que también tienen un sello sostenible” (La República, 2018).

Entre ellos están: Forever Blueberries, ubicado en Guasca, Cundinamarca, dedicado a la producción de arándanos sin la utilización de pesticidas e insecticidas que afecten a los polinizadores.

Otra empresa es Devoción, ubicada en la ciudad de Bogotá. Su actividad comercial es la compra y venta de café colombiano 100%. Su finalidad es eliminar los intermediarios, al comprar directamente el café a las familias campesinas, pudiendo brindar un mejor precio por ello. Además, les ofrecen constante capacitación para mejorar la producción.

Así mismo, la empresa Freska, ubicada en Tocancipá, ofrece productos de agricultura orgánica con calidad de exportación, actualmente es reconocida por el aumento de empleos que ha brindado a la región.

De igual manera, Mero Mero Chiles, ubicada en Villa de Leyva, es una empresa que cultiva más de 15 variedades de chiles totalmente orgánicos. Protegiendo la ubicación de estos para no perder el olor y sabor característico de cada variedad.

Por último, la empresa Amavilo, ubicada en Somondoco, Boyacá, dedicada a la producción lácteos y otros productos exclusivos de la leche de cabra, sin conservantes, ni pesticidas, fomentando el cuidado del ambiente, con sabores naturales.

Por lo anterior, los jóvenes caficultores afiliados a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia con intención emprendedora podrían ser uno de ellos, con nuevos productos y estrategias, a fin de mejorar su calidad de vida y ayudar a otros en sus zonas de desarrollo como son: El Carmen, Zapatoca, Betulia, San Vicente De Chucurí Y Galán.

4. Marco investigativo

4.1 Antecedentes Internacionales

Cristina Díaz García, Francisco Sáez Martínez y Juan Jiménez Moren (2015), desarrollaron el artículo denominado “Evaluación del impacto del programa educativo - Emprendedores - en la intención emprendedora de los participantes” curso ofertado por la Universidad de Castilla en España cuyo objetivo se ligó a la ejecución y control de programas educativos, ya que daban paso a verificar su efectividad e impacto, el estudio se llevó a cabo con 170 participantes al culminar el curso y 6 meses después de la culminación de éste, como resultado se vieron cambios notorios positivos según va incrementando el tiempo entre la finalización del curso y el post seguimiento de éste.

También, Alejandro Valencia Arias, Iván Montoya Restrepo y Alexandra Montoya Restrepo (2016), desarrollaron el artículo denominado “Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un estudio bibliométrico”, su objetivo fue mostrar los resultados obtenidos en el estudio bibliométrico de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de la Universidad politécnica de Catalunya, donde se analizaron 396 documentos acerca de la temática en estudio, además de observar la evolución temporal entre 1996 y 2015, gracias a esto se plantearon indicadores tales como cantidad, calidad y estructura. Entre los hallazgos encontrados se observó que la Teoría de Comportamiento Planeado es la más usada en la temática en estudio y así mismo; los factores más evaluados son la actitud, la autoeficacia, las normas subjetivas y la motivación.

De igual manera, Sebastián Araya Pizarro (2021), desarrolló el artículo denominado “Intención emprendedora y preferencias laborales de estudiantes de negocios de Chile”, tuvo como propósito estudiar el favoritismo laboral y el deseo de emprender de los estudiantes de negocios en Chile. Para esto, se realizó un muestreo de 85 estudiantes universitarios mediante un modelo de

elección discreta. Se dio un resultado valioso para ciertas carreras universitarias que tengan enfoque o estén empapadas del emprendimiento y que deseen diseñar ofertas efectivas.

Así mismo, Helen Lloja Rengifo, Emith Sarai Chugnas Malimba, Zoilita Tello Fasanando y José Joel Cruz Tarrillo (2021), desarrollaron el artículo cuyo nombre es “Intención emprendedora: percepción desde los estudiantes universitarios” el cual tuvo como propósito identificar los factores que mayor predominan respecto a la intención emprendedora en estudiantes universitarios, dicho estudio tuvo un enfoque cuantitativo con el cual se hizo un análisis estadístico siendo de tipo descriptivo y adicionalmente con un diseño no experimental en 297 estudiantes de la ciudad Tarapoto, región San Martín, Perú, se dio como resultado la notoria predominancia de dos factores que contribuyen al desenvolvimiento eficaz de los universitarios en la intención emprendedora.

4.2 Antecedentes Nacionales

Emilse Durán Aponte y Diana Arias Gómez (2015), desarrollaron el artículo denominado “Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Integración de factores cognitivos y sociopersonales” cuyo objetivo fue “analizar la existencia o ausencia entre la relación intención emprendedora y un conjunto de variables cognitivas y socio-personales”, para esto se tomó una muestra de 159 estudiantes y se realizó una regresión logística que dio como resultado que una alta autoeficacia para el liderazgo de recursos claves combinado con un bajo estilo emocional de rumiación tienen una gran importancia en la intención de emprender.

Edwin Tarapuez, María Dolly García y Nérida Castellano (2018), desarrollaron el artículo denominado “Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios

del Quindío (Colombia)” el cual tuvo como propósito “decretar la relación de 13 aspectos socioeconómicos con la intención emprendedora de estudiantes de educación superior en Quindío, Colombia”, dicho estudio se realizó en 297 estudiantes de los cuales 254 respondieron de manera remota y los restantes, es decir, 43, de manera física. Los resultados arrojaron que los aspectos más influyentes en la intención emprendedora son el “tipo de universidad” y “tener un amigo empresario”.

Fausto Maussa, María Urrego, Jairo Torres, Luisa Díez, Jonathan Bermúdez y Alejandro Valencia (2020), desarrollaron el artículo denominado “Exploración de factores que motivan a los estudiantes universitarios a crear empresas en Medellín, Colombia” el cual definió el propósito de identificar cuáles son los factores que influyen en el surgimiento de empresas a partir de algunos ya identificados por parte de la “Teoría del Comportamiento Planificado y el Modelo de Intención Emprendedora”, dicho estudio tuvo una recolección de datos en 3 instituciones educativas a nivel superior, ubicadas en la ciudad de Medellín, Colombia, mediante una entrevista grupal semiestructurada que dio como resultado que las áreas de emprendimiento de los centros educativos superiores influyen fuertemente en el surgimiento de empresas o emprendimientos ya que ofrecen apoyos económicos, motivacionales y administrativos.

4.3 Antecedentes Locales

Youseline Garavito, Sebastián García y Johana Calderón (2021), desarrollaron el artículo denominado “La intención emprendedora y su relación con las características personales y del contexto de las mujeres universitarias” cuyo objetivo fue examinar la intención emprendedora con respecto a “las características personales y entorno de las mujeres pertenecientes al curso académico - Proyecto emprendedor”, dicho estudio se basó en un enfoque cuantitativo ligado a un

diseño no experimental, encuestando a 147 estudiantes bajo 33 preguntas. Se tuvo como resultado la manifestación de significativas diferencias entre las particularidades de las personas, la intención emprendedora y el contexto de las estudiantes pertenecientes a las 4 facultades.

Sebastián García, Nancy Tarazona y Juan Armenta (2021), desarrollaron el artículo denominado “Características personales y factores que influyen en la intención emprendedora de madres de familia” cuyo objetivo fue la interpretación de ciertas características personales y del entorno las cuales son de gran importancia en la toma de decisiones sobre la intención de emprendimiento de las madres de familia y para llevar a cabo esto, se realizó un análisis con enfoque descriptivo de tipo cuantitativo, de la mano con un diseño de estudio no experimental y transversal que dio como resultado la gran motivación de las madres al tener un interés alto en capacitación de temas ligados al emprendimiento, es decir, hubo gran predisposición positiva.

5. Marco de referencia

5.1 Marco teórico

5.1.1 Emprendedor

Teniendo en cuenta el significado de la Real Academia Española, define que, “emprendedor es que emprende con resolución, acciones o empresas innovadoras” (s.f.). Siendo precisamente lo que se quiere alcanzar en beneficio de la comunidad y específicamente de los jóvenes de la región.

Por tanto, al acrecentar los jóvenes emprendedores, es factible mantener y mejorar el bienestar financiero y social de la población, porque “el espíritu emprendedor allana el camino para la liberalización de la economía mundial y la globalización del libre mercado” (Díaz, 2017, p.34).

Así mismo, el emprendedor, debe poseer algunas características que lo hacen ser diferente de los demás, puesto que posee la capacidad de innovar y la perseverancia para alcanzar sus metas:

La función de los emprendedores es la de reformar o revolucionar las formas de producir poniendo en uso una invención o, más en general, una posibilidad tecnológica aún no probada de producir una mercancía nueva o producir una ya conocida en una forma nueva: abriendo una nueva fuente de abastecimiento de materias primas o un nuevo mercado, reorganizando la empresa, etcétera. Actuar con confianza más allá del horizonte de lo conocido y vencer la resistencia del medio requiere aptitudes que solo están presentes en una pequeña fracción de la población y que definen tanto el tipo como la función del emprendedor (Schumpeter, 1966, p. 132, citado por Díaz, 2017, p.29).

Existen diversos tipos de emprendedores, que dependen de sus intereses, conocimientos, gustos y presupuesto. Los más destacados son: inversionista, persuasivo, intuitivo, visionario, especialista, empresario y oportunista.

El inversionista está en búsqueda de rentabilidad, que su dinero esté en proyectos novedosos.

El persuasivo es quien inicia un proyecto, suele liderar más que desarrollar el producto o servicio. El intuitivo sabe dónde está, porque es un empresario nato y emprender es parte de

su pasión. El visionario se adelanta a las tendencias del momento y pone su esfuerzo y negocio en productos que serán claves. El especialista tiene un perfil más técnico, aunque empieza un proyecto empresarial, sus proyectos están centrados en el sector en el que se encuentre. El empresario ya sabe el mundo de la empresa, pero asume el riesgo para emprender, sin embargo, le gusta consolidar los proyectos. El oportunista conoce el mercado, sabe detectar las oportunidades de negocios y los pasos que debe seguir (Hernández, Cuatepotzo y Flores, 2019, p.42)

5.1.2 *Emprendimiento*

El emprendimiento viene siendo un grupo de acciones que se desarrollan en beneficio de alcanzar una meta, cada persona tiene diversas habilidades que puede desarrollar e implementar a beneficio propio. A veces, lo que hace falta es orientación para poder direccionar correctamente las ideas que se tienen para materializarlas y sacarles el mayor provecho.

El emprendimiento es inherente a la esencia del ser, está presente en cada una de las acciones que desarrolla para la búsqueda de la transformación y mejoramiento de sus condiciones de vida, pero como muchos de los atributos humanos, es necesario afianzarlos mediante la educación (Orrego, 2008, p.2).

Por esta razón, la implementación del presente proyecto brinda ayuda a aquellos jóvenes que tienen ideas, pero que no saben cómo ponerla en marcha, al considerar que otras personas lo pueden hacer, pero ellos no.

A este contexto se le conoce como miedo al fracaso al momento de emprender y hace que las personas prefieran elegir seguir trabajando con un sueldo fijo, así sea de bajo ingreso, que poder

adquirir unos beneficios inciertos “las personas con más aversión al riesgo serán inducidas a ser trabajadores a sueldo fijo más bajos que los otros agentes” (Rocha y Giraldo, 2015, p.12).

5.1.3 *Intención emprendedora*

“La intención emprendedora es un estado mental que las personas poseen en favor de optar por la creación de una nueva empresa o la creación de valor al interior de organizaciones existentes” (Osorio y Londoño, 2015, p.107).

Para comprender mejor el concepto, se debe tener en cuenta que “la decisión de iniciar una actividad emprendedora requiere de una creencia preexistente de que dicha actividad es deseable y factible, unida con alguna propensión personal a actuar sobre las oportunidades y algún tipo de factor precipitante” (Shapero, 1982, citado por Sánchez, Lanero y Yurrebaso, 2005, p.39).

Por tanto, tener intención emprendedora, es el primer paso para la consolidación de una empresa. Sin embargo, no es lo único que debe tener un emprendedor para llegar a la fase de implementación y buen funcionamiento del negocio.

Para ello, el individuo debe poseer tres determinantes que son: “Actitud hacia el comportamiento; valoración favorable o desfavorable del comportamiento. Normas subjetivas; presión social percibida para realizar o no una conducta determinada y Percepción de control del comportamiento; facilidad o dificultad percibida de la realización de un comportamiento determinado” (Osorio y Londoño, 2015, p.110).

Por otra parte, Soria, Zuniga y Ruíz, definen “la intención emprendedora como el autorreconocimiento de la convicción de crear un negocio y la planificación consciente para su realización en un tiempo futuro” (2016).

Así mismo, Para Shapero y Sokol (1982) “la deseabilidad, la viabilidad percibida y la propensión a actuar (propensión al riesgo) son determinantes de la intención emprendedora” (Citado por Soria, Zuniga y Ruiz, 2016).

Por estas definiciones y otras, se ha captado el interés en diversos estudios que tratan de explicar los elementos que actúan en ella. Las teorías más reconocidas están fundamentadas en la teoría del comportamiento planificado (TCP) y el modelo del evento emprendedor.

Atendiendo la teoría del comportamiento planificado define que: las iniciativas para emprender se ven influidas por la actitud del potencial emprendedor, las creencias y valoración que de esta actividad tiene su núcleo cercano y la sociedad, lo que se conoce como norma subjetiva y el control conductual percibido basado en sus propias capacidades, conocimiento, y habilidades. Y la teoría del modelo del evento emprendedor, obedece a una idea preconcebida y también a un suceso no previsto que puede catalizar la misma, en la cual el nivel de convicción para ejecutar esta idea dependerá en gran medida del deseo asociado, la capacidad percibida para alcanzar las metas y la inclinación a actuar sobre las oportunidades (Liñan, Nabi, y Krueger, 2013, citado por Ynzunza e Izar, 2020).

Cabe mencionar que, otros factores pueden llegar a influir de manera positiva o negativa en la intención emprendedora del individuo, como pueden ser la actitud (que es la forma de ser y actuar del individuo), el control conductual del individuo (“que hace alusión al conjunto de creencias, juicios y percepciones que tiene una persona, respecto de sus capacidades o la falta de ellas para poner en marcha una acción, controlarla y alcanzar los resultados esperados” (Bandura, 1977, citado por Ynzunza e Izar, 2020)), la norma subjetiva (“que hace alusión a la percepción que tiene un individuo respecto de los valores, normas o creencias de otros a los que respeta” (Ynzunza e Izar, 2020)), la exposición a entornos de emprendimiento o empresariales (“la exposición

temprana a experiencias empresariales despierta el interés de las personas por los negocios” (Krueger, Reilly y Carsrud, 2000, citado por Ynzunza e Izar, 2020)) y la formación en emprendimiento (“en la educación, descansa la preparación que debiera poseer cualquier persona que quiera iniciar una empresa” (Serban y Curea, 2015, citado por Ynzunza e Izar, 2020)).

5.1.4 Juventud

Según el Ministerio de Salud y Protección Social, el rango de edades que contempla el período de juventud está definido entre los 14 y 26 años (s.f.). Edad en que termina la educación media e ingresa a la vida laboral activa. Por esta razón, Argulló la define como “edad que empieza en la pubertad y se extiende a los comienzos de la edad adulta” (1997, p.15).

Teniendo en cuenta lo anterior, en el período de la juventud la persona define su proyecto de vida e implementación, por tanto, es más fácil identificar sus necesidades, intereses y recursos a fin de apoyar su desarrollo e intención emprendedora.

5.1.5 Caficultor

El caficultor colombiano, se caracteriza por generar actividades de producción y comercialización de café, desde la siembra de la planta, hasta la entrega en puntos de venta como disposición final de su producto. Siendo una cadena continua la siembra, recolección y comercio de este.

Según la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, el caficultor es la “persona dedicada al cultivo del café” (s.f.), quien aporta sus conocimientos y trabajo físico en beneficio de la producción.

Colombia cierra el año 2021 con una producción de café de “12,6 millones de sacos de 60 kilos de café verde, siendo un 9% menos en relación con el año 2020” (s.f.). Además, Santander cuenta con aproximadamente 33.000 caficultores en la región (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2021, p.5).

5.1.6 *Federación Nacional de Cafeteros de Colombia*

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia – FNC, cuenta con más de 340 mil cafeteros agremiados, que buscan mantener beneficios tanto económicos, como de conocimiento, que ayuden a fortalecer sus cultivos, beneficiando su economía y el ambiente.

Por tanto, La FNC está definida como una empresa que “desarrolla e implementa iniciativas, proyectos y programas alineados con la estrategia de sostenibilidad para poder hacer realidad la entrega de los bienes públicos y aumentar los beneficios entregados al caficultor colombiano y sus familias” (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, s.f.).

Por esta razón, fue escogida esta empresa para el desarrollo del proyecto, a fin de iniciar con un grupo de jóvenes caficultores definidos en la región para que el desarrollo del mismo, motive a otros del gremio a seguir emprendiendo.

De igual manera, se busca crear una tendencia que conecte a los jóvenes de la región, a fin de crear nichos de mercado que aumenten la economía y les brinde un bienestar social y emocional que les ayude a aumentar el deseo por permanecer en sus territorios.

5.2 Marco conceptual

A continuación, se presentan una serie de definiciones relacionadas a la intención emprendedora a fin de escoger la de mayor interés, según las necesidades del proyecto.

5.2.1 Intención emprendedora

Tabla 1. *Definiciones de intención emprendedora.*

Autor	Año	Definición
Shapero	1982	“La intención emprendedora es la decisión de iniciar una actividad emprendedora requiere de una creencia preexistente de que dicha actividad es deseable y factible, unida con alguna propensión personal a actuar sobre las oportunidades y algún tipo de factor precipitante” (Shapero, 1982, citado por Sánchez, Lanero y Yurrebaso, 2005, p.39).
Shapero y Sokol	1982	“La intención emprendedora es la deseabilidad, la viabilidad percibida y la propensión a actuar (propensión al riesgo) son determinantes de la intención emprendedora”
Bird	1988	“La intención emprendedora constituye la clave para entender el proceso de emprender”.
Prodan y Drnovsek	2010	“La intención emprendedora puede ser definida como el estado de la mente en el que la atención de una persona se centra en el cumplimiento de un objetivo, en este caso la creación de una empresa o negocio lo cual tiene cierta influencia en las acciones a tomar por

Autor	Año	Definición
		el individuo para llegar a dicho objetivo” (Prodan y Drnovsek, 2010, citado por Valencia, Montoya y Montoya, 2016).
Osorio y Londoño	2015	“La intención emprendedora es un estado mental que las personas poseen en favor de optar por la creación de una nueva empresa o la creación de valor al interior de organizaciones existentes”
Soria, Zuniga y Ruíz	2016	“La intención emprendedora es el autorreconocimiento de la convicción de crear un negocio y la planificación consciente para su realización en un tiempo futuro”
Terapuez, Flórez y Giraldo	2019	“La intención emprendedora está determinada por un conjunto de factores que pueden separarse en dos grupos: uno de ellos relacionado con factores individuales que hacen a los emprendedores distintos de las demás personas y otro afín con las variables contextuales, entre ellas, las características socioeconómicas y demográficas”

Teniendo en cuenta la descripción de los conceptos, se destaca Prodan y Drnovsek (2010), porque centra el interés de cumplir un objetivo, tomando acciones que motiven la creación de una empresa productiva y es precisamente este logro el que se quiere alcanzar con los jóvenes caficultores.

5.3 Marco contextual

5.3.1 Generalidades del sector:

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia a fin de organizar las épocas de cosecha cafetera en el país, crea un mapa de esta, en donde establece zonas de agrupación por sectores de acuerdo a la periodicidad de producción y volumen de café.

Por esta razón, agrupa a sectores como El Carmen, Zapatoca, Betulia, San Vicente de Chucurí Y Galán en un solo equipo de trabajo, haciendo que haya extensionistas rurales exclusivos para la zona.

Estos extensionistas tienen como perfil, ser ingenieros agrónomos para impulsar los conocimientos y motivar los cambios a que haya lugar sin afectar de manera negativa los cultivos de café. Porque tienen la función de “fortalecer y consolidar las capacidades de desarrollo humano y autogestión para lograr un avance progresivo y permanente en la calidad de vida de los hogares” (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2020, p.22).

Entre sus funciones están: sembrar semilla certificada de variedades resistentes a la roya del cafeto, construcción y mantenimiento de almácigos; siembra oportuna y con densidades adecuadas; manejo de los ciclos de producción y renovación de cafetales; cuidado de la etapa de levante; adecuada fertilización; manejo de sombrío; manejo integrado de plagas y enfermedades; crédito agrícola; buen manejo de la cosecha y el proceso de beneficio; producción de cafés especiales; actualización de la finca y gestión empresarial son algunos de los muchos aspectos de la labor formativa de los extensionistas con las familias caficultoras del país (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, s.f.).

Para llevar a cabo la Asistencia Técnica a los caficultores, extensionistas utilizan tres métodos de acercamiento: individuales, grupales y masivos. El primero, realiza el seguimiento a las fincas y oficinas. El segundo, reúne a los pequeños y medianos productores en cada vereda “estos

incluyen reuniones de demostración de método, demostraciones de resultado, giras, días de campo y concursos” (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, s.f.). Y el tercero, ejecuta la difusión de campañas e información por medios de comunicación masiva: radio, televisión, canales virtuales, celular, videos, radio, impresiones e infografías, entre otros.

Actualmente la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, está presente en 603 municipios del país, acompañados cada uno por mínimo un extensionista que le brinda la Asistencia Técnica requerida.

5.3.2 *Federación Nacional de Cafeteros de Colombia*

En el año 1927, los cafeteros decidieron unirse para crear una entidad que los representara a nivel nacional e internacional a fin de mejorar su estilo de vida, promoviendo siempre su bienestar. De esta manera, crean la ONG Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, que es hoy una de las más grandes entidades a nivel rural, sin ánimo de lucro y que está alejada de los movimientos o partidos políticos.

Su misión es “procurar el bienestar del caficultor colombiano a través de una efectiva organización gremial, democrática y representativa” y su visión fomenta que “para el 2027 en la FNC nos consolidaremos como un gremio próspero y efectivo, que trabaja para un caficultor empoderado, que toma las mejores decisiones para su desarrollo económico y social, respetando el medio ambiente” (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, s.f.).

Gracias a esa organización que mantiene la Federación, los cafeteros del país mantienen una garantía de compra permanente del café (todos los días del año), a buen precio y cerca de sus fincas, porque han creado una red cooperativa de aliados estratégicos en cada región.

También, cuentan con el Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé), que “genera conocimientos y tecnologías competitivas y sostenibles enfocadas en aumentar la productividad, competitividad y rentabilidad de la caficultura del país” (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, s.f.), los resultados, son comunicados a los cafeteros mediante capacitación que les brinda los Extensionistas o Técnicos que periódicamente están visitando las fincas.

Al mismo tiempo que garantizan la calidad del café colombiano y promueven su consumo, esto lo logra, porque lleva el “Registro Nacional de Exportadores de Café y mantiene los requisitos para la inscripción de tostadoras, trilladoras y fábricas de café soluble en Colombia” (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, s.f.).

A la fecha, la entidad cuenta con 540.000 familias caficultoras afiliadas a nivel nacional, 32.600 familias caficultoras afiliadas a nivel departamental y 4.000 familias caficultoras afiliadas en la zona de estudio del presente proyecto, es decir: El Carmen, Zapatoca, Betulia, San Vicente De Chucurí Y Galán (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2022).

6. Diseño Metodológico

6.1 Enfoque y tipo de investigación

La metodología utilizada para la investigación tiene un enfoque cuantitativo. Monje (2004) la define como:

La medida y la cuantificación de los datos que constituye el procedimiento empleado para alcanzar la objetividad en el proceso de conocimiento. La búsqueda de la objetividad y la

cuantificación se orientan a establecer promedios a partir del estudio de las características de un gran número de sujetos.” (P. 13)

Por tanto, se puede hacer recopilación de datos y análisis estadísticos, con posibilidades de diálogo y recomendaciones con los jóvenes caficultores, favoreciendo el análisis de los factores y particularidades que se encuentran en el sector.

Así mismo, se desarrolla una investigación cuantitativa de tipo explicativo, a fin de identificar el porqué de esta situación y cuáles son las circunstancias que lo motivan. Abreu define el tipo explicativo como la manera de “identificar las causas reales de un problema” (2012, p.194). De esta manera se puede describir con mayor detalle los elementos encontrados en la investigación.

6.2 Población y muestra

6.2.1 Población

La población de estudio son los jóvenes caficultores afiliados a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, ubicados en el sector de El Carmen, Zapatoca, Betulia, San Vicente de Chucurí y Galán.

6.2.2 Muestra

30 jóvenes caficultores afiliados a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, ubicados en el sector de El Carmen, Zapatoca, Betulia, San Vicente de Chucurí y Galán. Esta muestra se realizará mediante un muestreo no probabilístico a conveniencia, teniendo en cuenta que, Espinoza la define como “no se conoce la probabilidad que tienen los diferentes elementos de la población de estudio de ser seleccionados y está disponible en el tiempo o periodo de investigación.” (2016). Es decir, cualquier joven caficultor del sector puede participar durante el período de investigación.

6.3 Fuentes e instrumento de recolección de datos

Dada la investigación cuantitativa, se plantea la encuesta como el instrumento de recolección de datos, debido a que se obtiene las respuestas directamente de los jóvenes sobre la percepción de la intención emprendedora, ubicados en el sector de El Carmen, Zapatoca, Betulia, San Vicente de Chucurí y Galán.

6.3.1 Trabajo de campo

La aplicación del instrumento se desarrolló con ayuda de los extensionistas rurales en las Asistencia Técnica a los caficultores, a fin de llegar directamente a las zonas involucradas, promoviendo la participación de todos.

7. Resultados

7.1 Resultados con relación a comportamiento, entorno y características personales

Teniendo en cuenta la información suministrada por los jóvenes caficultores encuestados (Apéndice A), fue posible extraer los factores sociodemográficos presentes en la población tales como edad, estado civil, nivel de estudios, situación laboral, número de hijos y sexo. Con esta información se pudo establecer contrastes y comparaciones que muestran la relación entre las variables.

De esta manera, se da cumplimiento al objetivo específico número uno, contenida en un total de 32 encuestas, superando el umbral propuesto en la muestra (30 encuestas), gracias al interés expuesto por los participantes en el estudio realizado. Por tanto, se contó con la participación de siete (7) jóvenes de El Carmen, cinco (5) jóvenes de Zapatoca, cinco (5) jóvenes de Betulia, cinco (5) jóvenes de Galán y diez (10) jóvenes de San Vicente de Chucurí.

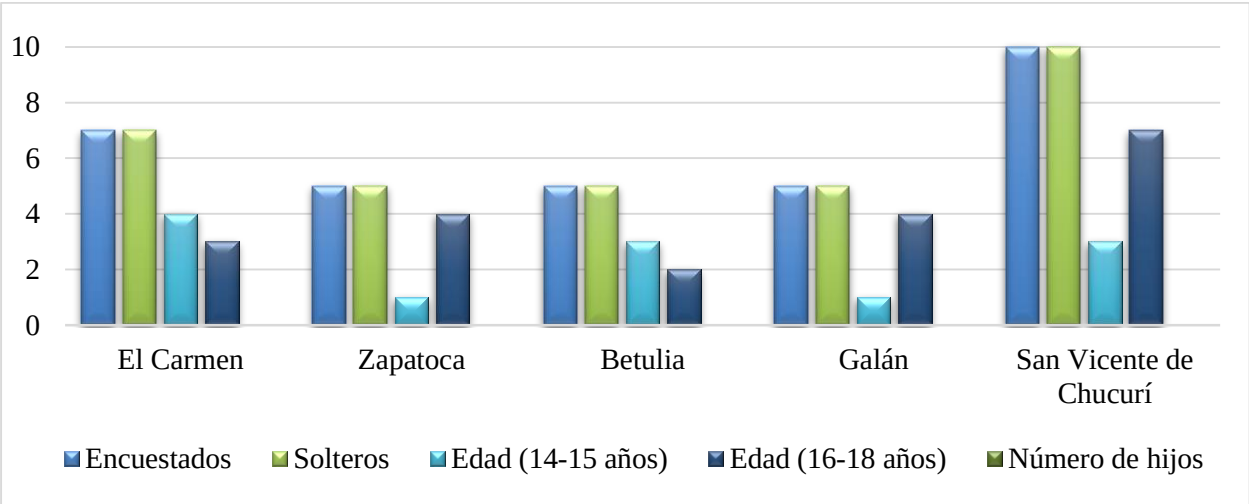
Del total de participantes (32), se identificó que, todos son solteros, sin hijos y con edades entre 14 y 18 años, tal como lo evidencia la Tabla 2 y Figura 1. Dentro de las edades, el 63% están en el rango de 16 a 18 años, esto quiere decir que, 20 de los participantes ya cuentan con una edad en la que desean proyectar su vida laboral y económica.

Tabla 2. *Análisis de factores sociodemográficos: edad y estado civil.*

Municipio	Encuestados	Soltero	Edad (14-15 años)	Edad (16-18 años)	Número de hijos
El Carmen	7	7	4	3	0
Zapatoca	5	5	1	4	0

Municipio	Encuestados	Soltero	Edad (14-15 años)	Edad (16-18 años)	Número de hijos
Betulia	5	5	3	2	0
Galán	5	5	1	4	0
San Vicente de Chucurí	10	10	3	7	0

Figura 1. Análisis de factores sociodemográficos: edad y estado civil.



También, fue posible identificar el nivel de estudio y la situación laboral que a la fecha de estudio presentan. Tal como se evidencia en la tabla 3 y Figuras 2, 3 y 4, teniendo en cuenta la siguiente descripción:

- Nivel de estudios: **P**: Primaria, **B**: Bachiller, **U**: Universitario
- Situación laboral: **D**: Desempleado, **E**: empleado, **I**: Independiente
- Sexo: **F**: Femenino, **M**: Masculino.

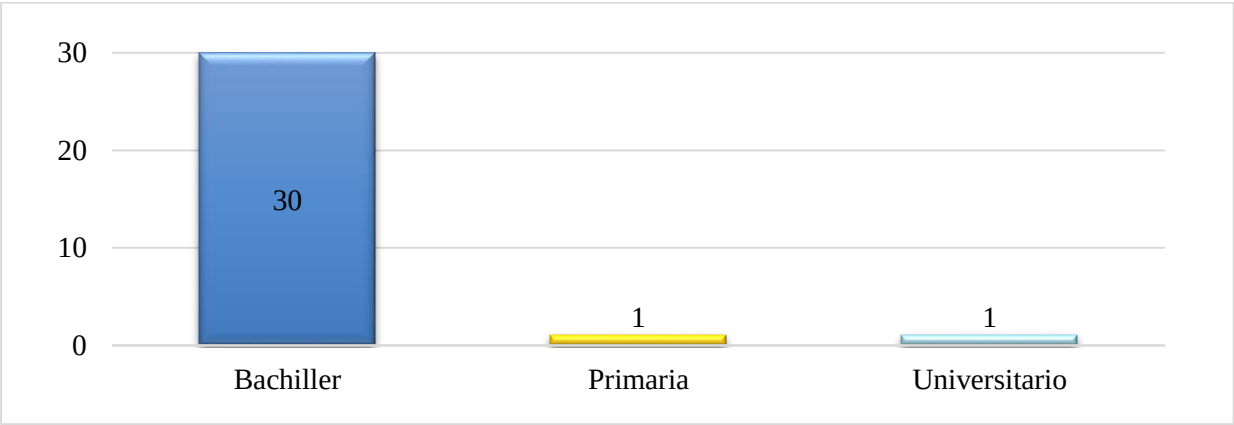
Tabla 3. Análisis de factores sociodemográficos: estudios y situación laboral.

Nivel de estudios	Situación Laboral	Sexo
-------------------	-------------------	------

Municipio	Encuestados	P	B	U	D	E	I	F	M
El Carmen	7	1	6		2	1	4	3	4
Zapatoca	5		5		2		3		5
Betulia	5		5		1	1	3	1	4
Galán	5		4	1		2	3	1	4
San Vicente de Chucurí	10		10		3	1	6	6	4

Al observar la Tabla 3 y Figura 2, se identificó que el nivel de estudio que prima en la zona es el bachiller con un 94%, es decir, treinta (30) de los treinta y dos (32) encuestados tienen o están cursando estos estudios. Sólo uno (1) cuenta con primaria y uno (1) está realizando carrera universitaria, perteneciente al municipio de Galán. Esto demuestra que hay un interés de los jóvenes caficultores por superarse y alcanzar nuevos retos.

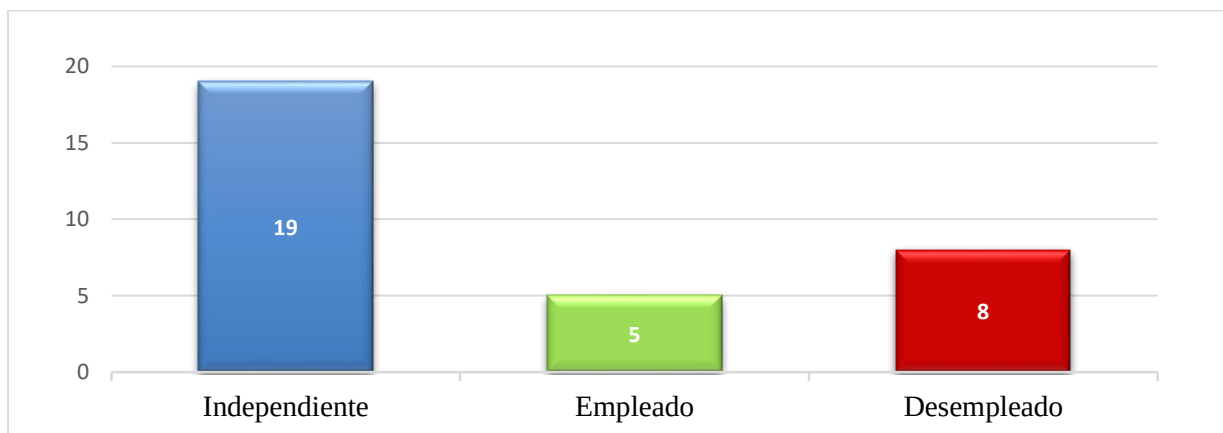
Figura 2. Análisis de factores sociodemográficos: nivel de estudio



De igual manera, se pudo observar que del 100% de los encuestados, el 59% (19 jóvenes) trabajan de manera independiente, es decir, realizan labores de apoyo por temporadas con sus padres o vecinos de la región, teniendo en cuenta las fechas de corte, siembra y recolección de café, conocidas como temporadas de trabajo.

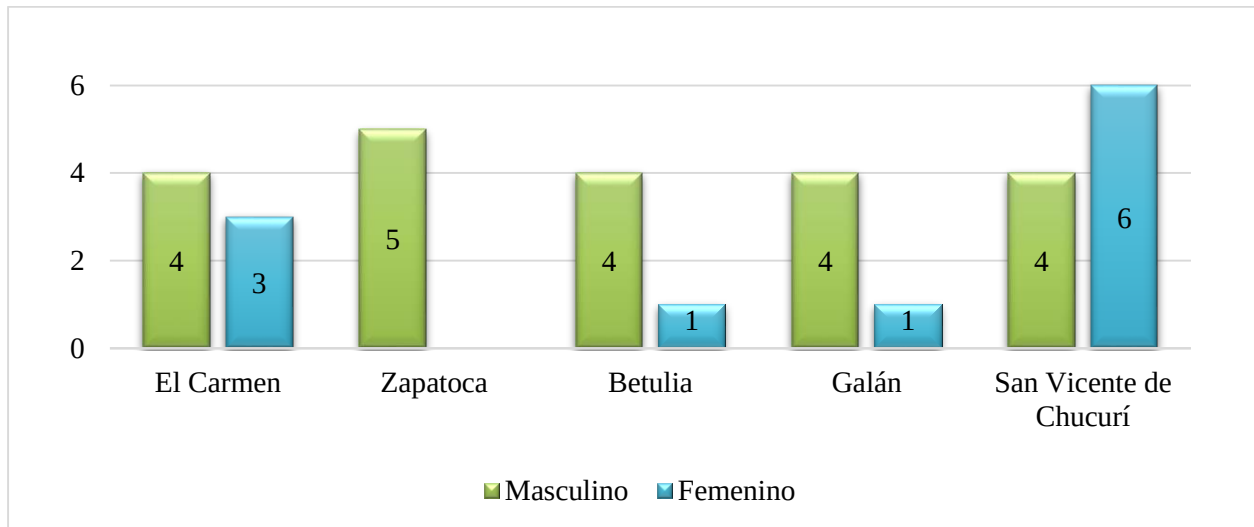
También, se identificó que un 16% (5 jóvenes) cuentan con empleo formal y el 25% restante (8 jóvenes) sólo estudian, debido a que son menores de 16 años y apoyan a sus padres en sus quehaceres diarios, tal como se evidencia en la Figura 3.

Figura 3. *Análisis de factores sociodemográficos: situación laboral*



Por otra parte, se observó que el 66% (21 jóvenes) de los participantes fueron hombres, sólo el 34% (11 jóvenes) corresponde a mujeres. Encontrando que, en Zapatoca no hubo vinculación femenina y en los pueblos de Betulia y Galán sólo hubo una participación. A diferencia del municipio de San Vicente de Chucurí, en donde el 60%, corresponde a mujeres y el 40% a hombres (Figura 4).

Figura 4. *Análisis de factores sociodemográficos: sexo*



Ahora bien, con los resultados obtenidos en la encuesta, se procedió a unificar los datos en grupos de variables dependientes e independientes (Tabla 4), teniendo en cuenta que, las variables independientes son “aquellas que se manipulan por el investigador para explicar, describir o transformar el objeto de estudio a lo largo de la investigación” y las dependientes “aquellas que se modifican por la acción de la variable independiente” (Espinoza, 2018, p. 44).

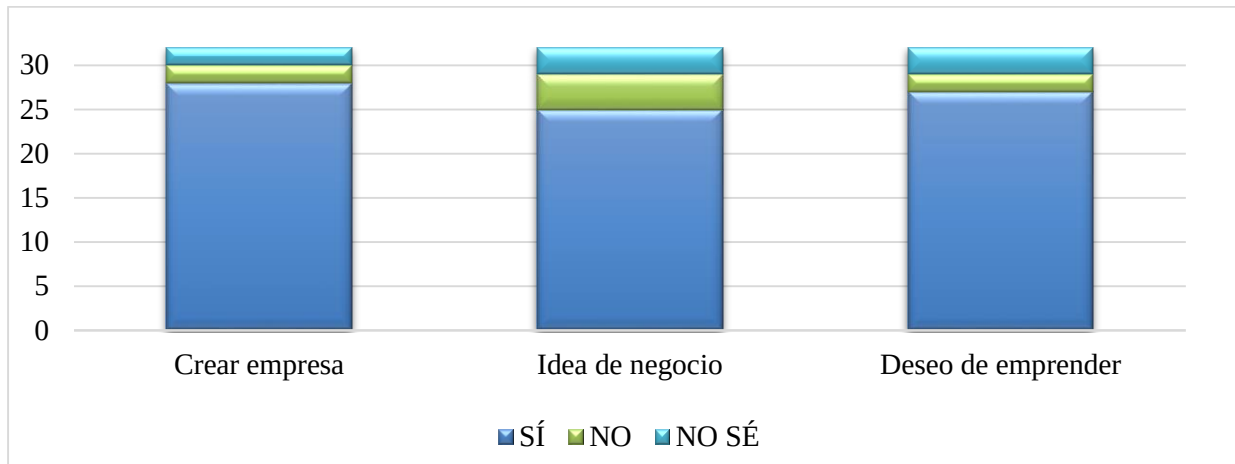
Tabla 4. Datos en grupos de variables dependientes e independientes.

PREGUNTAS	SÍ	NO	NO SÉ	Variable	Nombre
Crear empresa	28	2	2	Dependiente	Intención emprendedora
Idea de negocio	25	4	3		
Deseo de emprender	27	2	3		
Asumir riesgos	28	1	3	Independiente	Características personales
Experiencia	2	27	3		
Trabajo en equipo	32				
Capacidad de escucha	28	3	1		
Capacitación	15	16	1		
Conocimiento del producto	14	16	2		

PREGUNTAS	SÍ	NO	NO SÉ	Variable	Nombre
Resolución de Problemas	30	2		Independiente	Extensión de características personales
Beneficios económicos	30	1	1		
Calidad de vida	30	1	1		
Delegar tareas	28	2	2		
Resiliencia	27	5			
Comunicación	27	2	3		
Entusiasta	27	3	2		
Empoderamiento	25	3	4		
Proyecto a largo plazo	25	4	3		
Disciplina - orden	25	4	3		
Control emociones	23	5	4	Independiente	Factores del entorno
Obedecer y respetar	16	15	1		
Familiares emprendedores	28	4			
Apoyo familiar	30	1	1		
Redes de apoyo	21	8	3	Independiente	Factores del entorno
Oportunidad financiera	25	6	1		

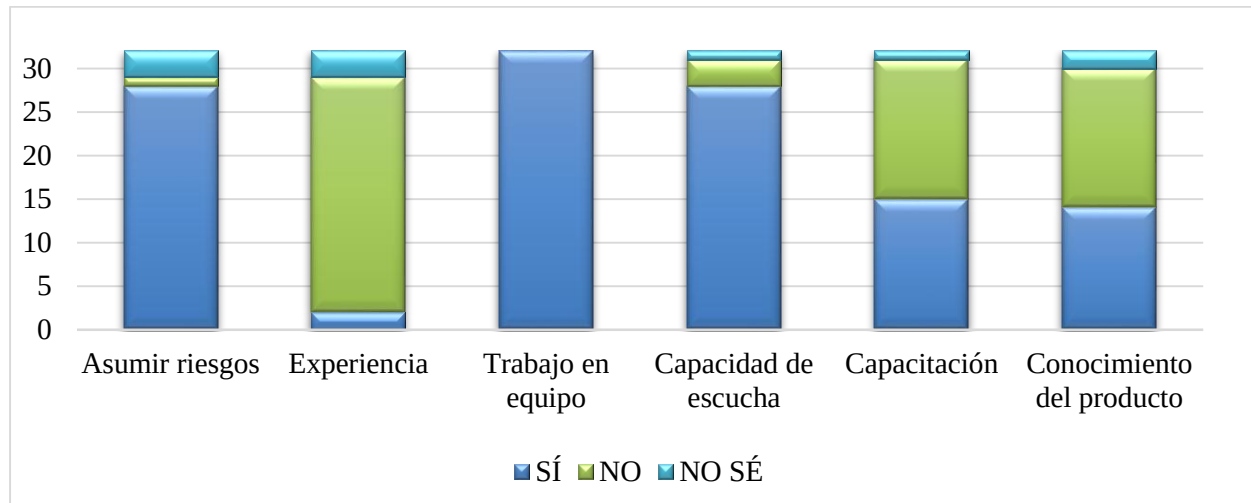
La Figura 5, muestra la intención emprendedora de los jóvenes caficultores, en donde evidencia que, el 85% (28 jóvenes) de los encuestados prefieren la idea de crear un negocio que buscar un empleo (crear empresa). Así también, el 78% (25 jóvenes) manifiestan tener ideas para emprender un negocio y con ello, el 84% (27 jóvenes) tienen deseo de emprender. Esto evidencia que los jóvenes caficultores sí desean un cambio en su estilo de vida, activando su interés en innovar para mejorar su condición de vida.

Figura 5. *Intención emprendedora.*



Ahora bien, con base en la variable independiente de características personales, se pudo identificar que asumir riesgos para creación de empresa, trabajo en equipo y capacidad de escucha, se encuentran con una aprobación superior al 88% (Figura 6), mientras que contar con capacitación en temas de emprendimiento y conocimiento del producto están en un 47%. Caso contrario sucede con la experiencia, en donde sólo el 6% (2 jóvenes) manifiestan tener algún tipo de práctica en emprender. Por tanto, se puede deducir que, por la edad de los participantes es comprensible que no cuenten con experiencia, pero ya han empezado a mostrar interés en un área de conocimiento al querer capacitarse y profundizar en un tema específico, llevándolos a asumir riesgos que a futuro pueden llegar a ser sus modelos de negocio.

Figura 6. *Características personales.*



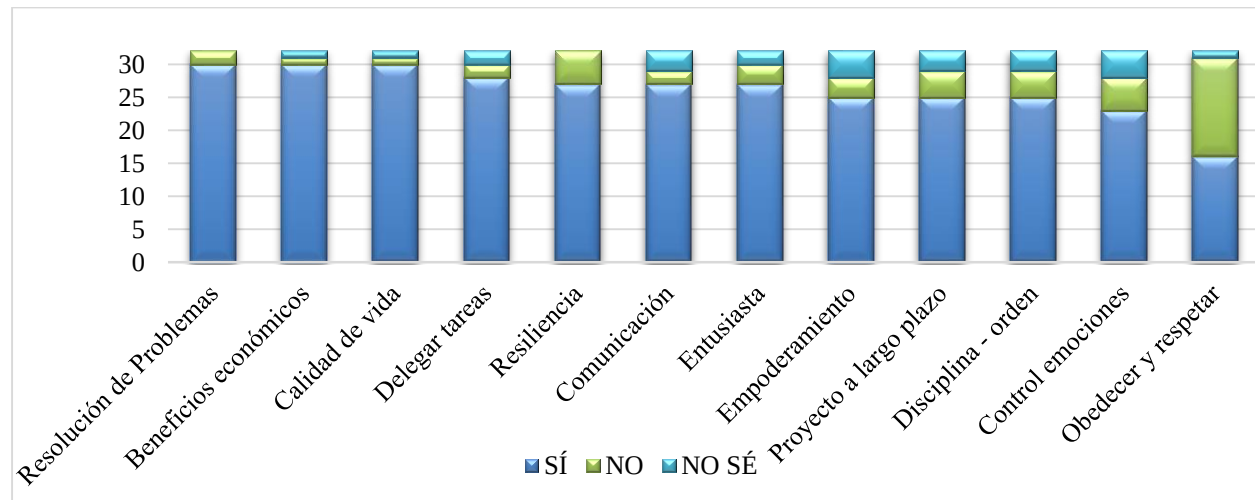
De igual manera, en la Figura 7, se muestra la variable independiente como dimensión de características personales en donde resalta que el 94% de los encuestados (30 jóvenes) consideran que es una buena alternativa de solución a sus problemas el emprender un negocio para obtener beneficios económicos al considera que, mejora su calidad de vida a mediano y largo plazo.

También, un 84% (27 jóvenes) tienen presente la importancia de delegar tareas a quien corresponda, adaptarse a las adversidades (resiliencia), manteniendo siempre la mejor comunicación, sin rendirse ante las dificultades o el miedo de volverlo a intentar (entusiasta).

Así mismo, se identificó que existe hasta un 78% (25 jóvenes) con fuerza de empoderamiento, toda vez que consideran ser capaz de sacar adelante su negocio, teniendo presente que es un proyecto a largo plazo que requiere de disciplina y orden en el desarrollo de cada una de sus actividades.

Por último, hay un 72% (23 jóvenes) que consideran saber controlar adecuadamente sus emociones, pero sólo el 50% (16 jóvenes) manifestaron no tener problema en obedecer y respetar las órdenes de los superiores.

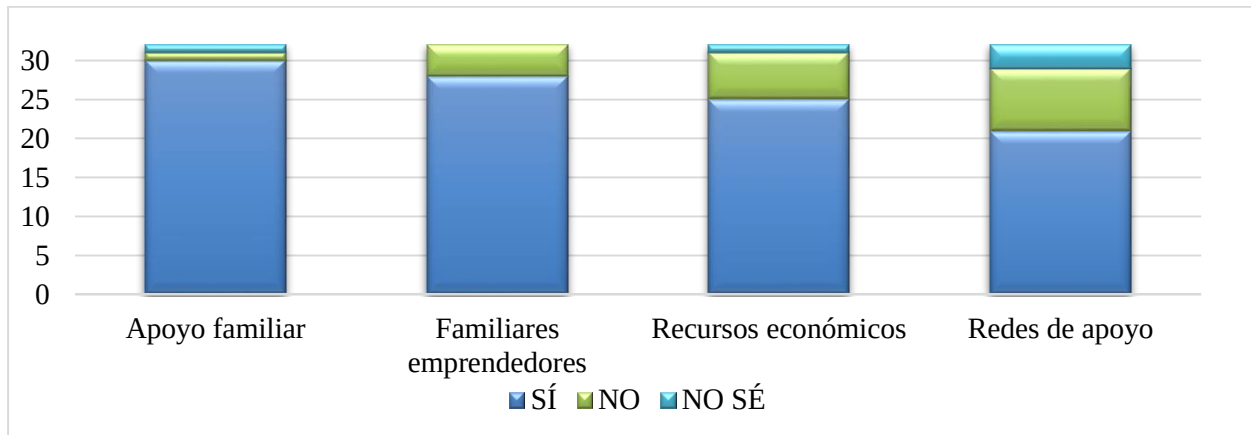
Figura 7. *Extensión de características personales.*



Con respecto a la variable independiente de factores del entorno (Figura 8), el 94% (30 jóvenes) manifiestan saber que cuentan con el apoyo familiar si deciden iniciar su negocio y más cuando el 88% (28 jóvenes) tienen familiares que viven de su emprendimiento.

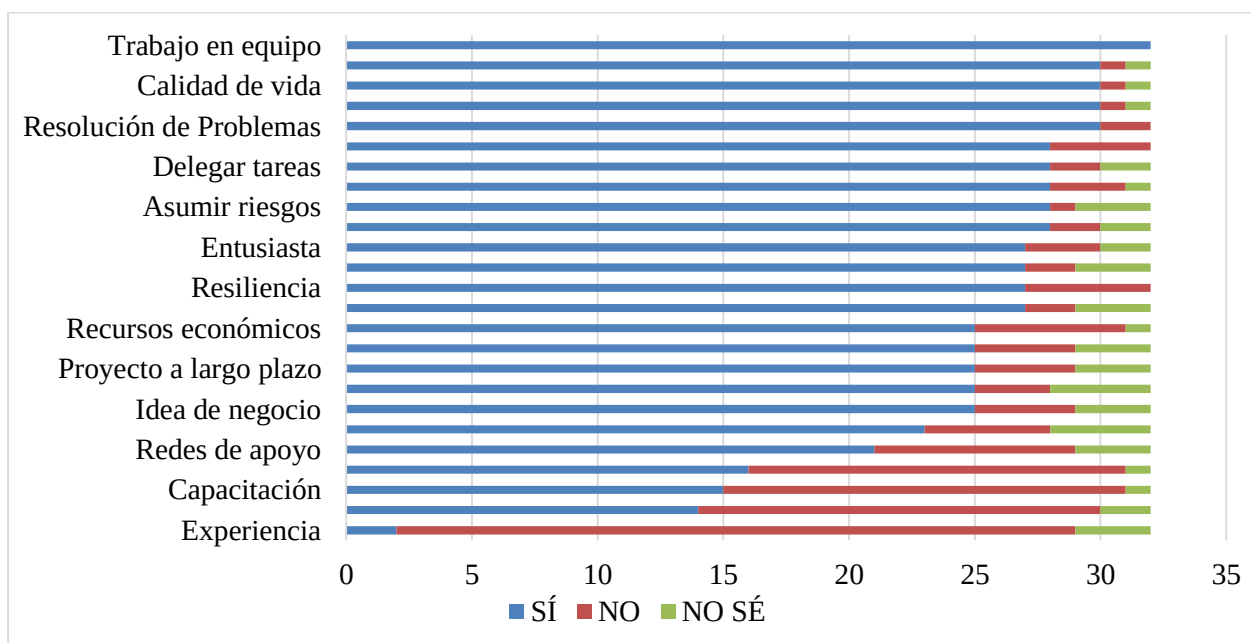
También, el 78% (25 jóvenes) han tenido la oportunidad de recibir recursos económicos relacionados con pequeños emprendimientos y el 66% (21 jóvenes) manifiesta tener amigos y contactos que serían socios si deciden crear un negocio.

Figura 8. *Factores del entorno.*



A continuación, un resumen de las variables analizadas (Figura 9), en donde se hace evidente que los jóvenes son conscientes que no cuentan con experiencia en su emprendimiento, pero que saben cómo trabajar en equipo a fin alcanzar a mejorar su calidad de vida actual.

Figura 9. Resumen de variables analizadas.



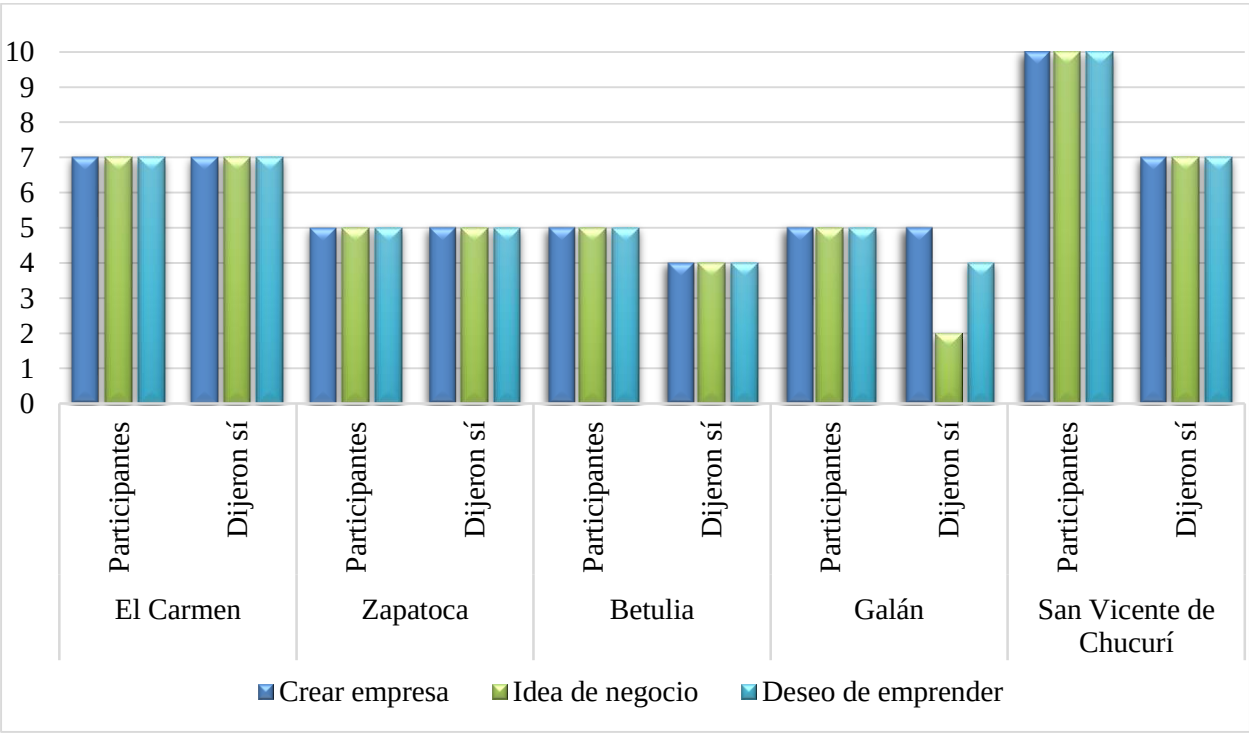
Por otra parte, al analizar la intención emprendedora por cada uno de los cinco municipios, se pudo establecer que los jóvenes caficultores de El Carmen y Zapatoca muestran un 100% de interés en emprender, mientras que Betulia tiene un 80%, Galán un 72% y San Vicente de Chucurí un 70% (Tabla 5 y Figura 10).

Tabla 5. *Intención emprendedora por municipio.*

ÍTEM	El Carmen		Zapatoca		Betulia		Galán		San Vicente de Chucurí	
	P	Si	P	Si	P	Si	P	Si	P	Si
Crear empresa	7	7	5	5	5	4	5	5	10	7
Idea de negocio	7	7	5	5	5	4	5	2	10	7
Deseo de emprender	7	7	5	5	5	4	5	4	10	7

Nota: P: participantes y Sí: respondieron sí en la encuesta.

Figura 10. *Intención emprendedora por municipio.*

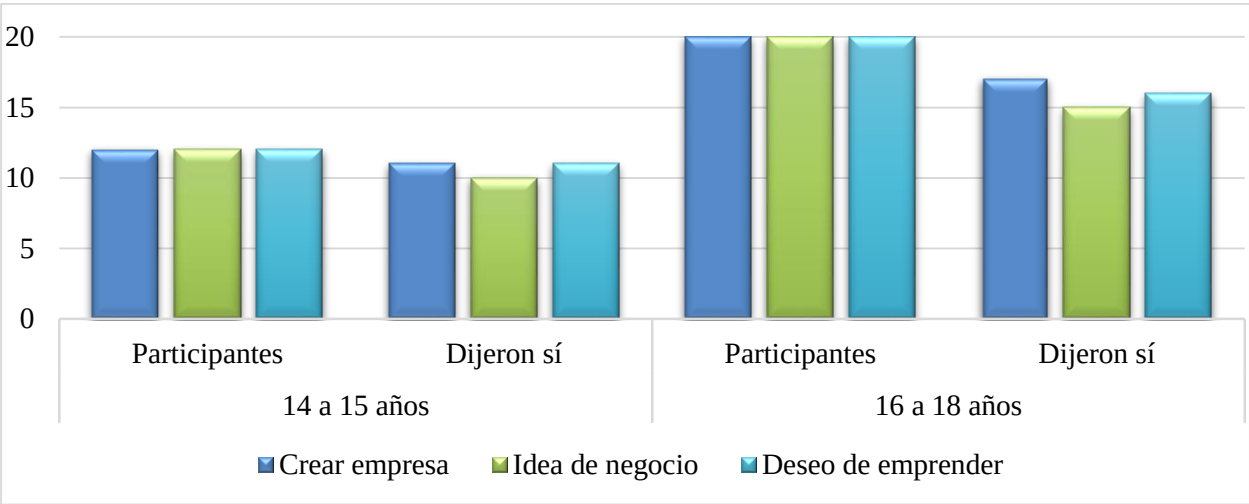


También, teniendo en cuenta los rangos preestablecidos, se observó que los jóvenes entre 14 y 15 años tienen un 96% de interés en emprender, mientras que los jóvenes entre 16 y 18 años llegan a un 80% (Tabla 6 y Figura 11).

Tabla 6. *Intención emprendedora por rango de edades.*

ÍTEM	Edades			
	14 a 15 años		16 a 18 años	
	Participantes	Dijeron sí	Participantes	Dijeron sí
Crear empresa	12	11	20	17
Idea de negocio	12	10	20	15
Deseo de emprender	12	11	20	16

Figura 11. *Intención emprendedora por rango de edades.*

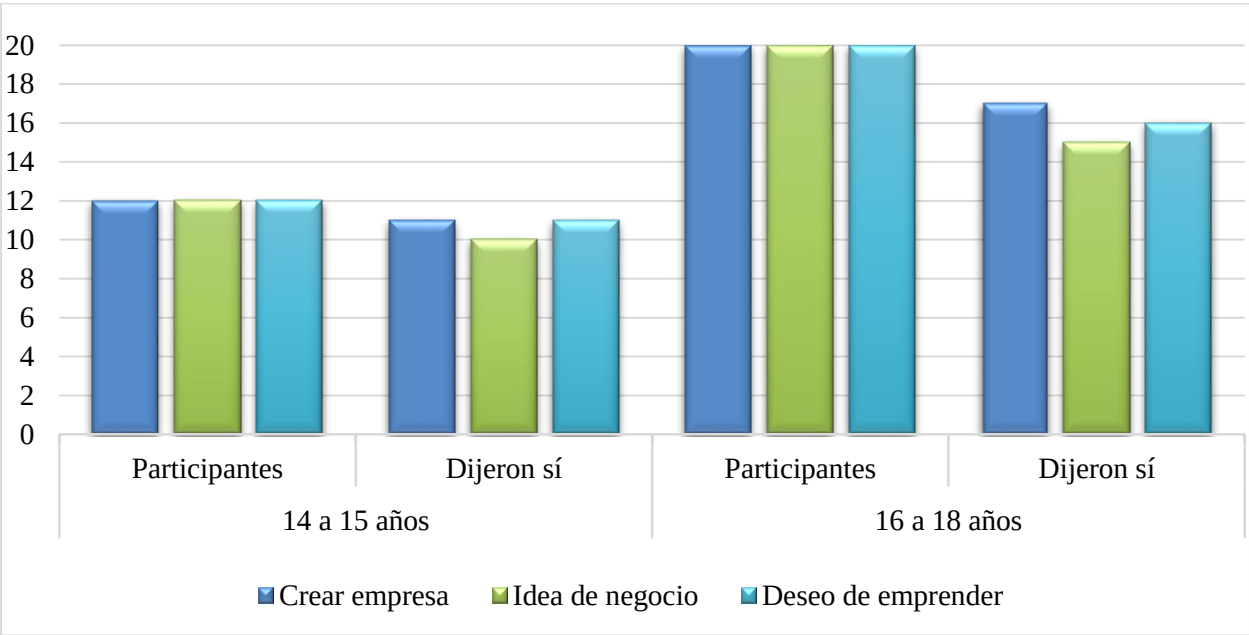


Cabe mencionar que, en el desarrollo de la investigación, se contó con la participación de 21 hombres y 11 mujeres, en donde el 86% de los hombres quieren emprender y el 82% de las mujeres también, dejando un equilibrio entre la relación de género (Tabla 7 y Figura 12).

Tabla 7. Intención emprendedora por sexo.

ÍTEM	Sexo			
	Femenino		Masculino	
	Participantes	Dijeron sí	Participantes	Dijeron sí
Crear empresa	11	10	21	18
Idea de negocio	11	8	21	17
Deseo de emprender	11	9	21	18

Figura 12. Intención emprendedora por sexo.



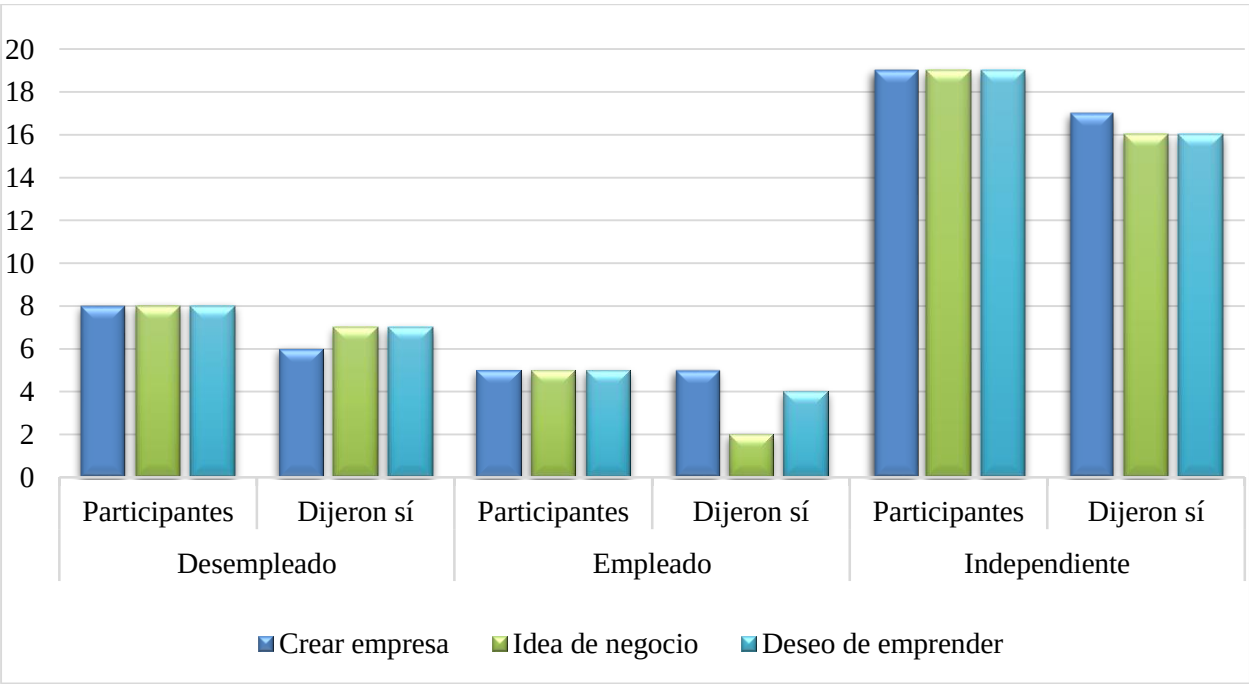
Para el rango de situación laboral se tuvo en cuenta los desempleados, empleados e independientes, en donde el 82% de los desempleados quieren emprender, así como el 72% de los empleados y el 86% de los independientes (Tabla 8 y Figura 13).

Tabla 8. Intención emprendedora por situación laboral.

ÍTEM	Situación Laboral					
	Desempleado		Empleado		Independiente	
	P	Sí	P	Sí	P	Sí
Crear empresa	8	6	5	5	19	17
Idea de negocio	8	7	5	2	19	16
Deseo de emprender	8	7	5	4	19	16

Nota: P: participantes y Sí: respondieron sí en la encuesta.

Figura 13. Intención emprendedora por situación laboral.



Por último, teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la pregunta ¿Qué tema de capacitación le gustaría recibir para poder emprender un negocio?, se evidenció que los jóvenes caficultores de los municipios de El Carmen, Zapatoca, Betulia, San Vicente De Chucurí Y Galán tienen un interés muy alto en ser capacitados tal como se evidencia en la Figura 14.

Para mayor comprensión de los temas escogidos, se hizo una agrupación por siete áreas de conocimiento, siendo éstas: área del café, área de contabilidad y finanzas, área administrativa, área de gestión de proyectos, área de gestión de procesos, mercadeo y publicidad y apoyo externo.

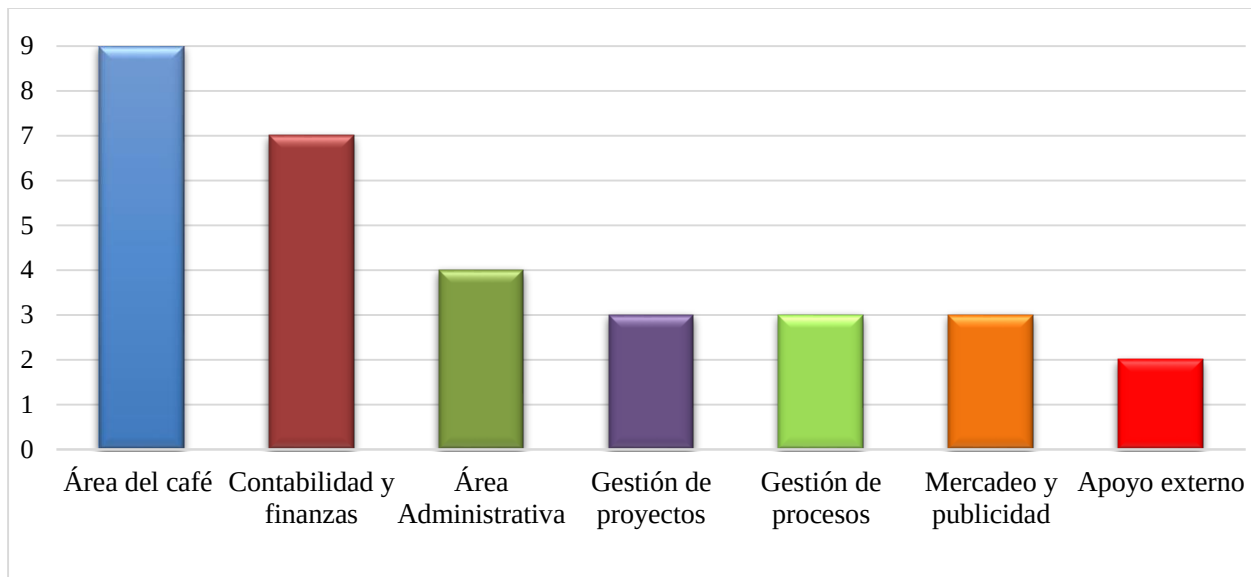
El área de café comprende: manejo de cultivos, producción de café tostado, control de plagas y tecnificación del producto. El área de contabilidad y finanzas comprende: manejo de compra y venta, control de inventarios, precio de venta, costos y gastos.

El área administrativa comprende: inicio y manejo del negocio, liderazgo y control de personal. El área de gestión de proyectos involucra la organización, planeación y control de los recursos. El área de gestión de procesos se basa en el paso a paso de del desarrollo del producto.

El área de mercadeo y publicidad incluye marketing digital y el proceso de actividades para promocionar los productos. Por último, apoyo externo, que refiere al interés de los participantes de saber cómo conseguir a personas expertas que los puedan ayudar en el inicio del proceso.

Tabla 9. *Deseo de formación.*

Área	número de solicitudes	Interés específico
Área del café	9	Manejo de cultivos - producción de café tostado - plagas - tecnificación
Contabilidad y finanzas	7	Compra y venta, control de inventarios, precio de venta, costos y gastos.
Área Administrativa	4	Inicio y manejo del negocio - liderazgo - control de personal
Gestión de proyectos	3	Organización, planeación y control de los recursos
Gestión de procesos	3	Elaboración de un producto
Mercadeo y publicidad	3	Marketin digital - promoción de productos
Apoyo externo	2	personal especializado - ingeniero agrónomo

Figura 14. *Deseo de formación.*

7.2 Relación y componentes principales de la intención emprendedora

El análisis de la información da respuesta al segundo objetivo, mediante la realización de un coeficiente de correlación entre las variables a estudiar. Para ello, se realiza una codificación previa, en donde los resultados con sí toman un valor de uno (1) y los no, no sabe o no responde, cero (0). De igual manera, las preguntas se codifican con número para mayor claridad en la Tabla 10.

1. Me gusta más la idea de crear un negocio que buscar un empleo
2. Me surgen ideas para emprender un negocio
3. Deseo emprender un negocio
4. Me gustaría asumir el riesgo de crear un negocio
5. Tengo experiencia en emprender un negocio

6. Me gusta trabajar en equipo
7. Cuando tengo ideas, me gusta compartirlas para conocer la opinión de otros.
8. Me he capacitado en temas de emprendimiento
9. Conozco el procedimiento para elaborar un producto con el que podría montar un negocio
10. Considero que soy capaz de sacar un negocio adelante
11. Si tengo un problema, siempre busco alternativas de solución
12. Creo que montar un negocio es un proyecto para toda la vida
13. Emprender un negocio es para obtener beneficios económicos
14. Considero que ser emprendedor mejoraría mi calidad de vida
15. Controlo adecuadamente mis emociones
16. Soy una persona ordenada cuando realizo una actividad
17. No me rindo ante las dificultades y lo intento de nuevo
18. No tengo problema en obedecer las órdenes de mis superiores
19. Transmito claramente mis ideas a los demás
20. Sé delegar el trabajo a quien corresponda
21. Soy una persona muy entusiasta cuando debo realizar mis labores
22. Tengo familiares que han sido emprendedores o poseen un negocio
23. Mi familia me apoyaría si quisiera iniciar un negocio
24. Tengo amigos y contactos que serían socios si decido crear un negocio
25. He tenido oportunidad recibir recursos relacionados con el emprendimiento

Tabla 10. Codificación de la información.

#	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1

3	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
5	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1
7	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0
8	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1
11	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0
12	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
13	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0
15	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
18	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0
20	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0
21	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1
22	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1
23	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
24	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0
25	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0
26	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0
27	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0
28	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
30	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0
31	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
32	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1

Para identificar la intención emprendedora (IE) de los jóvenes caficultores, se hace un promedio de las 3 primeras preguntas por ser las variables dependientes, si el resultado es uno (1), quiere decir que esa persona tiene intención emprendedora, pero, si en alguna de las tres preguntas cuenta con un cero, el resultado va a ser inferior a uno (1), es decir, no tiene intención

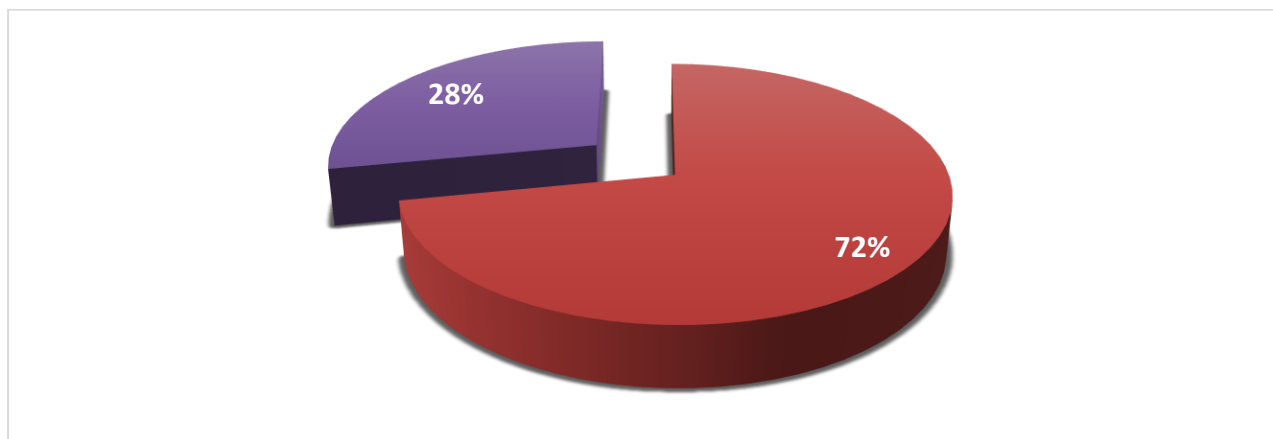
emprendedora (Tabla 10). Las demás preguntas se evalúan de manera individual, por ser variables independientes (Tabla 11).

Tabla 11. *Análisis de la información por variable.*

PREGUNTAS	VARIABLE
1 a 3	Dependiente
4 a 25	Independiente

Por tanto, se evidencia que el 72% de los jóvenes caficultores, es decir veintitrés (23) personas, tienen intención emprendedora, sólo el 28% (9 jóvenes) no cuentan con ella, tal como se muestra en la Figura 15 y Tabla 10, casilla IE (Intención Emprendedora).

Figura 15. *Intención emprendedora.*



A fin de hacer un análisis estadístico, con los resultados de la Tabla 10, se hace uso de la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, toda vez que se presenta como una “alternativa para detectar normalidad en un conjunto de datos” (Mosquera, Millán y Zuluaga, 2016, P. 14). Cabe mencionar que las tres primeras preguntas pasan a ser una, mediante la intención emprendedora

(IE), es decir, con código VAR00001, siendo la pregunta 4: VAR00002 y así sucesivamente (Tabla 12).

Tabla 12. Descripción de variables.

Variable	Descripción	
	Me gusta más la idea de crear un negocio que buscar un empleo.	Intención
VAR00001	Me surgen ideas para emprender un negocio.	emprenedora
	Deseo emprender un negocio.	(IE)
VAR00002	Me gustaría asumir el riesgo de crear un negocio.	
VAR00003	Tengo experiencia en emprender un negocio.	
VAR00004	Me gusta trabajar en equipo.	
VAR00005	Cuando tengo ideas, me gusta compartirlas para conocer la opinión de otros.	
VAR00006	Me he capacitado en temas de emprendimiento.	
VAR00007	Conozco el procedimiento para elaborar un producto.	
VAR00008	Considero que soy capaz de sacar un negocio adelante.	
VAR00009	Si tengo un problema, siempre busco alternativas de solución.	
VAR00010	Creo que montar un negocio es un proyecto para toda la vida.	
VAR00011	Emprender un negocio es para obtener beneficios económicos.	
VAR00012	Considero que ser emprendedor mejoraría mi calidad de vida.	
VAR00013	Controlo adecuadamente mis emociones.	
VAR00014	Soy una persona ordenada cuando realizo una actividad.	
VAR00015	No me rindo ante las dificultades y lo intento de nuevo.	
VAR00016	No tengo problema en obedecer las órdenes de mis superiores.	
VAR00017	Transmito claramente mis ideas a los demás.	
VAR00018	Sé delegar el trabajo a quien corresponda.	
VAR00019	Soy una persona muy entusiasta cuando debo realizar mis labores.	
VAR00020	Tengo familiares que han sido emprendedores o poseen un negocio.	

- VAR00021 Mi familia me apoya si quiero iniciar un negocio.
- VAR00022 Tengo amigos y contactos que serían socios si decido crear un negocio.
- VAR00023 He tenido oportunidad de recibir recursos relacionados con el emprendimiento.

Los resultados de la aplicación de la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, se reflejan en la Tabla 13, definiendo que la totalidad de las dimensiones tienen un comportamiento no normal debido a que el p-valor es inferior a 0,05 (nivel de significancia – Sig.). De igual manera, se excluye la variable 004 porque no se puede afirmar si es normal o no normal.

Tabla 13. *Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk.*

	Estadístico	gl	Sig.
VAR00001	0,565	32	0,000
VAR00002	0,391	32	0,000
VAR00003	0,265	32	0,000
VAR00004		32	
VAR00005	0,391	32	0,000
VAR00006	0,637	32	0,000
VAR00007	0,625	32	0,000
VAR00008	0,511	32	0,000
VAR00009	0,265	32	0,000
VAR00010	0,511	32	0,000
VAR00011	0,265	32	0,000
VAR00012	0,265	32	0,000
VAR00013	0,565	32	0,000
VAR00014	0,511	32	0,000
VAR00015	0,438	32	0,000

	Estadístico	gl	Sig.
VAR00016	0,638	32	0,000
VAR00017	0,438	32	0,000
VAR00018	0,438	32	0,000
VAR00019	0,438	32	0,000
VAR00020	0,391	32	0,000
VAR00021	0,265	32	0,000
VAR00022	0,602	32	0,000
VAR00023	0,511	32	0,000
a. Corrección de significación de Lilliefors			

Teniendo en cuenta que las variables presentan un comportamiento no normal, se aplica un coeficiente de correlación de Spearman al enunciar que “permite correlacionar dos variables por rangos en lugar de medir el rendimiento separado en cada una de ellas” (CAPE, 2021, P. 1). Los resultados obtenidos se reflejan en la tabla 14.

De acuerdo a los resultados de la Tabla 14, la variable más alta está sustentada en las variables VAR00005 y VAR00009, con un valor de 0,683, haciendo alusión al gusto por compartir ideas y conocer opiniones con la importancia de buscar alternativas de solución si en alguna ocasión se presenta un problema, mostrando que los jóvenes tienen presente que la ayuda externa puede facilitar y mejorar la productividad porque “pensando fuera de la caja puede que encuentres soluciones distintas, adquieras más conocimiento y soluciones un problema de una forma mejor” (De Bono, 2016, P. 2).

Tabla 14. *Coefficiente de correlación de Spearman.*

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019	VAR00020	VAR00021	VAR00022	VAR00023
VAR00001	1,000																					
VAR00002	,394*	1,000																				
VAR00003	0,162	0,098	1,000																			
VAR00005	0,184	0,143	0,098	1,000																		
VAR00006	0,170	-0,024	0,016	-0,024	1,000																	
VAR00007	0,093	0,120	0,049	0,120	0,243	1,000																
VAR00008	,510**	0,257	0,137	0,029	0,194	0,130	1,000															
VAR00009	,413*	0,293	0,067	,683**	-0,016	0,214	0,176	1,000														
VAR00010	0,173	,486**	-0,176	0,257	-0,109	0,130	0,086	0,176	1,000													
VAR00011	,413*	0,293	0,067	-0,098	-0,016	-0,049	0,176	-0,067	0,176	1,000												
VAR00012	-0,162	0,293	0,067	-0,098	-0,016	-0,049	-0,137	-0,067	,488**	-0,067	1,000											
VAR00013	0,072	0,184	0,162	,394*	0,309	0,093	0,173	0,126	0,005	-0,162	-0,162	1,000										
VAR00014	0,342	0,029	0,137	0,029	0,346	-0,024	0,269	-0,137	0,269	0,176	0,176	0,173	1,000									
VAR00015	0,305	0,098	0,111	-0,163	0,232	-0,170	0,189	-0,111	-0,228	-0,111	-0,111	0,305	0,189	1,000								
VAR00016	0,070	0,000	0,000	-0,189	0,188	0,064	0,076	-0,258	-0,076	0,258	0,000	0,209	0,076	,430*	1,000							
VAR00017	0,305	-0,163	0,111	0,098	0,059	-0,170	0,189	-0,111	-0,020	-0,111	-0,111	0,305	,397*	0,289	0,086	1,000						
VAR00018	-0,078	0,098	-0,244	,358*	0,232	0,181	-0,020	0,244	,397*	-0,111	-0,111	0,114	-0,020	-0,185	-0,258	-0,185	1,000					
VAR00019	,497**	,358*	0,111	-0,163	0,059	-0,170	,397*	-0,111	0,189	0,244	0,244	-0,078	,605**	0,052	-0,086	0,289	-0,185	1,000				
VAR00020	-0,026	-0,143	0,098	-0,143	,355*	0,120	0,029	-0,098	0,029	0,293	0,293	-0,026	0,257	-0,163	0,189	-0,163	0,098	0,098	1,000			
VAR00021	0,126	0,293	0,067	-0,098	0,243	-0,049	0,176	-0,067	-0,137	-0,067	-0,067	0,126	0,176	0,244	0,000	-0,111	0,244	0,244	-0,098	1,000		
VAR00022	,425*	0,323	-0,085	-0,075	0,152	0,063	,413*	0,085	,413*	,357*	0,085	-0,014	0,094	-0,130	-0,066	0,232	0,232	,413*	-0,075	0,085	1,000	
VAR00023	0,005	0,029	-0,176	-0,200	,497**	0,130	0,269	-0,137	-0,097	0,176	0,176	0,173	0,269	-0,020	0,227	-0,228	-0,228	0,189	,486**	0,176	0,094	1,000

El siguiente valor es de 0,605 relacionando las variables VAR00014 y VAR00019 que hacen referencia al orden que debe tener una persona cuando realiza una actividad y el entusiasmo al ejecutarla, demostrando que a la fecha los jóvenes comprenden que uno de los puntos clave para materializar su idea y desarrollo del negocio es ser metódico en los procesos y apasionado con su idea debido a que “el problema pudiera ser su orden, por estar incompleta, con falta de calidad y veracidad” (Nuño, 2012, P. 56).

De igual manera, las variables VAR00001 y VAR00008 denotan un valor de 0,510, estas hacen referencia a la excelente intención emprendedora que hay en los jóvenes caficultores y la voluntad de considerar ser capaz de sacar un negocio adelante, porque la conducta de un emprendedor se “caracteriza por altos niveles de energía física, emocional y activación mental, con una alta persistencia y entusiasmo, donde el sentimiento de importancia del objetivo y el desafío marcan la conducta” (López, 2020, P. 8).

Teniendo en cuenta lo anterior, las variables VAR00001 y VAR00019 también relacionan un valor alto de 0,497 al asociar la intención emprendedora con el entusiasmo que debe aplicar el joven caficultor al desarrollar cada tarea, porque un emprendedor “se espera que sea una persona recursiva y adaptada cuando se enfrenta a nuevas situaciones; debe ser competente en el manejo de sus relaciones interpersonales y capaz de usar adecuadamente las emociones en situaciones de alta demanda” (Roth y Lacoa, 2009, P.12).

Así mismo, el valor de 0,497 hace relación a las variables VAR00006 y VAR00023 que sustentan que los jóvenes han recibido algún tipo de beneficio económico o de especie por el desarrollo de un emprendimiento gracias a estar previamente capacitados en el tema a desarrollar. Mitchell define que la capacitación es “todo conocimiento que busca dar un buen resultado de investigación en momentos específicos, que aporten a la toma de decisiones en la parte financiera, de inversión, organizacional, entre otras” (Sánchez y Sepúlveda, 2020, P. 15).

Seguidamente, se relaciona el valor de 0,488 a las variables VAR00010 y VAR00012 que asocia la idea de considerar un negocio como proyecto de vida, el cual busca mejorar considerablemente la calidad actual de vivencia. Porque el conocimiento adquirido, más el entorno y las necesidades económicas, fomentan el deseo de emprender debido a que “a partir de una idea, invención o reconocimiento de una necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil” (Garzozzi, Jaramillo y Garzozzi, 2017, P. 18).

Además, la relación entre las variables VAR00002 y VAR00010 denotan un valor 0,486, que muestra cómo el asumir riesgos en la creación de un negocio, puede llevar a los jóvenes caficultores a establecer su proyecto de vida, motivando la permanencia en la zona.

El siguiente valor también es de 0,486 y relaciona las variables VAR00020 y VAR00023 que hacen referencia a tener familiares que han sido emprendedores o poseen un negocio vs el haber

recibido recursos económicos por algún tipo de emprendimiento menor. Esto de alguna manera genera un tipo de conocimiento o experiencia en los jóvenes caficultores que los motiva a pensar en el “yo también puedo” (Cardozo, 2010, P. 51).

A su vez, el valor de 0,430 muestra la relación de las variables VAR00015 y VAR00016 en donde especifica que los jóvenes tienen el pensamiento de no rendirse ante las dificultades, sino que más bien, vuelven a intentarlo y con mayor fuerza, aun sabiendo que debe obedecer órdenes de los superiores, que para este caso son los clientes. Por tanto, si los jóvenes son capaces de satisfacer las necesidades de sus clientes, obtendrán mejores beneficios económicos como lo expresa un estudio de American Management Association “las compras realizadas por clientes leales, quienes recurren una y otra vez a una organización porque están satisfechos con los servicios recibidos, representan un 65 por ciento del volumen de ventas promedio de una empresa” (Tschohl, 2012, P.13).

Por último, la relación entre las variables VAR00001 y VAR00022, arrojó un valor de 0,425 en donde relaciona el gusto por tener intención emprendedora con la facilidad de hallar amigos y contactos que quieran también emprender en sociedad. Esto lleva a definir que hay una motivación clara en los jóvenes por querer desarrollar y materializar sus ideas, comprendiendo que “en el entorno más cercano (familia y amigos) es el segundo lugar donde un emprendedor busca capital de inversión para apalancar el crecimiento de la empresa” (Morales, 2021, P. 56).

Por otra parte, se hizo un análisis de componentes principales con la síntesis del conjunto de datos, para definir qué tan eficaz es el modelo, encontrando que hay una varianza del 75% de validación de la información, siendo este muy bueno al considerarse superior al promedio que es 60%, lo cual sustenta que el modelo sirve para la toma de decisiones (Tabla 15).

Tabla 15. Componentes principales.

Compon ente	Varianza total explicada								
	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción			Sumas de cargas al cuadrado de la rotación		
	Total	% de	%	Total	% de	%	Total	% de	%
		varian za	acumul ado		varian za	acumul ado		varian za	acumul ado
1	3,238	15,418	15,418	3,238	15,418	15,418	2,445	11,641	11,641
2	2,789	13,279	28,697	2,789	13,279	28,697	2,301	10,957	22,598
3	2,291	10,909	39,606	2,291	10,909	39,606	2,179	10,377	32,974
4	2,051	9,768	49,374	2,051	9,768	49,374	2,009	9,566	42,541
5	1,489	7,092	56,466	1,489	7,092	56,466	1,914	9,116	51,656
6	1,404	6,685	63,151	1,404	6,685	63,151	1,787	8,508	60,164
7	1,325	6,312	69,463	1,325	6,312	69,463	1,657	7,893	68,057
8	1,238	5,894	75,357	1,238	5,894	75,357	1,533	7,300	75,357
9	0,948	4,515	79,872						
10	0,892	4,247	84,119						
11	0,670	3,190	87,309						
12	0,642	3,058	90,367						
13	0,511	2,431	92,799						
14	0,413	1,964	94,763						
15	0,356	1,693	96,456						
16	0,240	1,141	97,597						
17	0,205	0,977	98,575						
18	0,155	0,738	99,312						
19	0,096	0,455	99,767						
20	0,047	0,222	99,990						
21	0,002	0,010	100,00 0						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

También, se creó la matriz de componentes rotado, sólo con las variables independientes, eliminando las variables de intención emprendedora porque son variables dependientes, dando como resultado la creación de ocho componentes o grupos que se aprecian en la Tabla 16.

Tabla 16. *Matriz de componentes rotado.*

	Componente							
	1	2	3	4	5	6	7	8
VAR00005	0,860	-0,125	-0,103	0,116	0,055	-0,049	-0,103	-0,011
VAR00009	0,794	-0,109	0,116	-0,144	0,016	-0,160	0,030	0,089
VAR00007	0,426	0,363	0,114	-0,251	-0,058	0,028	-0,065	-0,093
VAR00020	-0,071	0,806	-0,004	0,004	0,184	-0,095	-0,224	0,091
VAR00023	-0,169	0,779	0,175	-0,052	0,021	0,111	0,151	0,036
VAR00006	0,134	0,697	-0,011	0,224	-0,149	0,218	0,288	-0,196
VAR00022	0,035	-0,036	0,747	0,224	0,092	-0,111	0,081	-0,342
VAR00011	-0,136	0,171	0,726	-0,148	0,087	0,060	-0,250	0,115
VAR00008	0,190	0,151	0,633	0,252	-0,188	0,082	0,253	0,137
VAR00017	0,014	-0,234	0,060	0,836	-0,160	0,222	-0,172	0,025
VAR00014	-0,033	0,365	0,131	0,730	0,242	0,027	0,120	0,092
VAR00019	-0,230	0,065	0,486	0,528	0,290	-0,196	0,304	0,227
VAR00012	-0,140	0,167	-0,116	0,039	0,870	-0,081	-0,025	0,104
VAR00010	0,273	-0,079	0,291	0,119	0,742	-0,062	-0,134	-0,390
VAR00002	0,281	-0,160	0,482	-0,192	0,551	0,180	0,407	0,087
VAR00016	-0,199	0,225	0,128	-0,091	0,018	0,813	-0,198	0,037
VAR00015	-0,121	-0,118	-0,080	0,223	-0,098	0,728	0,335	0,135
VAR00013	0,501	0,131	-0,109	0,292	-0,071	0,545	0,152	0,001
VAR00021	-0,065	0,081	0,039	-0,009	-0,029	0,053	0,893	-0,040
VAR00003	0,229	0,020	-0,005	0,125	0,014	0,002	0,076	0,771
VAR00018	0,443	0,072	-0,055	-0,027	0,059	-0,210	0,234	-0,687

Componente							
1	2	3	4	5	6	7	8
Método de extracción: análisis de componentes principales.							
Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.							
a. La rotación ha convergido en 12 iteraciones.							

Por tanto, la Tabla 16 muestra 8 (ocho) variables independientes importantes. Estas son: VAR00005 con 0,860, VAR00020 con 0,806, VAR00022 con 0,747, VAR00017 con 0,836, VAR00012 con 0,870, VAR00016 con 0,813, VAR00021 con 0,893 y VAR00003 con 0,771 (las variables se describen en la tabla 12).

7.3 Plan de acción de mejora que orienta hacia el emprendimiento

Para poder crear un plan de acción de mejora que oriente hacia el emprendimiento (objetivo específico 3), primero se hallaron los tópicos independientes que generan mayor intención emprendedora, usando de nuevo el programa SPSS. Empleando como base de información el resultado de las 8 (ocho) variables independientes importantes de la Tabla 16.

Tabla 17. *Tópicos independientes de intención emprendedora.*

Variables en la ecuación							
		B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Paso 1 ^a	VAR00003	20,850	24664,120	0,000	1	0,999	1135266082,298
	VAR00005	1,892	1,453	1,697	1	0,193	6,635
	VAR00012	-20,342	27791,363	0,000	1	0,999	0,000
	VAR00016	1,004	1,118	0,808	1	0,369	2,730

VAR00017	0,903	1,226	0,543	1	0,461	2,467
VAR00020	0,480	1,765	0,074	1	0,785	1,617
VAR00021	1,203	1,709	0,495	1	0,482	3,330
VAR00022	2,596	1,117	5,400	1	0,020	13,405
Constante	15,267	27791,364	0,000	1	1,000	4267439,862

a. Variables especificadas en el paso 1: VAR00003, VAR00005, VAR00012, VAR00016, VAR00017, VAR00020, VAR00021, VAR00022.

De las ocho (8) variables evaluadas, tres (3) son las que generan mayor intención emprendedora en los jóvenes caficultores afiliados a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia sede El Carmen, Zapatoca, Betulia, San Vicente De Chucurí Y Galán. Estas son: VAR00005 (Cuando tengo ideas, me gusta compartirlas para conocer la opinión de otros), VAR00021 (Mi familia me apoya si quiero iniciar un negocio) y VAR00022 (Tengo amigos y contactos que serían socios si decido crear un negocio) (Tabla 17).

Para hallar el resultado de la Tabla 17, fue necesario usar la regresión logística binaria.

Ahora bien, teniendo en cuenta el resultado de la Tabla 17, se procede a crear el plan de acción de mejora sobre las tres (3) variables que generan mayor intención emprendedora: VAR00005, VAR00021 y VAR00022 (Tabla 18).

Tabla 18. *Plan de acción de mejora.*

Variable	Actividades	Meta o indicador	Responsable	Tiempo estimado
VAR00005	Identificar las falencias del mercado en el área que quiere incursionar.	Plantear un (1) problema.	Joven caficultor	15 días
	Definir cuál es el perfil de los futuros clientes	Definir cinco (5) características.	Joven caficultor	7 días
	Conversar con futuros clientes sobre dichas falencias y posible solución. (mostrar el valor agregado que podría tener el nuevo producto o servicio).	Enunciar cinco (5) expectativas del cliente.	Joven caficultor	15 días
	Con base en la respuesta de los clientes, analizar la idea de negocio que se tiene.	Optimizar la idea de negocio actual.	Joven caficultor	5 días
	Crear una lluvia de ideas que mejoren la idea base, teniendo en cuenta las recomendaciones de los futuros clientes.	Proponer tres (3) nuevas ideas.	Joven caficultor	6 días
	Escoger la idea de negocio que considere pertinente.	Escoger una (1) idea de negocio.	Joven caficultor	2 días
	Realizar una lista con los potenciales clientes (nombre, dirección, teléfono).	Diez (10) clientes.	Joven caficultor	4 días
VAR00021	Hacer una lista de los familiares que podrían	Cinco (5) familiares.	Joven caficultor	2 días

Variable	Actividades	Meta o indicador	Responsable	Tiempo estimado
	apoyar la idea de negocio (a nivel económico y/o mano de obra).			
	Hablar con cada familiar y exponer la idea de negocio para conocer su punto de vista y/o apoyo.	Una (1) llamada a cada familiar.	Joven caficultor	10 días
	Identificar las razones por las cuales aprueba o desaprueba la idea.	Una (1) lista con aprobaciones y desaprobaciones.	Joven caficultor	1 días
	Analizar si la idea requiere ajuste según la explicación de desaprobación.	Una (1) lista con contra y pro.	Joven caficultor	1 días
	Realizar las respectivas correcciones a la idea de negocio.	Optimizar la idea de negocio actual.	Joven caficultor	6 días
	Volver a presentar la idea de negocio con las nuevas correcciones.	Una (1) llamada a cada familiar.	Joven caficultor	6 días
	Definir cuántos familiares apoyan la idea de negocios y de qué manera (económico y/o mano de obra).	Una (1) lista con apoyo y forma de apoyar.	Joven caficultor	1 días
VAR00022	Definir la cantidad de equipos, utensilios y herramientas que se requieren: en unidades y pesos.	Una (1) lista con cantidad, descripción de equipos, utensilios y herramientas.	Joven caficultor	5 días

Variable	Actividades	Meta o indicador	Responsable	Tiempo estimado
	Definir la materia prima que requiere para el desarrollo de la primera producción: en unidades y pesos.	Una (1) tabla con valores para la primera producción.	Joven caficultor	5 días
	Definir el capital humano que se requiere para el desarrollo de la idea de negocio. en unidades y pesos.	Una (1) tabla con número de personas a contratar y sueldo a pagar.	Joven caficultor	5 días
	Hacer una tabla con las cantidades y valores en pesos para identificar el capital inicial que se requiere (en pesos).	Una (1) tabla con capital inicial.	Joven caficultor	5 días
	Crear una lista de amigos y contactos que considera quieran ser socios.	Lista de diez (10) amigos o contactos.	Joven caficultor	3 días
	Definir el tipo de participación del socio: 1. Económico (100%). 2. Económico + mano de obra (50/50).	Una (1) lista con la forma de participación como socios.	Joven caficultor	2 días
	Hablar con cada uno de ellos sobre la idea de negocio, los costos de inversión inicial y tipo de participación.	Una (1) llamada a cada posible socio.	Joven caficultor	10 días
	Crear una lista con los posibles socios y su forma	Una (1) lista de los posibles socios.	Joven caficultor	2 días

Variable	Actividades	Meta o indicador	Responsable	Tiempo estimado
	de participación (aquellos que dijeron sí).			
	Definir a conveniencia cuál o cuántos serían los socios que le gustaría tener.	Una (1) tabla con socios.	Joven caficultor	2 días

Conclusiones

La investigación realizada muestra un alcance de los objetivos propuestos, debido a que fue posible analizar si hay intención emprendedora de los jóvenes caficultores afiliados a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia sede El Carmen, Zapatoca, Betulia, San Vicente De Chucurí Y Galán. Encontrando que el 72% es decir, veintitrés (23) jóvenes de los 32 evaluados la presentan.

Para ello, se hizo la identificación del comportamiento de los factores del entorno y características personales que refieren la intención emprendedora, dando como resultado que el 63% de los participantes tienen una edad superior a 16 años y por ello ya proyectan su vida laboral y económica.

Debido a su edad, el 94% de los encuestados son bachilleres, el 100% están solteros y sin hijos, el 75% laboran de manera dependiente o independiente y sólo el 34% son mujeres, destacando que Zapatoca no tuvo participación femenina.

Por otra parte, al dividir las preguntas en variables dependientes e independientes, se concluyó que la primera involucra la intención emprendedora en donde el deseo de crear empresa supera el 85%, tener una idea de negocio el 78% y el deseo de emprender el 84%.

La segunda, con valores superiores al 70% refiere a riesgos, trabajo en equipo, capacidad de escucha, mejor calidad de vida, delegación de tareas y control de emociones. Sólo la experiencia contempla un 6% siendo coherente debido a la edad de los participantes.

En relación con la variable independiente de factores del entorno, se evidenció que el 94% tiene apoyo familiar y el 66% manifiestan tener amigos o contactos que podrían llegar a ser socios.

También, se evidenció un gran interés por recibir capacitación en temas de emprendimiento en áreas específicas como café, contabilidad y finanzas, administración, gestión de proyectos, gestión de procesos, mercadeo, publicidad y apoyo externo.

Por otro lado, para establecer la relación y componentes principales de la intención emprendedora de los jóvenes caficultores se optó por hacer un coeficiente de correlación (1 - 0) entre las variables a estudiar, volviendo a obtener un 72% en la IE.

Además, se hizo un análisis estadístico con la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, reflejando que la totalidad de las dimensiones tienen un comportamiento no normal debido a que el nivel de significancia (Sig.) es inferior a 0,05. También, la variable 004 se excluye porque no se puede afirmar si es normal o no normal.

Al presentar las variables un comportamiento no normal, se aplica el coeficiente de correlación de Spearman y se obtiene una muestra de 10 valores representativos que involucran las variables VAR00005 y VAR00009, con 0,683, VAR00014 y VAR00019 con 0,605, VAR00001 y VAR00008 con 0,510, VAR00001 y VAR00019 con 0,497, VAR00006 y VAR00023 con 0,497, VAR00010 y VAR00012 con 0,488, VAR00002 y VAR00010 con 0,486, VAR00020 y VAR00023 con 0,486, VAR00015 y VAR00016 con 0,430, VAR00001 y VAR00022 con 0,425.

Para validar la eficacia del modelo aplicado se hizo un análisis de componentes principales con la síntesis del conjunto de datos, encontrando que hay una varianza del 75% de validación de la información, siendo un valor muy bueno al superar el promedio que es 60%, lo cual sustenta que el modelo sirve para la toma de decisiones.

A su vez, con la aplicación de la matriz de componentes rotado sólo a las independientes, se obtuvo ocho (8) variables con valores importantes que presentan los jóvenes encuestados, estas son: VAR00005 (compartir ideas para conocer opiniones) con 0,860, VAR00020 (familiares emprendedores) con 0,806, VAR00022 (amigos y contactos como posibles socios) con 0,747, VAR00017 (transmitir ideas) con 0,836, VAR00012 (calidad de vida) con 0,870, VAR00016

(obedecer órdenes) con 0,813, VAR00021 (apoyo familiar) con 0,893 y VAR00003 (experiencia en emprendimiento con 0,771.

Para formular el plan de acción de mejora, se tuvo en cuenta las ocho (8) variables finales para el programa SPSS, hallando 3 tópicos independientes que generan mayor intención emprendedora. Éstos son: VAR00005 (compartir ideas para conocer opiniones), VAR00021 (apoyo familiar) y VAR00022 (amigos y contactos como posibles socios).

El plan cuenta con la ejecución de 23 actividades para las tres (3) variables identificadas a fin de desarrollarse en un tiempo estimado de 120 días para que el joven caficultor pueda hacer las acciones planteadas con tranquilidad, sin afectar sus labores diarias.

Por tanto, se puede concluir que las características personales y los factores del entorno como familiares y amigo emprendedores, deseo de una mejor calidad de vida a nivel económico, educativo y emocional y el propósito de asumir nuevos retos, influyen positivamente en la intención emprendedora de los jóvenes caficultores afiliados a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia sede El Carmen de Chucurí, Zapatoca, Betulia, San Vicente De Chucurí Y Galán

Bibliografía

- Abreu, J. L. (2012). Hipótesis, Método & Diseño de Investigación. [Libro en línea]. Recuperado de: [http://www.spentamexico.org/v7-n2/7\(2\)187-197.pdf](http://www.spentamexico.org/v7-n2/7(2)187-197.pdf)
- Agulló, T. E. (1997). Jóvenes, trabajo e identidad. Universidad de Oviedo. [Libro en línea]. Recuperado de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Tg2sK6zLu6IC&oi=fnd&pg=PA1&dq=jovenes+definiciones&ots=e3fYkS9gEL&sig=E563wgMz2jIQ7oxE_dJBK7pkj3M#v=onepage&q&f=false
- Araya, P. S. (2021). Intención emprendedora y preferencias laborales de estudiantes de negocios de Chile. Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación, 11 (3). [Libro en línea]. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2027-83062021000200519&lang=es
- Banco Agrario y Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2021). Lanzamos crédito para jóvenes emprendedores porque creemos en ellos para reactivar a Colombia”: presidente del Banco Agrario. [Libro en línea]. Recuperado de: <https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/%E2%80%9CLanzamos-cr%C3%A9dito-para-j%C3%B3venes-emprendedores-porque-creemos-en-ellos-para-reactivar-a-Colombia%E2%80%9D-presidente-del-Banco-Agrari.aspx>
- Barreto, B. K., Zuniga. J. S. y Ruiz. C. S. (2016). Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio. Formación universitaria, 9(1). [Libro en línea]. Recuperado de: https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-50062016000100004

- Bermúdez Carrillo, L. (2015). Capacitación: una herramienta de fortalecimiento de las pymes. *InterSedes*, 16 (33), 01-25. [Libro en línea]. Recuperado de: http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2215-24582015000100001&lng=en&tlng=es.
- CAPE – Cuerpo Académico de Probabilidad y Estadística BUAP. (2021). Aplicación del coeficiente de correlación de Spearman en un estudio de fisioterapia. [Libro en línea]. Recuperado de: <https://www.fcfm.buap.mx/SIEP/2021/Extensos%20Carteles/Extenso%20Juliana.pdf>
- Cardozo Crowe, A. (2010). La motivación para emprender. Evolución del modelo de rol en emprendedores argentinos. [Libro en línea]. Recuperado de: <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=tesisuned:CiencEcoEmp-Apcardozo&dsID=Documento.pdf>
- De Bono, E. (2016). El pensamiento creativo. El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas. Ediciones Paidós Iberica, S.A. [Libro en línea]. Recuperado de:
- Departamento Administrativo de la Función Pública. (2021). Jóvenes talentos en el sector público. [Libro en línea]. Recuperado de: https://www.funcionpublica.gov.co/noticias/-/asset_publisher/mQXU1au9B4LL/content/funcion-publica-lanza-programa-jovenes-talentos-en-el-sector-publico-?from=2012/10
- Díaz de Alda, A. (2017). El concepto de emprendedor: origen, evolución e introducción. En Simposio Internacional El Desafío de Emprender en la Escuela del Siglo XXI (21-39), Sevilla, España: *Universidad de Sevilla*. [Libro en línea]. Recuperado de: <https://idus.us.es/handle/11441/74177>

- Díaz, G. C., Sáez, M. F. y Jiménez, M. J. (2015). Evaluación del impacto del programa educativo “Emprendedores” en la intención emprendedora de los participantes. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 12(3). [Libro en línea]. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/780/78038521002.pdf>
- Durán, A. E. y Arias, G. D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2). [Libro en línea]. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4978/497856275007.pdf>
- Espinoza, S. A. 2016. Tipos de muestreo. Universidad Nacional Autónoma de Honduras. [Libro en línea]. Recuperado de: <http://www.bvs.hn/Honduras/Embarazo/Tipos.de.Muestreo.Marzo.2016.pdf>
- Espinoza Freire, E. E. (2018). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. Parte I. *Revista Conrado*, 14(65), 39-49. [Libro en línea]. Recuperado de <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/814/845>
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (2022). Departamento de Recursos Humanos.
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (s.f.). Quiénes somos. [Libro en línea]. Recuperado de: <https://federaciondecafeteros.org/wp/federacion/quienes-somos/>
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (s.f.). Producción de café de Colombia cierra 2021 en 12,6 millones de sacos. [Libro en línea]. Recuperado de: <https://federaciondecafeteros.org/wp/listado-noticias/produccion-de-cafe-de-colombia-cierra-2021-en-126-millones-de-sacos/>
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (s.f.). Estructura. [Libro en línea]. Recuperado de: <https://federaciondecafeteros.org/wp/federacion/estructura/>

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (2021). Ensayo sobre economía Cafetera. 34ISSN 2711-3590 (En línea) [Libro en línea]. Recuperado de: <https://federaciondefcafeteros.org/app/uploads/2021/06/Economi%CC%81a-Cafetera-No.-34.pdf>

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (2019). Idéate Café [Libro en línea]. Recuperado de: <https://www.facebook.com/fedecafeteros/photos/-ya-conoce-nuestra-convocatoria-id%C3%A9atecaf%C3%A9-%EF%B8%8F-vea-aqu%C3%AD-en-qu%C3%A9-consiste-e-inscr%C3%ADba/827354414330835>

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (s.f). Quiénes somos [Libro en línea]. Recuperado de: <https://federaciondefcafeteros.org/wp/federacion/quienes-somos/>

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (s.f.). Servicio de extensión rural. [Libro en línea]. Recuperado de: <https://federaciondefcafeteros.org/wp/servicios/servicio-extension-rural/>

Garavito, H. Y. García, M. S. y Calderón, C. J. (La intención emprendedora y su relación con las características personales y del contexto de las mujeres universitarias. I+D Revista de Investigaciones. ISSN 2256-1676 / ISSN en línea 2539-519X. Volumen 16 Número 1. [Libro en línea]. Recuperado de: <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/280-1108-3-PB.pdf>

García, M. S., Tarazona, D. N. y Armenta T. J. (2021). Características personales y factores que influyen en la intención emprendedora de madres de familia. Revista Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas -FACCEA, 11(2). [Libro en línea]. Recuperado de: <https://editorial.uniamazonia.edu.co/index.php/faccea/article/view/494>

Garzozzi Pincay, R. Jaramillo Paredes, M y Garzozzi, Pincay, Y. (2017). Hablemos de emprendimiento. Editorial Utmach. [Libro en línea]. Recuperado de:

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14346/1/Cap.1->

[Generaci%C3%B3n%20y%20evaluaci%C3%B3n%20de%20ideas%20de%20negocios.pdf">Generaci%C3%B3n%20y%20evaluaci%C3%B3n%20de%20ideas%20de%20negocios.pdf](#)

Hernández, C. F., Cuatepotzo, M. J. y Flores, L. N. (2019). Tipos de emprendedores. Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA. [Libro en línea]. Recuperado de:

<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/4028/6280>

Lloja, R. H., Chugnas, M. E., Tello, F. Z. y Cruz T. J. (2021). Intención emprendedora: percepción desde los estudiantes universitarios. Comuni@cción [online]. vol.12, n.4. [Libro en línea]. Recuperado de: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682021000400269&lang=es

López Acevedo, J. (2020). Inteligencia emocional y emprendimiento: competencias clave para salir del Valle de la Muerte. [Libro en línea]. Recuperado de: <https://blogs.uned.es/emprende/wp-content/uploads/sites/103/2020/07/IE-y-Emprendimiento.pdf>

Maussa, P. F., Urrego, M. M., Torres, V. J., Díez, E. L., Bermúdez, H. J. y Valencia, A. A. (2020). Exploración de factores que motivan a los estudiantes universitarios a crear empresas en Medellín, Colombia. [Libro en línea]. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-44492020000200209&lang=es

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2021). Cadena Café. Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. [Libro en línea]. Recuperado de:

<https://sioc.minagricultura.gov.co/Cafe/Documentos/2021-03-31%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

Ministerio de Salud y Protección Social (s.f.). Ciclo de vida. [Libro en línea]. Recuperado de:

[https://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/Paginas/cicloVida.aspx#:~:text=6%20%2D%2011%20a%C3%B1os\)-,Adolescencia%20\(12%20%2D%2018%20a%C3%B1os\),o%20mas\)%20envejecimiento%20y%20vejez](https://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/Paginas/cicloVida.aspx#:~:text=6%20%2D%2011%20a%C3%B1os)-,Adolescencia%20(12%20%2D%2018%20a%C3%B1os),o%20mas)%20envejecimiento%20y%20vejez)

Morales, M. (2021). 10 secretos para emprender. Claves para desarrollar con éxito tu vida y tu

negocio. [Libro en línea]. Recuperado de:

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=7klSEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA23&dq=amigos+para+emprender&ots=rT0iEBj6zI&sig=Qf9uA_08CcWpBuEIYfknBvKZ7Q#v=onepage&q&f=false

Monje Álvarez, C. (2004). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa - guía didáctica.

[Libro en línea]. Recuperado de: <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

Mosquera Restrepo, J., Millán Hernández, J. y Zuluaga Duque E. (2016). Analisis comparativo del desempeño de algunas pruebas de normalidad bajo diferentes escenarios de simulación.

[Libro en línea]. Recuperado de:

<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/id/27268522-2eb6-48dc-a631-a899604b8fea/Heuristica15-A02.pdf>

Nuño De León, P. (2012). Administración de pequeñas empresas. [Libro en línea]. Recuperado de:

http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/750/1/Administracion_de_pequenas_empresas.pdf

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2020). Guía técnica del extensionista rural. [Libro en línea]. Recuperado de: https://www.fao.org/fileadmin/user_upload/FAO-countries/Guatemala/Publicaciones/Guia_del_Extensionista_Rural_versio%CC%81n_web_050717.pdf

Orrego, C. (2008). La dimensión humana del emprendimiento. Revista Ciencias Estratégicas. Vol 16 – No. 20. Medellín, Colombia. ISSN: 1794-8347. [Libro en línea]. Recuperado de: <file:///D:/USUARIO/Downloads/Dialnet-LaDimensionHumanaDelEmprendimiento-2991259.pdf>

Osorio, T. F. y Londoño R. J. (2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición. Cuadernos de Administración, 28 (51). [Libro en línea]. Recuperado de: file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/adminpujojs,+04RevCnosAdmon28-51_FFOsorio+et+al.pdf

Pedrozo, R. L. (2016). El emprendimiento agrícola como promotor de desarrollo rural en Colombia. Universidad de la Salle. Colombia. [Libro en línea]. Recuperado de: https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1040&context=finanzas_comercio

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2015). Panorama general. Informe sobre Desarrollo Humano 2015. Trabajo al servicio del desarrollo humano. [Libro en línea]. Recuperado de:

- https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/publications/es/HDR15_Standaloneoverview_SP.pdf
- Quispe, F. G., Ayaviri, N. V. y De la Cruz, F. G. (2017). Iniciativa del emprendimiento en los entornos rurales: un estudio de los factores culturales. Universidad del Zulia. Revista Venezolana de Gerencia (RVG) Año. 22, No. 78. ISSN 1315-9984. [Libro en línea]. Recuperado de: <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/22874-Texto%20del%20art%C3%ADculo-34791-1-10-20171005.pdf>
- Real Academia Española (s.f.). emprendedor, ra. [Libro en línea]. Recuperado de: <https://dle.rae.es/emprendedor>
- Resolución 1632. Congreso de la República. Bogotá, D.C. Colombia, 2 de mayo de 2016.
- Rocha, W. y Giraldo, G. (2015). Propensión a asumir riesgos, tomar decisiones y tolerar la incertidumbre en los emprendedores de Valledupar. Investigium IRE: Ciencias Sociales Y Humanas, VI (2). [Libro en línea]. Recuperado de: <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/97-Texto%20del%20art%C3%ADculo-672-1-10-20160224.pdf>
- Rodríguez, V. J. (2000). Vulnerabilidad demográfica: una faceta de las desventajas sociales. CEPAL. [Libro en línea]. Recuperado de: https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/7185/S2000937_es.pdf
- Roth, E. y Lacoa, D. (2009). Análisis Psicológico del Emprendimiento en Estudiantes Universitarios: Medición, Relaciones y Predicción. [Libro en línea]. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4615/461545467005.pdf>
- Sánchez, J. C., Lanero, A. y Yurrebaso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. Revista de Psicología Social Aplicada Vol 15,

- nº 1. Universidad de Salamanca. [Libro en línea]. Recuperado de:
https://www.researchgate.net/profile/Amaia-Yurrebaso-2/publication/285863770_Variables_determinantes_de_la_intencion_emprendedora_en_el_contexto_universitario/links/5ed6711692851c9c5e732007/Variables-determinantes-de-la-intencion-emprendedora-en-el-contexto-universitario.pdf
- Sánchez Gómez, J. y Sepúlveda, Montenegro, N. 2020. Estudio de viabilidad de la idea de negocio denominado Costi – Burger en el mercado local. [Libro en línea]. Recuperado de:
https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/2014/estudio_viabilidad_idea_negocio_denominado_costilla_burger_mercado_local.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA, 2022. Emprendimiento - Team jóvenes emprendedores: \$10 mil millones para impulsar su creatividad e ideas de negocio. [Libro en línea]. Recuperado de: <https://www.sena.edu.co/es-co/Noticias/Paginas/noticia.aspx?IdNoticia=5660>
- Soria, Barreto. K., Zuniga, Jara. S. y Ruiz, Campo. S. (2016). Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio. Formación universitaria, 9(1), 25-34. [Libro en línea]. Recuperado de:
<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004>
- Tarapuez, E., Flórez, A. y Giraldo M. (2018). Intención emprendedora en Colombia: el caso de los estudiantes de Maestría en Administración. [Libro en línea]. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/journal/206/20662156006/html/>
- Tarapuez, E., García, M. D. y Castellano, N. (2018). Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios del Quindío (Colombia). Innovar, 28(67).

- [Libro en línea]. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/journal/818/81854579009/html/#:~:text=Se%20encontr%C3%B3%20que%20los%20dos,%22tener%20un%20amigo%20empresario%22.>
- Tschoh, J. (2012). Servicio al cliente. El arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia. 12 edición. [Libro en línea]. Recuperado de: <http://www.servicequality.net/ftp/servicio-al-cliente.pdf>
- Valencia, A. A., Montoya, R. I. y Montoya, R. A. (2016). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un estudio bibliométrico. Universitat Politècnica de Catalunya. Intangible Capital, vol. 12, núm. 4. [Libro en línea]. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/pdf/549/54947443002.pdf>
- Ynzunza, C. C. E Izar, L. J. (2020). La intención emprendedora en jóvenes universitarios. Un estudio de caso en Querétaro. Economía Coyuntural. [Libro en línea]. Recuperado de:
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2415-06222020000400008&script=sci_arttext
- Zorro Melo, J. (2021). Juventud rural y migración del campo a la ciudad en Colombia, una aproximación desde el análisis narrativo de políticas públicas. Universidad Nacional de Colombia. [Libro en línea]. Recuperado de:
<http://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/80089>

Apéndices

Apéndice A. Encuesta aplicada.



La encuesta a continuación tiene fines educativos como instrumento de recolección de datos para un proyecto de investigación titulado “Intención emprendedora de los jóvenes caficultores afiliados a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia”.

Edad: _____
 Estado civil: Soltero(a)___ Casado(a)___ Unión libre___ Divorciado(a)___ Viudo(a)___
 Número de hijos: _____
 Nivel de estudios Sin estudios___ Primaria___ Bachiller___ Técnico___ Tecnólogo___ Universitario___
 Situación laboral Empleado(a)___ Desempleado(a)___ Independiente___

Indicaciones: Responda el cuestionario marcando una X, según la respuesta que considere correcta

Pregunta	SI	NO	NO SÉ
1. Me gusta más la idea de crear un negocio que buscar un empleo			
2. Me surgen ideas para emprender un negocio			
3. Deseo emprender un negocio			
4. Me gustaría asumir el riesgo de crear un negocio			
5. Tengo experiencia en emprender un negocio			
6. Me gusta trabajar en equipo			
7. Cuando tengo ideas, me gusta compartirlas para conocer la opinión de otros.			
8. Me he capacitado en temas de emprendimiento			
9. Conozco el procedimiento para elaborar un producto con el que podría montar un negocio			
10. Considero que soy capaz de sacar un negocio adelante			
11. Si tengo un problema, siempre busco alternativas de solución			
12. Creo que montar un negocio es un proyecto para toda la vida			
13. Empezar un negocio es para obtener beneficios económicos			
14. Considero que ser emprendedor mejoraría mi calidad de vida			
15. Controló adecuadamente mis emociones			
16. Soy una persona disciplinada cuando realizo una actividad			
17. No me rindo ante las dificultades y lo intento de nuevo			
18. No tengo problema en obedecer las órdenes de mis superiores			
19. Transmíto claramente mis ideas a los demás			
20. Sé delegar el trabajo a quien corresponda			
21. Soy una persona muy entusiasta cuando debo realizar mis labores			
22. Tengo familiares que han sido emprendedores o poseen un negocio			
23. Mi familia me apoyaría si quisiera iniciar un negocio			
24. Tengo amigos y contactos que serían socios si decido crear un negocio			
25. He tenido oportunidad recibir recursos relacionados con el emprendimiento			
26. ¿Qué tema de capacitación le gustaría recibir para poder emprender un negocio?			