

**Análisis de los niveles de emprendimiento entre facultades según variables demográficas en la Universidad Santo Tomás, Tunja.**

**AUTOR**

David Santiago Suarez Niño. C.C. 1002458546

**DIRECTORA**

Ingeniera. Martha Liliana Castillo Monroy

Universidad Santo Tomás Seccional Tunja.  
Facultad de Ingeniería Industrial.  
Proyecto de Investigación.

Resumen

## Resumen:

La presente investigación tiene como propósito analizar los niveles de emprendimiento entre los estudiantes de las facultades de Administración de Empresas e Ingeniería Industrial de la Universidad Santo Tomás, seccional Tunja, en relación con diferentes variables demográficas. Por ello, se examinaron factores como la intención emprendedora, la influencia del entorno, la repercusión institucional y la percepción sobre el riesgo, con la intención de precisar diferencias y patrones en la predisposición al emprender. Para este estudio se aplicó una metodología cuantitativa fundamentada en encuestas aplicadas entre los estudiantes de las facultades mencionadas. Analíticamente, se emplearon técnicas de estadística descriptiva para caracterizar la muestra. Además de ello, se aplicaron pruebas no paramétricas para comparar grupos e identificar correlaciones existentes.

Palabras clave: Emprendimiento, estudiantes, variables demográficas e intención.

## Abstract

The purpose of this research is to analyze the levels of entrepreneurship among students of the faculties of Business Administration and Industrial Engineering of the Universidad Santo Tomás, Tunja, in relation to different demographic variables. Therefore, factors such as entrepreneurial intention, environmental influence, institutional impact and risk perception were examined, with the intention of specifying differences and patterns in the predisposition to entrepreneurship. For this study, a quantitative methodology based on surveys applied among students of the mentioned faculties was applied. Analytically, descriptive statistical techniques were used to characterize the sample. In addition,

non-parametric tests were applied to compare groups and identify existing correlations.

Keywords: Entrepreneurship, students, demographic variables and intention.

## **Tabla de contenido.**

|          |                                              |           |
|----------|----------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>Lineamientos.</b>                         | <b>7</b>  |
| 1.1      | Planteamiento del problema.                  | 7         |
| 1.2      | Pregunta de Investigación.                   | 13        |
| 1.3      | Justificación.                               | 13        |
| <b>2</b> | <b>Objetivos.</b>                            | <b>21</b> |
| 2.1      | Objetivo general.                            | 21        |
| 2.2      | Objetivos específicos.                       | 21        |
| <b>3</b> | <b>Marco referencial.</b>                    | <b>22</b> |
| 3.1      | Marco teórico.                               | 22        |
| 3.1.1    | Emprendedor.                                 | 22        |
| 3.1.2    | Emprendimiento.                              | 24        |
| 3.1.3    | Impacto del emprendimiento.                  | 25        |
| 3.1.4    | Cultura emprendedora.                        | 28        |
| 3.1.5    | Intención emprendedora.                      | 28        |
| 3.1.6    | Contexto emprendedor colombiano.             | 29        |
| 3.1.7    | Emprendimiento universitario.                | 32        |
| 3.1.8    | Factores de influencia en el emprendimiento. | 33        |
| 3.1.9    | Teoría antropológica:                        | 39        |
| 3.1.10   | Teoría de acción razonada.                   | 40        |

|     |                                                                                                                                |    |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|     | 3.1.11 Teoría de comportamiento planificado.                                                                                   | 41 |
| 3.2 | Marco Legal.                                                                                                                   | 42 |
|     | 3.2.1 Marco legal con relación al emprendimiento en Colombia:                                                                  |    |
|     |                                                                                                                                | 42 |
|     | 3.2.2 Marco legal con relación con tratado de datos.                                                                           | 44 |
| 4   | Marco Metodológico                                                                                                             | 45 |
|     | 4.1 Tipo de Investigación                                                                                                      | 45 |
|     | 4.2 Encuesta a estudiantes:                                                                                                    | 47 |
| 5   | Resultados y análisis.                                                                                                         | 49 |
|     | 5.1 Resultados descriptivos.                                                                                                   | 49 |
|     | 5.1.1 Muestra.                                                                                                                 | 49 |
|     | 5.1.2 Proyecciones generales profesionales a futuro.                                                                           | 53 |
|     | 5.1.3 Creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras.                                             | 58 |
|     | 5.1.4 Factores de Motivación e Importancia al Empezar.                                                                         | 65 |
|     | 5.1.5 Comparación de muestras (Creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras/ Facultades).       | 71 |
|     | 5.1.6 Comparación de creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras entre variables demográficas. | 82 |
|     | 5.1.7 Correlaciones entre creencias de comportamiento                                                                          |    |

**influyentes sobre las intenciones emprendedoras. 89**

**5.1.8 Correlaciones de creencias de comportamiento influyentes  
sobre las intenciones emprendedoras y variables demográficas. 93**

## **1 Lineamientos.**

### **1.1 Planteamiento del problema.**

El emprendimiento, como objeto de estudio desde su concepción inicial en el siglo XVII, ha experimentado una significativa progresión y desarrollo multidisciplinar. Si bien los orígenes del estudio de este campo fueron principalmente abordados desde una perspectiva predominantemente económica, este enfoque de investigación se ha reformulado integrando temas relacionados con perspectivas y teorías de carácter psicológicas, sociológicas y de gestión empresarial. Dicha conversión e integración epistemológica reconoce al emprendimiento como un acaecimiento multidimensional condicionado por una vasta variedad de aspectos vinculados. (Terán & Guerrero, 2020)

El interés académico hacia el emprendimiento ha adquirido una mayor participación de investigadores puesto a que el auge e intensificación de los procesos en relación con la globalización vinculan y unen estrechamente de manera compleja temas de interés mundial como lo son aspectos de carácter social, económicos y políticos, lo que ha suscitado en la exigencia de soluciones innovadoras frente al complejo y dinámico contexto, por lo que el emprender ha progresado hasta ser una medida crucial y de alto impacto para fomentar el crecimiento económico y la generación de valor social, tema de relevancia global para estudiar. (Escat & Romo, 2015)

¿Quiénes son emprendedores? Pese a estar estereotipado el concepto de emprendedor frente a una imagen muy cerrada en función de una población de personas con cualidades y características específicas, este perfil suele ser sumamente diversificado y multifacético. Los estereotipos más habituales suelen asociar a este perfil con personas jóvenes, mayoritariamente varones, innovadores, con orientación hacia el éxito, etc. No obstante, contrariamente a este

perfil preconcebido el emprendedor no distingue de edad, género o variables demográficas. Esencialmente, el emprendedor es todo aquel individuo fundador de un proyecto empresarial, el cual por medio de la creación de una organización tiene la intención de generar valor en diferentes niveles.

La creación de nuevas empresas se erige como un factor catalizador con respecto a la transformación y configuración de las comunidades contemporáneas. Por medio de la formulación y creación de ideas innovadoras, los emprendedores en una gran proporción cumplen la función de generar externalidades favorables y satisfactorias para la economía, siendo que estos agentes de cambio coadyuvan a la dinamización de tanto mercados antiguos como nuevos. (Ribeiro, 2017)

Además de ello, se le ha conferido a la gestación de nuevas empresas medidas de alto impacto positivo para la sociedad, siendo que al constituirse estas generan empleo y promueven la expansión del sistema productivo a mediano y largo plazo. Sin embargo, el impacto frente a la competencia de mercados discrepa en relación con contextos específicos, siendo que para casos particulares la diversificación surge a consecuencia de la creación de proyectos empresariales o, por el contrario, concentra mercados en sectores específicos de interés común del contexto.

Si bien corporaciones privadas de gran impacto son en gran medida cimientos de economías estables, numerosas de estas demuestran en virtud de su trayectoria ser el fruto del crecimiento de iniciativas de éxito emprendedoras como parte de manejos correctos de recursos, transformación dinámica de nuevos mercados y perspectivas innovadoras sobre mercados. (Naama, 2024)

Pese al gran impacto en las economías a nivel mundial que tienen los emprendimientos, es trascendental el comprender que actualmente algunos de estos han adquirido un interés

primordial en tener un efecto más allá del financiero, buscando generar huella en temas relacionados con la incentivación de economías circulares por medio del reciclaje de desechos, apoyo a comunidades excluidas, la producción de nuevos productos sostenibles, etc. Lo que representa méritos del emprendimiento sobre medidas de interés global como inclusión, sostenibilidad y preservación del ecosistema.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor) desde su fundación en el año 1999 se ha constituido como un programa de investigación el cual pretende analizar de manera sistemática la actividad emprendedora de diferentes economías del mundo, confirmando datos comparables sobre el estado de esta actividad en el presente y su evolución sobre el tiempo. Por medio de su enfoque estadístico GEM durante varios periodos ha permitido identificar: tendencias, desafíos, motivadores y factores determinantes relacionados con el ecosistema emprendedor, tendiendo en consideración variables categóricas, la intencionalidad a emprender, tasas de creación de proyectos empresariales, etc. Debido a ello, se constituye como la investigación de mayor impacto sobre el estado del emprendimiento en adultos entre 18-64 años a nivel global. (Amoros, 2011)

Los expertos y equipos nacionales del proyecto GEM son grupos de investigadores, profesionales y académicos que representan instituciones específicas de cada país participante del programa, estos son responsables de la implementación y análisis de la metodología GEM en cada uno de sus países. Estos grupos en consecuencia de su investigación evidencian que, pese a las diferentes complicaciones y crisis que han azotado las economías y sociedades a nivel global en la última década existe una inminente tendencia hacia el alza sobre el interés de emprender o crear una empresa, siendo que un porcentaje cercano al 50% de las economías partícipes de este proyecto han duplicado o triplicado sus índices sobre los adultos con la intención de emprender.

(Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing, 2024)

Esta investigación en su último informe “GEM 2023/2024 Global Report” señala que su población de estudio está constituida por 46 de economías clasificadas y categorizadas según su PIB en tres grupos: Economías A (economías con un PIB per cápita para el año 2023 mayor a \$50,000), Economías B (economías con un PIB per cápita para el año 2023 entre los \$50,000 y \$25,000) y Economías C (economías con un PIB per cápita para el año 2023 menor a \$25,000). Dentro de este análisis, América Latina lidera los índices mundiales en relación con la actividad emprendedora en sus respectivas categorías, siendo que cinco de sus economías acarrean el mayor índice de adultos implicados en un proyecto sobre la creación de empresas. (Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing, 2024)

Particularmente en el contexto colombiano el tejido organizacional y empresarial ha padecido de una transformación sustancial en los últimos años, siendo que las pequeñas y medianas empresas (PYMES) se han consolidado como impulsor fundamental de la economía. Conforme a la información presentada en la columna del Diario de la república “Colombia: país del emprendimiento” estas empresas constituyen un porcentaje mayor al 90% total de las empresas colombianas, siendo que esto reafirma el papel indiscutible y preponderante de este sector. (Montoya, 2023)

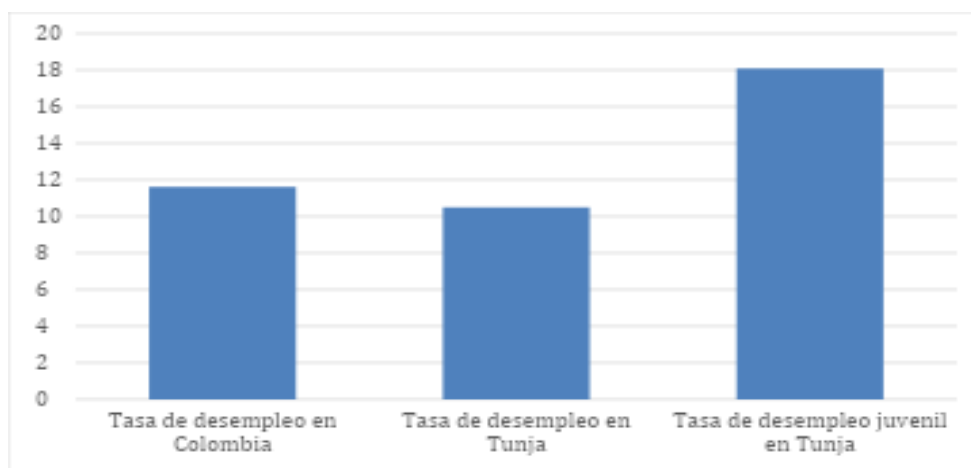
A su vez, comenta que fruto de la necesidad del hogar colombiano de subsistir toman alternativas hacia emprender por lo que relaciona el origen de las pequeñas y medianas empresas al contexto socioeconómico del país donde el acceder al mercado laboral formal es una problemática latente en la población, lo cual hemos respaldado por los altos índices de desempleo constatados para el mes de septiembre del 2024 por la DIAN (2024) siendo que la tasa de desocupación nacional colombiana es del 9,1%. (Montoya, 2023)

La previamente mencionada elevada tasa de desocupación nacional colombiana, tras contrastar con la de diversas regiones latinoamericanas con economías similares (Chile, Uruguay, Brasil, Argentina, Perú, Paraguay, Bolivia, Ecuador y México) revela un escenario desalentador. De acuerdo con Melo (2024) en su infografía Colombia cuenta con el mayor índice de personas sin empleo en relación con los países anteriormente indicados, siendo que para julio del 2024 la diferencia entre Colombia y su nación predecesora (Chile) fue de 1,2 puntos porcentuales y una diferencia de 7,1 puntos porcentuales con la nación con menor índice de desempleo (México). (Melo, 2024)

Del mismo modo se torna preocupante las cifras relacionadas al comportamiento de la tasa de desempleo juvenil en la ciudad de Tunja. Reportes del DANE resaltan que esta tasa para el año de la publicación de este trabajo de investigación alcanza un 18,1%, cifra superior al promedio nacional y el de Tunja. Dicho problema expone las dificultades de la capital Boyacense frente a absorber mano de obra joven al sector comercial y la discrepancia frente las capacidades de inserción laboral y la formación académica. (Jiménez, 2025)

### **Figura 1.**

*Tasa de desempleo, Colombia, Tunja y Juvenil.*



Nota: tomado de (Jiménez, 2025)

Si bien este índice disminuye según su grado de escolaridad este sigue siendo superior al porcentaje esperado, según el DANE para el año 2022 el 12,2% de la población graduada de pregrado se encontraba en situación de desempleo y del 4,6% para el caso de la población con un título de postgrado. (DANE, 2023)

**Figura 2**

*Tasa de desempleo profesionales con pregrado y postgrado*



Nota: Tomado de (DANE, 2023)

Por ello las instituciones de educación superior cumplen un rol protagónico como mediadoras entre el vínculo del entorno empresarial y académico buscando promover y potenciar capacidades, habilidades y aptitudes tanto prácticas como teóricas con la intención de favorecer la formación de profesionales con destrezas específicas para identificar oportunidades y crear empresas.

En el contexto social actual, la necesidad de fomentar competencias relacionadas con emprender en los estudiantes se ha vuelto una prioridad estratégica para las naciones. Las instituciones de educación de diferentes niveles, en particular las instituciones de educación

superior o universitarias deben contar con la disposición de actuar como agentes de formación, cumpliendo un papel catalizador sobre el proceso de asociación sobre la cultura emprendedora teniendo la intención de propiciar el desarrollo económico y social. (Chambi & Arohuanca, 2019)

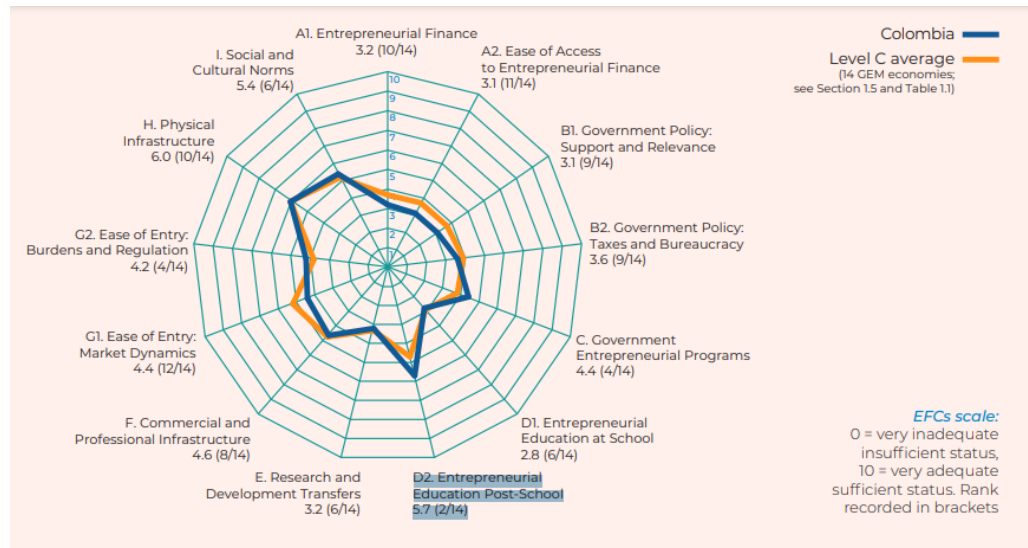
Los esfuerzos por incentivar el emprendimiento por medio de la educación a nivel global llegan a ser poco significativos, los avances en relación con este vínculo y la calificación de los expertos sobre las condiciones de los marcos empresariales de cada economía confirman la anterior premisa.

GEM en sus informes globales califica por medio del juicio de expertos las condiciones del marco empresarial de cada economía partícipe del proyecto, esta calificación es categorizada por medio de una escala compuesta de un rango de 1 a 10, donde la calificación de cero es muy inadecuada y 10 muy adecuado estado suficiente. (Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing, 2024)

Para el contexto de Colombia en función de los informes global GEM 2023/2024 y el informe global GEM 2022/2023 en la condición D2. Educación emprendedora post-escuela indicador que pretende medir por medio de juicio de expertos si las universidades ofrecen cursos sobre cómo iniciar un emprendimiento, se mantuvo su calificación de 5.7 para los dos periodos, siendo superior al promedio de las economías de nivel C, esto indicando que pese a ser la segunda economía mejor rankeada en su categoría es nula la progresión en relación con este tema. (Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing, 2024.

**Figura 3**

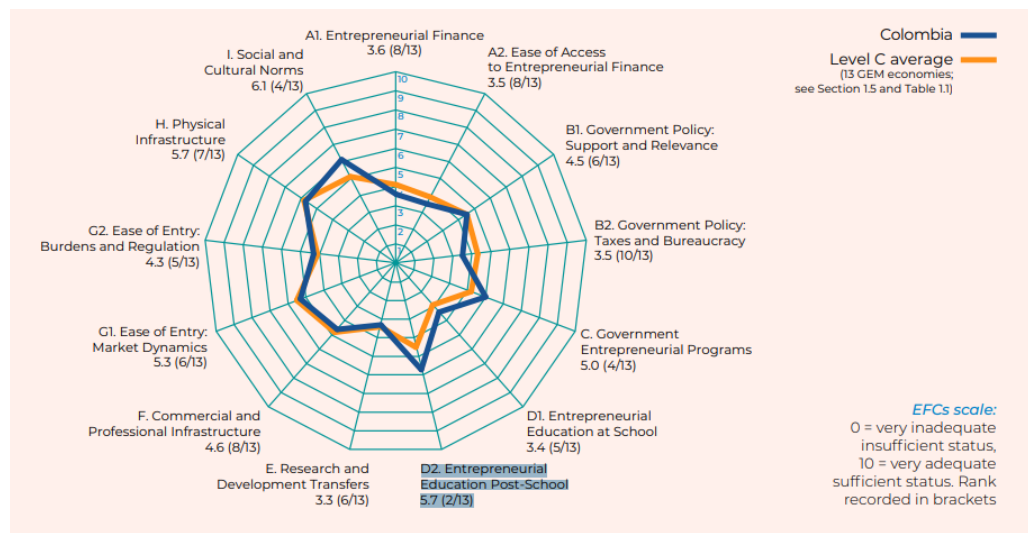
*Valoración de los expertos sobre las condiciones del marco emprendedor 2023-2024*



Nota: Tomado de (Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing, 2024)

**Figura 4**

*Valoración de los expertos sobre las condiciones del marco emprendedor 2022-2023*



Nota: Tomado de (Global Entrepreneurship Monitor, 2023)

Si bien los dos informes más recientes muestran una tendencia a mantener la calificación

en relación con la condición D2, los resultados obtenidos en el informe correspondiente para los periodos del 2021/2022 manifiesta una disminución de 0.2 en su escala EFCs en los años más recientes, indicando resultados poco positivos puesto a que esta no es una condición favorable o directamente proporcional al tiempo, lo cual sería a consideración de muchos el resultado esperado. (Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022, 2022)

La educación emprendedora en la formación universitaria ejerce un papel crucial en la concepción del emprendimiento sobre las personas, siendo para los autores del reporte GEM en Colombia una de las condiciones con tendencia a mantenerse como suficiente es la educación emprendedora post escuela, aconteciendo en que esta fue superior a 5 en los últimos cinco informes globales presentados. (Reporte GEM Colombia 2023 - 2024, 2024)

En función del carácter transversal del concepto de emprendimiento y la complejidad intrínseca del mismo, es fundamental analizar como amplia gama de factores como características demográficas y personales repercuten e interactúan sobre la percepción de la población con acceso a educación formal post-escuela con respecto a este mismo fenómeno.

Si bien es vasta literatura sobre emprendimientos en el contexto universitario siempre ha persistido una interrogante al respecto del origen de las características y las motivaciones del emprendedor, estas según teorías se acreditan a ser innatas y la tienen la capacidad de formarse e introducirse en la persona.

No obstante, el emprendedor se encuentra indisolublemente vinculado directa e indirectamente al entorno general en el que se concibe. Esta relación latente condiciona las decisiones en función del contexto socioeconómico y político de cada emprendedor o posible emprendedor por lo que es de interés el tomar en consideración las condiciones del entorno y el efecto sobre el ser. (Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and

Growing, 2024)

Pese al perfil de potencial emprendedor que existe entre los estudiantes de las facultades de administración de empresas e ingeniería industrial de la Universidad Santo Tomás, es persistente el vacío existente en cuanto la percepción, actitudes e intenciones en relación con el emprendimiento de esta población, por lo que no se dispone de información relevante, este vacío suscita en una dificultad de diseñar medidas y estrategias efectivas en función del estudiantado para promover la cultura emprendedora.

Siendo objetivos en el entorno de la Universidad Santo Tomás seccional Tunja, el breve respaldo de investigaciones y datos al respecto del tema es objeto de interés no solo para la universidad, sino para el Departamento; puesto que este conocimiento servirá de herramienta para el diseño de estrategias eficaces para así incentivar el emprendimiento, predecir futuros emprendedores, próximas investigaciones, etc.

## **1.2 Pregunta de Investigación.**

¿De qué manera influyen y se relacionan las características demográficas de los estudiantes de Administración de empresas e Ingeniería Industrial, con su grado de actitud e intencionalidad emprendedora?

## **1.3 Justificación.**

La Universidad Santo Tomás se consolida como uno de los claustros universitarios de mayor impacto a nivel nacional siendo que esta institución educativa fundada en 1580 se erige como el primer claustro universitario de Colombia, gracias a su trayectoria permanente durante más de cuatro siglos y su tradición católica/privada sin ánimo de lucro se destaca por su compromiso con la formación integral de profesionales. (Universidad Santo Tomás Tunja, s.f.)

Con presencia a nivel nacional en Bogotá, Bucaramanga, Medellín, Villavicencio y Tunja

la Universidad Santo Tomás por medio de su amplia oferta académica, la adaptación a la demanda, las modernas infraestructuras y docentes cualificados, garantiza programas universitarios de alta calidad que responden correctamente las exigencias del mundo profesional en diferentes áreas de conocimiento. (Universidad Santo Tomás Tunja, s.f.)

La Universidad Santo Tomás no solo resalta en ámbitos académicos, esta institución cuenta con participación en investigaciones relevantes para la comunidad tanto académica como de la región. A su vez, por medio de sus programas, la universidad se compromete con la sociedad erigiendo profesionales críticos, responsables y con intención de impactar positivamente en el fortalecimiento del tejido social de Colombia. (Universidad Santo Tomás Tunja, s.f.)

Esta institución educativa en función de su contexto y destacables cualidades se sitúa como un distinguido entorno para fomentar habilidades y cualidades relacionadas con el espíritu emprendedor dentro de su comunidad académica, gracias a ello se abre un sinfín de oportunidades para integrar actividades educativas con el desarrollo de eventuales casos de éxito de dirigentes organizacionales y empresariales.

Si bien la enseñanza de habilidades y conocimientos especializados sobre el emprendimiento van más allá de las posibilidades del contexto académico, la Universidad Santo Tomás dentro de sus actividades curriculares y extracurriculares pretende cultivar en su comunidad una mentalidad proactiva, innovadora y positiva con el propósito de acompañar a esos futuros casos de éxito de emprendedores.

Teniendo en consideración la determinación y compromiso de la institución sobre su contribución a la proyección social evidenciamos una fuerte relación de la universidad en función con el emprendimiento, siendo que al favorecer y promover el emprendimiento genera

un aporte positivo en la sociedad colombiana, por lo que la comunidad egresada y no egresada de la Universidad Santo Tomás cuenta con la coyuntura de aplicar el conocimiento adquirido durante su instancia académica y relacionar sus intereses profesionales con la intención de crear organizaciones que traten necesidades comunes del colectivo nacional o del entorno donde se ubique.

Por ello, esta institución de educación superior en relación con el contexto colombiano llega a sobreponerse como promotor del desarrollo del emprendimiento como medida de progreso. Siendo que al proveer a la comunidad de programas universitarios los cuales incorporen conocimientos especializados aplicables para el fomento del emprendimiento, la Universidad Santo Tomás aportaría eventualmente la creación de empleos, el desarrollo económico de la región, nuevas invenciones, la formación de potenciales líderes empresariales, etc.

Por medio de su sede en Tunja, se puede constatar de forma objetiva y fundamentada el compromiso de la institución educativa frente a la promoción y fortalecimiento de la cultura emprendedora. Esto se pone en manifiesto debido a la implementación continua de estrategias, programas académicos y recursos destinados al desarrollo de conocimientos especializados relacionados con la actividad emprendedora. Si bien estas medidas e iniciativas pretenden tener un impacto positivo, es profundo el vacío académico e investigativo en función de la relación prevaleciente entre el estudiantado y la percepción sobre el emprender. Por consiguiente, pese al empeño puesto a incentivar y fomentar esta cultura, no se dispone de métricas claras y conocidas, las cuales permitan evaluar el estado de los estudiantes con respecto a su interés y disposición hacia el emprendimiento.

En consecuencia, de lo anteriormente mencionado y de la misma manera es perceptible el

inexistente análisis sobre la influencia de características de carácter demográfico y la influencia de la carrera de estudio sobre su voluntad a emprender en el contexto de la Universidad Santo Tomas, más específicamente para su sede en Tunja.

Por motivo de ello suscita la necesidad de profundizar frente a este ámbito investigativo teniendo la intención de satisfacer ese vacío literario de interés común. La presente investigación pretende ser una alternativa relevante con el propósito de complementar el conocimiento poco existente sobre el tema en relación con el entorno universitario boyacense el contexto de la Universidad Santo Tomás Seccional Tunja, por lo que al centrar los esfuerzos sobre esta institución es previsible el disponer de resultados precisos en función del contexto.

El emprendimiento como tema para la investigación y campo de estudio proactivo ha cobrado un nivel de trascendencia indiscutible en la última década, este interés sobre el tema viene en relación con el impacto que estos estudios pueden tener siendo que su estudio deja de ser categorizado como únicamente un juicio académico, sino que pasa a desarrollarse como un mecanismo para el desarrollo de medidas para el incentivo y estímulo del emprendimiento sobre grupos de interés.

Gracias al entorno dinámico general en el que se encuentra la Universidad Santo Tomas seccional Tunja se consolida como un entorno de interés de estudio siendo que este mismo escenario permitiría tomar medidas efectivas sobre el emprendimiento en la región tratando temas como actitudes, motivaciones y barreras relacionadas con el tema.

En relación con lo anteriormente mencionado, también surge el interés sobre explorar en que medidas los diferentes programas académicos impactan en la voluntad de su estudiantado a emprender. Si bien por motivo de la naturaleza académica diferentes programas pueden tener cierto perfil profesional relacionado con el emprendimiento, es crucial estudiar en qué medida

impactan los intereses profesionales futuros de los estudiantes.

La Universidad Santo Tomas seccional Tunja destaca a nivel regional por contar con una amplia oferta atractiva de pregrados para la comunidad que desee adelantar sus estudios superiores dentro de la institución, la multipluralidad de estos programas académicos hace que para el caso de la seccional y en función de sus carreras estas se categorizan en función de enfoques específicos por divisiones, desde división de ciencias sociales y de la educación hasta división de ciencias de la salud, la estructura orgánica por divisiones contribuye a un ajuste académico en función de aptitudes profesionales.

La anteriormente mencionada distribución académica por divisiones no solo corresponde a una medida de ordenamiento organizacional y académico, puesto a que esta categorización también responde a un mecanismo para el ajuste de recursos académicos y humanos para el desarrollo de carreras universitarias de alta calidad e impacto.

La división de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables gracias a su trayectoria es a consideración de muchos como una de las divisiones de mayor impacto dentro de la Universidad Santo Tomás seccional Tunja, dicha división se encuentra constituida por los programas académicos: Administración de Empresas, Negocios Internacionales, Contaduría Pública y Marketing y Transformación Digital. Esta pretende contar un enfoque práctico el cual permite profundizar sobre fundamentos relacionados con temas de gestión empresarial, ciencias contables y comercio internacional.

Por su parte, el programa de administración de empresas vinculado a la división de Ciencias Económicas, administrativas y contables integra de manera específica dentro de su actividad académica el desarrollo de la cultura emprendedora siendo que en los objetivos del programa este pretende “Desarrollar el espíritu empresarial y emprendedor de los estudiantes

para promoverlos como forjadores, creadores y dirigentes de empresas y organizaciones exitosas, capaces de llevar a la práctica los conocimientos y experiencias adquiridas durante su proceso de formación.”. (Universidad Santo Tomás Tunja, s.f.)

Dicha alocución indica como el programa deja atrás el enfoque tradicional de la educación en administración centralizada en la gestión organizacional e incorpora una nueva esencia proactiva en relación con la generación de valor en diferentes niveles. Del mismo modo, el objetivo del programa nos indica como este cuenta con el compromiso de no solo preparar a egresados con intereses sobre el empleo formal, sino también fomentar competencias necesarias para quienes tengan metas profesionales relacionadas con la creación de empresas.

La determinación de este programa académico con fomentar el emprendimiento como alternativa profesional se refuerza gracias a la disposición de la Unidad de Emprendimiento liderada por la facultad de Administración de empresas. Esta unidad tiene como misión “Promover el desarrollo de la mentalidad emprendedora en estudiantes y egresados Tomasinos, mediante asesoría y capacitación para el diseño e implementación de planes de negocios, orientados a la generación de unidades productivas innovadoras y competitivas” (Universidad Santo Tomás Tunja, s.f.)

La relación entre el programa de Administración de Empresas y la unidad de emprendimiento se afianza como una medida táctica para fomentar un entorno óptimo para emprender siendo que los conocimientos teóricos pretenden ser impartidos dentro del curricular académico del programa y la unidad brinda los servicios necesarios para hacer tangible la idea de negocio (identificación de ideas de negocios, apoyo en las metodologías para la formulación de planes de negocio, asesoramiento en la presentación de planes de negocio a entidades financiadoras de proyectos).

Así mismo la división de Arquitectura e Ingenierías se interpone como probablemente la más activa en la seccional gracias a que está unificada en sí misma la mayor cantidad de programas de pregrado comparándola con las demás. Esta división alberga áreas de conocimiento específico en ingeniería tradicional como Ingeniería Industrial, Ingeniería Civil y Arquitectura, y actualmente gracias a la intención de la seccional por diversificar sus programas con áreas de conocimiento más innovadoras la división de Arquitectura e Ingenierías cuenta con programas como Bioingeniería e Ingeniería de Datos e Inteligencia Artificial.

Por su parte el programa de Ingeniería Industrial ha encaminado sus esfuerzos con el interés de formar un perfil de egresados con la capacidad de “innovar en el desarrollo de productos, servicios y generación de empresas, aportando soluciones sistémicas a las problemáticas de la sociedad”. (Universidad Santo Tomás Tunja, s.f.) Este perfil indica el claro compromiso de la facultad por no solo formar profesionales técnicos con intereses en una vinculación formal, sino que presenta la cultura emprendedora como una competencia esencial para el perfil del ingeniero industrial.

La integración y relación del emprendimiento sobre el perfil profesional de Ingeniería Industrial procede de que, gracias a sus conocimientos especializados adquiridos en analizar procesos, dar soluciones innovadoras a problemas y gestionar recursos hacen al ingeniero industrial un profesional con las capacidades para liderar proyectos empresariales eficientes. Además de ello las exigencias de los nuevos mercados a nivel global resultan en la necesidad de abarcar retos de manera sistemática con un enfoque pluridisciplinar haciendo de esta ingeniería y sus egresados una medida llamativa para afrontar dichos desafíos.

Por medio del compromiso abordado por la facultad de formar profesionales con habilidades y capacidades además de específicas para la industria, emprendedoras, el programa

integra actividades extracurriculares dentro de su calendario académico para fortalecer y desarrollar esos conocimientos expuestos en clase en un contexto emprendedor.

Algunas de las actividades y espacios extracurriculares que destacan entre los esfuerzos de la facultad de ingeniería industrial son conferencias, conversatorios y talleres en relación con el emprendimiento, participación de muestras y eventos empresariales, etc. (Universidad Santo Tomás Tunja, s.f.)

Adicionalmente, y con la intención de reforzar la cultura emprendedora dentro del programa, la facultad de Ingeniería Industrial para el año 2021 lanzó el Centro de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial (CEDE). Dicho Centro se fundó con el propósito de ser una herramienta estratégica para la comunidad académica, ofreciendo servicios relacionados a transformación de ideas de negocios en proyectos de éxito. El Centro de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial cuenta con servicios relacionados a capacitaciones y cultura innovadora, vinculación con fondos de financiamiento, apoyo en desarrollo de planes de negocio y asesoramiento empresarial. (Universidad Santo Tomás Tunja, s.f.)

Si bien alusiones específicas de autores como Baumol, mencionado por Cortes y Romo (2015) han atribuido la predisposición de una persona a emprender en función de sus cualidades y características individuales, su contraste con demás teorías hace percibir a esta inclinación sobre el factor predominante el cual tiene influencia la decisión de emprender relativamente simplista. Siendo que este concepto o teoría se percibe como un conglomerado complejo de factores individuales y externos asociados al contexto del grupo a estudiar.

Para el entorno en el cual se pretende desarrollar la investigación resulta de carácter fundamental profundizar sobre la vinculación de la intención a emprender, los programas académicos con mayor índice de posibles emprendedores (administración de empresas e

ingeniería industrial) y las variables demográficas del entorno del focus group.

Como consecuencia de lo anteriormente mencionado, validamos que la Universidad Santo Tomás en su seccional Tunja ha constituido dentro de su entorno académico una vinculación proactiva con respecto a impulsar la cultura emprendedora. Si bien pese a que los estudiantes de las facultades de Administración de empresas e Ingeniería Industrial pretenden tener un potencial mayor a optar por alternativas profesionales relacionadas con emprender gracias a la misma naturaleza del programa. A pesar de lo anteriormente mencionado, no se cuenta con un conocimiento exacto y específico sobre en qué proporción los estudiantes aspiran crear un emprendimiento durante o una vez finalizados los estudios. Por lo que surge cierta discrepancia con relación al eventual emprendedor y el contexto universitario en el que se forma, gracias a esto surge la interrogante sobre en qué medida los factores internos y externos ejercen influencia sobre la real decisión de emprender.

Al investigar el emprendimiento como fenómeno multifactorial con influencia entre la interacción de variables asociadas a áreas de conocimientos específicos relacionados a emprender y variables externas relacionadas con el contexto y entorno, se pretende comprender y analizar si estas influyen sobre la percepción el emprendimiento y la intención de realizar esta actividad en la comunidad académica (estudiantes de administración de empresas e ingeniería industrial). Por lo que permitirá una comprensión óptima sobre si la influencia de las disciplinas tiene relación con la intención a emprender y las posibles barreras del focus group en el momento de intentar optar por esta decisión.

La selección del focus group “Estudiantes de administración de empresas e ingeniería industrial de la Universidad Santo Tomás, Seccional Tunja” se fundamenta por medio de que estos dos programas son en consideración de su marco académico y extracurricular, los que en

sus actividades muestran una mayor voluntad en promover el emprendimiento como probable alternativa a la salida laboral.

De la misma manera la investigación pretende aportar al poco cuerpo teórico poco imperante sobre el emprendimiento estudiantil en el contexto universitario en el departamento y en la Universidad Santo Tomás Seccional Tunja, suministrando así datos e información empírica de interés para diferentes grupos. Así mismo, los resultados procuran ser respaldo y apoyo de investigaciones, las cuales pretenden generar nuevo conocimiento por medio de futuras hipótesis y/o contrastar conocimientos sobre teorías existentes y reducir la brecha académica existente en este tema dentro de la institución.

Además de ello los resultados y conclusiones aspiran ser un aporte de información de interés aplicable a nivel institucional y regional puesto a que esta podrá favorecer en cierta medida la toma de decisiones informadas para realizar intervenciones específicas sobre necesidades y expectativas de la comunidad académica y no académica con relación a la formación de una sólida cultura emprendedora.

## **2 Objetivos.**

### **2.1 Objetivo general.**

Analizar los niveles de emprendimiento de las facultades de administración de empresas e ingeniería industrial de la Universidad Santo Tomás, Tunja, en relación con las variables demográficas específicas.

### **2.2 Objetivos específicos.**

Aplicar técnicas estadísticas para evaluar la asociación entre las variables demográficas y los factores que influyen en la predisposición al emprendimiento.

Comparar los niveles de intención emprendedora de las facultades de administración de empresas e ingeniería industrial.

Explorar la relación entre creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras

Determinar la influencia de características demográficas sobre las creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras

### **3 Marco referencial.**

#### **3.1 Marco teórico.**

Con la intención de respaldar teóricamente la investigación, se realizó una revisión literaria en profundidad con el objetivo de analizar, determinar y recapitular, conclusiones y descubrimientos sobre estudios de literatura científica relacionados a temáticas de emprendimiento, conducta hacia el emprendimiento, intención emprendedora, etc. en particular aquellos asociados al contexto universitario.

La revisión de literatura científica se realizó por medio de distintas bases de datos académicas; algunas de estas fueron: Scopus, ScienceDirect, Web of Science, Google académico y Scielo. Para la búsqueda de información y literatura específica, se valió de términos claves referentes a emprender y su relación con variables demográficas, como: “Intención emprendedora”, “educación universitaria y emprendimiento”, “emprendimiento y factores motivacionales”, etc. Además de ello, con la intención de reforzar la precisión de la búsqueda de información, estos términos fueron unificados recurriendo a operadores booleanos “OR y AND”.

Los criterios de derogación incluyeron estudios con enfoques alejados a ámbitos educativos, documentos sin acceso completo del texto, publicaciones de literatura que no ajustan

su metodología a estándares adecuados para la investigación, etc.

### **3.1.1 Emprendedor.**

Dada la naturaleza de estudio multidisciplinario sobre el emprendedor, éste converge a una conceptualización del fenómeno algo compleja. Esta diversidad teórica ha permitido identificar pluralidad sobre aquellas variables influyentes al momento de ser emprendedor y la integración de distintos enfoques conceptuales resulta fundamental para la comprensión del perfil y el fenómeno emprendedor.

Buitrago (2014) en su artículo “Emprendimiento en Colombia” señala una propuesta de conceptualización del emprendedor como aquel que pone en práctica activa acciones con aspiraciones a cumplir logros personales y profesionales por medio de la creación de empresas o emprendimientos. Dicha predisposición señala la relevancia sobre rasgos distintivos sobre el perfil emprendedor. Esta concepción se complementa en el mismo artículo gracias a las aportaciones de Rubio, siendo que además de variables comportamentales específicas del emprendedor, existe la asociación de habilidades específicas y características demográficas con este perfil. Ambas conceptualizaciones relacionan al concepto de emprendimiento como un acto multifactorial asociado a aspectos del contexto, entorno, habilidades, psicológicos, etc.

Frank Knight dentro de su teoría del beneficio define al emprendedor como individuos singulares con una predisposición mayor al promedio para afrontar la incertidumbre, refiriéndose a esta como a aquellas circunstancias en las que el resultado futuro es incierto los cuales no pueden ser cuantificados o asegurados. Esta capacidad se sustenta en función de factores cognitivos y psicológicos. Además de ello, señala al emprendedor como aquel con mayor interés sobre las recompensas, tanto de naturaleza financiera y personal. (Eduardo & Andrea, 2020)

Por otra parte, la teoría de los rasgos de personalidad precisa al emprendedor a aquel que

posee un perfil psicológico aislado en el que se distinguen cualidades y habilidades innatas en las que es persistente la necesidad del logro, donde se caracteriza este perfil por un alto nivel de creatividad, habilidades sobresalientes sobre conocimiento empresarial, residencia emocional, predisposición al trabajo duro, compromiso, etc. (Nadal, 2017)

La teoría del patrón de nivel de grupo destaca sobre su perspectiva sociológica sobre el emprendedor siendo que esta teoría comprende factores más allá de rasgos individuales, sino que define al emprendedor como el resultado de características individuales, sino que este se forja altamente en relación con su entorno y experiencias pasadas, por lo que el emprendedor esta socialmente instaurado. (Eduardo & Andrea, 2020)

Por último, al igual que mucha conceptualización teórica sobre el perfil del emprendedor, la teoría de Stokes expone que el desarrollo de este perfil es la consecuencia sofisticada de la relación entre factores externos e internos. En primer lugar, rasgos psicológicos personales como lo sería requerimiento hacia el logro, aspiraciones, pensamiento innovador, etc. En segundo lugar, se relaciona con el contexto externo en el que se constituye el emprendedor, los cuales pueden proveer de manera positiva o negativa el emprender, algunos de estos factores son los valores culturales del entorno, contexto político, normas sociales, etc. (Simón, 2023)

Por lo tanto, el emprendedor, a diferencia de la percepción ordinaria, se configura como una labor que trasciende de la simple materialización de una empresa. Dicha visión en relación con el contexto actual resulta particularmente relevante en función del entorno globalizado, donde el dinamismo comercial es un reto para los nuevos negocios y las características específicas ya mencionadas hacen de estos factores claves para el éxito.

### **3.1.2 Emprendimiento.**

Palacios y Ruiz (2020) en su artículo “El emprendimiento en América Latina: Un análisis

de su etimología, tipología y proceso.” Mencionan a Hisrich el cual define al emprendimiento como la causa dinámica en la que se vincula la identificación y aprovechamiento de oportunidades, y la creación de valor. Dicha actividad emprendedora deja atrás el concepto superficial de únicamente iniciar una empresa, esta labor incorpora temas de compromiso del actor a dedicar los recursos financieros y personales con la única intención de recibir beneficios materiales e inmateriales

Hirish resalta sobre el emprendimiento factores fundamentales tales como: Atribución de recursos compuestos (Dinero, personas, materia prima, etc.), concebir ideas nuevas e innovadoras, contemplación de riesgos, captación de recompensas. (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2017)

La atribución de recursos compuestos alude a la forma en que se destina distintos recursos a disposición de crear o crecer su idea de negocio, esta medida se concibe como un determinante representativo entre el éxito y fracaso del emprendimiento.

El concebir ideas nuevas e innovadoras se entraña en cierto modo como motor del emprendimiento, siendo que las ideas de este tipo solventan de manera creativa una necesidad inminente, satisfaciendo un mercado general o constituyendo uno nuevo.

La actividad emprendedora inherentemente se ubica bajo un entorno de riesgo en diferentes niveles que comprometen su desarrollo ideal. Por lo que al gestionarlos y teniendo conductas proactivas sobre ellos se erige como medida de garantía sobre la viabilidad y éxito del emprendimiento.

En relación con el contexto emprendedor, el captar las recompensas hacen referencia al resultado causal de la inversión de recursos. Esta obtención de retribuciones se presenta en diferentes niveles, estas pueden ser de carácter financiero y no financiero, e impactarán de

manera diferente en función de los intereses del emprendedor.

### **3.1.3 Impacto del emprendimiento.**

El emprendimiento, a diferencia del planteamiento tradicional relacionado con la simple idea de la creación de una nueva empresa, esta concepción ha dado paso a adoptar una postura hacía ser una medida en función del crecimiento económico. El impacto de este se expone como un panorama pluridimensional, siendo relevante en factores tanto a grados macros y micro contextos.

La propagación de emprendimientos como factor impulsador de la productividad y la multiplicidad de mercados ha sido motivo particular de interés al reconocer la capacidad de los emprendimientos como agentes catalizadores de cambios y del desarrollo de economías emergentes y desarrolladas. En el artículo “Emprendimiento e Innovación: Relación con el desarrollo local” destaca la relación en percepciones de autores en que el emprendimiento destaca sobre el papel que estos tienen en la generación de empleo y el desarrollo de ideas innovadoras. (Solózano, Erazo, Torres, & Narváez, 2020)

El emprendimiento, gracias a su capacidad de adaptabilidad ante entornos cambiantes, el emprendedor se posiciona como agente capaz de generar empleo, diversificar economías, solventar necesidades. Si bien estos efectos son eminentemente positivos, estas repercusiones no son de carácter inmediato, sino que estas se manifiestan en un mediano o largo plazo. (Solózano, Erazo, Torres, & Narváez, 2020)

Además de ello, los emprendimientos destacan a diferencia de una gran proporción de empresas ya consolidadas, por ser diferenciadores en función de su intención de generar productos y/o servicios innovadores, y provocar nuevos mercados. Por lo que al abordar necesidades en gran medida no satisfechas y ocasionar sectores emergentes son contribuciones

ampliamente influenciadas por el emprendimiento. (Vargas & Uttermann, 2020)

Al mismo tiempo, resalta el papel de los emprendedores sobre la contribución de estos en reducir costos de producción y aumentar índices de eficiencia y eficacia. Por lo que en función del tiempo, los emprendimientos de éxito representarán un gran margen de empresas que competirán en mercados internacionales y abrirán la posibilidad de destinar recursos en investigaciones y desarrollo de regiones específicas a nivel internacional. (Solózano, Erazo, Torres, & Narváez, 2020)

De igual manera, el emprender se ha suscitado como respuesta positiva a problemas del contexto regional colombiano, siendo que esta medida es a consideración de autores la consecución de la adaptabilidad de la población para enfrentarse a las dificultades nacionales como el desempleo. No solo Colombia, sino América Latina a diferencia de otras regiones a nivel global presenta unos altos índices de desempleo, por lo que estas poblaciones entre su búsqueda proactiva a alternativas para la generación de recursos optan por valerse del autoempleo para satisfacer las necesidades básicas propias y las de sus familias si así lo requiere el caso. (Zamora, 2018)

La juventud colombiana y latinoamericana, pese a ser uno de los recursos humanos más relevantes y significativos en función del desarrollo en diferentes grados a nivel mundial, particularmente para esta región esta población enfrenta dificultades y desafíos frente a su inserción al mercado laboral. Esto se sustenta bajo la premisa de los existentes índices de empleabilidad informal y desempleo altas presentes en la región. (German Agency for Technical Cooperation - NU. CEPAL, 2006)

Particularmente, en el contexto colombiano esta problemática se intensifica. Siendo que, para el primer semestre del año 2024, el desempleo en la población juvenil alcanzó a ser más del

más del doble de la tasa de adultos mayores de 28 años, con una diferencia porcentual de 10,6%. Este escenario precisa una desvinculación entre las actitudes, aptitudes y habilidades adquiridas entre los jóvenes y los requerimientos del mercado actual, lo que obstaculiza y perjudica la inserción al mundo laboral. (Universidad de los Andes, 2024)

A partir de este contexto, el emprender surge como una oportunidad factible para la disminución de las tasas de desempleo juvenil, fomentar el desarrollo económico y el comercio regional. Según un informe del programa de las naciones unidas en conjunto con la International Labour Organization, se señala que para el contexto latino americano el 20% de la fuerza laboral son jóvenes emprendedores. Esto hace hincapié en la necesidad de políticas públicas innovadoras que favorezcan al emprendimiento juvenil. (Organización Internacional del Trabajo (OIT), 2016)

Teniendo presente el panorama económico, la relación entre el emprendimiento y la tecnología es inextricablemente bidireccional, en primera medida el aprovechamiento tecnológico empodera y reduce las barreras de entrada a mercados competitivos relacionados con emprendimientos. Por lo que en el presente es cada vez menor esa brecha antes existente (difícil acceso a financiación y expansión comercial) en relación con autoemplearse, en consecuencia, la redefinición del proceso de emprender hace que cada vez sea menos compleja la inserción futura de nuevas industrias, las tangibles utilidades y los adyacentes beneficios. (Ávila, 2016)

Por lo que en función de lo anteriormente mencionado, el emprender emerge como aquella fuerza impulsora de reconversión social y económica. En consecuencia, el impacto del emprendimiento trasciende de los factores económicos comúnmente percibidos, actualmente estos tienen responsabilidades sobre temas relacionados con ámbitos y desafíos ambientales, de desigualdad e insuficiencias de recursos. De modo que la fuerza transformadora del emprendimiento cuenta con el potencial de impactar y cambiar a nivel individual y colectivo en

futuros cercanos. (Diana, 2013)

#### **3.1.4 Cultura emprendedora.**

La cultura emprendedora se comprende como la conglomeración de distintivos valores que se refuerzan y retroalimentan de manera sistemática a base de los conocimientos culturales y sociales adquiridos, estos contribuyen positivamente a la creación de nuevas empresas, su propagación es tema de interés de diferentes naciones por motivo de que el impacto destaca sobre otras medidas como agente transformador en escalones destacables para el desarrollo. Su exposición a nivel social viene de la influencia de factores colectivos relacionados con entornos positivos, en consecuencia, de estos componentes sociales como la educación, políticas económicas facilitadoras de acceso al financiamiento, marcos legales positivos y fomento de redes de apoyo; son activos estratégicos sociales de gran apoyo económico y cultural.

#### **3.1.5 Intención emprendedora.**

La intención emprendedora se configura como aquella condición mental relacionada a la predisposición de un individuo a iniciar una idea de negocio. A su vez se puede concebir como aquel deseo y propósito de emprender. Numerosos estudios vinculan esta intención a un fenómeno multidisciplinar, los cuales manifiestan que pese a pretender ser un fenómeno aislado, este se ve condicionado a la interrelación de factores individuales, demográficos y sociales.

En primer lugar, los atributos individuales de la persona desempeñan un papel protagónico al momento de emprender siendo que este se caracteriza por rasgos de la personalidad específicos los cuales confieren a este de una mayor predisposición y proactividad a enfrentar dificultades, susceptibilidad a la búsqueda de oportunidades y la materialización de los logros. Además de ello, destaca el papel de los valores y actitudes personales, los cuales influyen de manera significativa a esta conducta.

Por otra parte, la contribución de los factores ajenos a la persona, relacionados al contexto sociocultural en el que se encuentra inmerso el individuo desempeña un papel casi igual de protagónico como los atributos individuales, factores tales como el entorno familiar, la red social con la que coexiste y el contexto cultural pese a estar fuera del control individual de las personas si dictaminan una mayor probabilidad a erigir competencias convenientes al momento de emprender. (Salazar & Hortua, 2023)

Si bien esta relación personal entre la firme intención de emprender y la conducta del sujeto no es de carácter determinista y por motivo de influencias de agentes externos inherentes a contextos los cuales no son considerados frente a la intención de emprender a consideración de autores este es el predictor más preciso frente a este comportamiento. (Inmaculada, 2010)

### **3.1.6 Contexto emprendedor colombiano.**

Colombia dentro del informe GEM del periodo 2023- 2024 dispone con una de las más destacadas cifras sobre actividad emprendedora total de etapa inicial la cual es un indicador el cual pretende medir entre la población encuestada la proporción porcentual de adultos (personas entre 18- 64 años) los cuales optaron como salida profesional el emprender y actualmente cuentan con un nuevo negocio. Este indicador para el caso representa el 23.6% en relación de los adultos encuestados para la población colombiana, pese a aparentemente no ser significativo al contrastarlo con los valores de este indicador de diferentes naciones a nivel mundial este valor porcentual toma la séptima posición entre las naciones con mayor tasa de adultos con actividad emprendedora en etapa inicial. (Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing, 2024)

No obstante, el panorama alentador frente a la población colombiana en relación del emprender la situación pasa a ser abrumadora al momento de ver que la representación

porcentual de población con empresas establecidas, siendo de 3.4% lo que posiciona a Colombia en el puesto cuarenta y cuatro de cuarenta y seis naciones partícipes del informe. Por lo que esto supondría que para esta región la población cuenta con dificultad en hacer crecer las nuevas empresas hasta consolidarse a consideración de los expertos del GEM como una empresa establecida. (Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing, 2024)

Estos obstáculos podrían atribuirse a la influencia de factores externos sobre la actividad emprendedora colombiana, los cuales son inherentes al contexto general. Gem en su informe sobre la actividad emprendedora fórmula trece condiciones que a juicio de expertos inciden sobre el emprender, los cuales califican éstas por medio de una escala de Likert.

**Tabla 1.**  
*Condiciones del marco emprendedor.*

| #  | Código | Indicador                                           | Descripción                                                                     |
|----|--------|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | A1     | Financiamiento para emprendimientos                 | Existen fondos suficientes para nuevas empresas.                                |
| 2  | A2     | Acceso fácil al financiamiento para emprendimientos | Estos fondos son de fácil acceso.                                               |
| 3  | B1     | Política gubernamental                              | Apoyo y relevancia: las políticas promueven y apoyan a las empresas emergentes. |
| 4  | B2     | Política gubernamental                              | Impuestos y burocracia: las nuevas empresas no están sobrecargadas.             |
| 5  | C      | Programas gubernamentales para emprendimientos      | Existen programas de apoyo de calidad ampliamente disponibles.                  |
| 6  | D1     | Educación empresarial en la escuela                 | Las escuelas introducen ideas emprendedoras.                                    |
| 7  | D2     | Educación empresarial postsecundaria                | Las universidades ofrecen cursos sobre cómo iniciar un negocio.                 |
| 8  | E      | Transferencias de investigación y desarrollo        | La investigación se transfiere fácilmente a nuevas empresas.                    |
| 9  | F      | Infraestructura comercial y profesional             | Servicios de calidad disponibles y asequibles.                                  |
| 10 | G1     | Acceso fácil: dinámica del mercado                  | Los mercados son libres, abiertos y en crecimiento.                             |
| 11 | G2     | Acceso fácil: cargas y regulaciones                 | Cargas y regulaciones: las regulaciones incentivan, no restringen, la entrada.  |
| 12 | H      | Infraestructura física                              | De buena calidad, disponible y asequible.                                       |
| 13 | I      | Normas sociales y culturales                        | Fomentan y celebran el emprendimiento.                                          |

Nota: Tomado de (Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing, 2024)

En relación con Colombia la perspectiva frente a estas condiciones no deja de ser poco positiva siendo que para este periodo solo tres de estas están a consideración de los expertos determinada como adecuadas (normas sociales y culturales, educación emprendedora post colegio e infraestructura física), por lo que las demás condiciones podrían considerarse como

dificultades relacionadas con el entorno al momento de emprender.

Uno de los presuntos mayores obstáculos a enfrentar por la población colombiana a la hora de emprender es la restringida asequibilidad a financiación, lo que, por consiguiente, se dificulta la estructuración y consolidación de las nuevas iniciativas emprendedoras. No obstante, este obstáculo se ve acrecentado debido la carencia de políticas gubernamentales efectivas y eficiente frente el fomento del emprendimiento. Si bien, existen programas de apoyo impulsados por políticas públicas, estos suelen contar con limitaciones por motivo de su alcance, la burocracia y la mencionada dificultad de accesibilidad de recursos. Esta deficiencia estructural en el camino hacia la creación y afianzamiento de empresas justificaría en gran medida la brecha existente entre pequeñas empresas y empresas ya consolidadas.

A su vez GEM entre los descubrimientos de su reporte para el informe más actual identificaron aquellos factores principales los cuales impactan de manera más decisiva al momento de tomar la decisión de emprender, para este caso se tomó la población empresaria en etapas iniciales o gerentes de nuevas empresas. Los resultados exponen la perduración y predominancia bajo un factor principal el cual alude a la necesidad de emprender en función de la falta de oportunidades laborales siendo que a consideración de esta población emprendedora el 80,4 por ciento de ellos consideran estar algo o muy de acuerdo en relación con el grado de motivación que este representa a la hora de emprender. (Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022, 2022)

Richard Peñaloza Gómez (2019) precisa, en su ensayo, la concepción de dos tipos de emprendedores aplicables dentro del contexto colombiano, siendo el primero el emprendedor por necesidad y el segundo por oportunidad. Según el análisis del autor, los emprendedores por necesidad se consideran como aquellos que empiezan una actividad empresarial por motivo de la

búsqueda de alternativas para hacer frente a dificultades como ingresos insuficientes o la baja empleabilidad, mientras que los emprendedores por oportunidad son los que deciden crear proyectos empresariales motivados por nichos de mercados prometedores, el crecimiento empresarial y desarrollo personal.

Gracias a lo expuesto por el autor y el vínculo entre el contenido del ensayo y el del reporte GEM, aparentemente podemos deducir que una gran proporción de la población emprendedora para el contexto colombiano es por naturaleza un emprendedor por necesidad.

En consecuencia, de lo anteriormente mencionado esto representaría dificultades en el panorama del contexto emprendedor dado que este perfil es el que suele enfrentar más desafíos y retos asociados a insuficiencia de recursos, escasez de accesibilidad a redes de contactos y falta de conocimiento, siendo que se restringe la oportunidad de éxito y crecimiento empresarial.

Por motivo de ello, destaca el papel fundamental del estado frente a precisar condiciones, marcos regulatorios y ecosistemas favorables para el desarrollo del emprendimiento. En los últimos años, en relación con el contexto colombiano es considerable el ímpetu de la promoción del emprendimiento en el país, para Colombia la Ley 1014 de 2006, se ha convertido en un acontecimiento significativo que promueve el emprendimiento, en esta se establecen redes nacionales y regionales en función del emprendimiento. Esta ley formula una perspectiva la cual atribuye estrategias las cuales promueven el empresariado en función al contexto regional, adaptando sus enfoques según las singularidades del territorio. Además de ello, algunas de las medidas que se están tomando en pro del emprendimiento son la creación de laboratorios de emprendimientos, vinculación de financiación a etapas tempranas, capital semilla, encuentros de emprendimiento, etc. (Buitrago, 2014)

De manera tradicional, la responsabilidad de potenciar y proveer las herramientas

imprescindibles para el progreso del emprendimiento en la sociedad se ha atribuido mayoritariamente a una actividad habitual del estado. Concepción, que pese a proyectar fundamentalmente una realidad, se soslaya el papel de otras entidades de carácter privado sobre el incentivo de esta cultura.

Las entidades de educación media y superior pese a cumplir roles estratégicos como centros de formación e investigación académica, estas ejercen una aportación considerable frente a estimular la cultura emprendedora de diferentes regiones por medio de la vinculación de planes académicos, centros de investigaciones, eventos, etc. relacionados a temáticas emprendedoras, por consiguiente, estas entidades se erigen como reforzadoras e incubadoras de potenciales emprendedores y nuevas empresas.

En el contexto universitario moderno es imprescindible el integrar dentro de su generación de valor propuestas relacionadas con el emprender, esto implica la incorporación de medidas sobre la inclusión en los programas formación de carácter académico y pragmático respecto a la instauración de empresas. Esto provee a la comunidad académica oportunidades sobre la demanda del mercado laboral y además de ello coadyuva al establecimiento de un contexto económico colombiano concurrente, proactivo y dinámico. (Cardozo, Monroy, Flórez, Pinzón, & Romero, 2020)

La contribución social de las instituciones educativas frente a impulsar el emprendimiento repercute a diferentes grados, aconteciendo en primera medida generación de nuevos empleos, resolución de problemáticas comunes y la generación de fortuna, además de ello también se le adjudica en función del contexto actual el desarrollo del emprendimiento social e ideas de negocios relacionadas con temas de sostenibilidad ambiental. En este sentido, los emprendedores universitarios representan un impacto positivo en la comunidad, dando lugar

a la materialización de posibles empresas con aparentes compromisos ambientales y sociales.

### **3.1.7 Factores de influencia en el emprendimiento.**

La estandarización teórica sobre aquellos factores incidentes e influyentes al momento de una persona tomar la determinación sobre emprender se afianza como un marco sumamente complejo y multidisciplinar como consecuencia de las intenciones de diferentes corrientes académicas específicas por entender este fenómeno. Si bien la diversidad teórica sobre el acontecimiento que representa el estudio del emprender ha enriquecido sumamente el entendimiento del concepto también ha fragmentado y segmentado el conocimiento y por consiguiente dificulta una unificación teórica sobre este tema.

Es así como los diversos paradigmas y enfoques metodológicos que engloban el estudio sobre los factores de influencia respecto a la decisión de emprender se han atendido de manera independiente en función de los enfoques metodológicos de cada corriente teórica. Por consiguiente, y dada la vasta literatura, algunas corrientes teóricas sustentarán la influencia de factores sobre la decisión de emprender a rasgos psicológicos, algunas bajo elementos sociales, otras en función de componentes económicos, etc.

No obstante, a pesar de lo anteriormente mencionado, destaca dentro de la literatura la complementariedad existente de diversas teorías, pese a que estas se sustentan bajo distintas corrientes. Por lo que esto representa una oportunidad en relación con una comprensión más completa sobre el acontecimiento emprendedor.

La Teoría de Harvard School y la Teoría de Lugar de Control si bien por motivo de la naturaleza de sus corrientes de estudio (corriente económica y psicológica) superficialmente precisarán discrepancias al momento de su relación, estas convergen en la premisa de que el emprender se determina como un evento multifactorial en el que gracias al aditamento de estas

teorías se incorporan factores tanto personales como externos al estudio de fenómeno. (Eduardo & Andrea, 2020)

#### **3.1.7.1 Factores internos de influencia sobre el emprendimiento.**

La firme intención de emprender como evento no fortuito probable sobre el desarrollo de una nueva empresa, como fue mencionado anteriormente, se presenta como un fenómeno multifactorial en el que factores internos propios de la persona maná como componente catalizador sobre este proceso.

Sánchez y Sahuquillo citados por González exponen una visión sobre el emprender el cual vincula tantos aspectos individuales relacionados con factores psicológicos (“ser”) y las competencias en función de las habilidades que cuenta el mismo (“hacer”), aquellas competencias vinculadas a aspectos psicológicos (“ser”) hacen referencia a las características innatas y las obtenidas en función del contexto por medio de experiencia o educación, estas aluden a competencias tales como, perseverancia, liderazgo, tolerancia al riesgo e innovación y creatividad. Por otra parte, las competencias se refieren a las habilidades particulares requeridas para llevar a cabo tareas esenciales para el sustento y desarrollo el emprendimiento, tales como de gestión en diferentes niveles, negociación, orientación. (González I. , 2019)

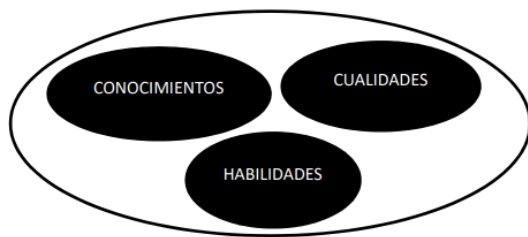
Sustancialmente, el trayecto respecto a la intención de emprender se fomenta habitualmente bajo una intensa determinación y la casi indeclinable motivación sobre profundizar sobre este camino en el que se precisan generalmente dificultades, obstáculos y desafíos los cuales implican cierto nivel de resiliencia la cual se fundamenta bajo la motivación de la persona para hacer frente a ellos y el proceso intrínseco sobre el impulso individual para dedicar recursos tangibles e intangibles para poder llevar a cabo el proyecto empresarial. (Díaz, 2018)

La innovación en la misma medida a consideración de autores se consolida como uno de los factores influyentes frente a la intención de emprender y su sustento en función del tiempo, Barney y Hernández citados por Carreño et al. En el 2021 se precisa la importancia de la capacidad para ajustarse, adaptarse y transformarse en función del contexto mediante la inclusión de invenciones y novedades en servicios y/o productos. (Carreño, Ramírez, & Hernández, 2021)

En línea con la literatura expuesta y con la intención de complementar la misma, Ivana González propone por medio de la siguiente representación gráfica aquellas habilidades y capacidades individuales requeridas por la autora para el desarrollo de un proyecto emprendedor.

**Figura 5**

*Competencias Personales Requeridas para el Emprendimiento*



Nota: Tomado de (González I. , 2019)

### **3.1.7.2 Factores externos de influencia en el emprendimiento.**

La intención de emprender fuera de ser un evento aislado está sumida bajo la influencia de factores contextuales, los cuales condicionan de manera directa e indirecta el desarrollo y perseveración del emprendimiento en función del tiempo. Tanto elementos culturales, económicos y sociales cumplen un rol esencial sobre la figuración de un entorno propicio para el desarrollo del talento emprendedor, siendo que este influye respecto a las oportunidades que la comunidad puede disponer sobre la creación de empresas, las dificultades que este puede llegar a afrontar y en algunos casos las decisiones y motivaciones de la población emprendedora.

Marulanda y Morales (2016) referencian a Martínez, Mira y Gómez, los cuales del mismo modo recalcan al emprender como un fenómeno multifacético el cual pese a ser individual en una gran proporción de los casos este se desarrolla en un contexto singular consagrado en un contexto específico el cual se ve influenciado de manera específica por factores exógenos y endógenos.

Si bien el emprender no está inmerso sobre una única institución universal, este acontecimiento en gran medida es dependiente del contexto organizacional e institucional en el que esté resurge. Tanto regulaciones legales, políticas públicas, incentivaciones hacia el emprendimiento, etc. Se afianzan como medidas pertenecientes al marco institucional que en líneas generales regulan el método, la decisión de emprender, la probabilidad de crecimiento y la viabilidad financiera de este.

Bruton, Ahlstrom y Li, citados por Mendez (2019) resaltan el papel de entidades públicas sobre el fomento del emprender gracias a medidas aplicables como de políticas favorables y la formulación de entornos adecuados para el desarrollo de nuevas empresas e innovaciones. A su vez, estos organismos, al fijar políticas fiscales apropiadas proveerán a la comunidad de facilidades sobre el impulso de la cultura emprendedora, la agilización de los trámites administrativos pertinentes y su sostenibilidad en función del tiempo.

De la misma manera, el acceso a financiamiento se erige como factor influyente en todas las etapas del emprender. Siendo que en las etapas iniciales del emprendimiento es de carácter crucial el contar con los recursos esenciales para cubrir costos iniciales y superar las dificultades implícitas en el proceso de crear una empresa. En consecuencia, la falta de financiación restringe la probabilidad de éxito y la capacidad del emprendedor para poner en acción su idea de negocio, suscitando en que el difícil acceso a apoyos de recursos económicos se consolida como causante

de emprendimientos fallidos.

A su vez el crecimiento y el contexto económico de una nación ejerce cierto nivel determinante de influencia sobre la creación de nuevos emprendimientos, siendo que indicadores como un elevado PIB “producto interno bruto” precisan un dinamismo económico regional y comercial, lo cual de manera relativamente concluyente expone un contexto favorable sobre la aptitud de la población de un país para crear empresas.

No obstante, del mismo modo indicadores específicos negativos efectúan influencias en el emprender, siendo que altas tasas de desempleo pese a ser consecuencias de un desfavorable entorno empresarial se rigen como medidas de incidencia sobre la figura del emprendedor por necesidad el cual por motivo de escasez de oportunidades y recursos se ve obligado a tomar alternativas relacionadas con la creación de empresas.

Si bien, el estudio sobre el emprender y su relación frente a la perspectiva de cada género ha adquirido fuerza en los últimos años. Un gran número de literatura científica manifiesta cierta condición diferencial frente a la disposición de emprender en relación del género. Pese a que la literatura supone una tendencia frente a una mayor predisposición del género masculino a emprender, esta brecha cada vez se ve más reducida, por lo que se implica que este es un fenómeno está sujeto a cambios en función de diferentes variables.

Distintos estudios en la última década ponen en manifiesto la relación positiva entre las relaciones familiares y una aparente mayor predisposición hacia el emprendimiento siendo que en gran medida este puede llegar a ser un factor predominante al momento de una persona tomar la decisión de crear una empresa. Laspita citado por García, Gutiérrez y Ruiz (2024) hace mención sobre lo anteriormente mencionado, siendo que el círculo familiar cercano de una persona puede llegar a fomentar valores y/o cualidades que inminentemente jugaran a favor de

los retos del contexto empresarial.

En relación con el ámbito del emprendimiento, las normas sociales ejercen fuerza sobre la definición y percepción sobre que es la consideración de un grupo deseable o incluso aceptable sobre iniciar un nuevo negocio. Si bien estas reglas las dictamina el contexto social en el que se evalúa, este por consiguiente indica que no están unificadas a un conjunto integral. En comunidades donde el desarrollo del emprendimiento es valorado de manera positiva, la tasa de personas que toman iniciativa sobre entablar una nueva organización es mayor, por tanto, las personas pertenecientes a colectivos con estas cualidades poseen una mayor probabilidad sobre tener motivaciones sólidas favorables. (Weslen, 2024)

Además de ello, el tamaño del grupo ejerce fuerza frente a las tendencias de las personas a ajustar y alinear comportamientos. En la medida en que el tamaño del grupo sea mayor, la presión ejercida será más fuerte en relación con la conformidad social por motivo de un aumento frente a la probabilidad de exclusión social o de anonimato que puede percibir el individuo, asimismo la concepción frente a un racionamiento adquirirá veracidad y legitimidad en función con la proporción de la población que esté de acuerdo con ella (Weslen, 2024)

Los contextos sociales y culturales asimismo representan un papel crucial frente al fomento y divulgación de la cultura emprendedora siendo que el lugar de residencia de un individuo y/o su lugar de origen se erigen como determinantes frente al moldeado de valores, creencias y redes personales, constituyendo así contextos más o menos adecuados para emprender. (Hidalgo, 2014)

Entornos y contextos favorables respecto para emprender se distinguen por contar con percepciones que valoran factores como la mentalidad creativa, tolerancia al riesgo, la proactividad, la autonomía, etc. Si bien estos factores en una gran proporción suelen ser

alentados por instituciones educativas, el entorno familiar y la comunidad, estos pueden diferir de manera independiente en función de la región y/o culturas.

### **3.1.8 Teoría antropológica:**

La teoría antropológica como perspectiva teórica sobre emprendimiento desde la perspectiva sociológica toma en consideración además de factores individuales y aspectos asociados al contexto sociocultural como determinantes para la creación de una empresa. Por lo que respalda la concepción de que el comportamiento relacionado con el emprendimiento se encuentra moldeado por conductas sociales. Por tanto, el emprendimiento, además de ser parte del resultado de fenómenos culturales, este también estimula su afianzamiento.

Baskerville citado por Terán y Guerrero (2020) resalta el papel que tiene la pertenencia a un grupo étnico sobre el proceso emprendedor siendo que repercute sobre actitudes y conductas de su población sustancialmente, siendo que estos factores relacionados con la etnia asocian limitaciones relativas a rasgos sociales, políticos, ecológicos y económicos que configuran opiniones, valores, concepciones, perspectivas y aspiraciones de los sujetos.

La percepción antropológica reconoce al emprendimiento como un acontecimiento relacionado con la expresión de las interacciones humanas y por consiguiente la cultura social que los unifica, partiendo de la concepción de que las personas no proceden a actuar en función de un vacío social. Además de ello, comprende la cultura como un sistema unificado que parte como referente con el cual orienta la interpretación sobre el entorno y las experiencias padecidas, siendo que estas configuran actitudes fundamentales para la instauración y la prosperidad emprendedora.

Esta teoría, por consiguiente, al trascender de concepciones económicas y psicológicas, provee un panorama holístico, consolidado e inclusivo sobre el fenómeno emprendedor. Debido

a la consideración de factores socioculturales este supuesto eventualmente permitirá la concepción integral sobre el comportamiento del emprendedor, lo que a su vez permite formular medidas e intervenciones eficaces en función de cada contexto enfocando los intereses aspectos mayoritariamente sociales y prescindiendo ligeramente de factores individuales. Por tanto, este planteamiento valdría como un enfoque estratégico sobre el estudio, reconocimiento y entendimiento de la interrelación del individuo, el contexto y la cultura emprendedora.

### **3.1.9 Teoría de acción razonada.**

La teoría de acción razonada se expone como uno de los planteamientos mejor consolidados en función del estudio de la comprensión del comportamiento de las personas al momento de tomar decisiones simples y/o complejas. Este teórico expone que la predisposición de proceder a ocupar una conducta es un acto no aislado en el que se involucran procesos cognitivos, los cuales de manera sistemática evalúan la información disponible teniendo en consideración las dificultades y beneficios. En tal sentido y en relación con el emprendimiento, esta decisión contempla razonamientos de carácter internos sobre actitudes y nociones sobre las normas conductuales sociales. (Inmaculada, 2010)

### **3.1.10 Teoría de comportamiento planificado.**

Esta teoría propuesta por Icek Ajzen (1991), precisa una concepción explicativa sobre el proceso comportamental que fundamenta la intención de tomar una acción específica, esta teoría sienta un precedente en el análisis conductista siendo que este es uno de los predictores más fiables frente a si ese comportamiento y evento realmente ocurrirá o no. Pese a ello, la presencia de variables exógenas limita a este supuesto debido al valor que estas tienen al momento de que un sujeto tome acción sobre una conducta.

La teoría de comportamiento planificado comprende tres variables interrelacionadas,

determinantes e influyentes referentes a la consecución de un comportamiento, estas son:

#### **3.1.10.1 La actitud sobre el comportamiento:**

La actitud sobre el comportamiento alude a aquella valoración personal que el sujeto hace sobre la ejecución de un determinado comportamiento. Lo que implica un juicio negativo o positivo en torno a la conducta. Este juicio se consolida en consecuencia de las convicciones que las personas tienen sobre los efectos que representaría la acción y si estos equivaliesen a perjuicios o beneficios.

#### **3.1.10.2 Norma subjetiva:**

La norma subjetiva supone la concepción que cuenta el sujeto frente a la coerción que personalmente le representaría si llevara a cabo o no la acción determinada. Dicho, en otras palabras, hace referencia a la presunta postura positiva o negativa que adoptaría el entorno social en lo que respecta al comportamiento. Esta variable determina la influencia de la comunidad y el círculo social cercano frente a la intención de alguien a actuar en ciertas medidas.

#### **3.1.10.3 Control conductual percibido:**

El control conductual percibido hace referencia a la impresión del individuo respecto a la capacidad que esta cuenta para realizar el determinado comportamiento, pese a que este represente dificultades. Un considerable control conductual percibido representa o da indicio sobre un sujeto con convicciones positivas referente a sus habilidades, los recursos con los que cuenta y un favorable acceso a oportunidades.

### **3.2 Marco Legal.**

El presente trabajo de investigación se asienta bajo un contexto legal exhaustivo, el cual pretende garantizar la protección de datos de los encuestados y la integridad del proyecto. Este

marco legal a su vez pretende sustentar la normatividad nacional vigente relacionada con temas de emprendiendo. A continuación, se detallarán algunas de las principales disposiciones normativas que regulan la investigación:

### **3.2.1 Marco legal con relación al emprendimiento en Colombia:**

También es de interés dada la naturaleza del proyecto el tener conocimiento del marco regulatorio que sustenta el emprendimiento para Colombia, este marco se fundamenta en las siguientes normas y leyes:

Colombia en su constitución política establece el amparo del emprendimiento por medio del artículo 333 el cual vela por asegurar la libertad de las personas para realizar y desarrollar actividades económicas de manera independiente dictaminando este como un derecho fundamental, este artículo a su vez se sustenta por medio del artículo 25 el cual reconoce al trabajo como un derecho fundamental para la población. (Constitución Política 1 de 1991)

La ley 905 de 2004 modificó y amplió la ley 590, esta tiene como objetivo el promover el desarrollo de empresas micro, pequeñas y medianas empresas o MiPymes, está también crea un sistema nacional de MiPymes con el cual se pretende facilitar la relación entre emprendedores y entidades del estado que brinden bienes o servicios de interés. (Ley 905 de 2004 Congreso de la Republica)

Ley 1014 de 2006 esta ley tiene el propósito de promover el emprendimiento como una cultura, en esta ley se involucran en una principal medida al estado y a las entidades educativas (no discrimina niveles de enseñanza) y establece como obligación la realización de capacitaciones, el desarrollo de programas en relación con este tema en específico, simplificar los trámites y requisitos para emprendedores (financiamiento, subsidios, etc.), establecer redes de emprendimiento, entre otras. (Villota, Delgado, & Fuentes, 2018)

Para muchos, la sentencia C – 392 de 2007 se considera como uno de los pronunciamientos fundamentales en cuanto a temas de carácter legal para el caso de los emprendimientos en Colombia. Esta sentencia tiene un gran peso en el marco legal del país con relación a que su origen viene en forma de demanda con la intención de cuestionar la Ley 1014 de 2006, lo que generó un ajuste de esta. (Pretelt, 2012)

Colombia como marco para el impulso de emprendimientos establecieron la ley 1780 de 2016, siendo que su función es estimular la creación de empresas en la población joven, estableciendo con ello beneficios sustanciales para el inicio de nuevos negocios, algunos de estos beneficios son: Extensión en sus matrículas mercantiles, renovación de la matrícula en el primer año de actividad y la reducción de aportes parafiscales. (Ley de Emprendimiento Juvenil, s.f.)

El plan Nacional de Desarrollo dado por el gobierno actual para los años 2022 al 2026 el emprendimiento cumple un rol significativo en relación con el crecimiento económico del país y los demás beneficios que consigo conllevan. En este aspecto se establecen estrategias para la fomentación del emprendimiento en el territorio nacional, algunas de las estrategias establecidas en este documento son el fomento de emprendimientos en relación con temas de deporte, recreación y actividad física; otra de las menciones habla de la estimulación del emprendimiento verde y la apropiación de una línea de formación hacia la economía campesina. (Plan Nacional de Desarrollo 2022- 2026, 2023)

### **3.2.2 Marco legal con relación con el tratado de datos.**

Además de ello, dada la naturaleza de la investigación y la imprescindible necesidad de recolección de datos por medio de encuestas, se reconoce la responsabilidad ética ineludible que esto conlleva en función del manejo de la información personal de la población de interés. Por lo que es de conocimiento para la investigación el garantizar la privacidad y confidencialidad de la

información proporcionada por la población participante del proyecto.

En relación con esto, es de interés el fomentar confianza entre los sujetos de estudio, por lo que de acuerdo con la normatividad resulta imperativo tomar medidas en función de salvaguardar los datos personales y asegurar que estos únicamente serán utilizados para fines investigativos. Por motivo de ello, la información de carácter personal que pueda aludir a la identificación de los encuestados dentro de esta investigación no se expondrá. Con posterioridad a la finalización de la investigación, la información personal del focus group se eliminará de manera segura, conservando exclusivamente los datos requeridos para el análisis y la publicación de los resultados.

En conformidad con lo estipulado en el artículo 9 de la Ley 1581 de 2012, se dispuso a obtener un consentimiento informado previo al inicio de la recolección de los datos en la encuesta. Esta condición garantiza que los partícipes tengan pleno conocimiento sobre de qué manera y en qué medida se aplicaran los datos recolectados, además de ello con esto autorizan el manejo de la información, los cuales únicamente serán usados para fines investigativos. (Ley 1581 de 2012)

Es conveniente manifestar que la participación de los sujetos en la encuesta es voluntaria, por lo que este puede negarse a participar sin repercusiones alguna. Así mismo, es de conocimiento de los participantes en qué medida y con qué intención se tratarán los datos proporcionados, por tanto, al aceptar participar, autoriza y manifiestan su consentimiento sobre el tratamiento de datos para fines únicamente investigativos. Además de ello, es relevante el mencionar que este consentimiento previamente adquirido puede ser revocado sin menester alguna, si así el sujeto lo decide en respuesta de esto los datos proporcionados no serán considerados para la investigación.

Análogamente, el presente proyecto de investigación se valdrá de los principios estipulados en la declaración de Helsinki para sustentar los estándares éticos en los que se basará el estudio. Dada la naturaleza de la investigación se atribuyó un particular interés sobre la protección y preservación de los derechos, datos y dignidad de los individuos partícipes del proyecto, cerciorando a cada paso su bienestar.

## **4 Marco Metodológico**

### **4.1 Tipo de Investigación**

El presente proyecto de investigación se fundamenta bajo un diseño de estudio de carácter descriptivo y relacional, el cual cuenta con un enfoque cuantitativo y asimismo un diseño transversal, el cual pretende compilar y estudiar los datos de la población específica en un momento determinado. Este además de ello pretende caracterizar, analizar y comparar los niveles de emprendimiento referentes a las facultades de Ingeniería Industrial y Administración de empresas de la Universidad Santo Tomás, lo que concederá un acercamiento esencial sobre la aparente relación entre estos niveles y variables asociadas al contexto demográfico del focus group de estudio.

Con la intención de disponer de información precisa y compatible con los propósitos del proyecto de investigación, se decantó por la aplicación de un instrumento de recolección de información constatado y estandarizado. En tal sentido, se optó por fundamentar la encuesta bajo un ajuste en el contenido del instrumento GEM (Global Entrepreneurship Monitor), siendo que este ha sido aplicado en diferentes etapas, en más de 40 países y cuenta con rigurosidad metodológica justificada bajo el juicio de expertos partícipes de este estudio. Esta designación se sustenta bajo la necesidad inherente de garantizar la aplicación de un cuestionario pertinente en

inteligible para el focus group “Estudiantes de Ingeniería Industrial y Administración de empresas de la Universidad Santo Tomás”, además de ello se mantuvo la estructura predispuesta por GEMM.

En interés de realizar los análisis correspondientes para la investigación, se valió de diversos softwares estadísticos especializados para garantizar la validez de estos. El software principal empleado fue JASP “Jeffreys’s Amazing Statistics Program”, herramienta estadística la cual destaca a nivel mundial por su capacidad de realizar pruebas estadísticas de carácter avanzado. Esta plataforma de código abierto permite, sin la necesidad de una programación compleja de sus datos, facilitar la aplicación de herramientas estadísticas, análisis de carácter descriptivo, inferenciales y multivariados.

El uso del software JASP permitió una ejecución rigurosa de los cálculos estadísticos que fueron requeridos para esta investigación. Este software estadístico posibilitó la generación de pruebas estadísticas, tablas y gráficos fundamentales para la interpretación de los respectivos hallazgos y la presentación clara de los mismos. La elección de JASP aportó un valor significativo a la investigación por medio de su respaldo por la comunidad científica y su reconocida transparencia, además de ello al garantizar la trazabilidad y replicabilidad de los análisis, se fortalece la objetividad y credibilidad del estudio, siendo que estos pueden ser verificados por otros investigadores interesados.

Para profundizar en la comprensión de los datos obtenidos por las encuestas aplicadas, se emplearán distintas técnicas estadísticas específicas. En un primer momento, se harán análisis descriptivos para tener noción sobre el panorama general de las características determinadas de la población de estudio. Así mismo, se aplicarán pruebas más específicas como la U de Mann Whitney y Kruskal- Wallis para detectar diferencias en la ubicación de distribuciones de las

variables de interés. Por último, se hará un análisis de aparentes correlaciones por medio de los coeficientes de correlación de Kendall entre las variables demográficas y la intención de emprender.

#### **4.2 Encuesta a estudiantes:**

El instrumento de recolección de la información requerida, por tanto, la encuesta, se aplicó con la intención de disponer los datos más precisos referentes a las características demográficas individuales del focus group y sus percepciones frente a aspectos fundamentales para la investigación.

En relación con el trabajo de investigación se planteó una población finita de 459 estudiantes de Ingeniería Industrial y Administración de empresas en la Universidad Santo Tomás, seccional Tunja.

Por lo cual se aplicó para esta investigación un cálculo de muestras finitas en el que se planteó un nivel de confianza del 95% con un margen de error de 5% y una proporción esperada de 50%. Se aplicó la fórmula de la siguiente manera:

$$n = \frac{459*(1,96)^2*0,5*0,5}{(0,05)^2*(459-1)+(1,96)^2*0,5*0,5} = 210$$

Con el pertinente espacio muestral calculado, se distribuyeron los 210 estudiantes de manera equitativa y proporcional respectivamente por facultad.

Además, para ello en primer momento y con la intención de obtener un perfil detallado de los estudiantes partícipes del proyecto, conocer características demográficas y contextualizar las respuestas; la encuesta comenzó solicitando información específica como correo electrónico institucional, género, edad, estado civil, semestre cursado al momento de la encuesta, entre otras. Estos datos son de carácter crucial para poder analizar aparentes relaciones existentes entre las

características personales de los estudiantes y sus percepciones frente a actitudes o comportamientos en función con los objetivos del estudio. Asimismo, esto permitirá realizar comparaciones entre subgrupos del focus group, lo que fortalecerá la interpretación de los resultados obtenidos.

Posterior a la recolección de información socio demográfica, la encuesta interiorizó al respecto de las intenciones profesionales de los partícipes y si estos se encuentran relacionados con la actividad emprendedora. Con el propósito de disponer la información precisa, se aplicaron afirmaciones con respuestas en formato de escala de Likert de siete puntos, las cuales comprenden un rango variable desde “1= Totalmente en desacuerdo” hasta “7= Totalmente de acuerdo”. La empleabilidad de una escala de Likert se sustenta bajo la necesidad de contar con información cuantitativa que facilite el análisis estadístico y la comparación entre los estudiantes de las carreras a examinar.

Subsiguientemente, se profundizó en relación con la concepción que tienen los estudiantes con respecto a la relación que tiene la Universidad Santo Tomás en la actividad emprendedora. Con miras a indagar sobre esta relación, se sometieron asimismo afirmaciones con respuestas en formatos de escalas de Likert las cuales tienen el propósito conocer la percepción de los encuestados frente a la correlación positiva o negativa entre la institución educativa, la formación académica y la posibilidad de iniciar una actividad económica. Los ítems procuraron ahondar sobre la relevancia del apoyo institucional, los conocimientos adquiridos dentro de la formación académica, la percepción general del entorno universitario frente al fomento de la cultura académica, etc.

Adicionalmente, se procuró indagar sobre posible experiencia previa que podría tener la población encuestada en relación con servicios y/o cursos de aprendizaje relacionados a

emprender que hubieran podido cursar. Por ello se introdujeron afirmaciones referentes a la temática a explorar ya mencionada, estas pretenden ser medidas bajo un grado de acuerdo o desacuerdo según así lo consideré el encuestado, de la misma forma que afirmaciones anteriores se mantuvo la aplicabilidad de una escala de Likert de siete puntos. Esto permitió cuantificar en gran medida el grado de impacto que la percepción de los encuestados, estos cursos y/o servicios tuvieron sobre la mejora de habilidades y conocimientos propios. Asimismo, se incluyeron preguntas con respuestas dicotómicas “sí” y “no” con la intención de precisar de manera clara aquellos participantes que habían participado de algún curso y/o servicio asociado a emprender.

Del mismo modo se exploró la relación entre el emprendimiento y el contexto social en el que se desenvuelve cada encuestado. Para el caso de esta encuesta se prestó un principal interés sobre el entorno cercano, el cual compete el círculo familiar, amistades cercanas, compañeros de estudio, etc. En tal sentido, se indagó sobre posibles percepciones que tendrían sus entornos en relación con la cultura emprendedora, como: estarían en acuerdo o desacuerdo frente a la decisión de emprender, valoran y fomentan la cultura emprendedora, etc. Estas dimensiones pretenden evaluar en qué medidas el contexto social repercute sobre la población.

Para la sección de características individuales, se exploró sobre percepciones relacionadas con factores de carácter personal, los cuales en gran nivel repercuten sobre la posible actividad emprendedora. Para ello se mantuvo la escala de Likert aplicada para las demás secciones, además de ello también se aplicaron preguntas con respuestas dicotómicas de “Sí” y “No”, en particular para las preguntas dicotómicas se pretendió identificar sobre aquella proporción de la población involucrada en actividades emprendedoras, aquella que gestiona al momento de aplicar la encuesta su empresa propia y si sus padres son empresarios.

Por último, la encuesta culmina mediante la intención de comprender en qué dimensión él

riesgo como medida de incertidumbre y aparentes obstáculos repercuten sobre la intención de crear un emprendimiento. Por ello se introdujeron afirmaciones planificadas para concebir en una medida la tolerancia al riesgo individual y social, y si esto tiene una repercusión frente a su intención de aprender de ello o su firme seguridad de iniciar una empresa.

## **5 Resultados y análisis.**

### **5.1 Resultados descriptivos.**

#### **5.1.1 Muestra.**

El presente trabajo de investigación se afianza bajo un tamaño muestral de 2019 estudiantes, cifra debidamente representativa en relación con la población estudiantil objeto de estudio. El tamaño muestral se sustenta bajo un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, recurriendo a la fórmula para poblaciones finitas. De la misma manera se distribuyó de manera ecuánime entre las dos facultades, siendo que concretamente la muestra abarcó a 110 de 202 estudiantes de la facultad de Administración de Empresas y 109 de 257 estudiantes de la facultad de Ingeniería Industrial respectivamente.

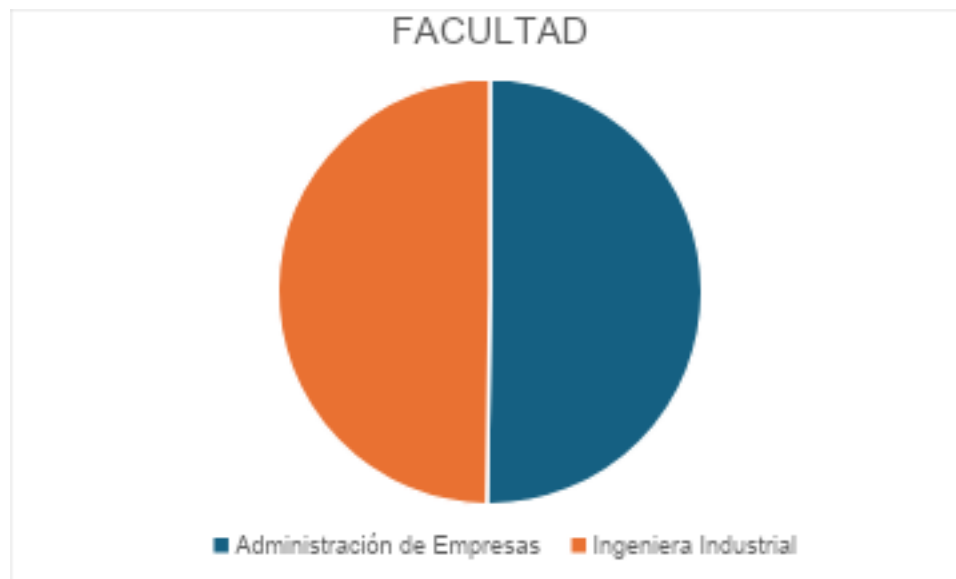
**Tabla 2.**

*Frecuencias por facultad.*

| FACULTAD                   | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------------|------------|------------|
| Administración de Empresas | 110        | 50.228     |
| Ingeniera Industrial       | 109        | 49.772     |
| Total                      | 219        | 100.000    |

**Figura 6**

*Gráfico circular, frecuencias por facultades*



La muestra estudiada a su vez se distribuyó en relación con la variable género en 125 estudiantes correspondientes al género femenino y 94 estudiantes correspondientes a género masculino, la variable categórica referente a un género diferente a los dos mencionados no fue incluida por motivo de que dentro de la muestra ningún encuestado se identificó con un género diferente.

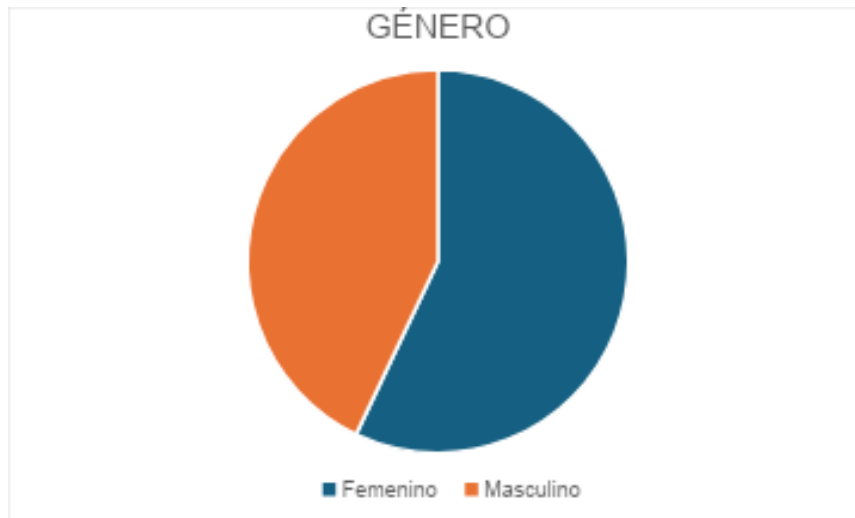
**Tabla 3**

*Frecuencias por género.*

| GEN.      | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|------------|------------|
| Femenino  | 125        | 57.078     |
| Masculino | 94         | 42.922     |
| Total     | 219        | 100.000    |

**Figura 7**

*Gráfico circular, frecuencias por género.*



El análisis descriptivo de los datos reveló una significativa disparidad en relación con la variable estado civil, siendo que, del total de 2019 encuestados, 207 de los individuos encuestados se encontraban solteros al momento de la recolección de la información. Por el contrario, únicamente 12 de los estudiantes encuestados señalaron estar en una relación, sea unión libre, noviazgo, matrimonio u otra condición similar. Esta distribución significativamente diferencial sugiere que el contexto universitario en el que se aplica la encuesta se caracteriza por un nivel de soltería alto, lo cual implica que los estudiantes aparentemente tienen intereses diferentes a tener una relación formal dentro de sus semestres académicos. Gracias a ello, esta variable no fue tomada en cuenta para los análisis.

Respecto al nivel socioeconómico, la información recolectada expuso una tendencia de la muestra a agruparse en estratos para el contexto colombiano. Para Colombia, el esquema de estratificación clasifica a su población en seis estratos diferentes según coyunturas específicas como, lugar de residencia o condiciones sociales. Referente a esta investigación de los 219

estudiantes encuestados, 104 de los individuos se focalizaron con un estrato 3. Respectivamente, procedieron 46 estudiantes con un estrato 2, 39 estudiantes con un estrato 4, 19 estudiantes con un estrato 5, 9 estudiantes con un estrato 1 y únicamente 2 estudiantes encuestados con un estrato 6 en sus actuales viviendas. Como anteriormente fue mencionado, esta distribución precisa que la muestra tiende a componerse principalmente por clases sociales medias, con cierta tendencia a contar con una representación menor en los extremos de la escala socioeconómica colombiana. Con el fin de tratar con la mencionada disparidad de los datos, los estratos socioeconómicos se agruparon en tres categorías principales, siendo este estrato bajo, medio y alto, pese a ello el estrato medio se mantuvo como la variable categórica de nivel socioeconómico con mayor índice de frecuencia.

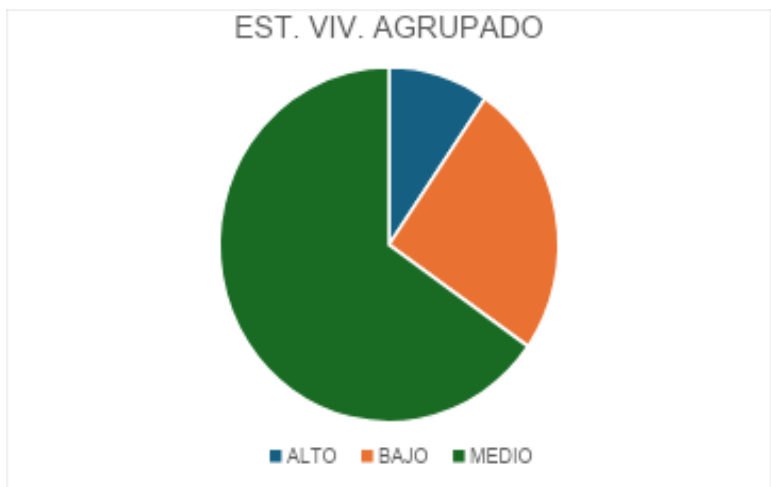
**Tabla 4**

*Frecuencias para el estrato de vivienda actual.*

| EST. VIV<br>AGRUPADO | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|------------|
| ALTO                 | 21         | 9.589      |
| BAJO                 | 55         | 25.114     |
| MEDIO                | 143        | 65.297     |
| Total                | 219        | 100.000    |

**Figura 8**

*Gráfico circular, frecuencias por estrato de vivienda actual.*



El año de ingreso a la Universidad Santo Tomás, del mismo modo que la variable categórica de estado socioeconómico, puso en manifiesto una frecuencia dispersa entre sus categorías, por lo que estos datos de igual manera fueron tratados para responder a una distribución homogénea. Las categorías del año de ingreso a la universidad se agruparon de la siguiente manera: estudiantes ingresados en la universidad para el año 2022, estudiantes ingresados entre los años 2018 y 2021, y estudiantes ingresados entre los años 2023 y 2024.

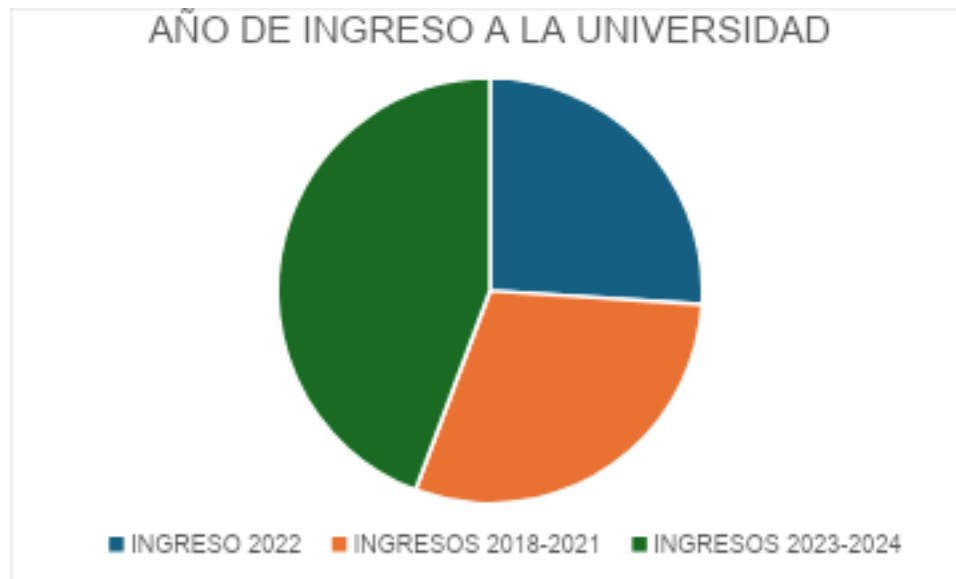
**Tabla 5**

*Frecuencias para años de ingreso a la universidad.*

| A.O ING. U<br>AGRUPADOS | Frecuenci<br>a | Porcentaj<br>e |
|-------------------------|----------------|----------------|
| INGRESO 2022            | 57             | 26.027         |
| INGRESOS 2018-2021      | 65             | 29.680         |
| INGRESOS 2023-2024      | 97             | 44.292         |
| Total                   | 219            | 100.000        |

**Figura 9**

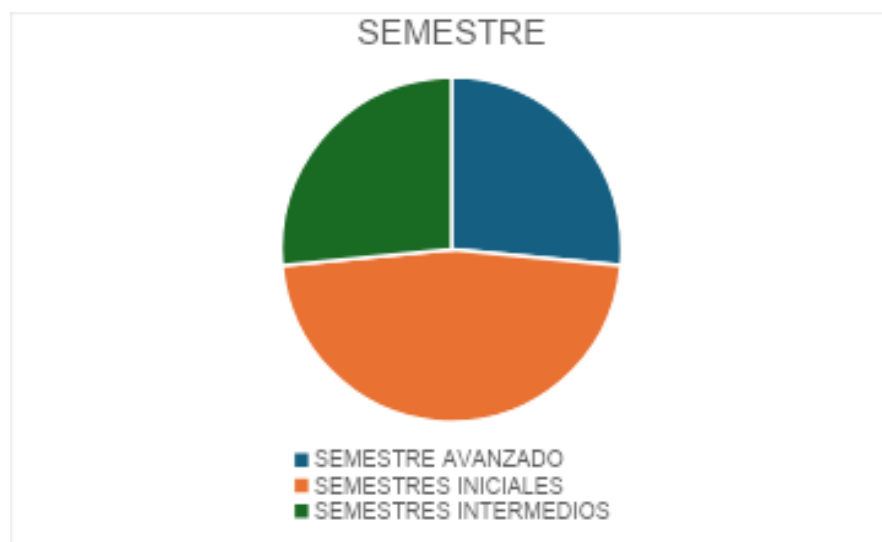
*Gráfico circular, frecuencias por años de ingreso a la universidad.*



En relación con la distribución de los estudiantes encuestados y el semestre académico al que pertenecen, se identificó cierta tendencia frente a una concentración representativa en semestres superiores, particularmente en los cuartos, sextos y séptimos semestres. Particularmente para esta variable se recopilieron 12 estudiantes de primer semestre, 18 para el segundo semestre, 10 para el tercer semestre, 63 para el cuarto semestre, 20 para el quinto semestre, 38 para el sexto semestre, 31 para el séptimo, 25 para el octavo semestre y 2 únicamente para el noveno semestre. Dada la distribución heterogénea entre semestres, se agruparon los semestres en: semestres iniciales (primer, segundo, tercer y cuarto semestre), semestres intermedios (quinto y sexto semestre) y semestres avanzados (séptimo, octavo y noveno).

**Tabla 6***Frecuencias por semestres.*

| M                     | Frecuenci<br>a | Porcentaj<br>e |
|-----------------------|----------------|----------------|
| SEMESTRE AVANZADO     | 58             | 26.484         |
| SEMESTRES INICIALES   | 103            | 47.032         |
| SEMESTRES INTERMEDIOS | 58             | 26.484         |
| Total                 | 219            | 100.000        |

**Figura 10***Gráfico circular, frecuencias por semestres.*

### 5.1.2 Proyecciones generales profesionales a futuro.

Con el propósito de profundizar al respecto de las proyecciones profesionales a futuro de los estudiantes, se consultó por medio de una secuencia de preguntas de respuesta múltiple sus metas profesionales en dos períodos principales. Inicialmente, se profundizó sobre las aspiraciones profesionales inmediatas, en otras palabras, aquellas que pretenden tener una vez

culminados sus estudios. Seguidamente, se examinó si estas persistían en un período temporal más lejano (cinco años después de haber culminado sus estudios).

Los resultados percibidos al respecto de las proyecciones profesionales inmediatas de los estudiantes indican una aparente tendencia relacionada con la intencionalidad de querer emplearse y emprender una vez culminados sus estudios, donde el 48.8% de la muestra (106 estudiantes) cuenta con la voluntad de incorporarse al mercado laboral formal ya habiendo culminado sus estudios. Por otra parte, cerca del 37% de los estudiantes encuestados (81 estudiantes) manifestó intereses sobre la creación de un proyecto empresarial.

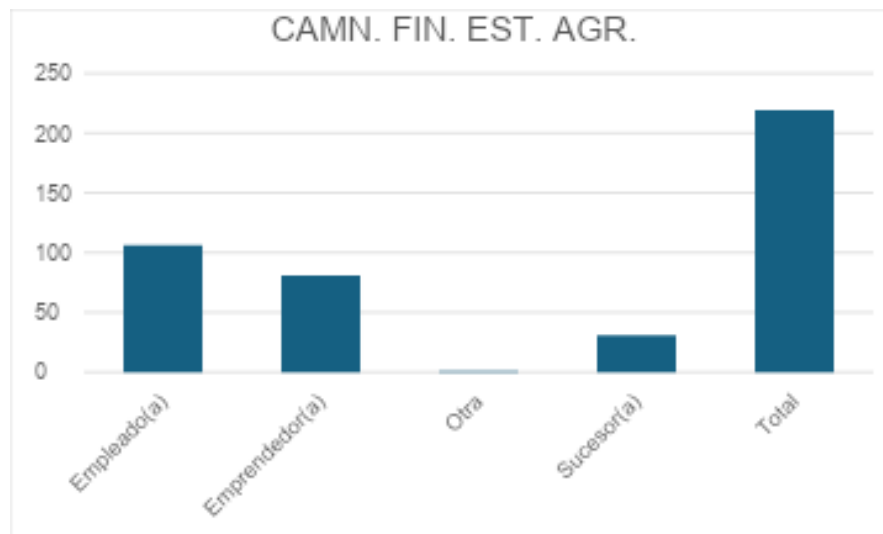
**Tabla 7**

*Frecuencias para CAMN. FIN. EST. AGR.*

| CAMN. FIN. EST. AGR. | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|------------|
| Empleado(a)          | 106        | 48.402     |
| Emprendedor(a)       | 81         | 36.986     |
| Otra                 | 1          | 0.457      |
| Sucesor(a)           | 31         | 14.155     |
| Total                | 219        | 100.000    |

**Figura 11**

*Gráficos de columnas, frecuencias para CAMN. FIN. EST. AGR.*



Los resultados de las proyecciones profesionales en un período posterior a cinco años dejan en evidencia novedades significativas respecto a las aspiraciones de los estudiantes. Por lo que, si bien el hacer parte del mercado laboral formal sigue destacando como medida de interés, es evidente el cambio en su representación porcentual. Particularmente, para esta alternativa, el porcentaje de estudiantes que desean emplearse en un período de cinco años disminuye en 21.918 puntos porcentuales, alcanzando un 26.484% de la muestra (58 estudiantes).

Asimismo, se evidencia un incremento directamente proporcional en relación con la intención de emprender en un largo plazo, este incremento en la representación porcentual de la muestra se ajusta a la disminución evidenciada para la alternativa de empleabilidad formal por lo que aparentemente sugiere una relación directa entre el tiempo dentro del mercado laboral y sus intereses profesionales. Presuntamente, esto podría sustentarse bajo la idea de que la muestra visualiza el empleo formal como medida inicial para la captación de recursos y experiencia para futuros proyectos empresariales propios.

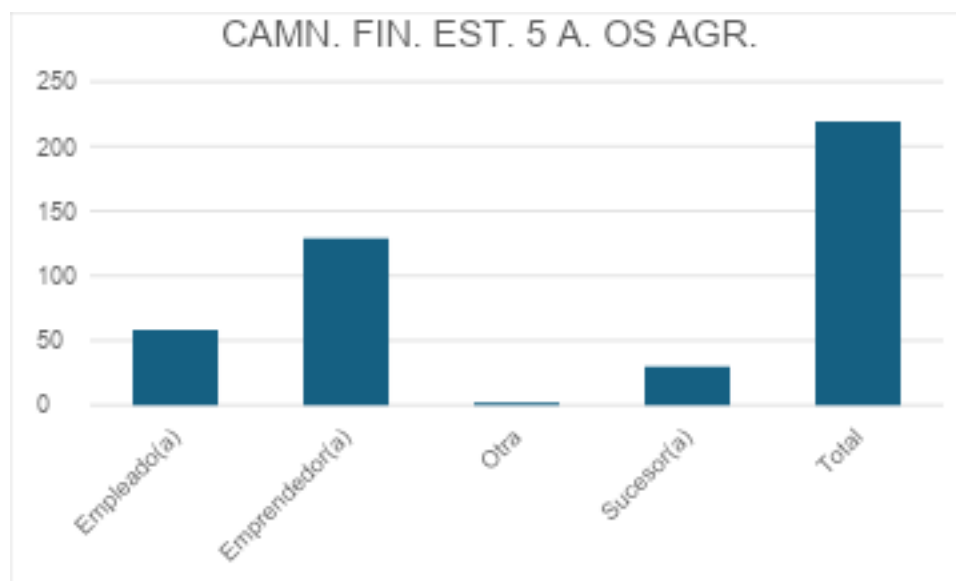
**Tabla 8**

*Frecuencias para CAMN. FIN. EST. 5 A. OS AGR.*

| CAMN. FIN. EST. 5 A. OS AGR. | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------|------------|------------|
| Empleado(a)                  | 58         | 26.484     |
| Emprendedor(a)               | 129        | 58.904     |
| Otra                         | 2          | 0.913      |
| Sucesor(a)                   | 30         | 13.699     |
| Total                        | 219        | 100.000    |

**Figura 12**

*Gráfico de columna, frecuencias para CAMN. FIN. EST. 5 A. OS AGR.*



#### **5.1.2.1 Proyecciones profesionales entre facultades:**

Respondiendo a la necesidad de contar con una primera aproximación más específica y verificar posibles tendencias en las proyecciones profesionales de las facultades, se generaron

tablas de frecuencias para cada periodo cruzándose con la variable “facultad”, los resultados fueron los siguientes:

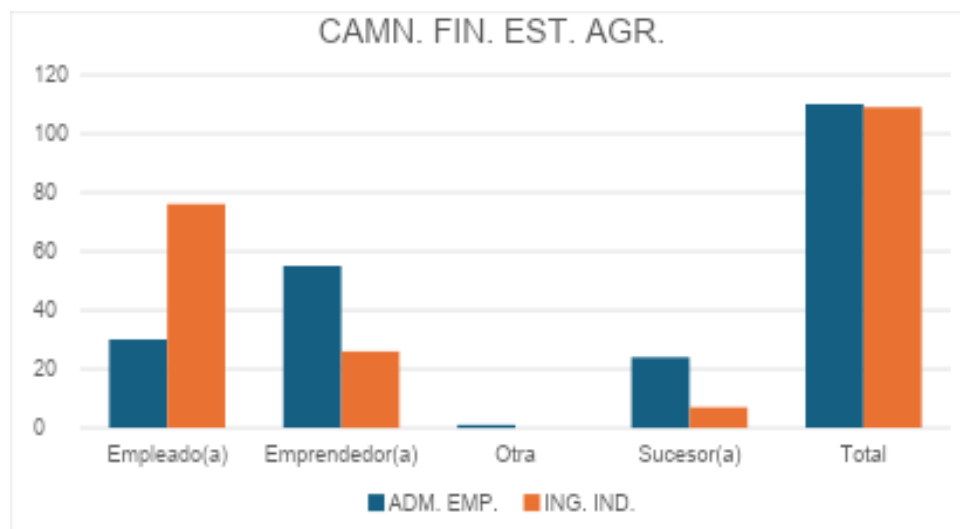
**Tabla 9**

*FRECUENCIAS PARA CAMN. FIN. EST. AGR.*

| FACU                          | CAMN. FIN. EST.<br>AGR. | Frecuenci<br>a | %       |
|-------------------------------|-------------------------|----------------|---------|
| Administración de<br>Empresas | Empleado(a)             | 30             | 27.273  |
|                               | Emprendedor(a)          | 55             | 50.000  |
|                               | Otra                    | 1              | 0.909   |
|                               | Sucesor(a)              | 24             | 21.818  |
|                               | Total                   | 110            | 100.000 |
| Ingeniera Industrial          | Empleado(a)             | 76             | 69.725  |
|                               | Emprendedor(a)          | 26             | 23.853  |
|                               | Otra                    | 0              | 0.000   |
|                               | Total                   | 109            | 100.000 |

**Figura 13**

*Gráfico de columnas agrupadas, frecuencias para CAMN. FIN. EST. AGR.*



En la tabla 8 se observa la frecuencia sobre qué camino seguirá la muestra una vez terminados sus estudios según su facultad de procedencia, esta tabla se expone que los estudiantes encuestados para la facultad de Administración de Empresas a diferencia de los estudiantes de Ingeniería Industrial tienden a tener una mayor intencionalidad frente a emprender como primera opción una vez culminada su carrera, siendo que cuentan con una diferencia de 26,147 puntos porcentuales en relación con la muestra.

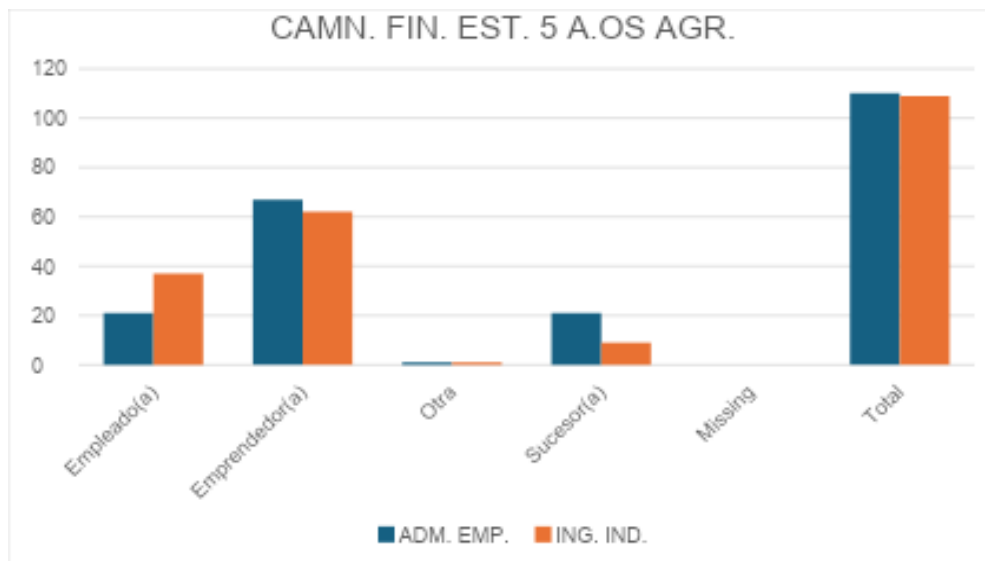
**Tabla 10**

*Frecuencias para CAMN. FIN. EST. 5 A.OS AGR.*

| FACU                       | CAMN. FIN. EST. 5 A.OS AGR. | Frecuencia | %      |
|----------------------------|-----------------------------|------------|--------|
| Administración de Empresas | Empleado(a)                 | 21         | 19.091 |
|                            | Emprendedor(a)              | 67         | 60.909 |
|                            | Otra                        | 1          | 0.909  |

**Tabla 10***Frecuencias para CAMN. FIN. EST. 5 A.OS AGR.*

| FACU                 | CAMN. FIN. EST. 5 A.OS AGR. | Frecuencia | %       |
|----------------------|-----------------------------|------------|---------|
| Ingeniera Industrial | Sucesor(a)                  | 21         | 19.091  |
|                      | Total                       | 110        | 100.000 |
|                      | Empleado(a)                 | 37         | 33.945  |
|                      | Emprendedor(a)              | 62         | 56.881  |
|                      | Otra                        | 1          | 0.917   |
|                      | Sucesor(a)                  | 9          | 8.257   |
|                      | Total                       | 109        | 100.000 |

**Figura 14***Gráfico de columnas agrupadas, frecuencias para CAMN. FIN. EST. 5 A.OS AGR.*

El análisis comparativo en relación con las dos tablas de frecuencias expuestas confiere la

identificación de cambios en tendencias frente a sus proyecciones profesionales. Para los estudiantes de administración de empresas la alternativa referente a emprender si bien sigue siendo la de mayor interés esta se refuerza de manera directamente proporcional en función del paso del tiempo, en tanto que para los estudiantes de ingeniería Industrial se evidencian cambios significativos entre el seguir aplicándose de manera formal hacia la creación de proyectos emprendedores, siendo que 36 de estos estudiantes los cuales pretenden acceder al mercado laboral una vez terminados sus estudios, posterior a un periodo mayor a cinco años aspiran iniciar un proyecto emprendedor.

### **5.1.3 Creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras.**

Análogamente y por medio de la segmentación de la muestra entre facultades, se realizó un análisis descriptivo frente a las respuestas suministradas en las escalas de Likert expuestas en las encuestas las cuales pretenden abarcar dimensiones tales como intenciones profesionales, percepciones sobre la universidad, cursos y servicios, entorno cercano, características individuales y percepciones con respecto al riesgo, siendo que estas aparentemente influyen sobre las intenciones emprendedoras.

#### **5.1.3.1 Facultad de Administración de Empresas.**

A continuación, se exponen los análisis descriptivos relacionados con las creencias que aparentemente impactan sobre la intención emprendedora de los estudiantes de Administración de empresas.

Cada una de las creencias fueron evaluadas por medio de escalas de Likert de siete niveles.

**Tabla 11***Estadísticos descriptivos respuestas Administración de empresas.*

| Creencias que aparentemente impactan sobre la intención emprendedora |                                                                                                                                     | MEDIA | MODA | VARIANZA | DESVIACION ESTÁNDAR | COEFICIENTE DE ASIMETRÍA |
|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------|----------|---------------------|--------------------------|
| Intenciones profesionales                                            | Tengo la firme intención de crear empresa algún día.                                                                                | 6,3   | 7,0  | 1,2      | 1,1                 | -2,0                     |
|                                                                      | Haré todo lo posible por iniciar y dirigir mi propia empresa                                                                        | 6,5   | 7,0  | 0,7      | 0,9                 | -1,7                     |
|                                                                      | Estoy determinado(a) a crear una empresa en el futuro.                                                                              | 6,4   | 7,0  | 1,0      | 1,0                 | -1,6                     |
|                                                                      | Mi meta profesional es convertirme en emprendedor(a)                                                                                | 6,2   | 7,0  | 1,2      | 1,1                 | -1,5                     |
|                                                                      | Haría cualquier cosa por ser emprendedor                                                                                            | 5,8   | 7,0  | 2,3      | 1,5                 | -1,1                     |
| En relación con su universidad                                       | El ambiente de mi universidad me inspira a desarrollar ideas para crear nuevos negocios                                             | 5,1   | 5,0  | 2,1      | 1,4                 | -0,5                     |
|                                                                      | En mi universidad existe un ambiente favorable para convertirme en emprendedor                                                      | 5,2   | 5,0  | 1,9      | 1,4                 | -0,6                     |
|                                                                      | En mi universidad los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras.                                     | 5,2   | 5,0  | 2,2      | 1,5                 | -0,6                     |
| cursos y servicios                                                   | Los cursos o servicios que he recibido aumentaron mi conocimiento de los emprendedores                                              | 5,3   | 5,0  | 2,0      | 1,4                 | -0,8                     |
|                                                                      | Los cursos o servicios que he recibido aumentaron mi conocimiento sobre las actividades que hay que realizar para crear una empresa | 5,4   | 5,0  | 1,8      | 1,3                 | -0,8                     |
|                                                                      | Los cursos o servicios que he recibido mejoran mis habilidades de gestión para la creación de empresa                               | 5,4   | 6,0  | 1,7      | 1,3                 | -0,8                     |

|                 |                                                                                                                                                    |     |     |     |     |      |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|------|
|                 | Los cursos o servicios que he recibido mejoran mis habilidades para crear redes de contactos (clientes, proveedores, gremios, asociaciones).       | 5,3 | 5,0 | 1,8 | 1,4 | -0,5 |
|                 | Los cursos o servicios que he recibido mejoran mis habilidades para identificar oportunidades de negocio.                                          | 5,4 | 6,0 | 1,6 | 1,3 | -0,5 |
|                 | Mi universidad mejora, facilita y fomenta el desarrollo de la investigación, la tecnología, la innovación y el espíritu emprendedor.               | 5,6 | 6,0 | 1,4 | 1,2 | -0,7 |
|                 | Mi universidad mejora, facilita y fomenta la colaboración con las autoridades locales / empresas para proporcionar empleo a todos los estudiantes. | 5,1 | 5,0 | 2,4 | 1,6 | -0,8 |
| Entorno cercano | Si decidiera ser emprendedor ¿Cómo reaccionaría la gente de su entorno? x Su familia más cercana                                                   | 6,0 | 7,0 | 2,1 | 1,4 | -1,7 |
|                 | Si decidiera ser emprendedor ¿Cómo reaccionaría la gente de su entorno? x Sus amigos                                                               | 5,8 | 7,0 | 1,8 | 1,4 | -1,4 |
|                 | Si decidiera ser emprendedor ¿Cómo reaccionaría la gente de su entorno? x Sus compañeros de estudio                                                | 5,4 | 7,0 | 2,0 | 1,4 | -0,7 |
|                 | La cultura de su región o comunidad es favorable hacia la actividad emprendedora.                                                                  | 5,5 | 6,0 | 1,5 | 1,2 | -0,5 |
|                 | El papel del emprendedor en la economía de mi región es valorado y reconocido positivamente.                                                       | 5,3 | 5,0 | 1,6 | 1,3 | -0,3 |
|                 | En su región se considera que la actividad emprendedora vale la pena, a pesar de los riesgos.                                                      | 5,4 | 5,0 | 1,7 | 1,3 | -0,6 |
|                 | En mi región, se tiende a pensar que los propietarios - gerentes de negocios se aprovechan de los demás.                                           | 5,0 | 5,0 | 2,7 | 1,6 | -0,6 |

|                              |                                                                                                                           |     |     |     |     |      |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|------|
| Características individuales | Confío en mis capacidades a pesar de que cometa errores                                                                   | 6,0 | 7,0 | 1,7 | 1,3 | -1,7 |
|                              | Estoy convencido de mis capacidades, aptitudes y sé muy bien cómo explotarlas                                             | 6,1 | 7,0 | 1,1 | 1,0 | -1,1 |
|                              | Escuchó la opinión de aquellos que entienden un problema de manera diferente a mi                                         | 6,1 | 7,0 | 1,0 | 1,0 | -0,9 |
|                              | Tengo persistencia en el logro de mis objetivos                                                                           | 6,2 | 7,0 | 1,0 | 1,0 | -1,5 |
|                              | Me gusta trabajar en equipo para llegar a una mejor solución                                                              | 6,0 | 7,0 | 1,3 | 1,2 | -1,7 |
|                              | Veo posibilidades creativas (de innovación) en cada cosa que realizo                                                      | 5,9 | 7,0 | 1,4 | 1,2 | -1,0 |
|                              | Optó por posiciones positivas ante los problemas y adversidades                                                           | 6,1 | 7,0 | 1,1 | 1,0 | -1,8 |
|                              | Creo firmemente que tendré éxito en todo lo que me proponga hacer                                                         | 6,2 | 7,0 | 1,3 | 1,1 | -1,9 |
|                              | Prefiero ir un paso adelante y poner en marcha un proyecto, en lugar de sentarse y esperar a que alguien más lo haga.     | 6,0 | 7,0 | 1,0 | 1,0 | -0,9 |
|                              | A menudo soy primero en dar su opinión, exponer sus ideas y proporcionar recomendaciones cuando la situación se lo exige. | 5,7 | 6,0 | 1,4 | 1,2 | -0,9 |
|                              | Normalmente actúo anticipando problemas, necesidades o cambios futuros.                                                   | 5,8 | 6,0 | 1,0 | 1,0 | -0,3 |
|                              | Tiendo a planificar con anticipación los proyectos                                                                        | 5,7 | 6,0 | 1,2 | 1,1 | -0,7 |
| Opinión sobre el riesgo      | El miedo al fracaso me frenaría a la hora de crear una empresa                                                            | 4,1 | 5,0 | 4,2 | 2,0 | -0,2 |
|                              | El miedo es un estigma social relacionado con el fracaso y me frenaría a la hora de crear una empresa                     | 4,2 | 5,0 | 4,1 | 2,0 | -0,2 |
|                              | Creo que es posible aprender del fracaso                                                                                  | 5,9 | 7,0 | 2,0 | 1,4 | -1,7 |

|  |                                                                                             |     |     |     |     |      |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|------|
|  | He fracasado previamente en la realización de un proyecto, iniciativa o creación de empresa | 4,3 | 4,0 | 4,4 | 2,1 | -0,3 |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|------|

Los resultados precisan que sobre la sección de “INTENCIONES PROFESIONALES” se puede advertir una media general mayor a 6 lo que indica un grado de satisfacción favorable frente a este comportamiento, por lo que la muestra evidencia una fuerte determinación a la hora de crear un proyecto emprendedor. Esta inclinación se refuerza por medio de la consistencia de su moda, donde el grado de satisfacción más alto “7” es la variable con más frecuencia entre la muestra estudiantil para la facultad de Administración de empresas. Además de ello, existe mayoritariamente cierta homogeneidad en la distribución de las respuestas, a excepción de “HAR. CUAL. EMP”, la cual también presenta una media inferior a las demás respuestas, lo que sugiere que si bien la muestra cuenta con intereses sobre emprender, la muestra no necesariamente hará cualquier cosa para emprender.

Esta sección “INTENCIONES PROFESIONALES” cuenta con desviaciones estándares relativamente bajas, lo que precisa que la mayoría de los estudiantes están de acuerdo con su intencionalidad de emprender. Así mismo, los valores negativos referentes al coeficiente de asimetría indica que los estudiantes de administración encuestados tienen una intención de emprender, donde una minoría se concentra en la parte baja de la escala.

En relación con la sección “CURSOS Y SERVICIOS” sus medias de manera integral se sitúan próximos a 5, precisando una percepción ligeramente satisfactoria frente al conocimiento impartido en cursos y servicios, y el impacto que estos tienen frente a los conocimientos y habilidades relacionados con emprender.

La desviación estándar para este caso varía entre valores de 1.2 y 1.6, lo que para este caso se precisaría que comparten opiniones similares sobre el impacto de la impartición de

cursos y servicios en relación con emprender. Además de ello, la asimetría refleja que en su mayoría los estudiantes de administración valoran de manera positiva la formación sobre emprender, pese la ligera dispersión.

Referente a la influencia del entorno universitario, las medias representan una moderada satisfacción para esta sección, siendo de 5,136 para “AMB. U. INS. EMPRE.”, de 5.209 para “AMB. U. FAV. EMP.” y de 5.154 para la variable “UN. MOT. EMP.” Respectivamente, esto indica que si bien de manera general los estudiantes de administración de empresas perciben que la universidad cuenta con un ambiente favorable y que apoya al emprendimiento, ligeramente satisface las necesidades específicas relacionadas con la intención personal.

La desviación estándar en esta sección presenta valores entre 1.4 y 1.6, lo que indica una dispersión relativamente moderada frente a la percepción e influencia del ambiente universitario. La asimetría para la sección “RELACIÓN CON LA UNIVERSIDAD” precisa una tendencia a centrar sus valores altos y medios, aun cuando no cuenta con la misma intensidad que las intenciones profesionales.

Para el “ENTORNO CERCANO” la decisión de emprender es percibida como ligeramente satisfactoria, con modas en siete y promedios entre 5,018 y 6,027, donde la familia se representa como el entorno que reacciona de manera más gratificante ante la decisión de emprender. Además de ello, la cultura regional específica al contexto, la percepción de los encuestados ve como moderadamente positiva el emprender, pese a que la creencia de que los gerentes de emprendimientos y empresas se aprovechan de los demás es una afirmación la cual están relativamente de acuerdo.

La desviación estándar mantiene valores similares a la sección de cursos y servicios, lo que mantiene una tendencia frente a la homogeneidad en la dispersión relativamente moderada.

El coeficiente de asimetría para esta sección oscila entre valores de -0.3 y -1.7, evidenciando tendencias frente a obtener asimetrías negativas más altas respecto a la percepción del entorno familiar y los amigos, en este caso la cultura regional expone un menor sesgo.

Respecto a las “CARACTERÍSTICAS INDIVIDUALES” las medias son relativamente altas en relación con las demás secciones, siendo que existe predominancia frente a medias mayores a 6. Esto indica que a consideración de los encuestados estos cuentan con características, habilidades y capacidades favorables para hacer frente a la actividad emprendedora, esta pretensión se reafirma por medio la relación de la moda “mayoritariamente de 7”.

Los valores de las desviaciones estándares fluctúan para esta sección, varían entre 1 y 1.3, para este caso existe un mayor grado de consenso entre las autopercepciones de las actitudes y aptitudes emprendedoras. Las características individuales sugieren por medio de su coeficiente de asimetría que la muestra cuenta con una autopercepción positiva frente a la capacidad emprendedora de los mismos.

Para la sección “OPINIÓN SOBRE EL RIESGO” sus respuestas representan las medias más bajas entre el perfil expuesto en la tabla, lo que sugiere que en promedio la muestra no está en acuerdo o desacuerdo al respecto de si el riesgo representara algún efecto frente a la decisión de emprender.

Además de ello, sus respuestas suponen un alto índice de heterogeneidad. Adicionalmente de ello esta sección es la que cuenta con mayores desviaciones estándar, lo que precisa que entre la muestra los estudiantes de administración de empresas existen una disparidad frente a sus percepciones sobre el miedo al fracaso y por consiguiente el aprendizaje que puede obtener a partir de este. Para ese caso la asimétrica oscila y se concentra en valores

cercanos a cero, por lo que puede apuntar a respuestas equilibradas con tendencias a permanecer en valores centrales.

### 5.1.3.2 Facultad de Ingeniería Industrial.

Los siguientes resultados descriptivos muestran aquellas creencias que están relacionadas con la intención emprendedora de los estudiantes de Ingeniería Industrial.

**Tabla 12**

*Estadísticos descriptivos respuestas Ingeniería Industrial.*

| Creencias que aparentemente impactan sobre la intención emprendedora |                                                                                         | MEDIA | MODA | VARIANZA | DESVIACIÓN ESTÁNDAR | COEFICIENTE DE ASIMETRÍA |
|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------|------|----------|---------------------|--------------------------|
| Intenciones profesionales                                            | Tengo la firme intención de crear empresa algún día.                                    | 6,0   | 7,0  | 1,9      | 1,4                 | -1,5                     |
|                                                                      | Haré todo lo posible por iniciar y dirigir mi propia empresa                            | 6,1   | 7,0  | 1,5      | 1,2                 | -1,3                     |
|                                                                      | Estoy determinado(a) a crear una empresa en el futuro.                                  | 6,0   | 7,0  | 2,0      | 1,4                 | -1,4                     |
|                                                                      | Mi meta profesional es convertirme en emprendedor(a)                                    | 5,8   | 7,0  | 2,4      | 1,6                 | -1,1                     |
|                                                                      | Haría cualquier cosa por ser emprendedor                                                | 5,3   | 7,0  | 2,7      | 1,6                 | -0,9                     |
| En relación con su universidad                                       | El ambiente de mi universidad me inspira a desarrollar ideas para crear nuevos negocios | 4,9   | 5,0  | 2,0      | 1,4                 | -0,5                     |
|                                                                      | En mi universidad existe un ambiente favorable para convertirme en emprendedor          | 5,0   | 5,0  | 2,1      | 1,4                 | -0,4                     |

|                    |                                                                                                                                              |     |     |     |     |      |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|------|
|                    | En mi universidad los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras.                                              | 5,0 | 7,0 | 2,6 | 1,6 | -0,4 |
| Cursos y servicios | Los cursos o servicios que he recibido aumentaron mi conocimiento de los emprendedores                                                       | 4,9 | 4,0 | 2,1 | 1,4 | -0,3 |
|                    | Los cursos o servicios que he recibido aumentaron mi conocimiento sobre las actividades que hay que realizar para crear una empresa          | 5,1 | 5,0 | 1,9 | 1,4 | -0,3 |
|                    | Los cursos o servicios que he recibido mejoran mis habilidades de gestión para la creación de empresa                                        | 5,1 | 5,0 | 2,0 | 1,4 | -0,4 |
|                    | Los cursos o servicios que he recibido mejoran mis habilidades para crear redes de contactos (clientes, proveedores, gremios, asociaciones). | 5,0 | 5,0 | 2,1 | 1,4 | -0,3 |
|                    | Los cursos o servicios que he recibido mejoran mis habilidades para identificar oportunidades de negocio.                                    | 5,1 | 6,0 | 1,9 | 1,4 | -0,4 |
|                    |                                                                                                                                              |     |     |     |     |      |

|                 |                                                                                                                                                    |     |     |     |     |      |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|------|
|                 | Mi universidad mejora, facilita y fomenta el desarrollo de la investigación, la tecnología, la innovación y el espíritu emprendedor.               | 5,5 | 5,0 | 1,4 | 1,2 | -0,5 |
|                 | Mi universidad mejora, facilita y fomenta la colaboración con las autoridades locales / empresas para proporcionar empleo a todos los estudiantes. | 5,2 | 5,0 | 2,0 | 1,4 | -0,5 |
| Entorno cercano | Si decidiera ser emprendedor<br>¿Cómo reaccionaría la gente de su entorno? x Su familia más cercana                                                | 6,3 | 7,0 | 1,4 | 1,2 | -2,3 |
|                 | Si decidiera ser emprendedor<br>¿Cómo reaccionaría la gente de su entorno? x Sus amigos                                                            | 5,9 | 7,0 | 1,5 | 1,2 | -1,2 |
|                 | Si decidiera ser emprendedor<br>¿Cómo reaccionaría la gente de su entorno? x Sus compañeros de estudio                                             | 5,7 | 7,0 | 2,1 | 1,4 | -1,3 |
|                 | La cultura de su región o comunidad es favorable hacia la actividad emprendedora.                                                                  | 5,2 | 7,0 | 2,0 | 1,4 | -0,3 |

|                              |                                                                                                         |     |     |     |     |      |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|------|
|                              | El papel del emprendedor en la economía de mi región es valorado y reconocido positivamente.            | 5,1 | 4,0 | 1,7 | 1,3 | -0,1 |
|                              | En su región se considera que la actividad emprendedora vale la pena, a pesar de los riesgos.           | 5,2 | 7,0 | 2,4 | 1,5 | -0,6 |
|                              | En mi región, se tiende a pensar que los propietarios -gerentes de negocios se aprovechan de los demás. | 4,7 | 3,0 | 2,9 | 1,7 | -0,3 |
| Características individuales | Confío en mis capacidades a pesar de que cometa errores                                                 | 6,3 | 7,0 | 1,5 | 1,2 | -2,3 |
|                              | Estoy convencido de mis capacidades, aptitudes y sé muy bien cómo explotarlas                           | 5,9 | 7,0 | 1,6 | 1,3 | -1,5 |
|                              | Escuchó la opinión de aquellos que entienden un problema de manera diferente a mi                       | 6,2 | 7,0 | 1,5 | 1,2 | -2,1 |
|                              | Tengo persistencia en el logro de mis objetivos                                                         | 6,2 | 7,0 | 1,1 | 1,1 | -1,9 |
|                              | Me gusta trabajar en equipo para llegar a una mejor solución                                            | 6,1 | 7,0 | 1,9 | 1,4 | -1,8 |
|                              | Veo posibilidades creativas (de innovación) en cada cosa que realizo                                    | 5,9 | 7,0 | 1,2 | 1,1 | -0,8 |
|                              | Optó por posiciones positivas ante los                                                                  | 6,2 | 7,0 | 1,0 | 1,0 | -1,5 |

|                         |                                                                                                                           |     |     |     |     |      |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|------|
|                         | problemas y adversidades                                                                                                  |     |     |     |     |      |
|                         | Creo firmemente que tendré éxito en todo lo que me proponga hacer                                                         | 6,3 | 7,0 | 0,9 | 0,9 | -1,8 |
|                         | Prefiero ir un paso adelante y poner en marcha un proyecto, en lugar de sentarse y esperar a que alguien más lo haga.     | 5,7 | 6,0 | 1,4 | 1,2 | -1,1 |
|                         | A menudo soy primero en dar su opinión, exponer sus ideas y proporcionar recomendaciones cuando la situación se lo exige. | 5,3 | 5,0 | 1,8 | 1,3 | -0,7 |
|                         | Normalmente actúo anticipando problemas, necesidades o cambios futuros.                                                   | 5,5 | 5,0 | 1,5 | 1,2 | -0,8 |
|                         | Tiendo a planificar con anticipación los proyectos                                                                        | 5,6 | 7,0 | 1,5 | 1,2 | -0,7 |
|                         |                                                                                                                           |     |     |     |     |      |
| Opinión sobre el riesgo | El miedo al fracaso me frenaría a la hora de crear una empresa                                                            | 4,2 | 5,0 | 3,4 | 1,8 | -0,3 |
|                         | El miedo es un estigma social relacionado con el fracaso y me frenaría a la hora de crear una empresa                     | 4,0 | 4,0 | 3,5 | 1,9 | -0,2 |
|                         | Creo que es posible aprender del fracaso                                                                                  | 6,3 | 7,0 | 1,5 | 1,2 | -2,4 |
|                         | He fracasado previamente en la realización de un proyecto, iniciativa o creación de empresa                               | 4,0 | 1,0 | 4,5 | 2,1 | -0,1 |

Los resultados descriptivos expuestos en la tabla anterior señalan que los estudiantes de Ingeniería Industrial cuentan con una alta intención emprendedora, esto se ve reflejado por medio de que en particular la determinación sobre crear una empresa cuenta con una media de 6 y una moda de 7 y la predisposición de los estudiantes frente a dirigir una empresa en el futuro toma valores de 6,1 en su media, con una moda en valoraciones de 7. Además de ello, la meta de convertirse en un emprendedor a futuro alcanza una media cercana a 6 y una moda de 7. Lo que conjuntamente precisaría que los estudiantes cuentan con una inclinación hacia emprender.

A su vez, para la sección Intenciones Profesionales, la desviación estándar indica una variabilidad aparentemente moderada dentro de sus respuestas, con una mayor dispersión para “Haría cualquier cosa por ser emprendedor”. El coeficiente de asimetría para este caso indica tendencias a respuestas cercanas a valores altos (valores cercanos a 7) en la mayoría de sus encuestados.

En cuanto a la relación con la universidad, los estudiantes de Ingeniería Industrial conciben que esta les brinda un nivel medio de apoyo sobre la actividad emprendedora. La percepción sobre la universidad como mediadora y fomentadora del emprendimiento cuenta con una media de 5,5 y una moda de 5, mientras que para este caso el ambiente universitario como incentivo a emprender cuenta con media de 4,9 y una moda de 5. Los resultados precisan que, si bien existe un respaldo al emprendimiento por la universidad, este aparentemente según la muestra podría fortalecerse.

Para esta sección mantiene un rango entre 1.4 y 1.6 en sus desviaciones estándar, lo que precisa una ligera variabilidad en las respuestas. Además de ello, el coeficiente de asimetría indica una leve inclinación a respuestas positivas más no significativas como para concluir que estas centran sus respuestas a valores cercanos a 7.

Para el “ENTORNO CERCANO”, las reacciones frente a la decisión de emprender de diferentes entornos son percibidas como positivas, siendo que la reacción del entorno cercano familiar ante el emprender obtiene una media de 6,3 con una moda de 7. Del mismo modo, las amistades y sus compañeros de estudio aparentemente reaccionarían mayoritariamente de manera favorable. La cultura regional y la valoración del emprendedor cuenta con una percepción moderada con una distribución ligeramente favorable. Por último, la convicción en lo que respecta a si los gerentes se aprovechan de los demás, pese a ser relativamente baja, siendo que su media representa un leve desacuerdo.

Las desviaciones estándar del “Entorno cercano” precisan valores que oscilan entre 1.2 y 1.7 donde las respuestas con mayor dispersión son “si en la región se tiende a pensar que los gerentes se aprovechan de los demás”. Los coeficientes de asimetría exponen inclinación a valores altos, donde sugiere la existencia de tendencias a muchas respuestas con valoraciones altas y pocas bajas.

De acuerdo con las características individuales se precisan rasgos relacionados con emprender positivos. Para este caso, la confianza en la capacidad de superar los errores destaca sobre el resto de las características, al igual que la concepción de tener con aptitudes que serían positivas al momento de emprender. De manera general, se evidencia que a valoración propia los estudiantes de Ingeniería Industrial poseen competencias beneficiosas si estos quisieran emprender.

Respecto a las características individuales y gracias a sus desviaciones estándares, se puede afirmar que es la sección con menor dispersión, siendo que sus desviaciones estándares oscilan entre 1 y 1.4 indicando uniformidad entre las respuestas de los estudiantes de ingeniería industrial. Además de ello, sus valores de coeficientes de asimetría señalan una tendencia a

responder a valores altos para las afirmaciones, reflejando seguridad y autoconfianza frente a sus actitudes y aptitudes.

Por último, la percepción sobre el riesgo deja en evidencia que, si bien este es moderado, no representa que sea lo suficientemente fuerte como para desvincular a los estudiantes de un camino emprendedor. Asimismo, esta sección obtiene los valores más altos entre las desviaciones estándar analizadas, lo que sugiere que los estudiantes encuestados cuentan con diferencias significativas respecto a su percepción sobre el riesgo y como este afectaría en un futuro la decisión de emprender. Además de ello, el coeficiente de asimetría mantiene la tendencia a mantenerse negativo con oscilaciones entre respuestas medias y altas para las afirmaciones.

Gracias al contraste de los perfiles obtenidos entre los estudiantes de Administración de empresas y los estudiantes de Ingeniería Industrial, es evidente tanto semejanzas como disparidades en sus percepciones frente a las secciones de las encuestas. Pese a que ambos perfiles comparten diversas características individuales, cuentan con percepciones diferentes frente a entornos sociales y universitarios. Además de ello, los resultados exponen que la muestra de los estudiantes de Administración de Empresas declara una predisposición ligeramente mayor hacia el emprender.

#### **5.1.4 Factores de Motivación e Importancia al Emprender.**

Con el objetivo de analizar aquellos factores sustanciales al momento de emprender, se evaluaron ítems, los cuales reflejan motivaciones sociales, personales y económicas que aparentemente influyen sobre la decisión de emprender. Por medio de una escala de 1 “No es importante” a 5 “Muy importante”, se identificaron tendencias sobre las prioridades respecto a aspectos como tener independencia, obtener reconocimiento y estatus social, invertir en su

patrimonio, dirigir una organización, rentabilidad, reto personal, tradición familiar para emprender, dificultad de encontrar trabajo y ejecutar ideas propias.

**Tabla 13**

*Frecuencias factores motivadores e importancia al emprender.*

| FACU                       | Escalas | Independencia /autonomía | Reconocimiento y estatus social. | Invertir su patrimonio. | Dirigir una organización. | Rentabilidad. | Reto personal. | Tradición familiar | Dificultad de encontrar trabajo | Ejecutar ideas propias.. |
|----------------------------|---------|--------------------------|----------------------------------|-------------------------|---------------------------|---------------|----------------|--------------------|---------------------------------|--------------------------|
|                            |         | %                        | %                                | %                       | %                         | %             | %              | %                  | %                               | %                        |
| ADMINISTRACION DE EMPRESAS | 1       | 0,909                    | 0,909                            | 0                       | 0                         | 0             | 0              | 0,909              | 5                               | 0                        |
|                            | 2       | 3                        | 3                                | 36                      | 2                         | 0,909         | 3              | 7                  | 11                              | 2                        |
|                            | 3       | 4                        | 18                               | 9                       | 5                         | 5             | 3              | 15                 | 18                              | 7                        |
|                            | 4       | 28                       | 38                               | 26                      | 26                        | 21            | 22             | 25                 | 29                              | 27                       |
|                            | 5       | 65                       | 40                               | 61                      | 66                        | 73            | 73             | 53                 | 36                              | 64                       |
| INGENIERIA INDUSTRIAL      | 1       | 0                        | 5                                | 0                       | 0                         | 0             | 0              | 6                  | 4                               | 0,917                    |
|                            | 2       | 0,917                    | 6                                | 0,917                   | 2                         | 0,917         | 0,917          | 11                 | 12                              | 2                        |
|                            | 3       | 5                        | 18                               | 12                      | 11                        | 4             | 4              | 28                 | 27                              | 9                        |
|                            | 4       | 24                       | 28                               | 34                      | 27                        | 20            | 17             | 24                 | 25                              | 27                       |
|                            | 5       | 71                       | 42                               | 53                      | 61                        | 75            | 79             | 30                 | 33                              | 61                       |

La comparación entre los estudiantes de Administración de Empresas y los de Ingeniería Industrial, expone coincidencias frente a propensiones a tener un alto grado de importancia otorgada de manera general a las afirmaciones. Se advierte tendencias para ambas carreras respecto a tener valoraciones altamente positivas en variables tales como “Independencia/autonomía.” Y “Ejecutar ideas propias.”, teniendo una representación porcentual de 64.545% en la máxima puntuación para Administración de Empresas en relación con la independencia y autonomía y de 70.642% respectivamente para la misma variable y puntuación. En torno a ejecutar ideas propias, 63.636% de la muestra de los estudiantes de Administración de empresas y 61.468% de la muestra de los estudiantes de Ingeniería Industrial, conceden una calificación de cinco a este factor. Por lo que ambas carreras sugieren tener motivaciones

intrínsecas fuertes con referencia a emprender.

Por el contrario, factores tales como “Reconocimiento y estatus social.” y “Dificultad de encontrar trabajo.” Cuentan con valoraciones notablemente menores. En relación con reconocimiento y estatus social, la representación porcentual de la calificación de 5 es de 40% para Administración de Empresas y de 42.202% para Ingeniería Industrial, por lo que se puede señalar que para ambas carreras existe un grado de importancia moderada más, sin embargo, no prioritaria. La dificultad de encontrar trabajo denota las representaciones porcentuales más bajas para la calificación de cinco entre todos los factores, siendo respectivamente de 36.364% para Administración de Empresas y de 33.028% para Ingeniería Industrial. Además de ello, frente al factor dificultad de encontrar trabajo, existe una mayor dispersión entre sus respuestas, lo que supone que el crear un proyecto emprendedor no es, a consideración de la muestra de ambas facultades, una alternativa respecto al desempleo.

El factor “Rentabilidad.” Se sitúa como uno de los que más destacan como motivadores frente a emprender, lo que indica que los beneficios e incentivos económicos que prevén los estudiantes en relación con tener una empresa son vistos como muy provechosos y favorables para su futuro. Adicionalmente, el crear un emprendimiento por la instauración de un “Reto personal.” Equivale dentro de la muestra general como el motivador más determinante, siendo que la representación porcentual para la respuesta de valoración “muy importante” es de 72.727% para los estudiantes de Administración de Empresas y de 78.899% para los estudiantes de Ingeniería Industrial, lo que implica que el seguimiento de desafíos y la superación personal son factores altamente significativos. Estas afirmaciones se ratifican bajo la poca dispersión de sus respuestas, las cuales se agrupan en valoraciones altas y favorables.

La tradición familiar para emprender a valoración conjunta de ambas carreras cuenta con

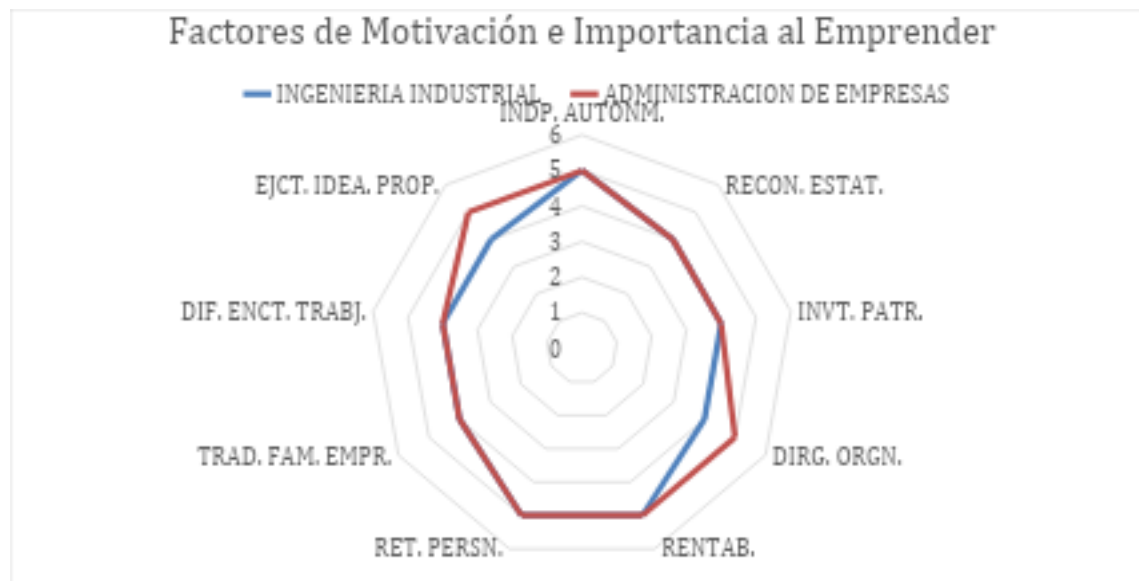
frecuencias levemente más bajas respecto a la respuesta “Muy importante”, lo que aparentemente categoriza a este factor como ligeramente poco trascendente frente a los demás factores, esta valoración aparentemente se puede sustentar bajo la ligera intencionalidad que tiene la muestra estudiantil de seguir un camino como sucesor de una empresa una vez culminados sus estudios.

Referente al factor invertir en su patrimonio se advierten similitudes frente a la distribución de sus respuestas siendo que los niveles 5 y 4 son los que cuentan con mayor índice en sus respuestas, por lo que aparentemente la muestra considera que el invertir en su patrimonio en modo de una empresa es un motivador muy importante o relevante para iniciar actividades emprendedoras.

Por lo que se refiere a “Dirigir una organización”, al igual que el factor anterior se exponen tendencias similares para ambas carreras, lo que precisa que aparentemente la oportunidad de dirigir una organización es muy importante o muy importante al momento de emprender, siendo que tanto para los estudiantes de Administración de Empresas como los Estudiantes de Ingeniería Industrial el nivel cinco agrupa la mayor proporción de respuestas, seguido por el nivel cuatro respectivamente.

**Figura 15.**

*Gráfico de radar- Factores de motivación e importancia al emprender.*



El anterior gráfico compara el grado de importancia promedio que confiere la muestra de estudiantes de Ingeniería Industrial y Administración de empresas en relación con los factores anteriormente mencionados. Los datos expuestos en el gráfico representan los promedios aproximados obtenidos para cada factor.

Este gráfico advierte tendencias y convergencias entre las ambas facultades a estudiar, donde factores tales como “Independencia/autonomía”, “Reto personal.” Y “Rentabilidad.” Cuentan con una valoración promedio de cinco respectivamente, lo que supone un significativo grado de relevancia como factor motivador al momento de emprender.

Factores como “Reconocimiento y estatus social”, “Invertir su patrimonio.” Y “Dificultad de encontrar trabajo.” Aparentemente, para los estudiantes de Administración de Empresas e Ingeniería Industrial, pese a ser relevantes al momento de emprender, no son sumamente determinantes como “Independencia/autonomía.”, “Reto personal.” Y “Rentabilidad.”, siendo

que estos en promedio obtienen una valoración de 4 para ambas facultades.

La única excepción en relación con las diferencias entre las valoraciones expuestas respecta a los factores “Dirigir una organización.” Y “Ejecutar ideas propias.”, donde para las dos incidencias se obtienen promedios de valoración de 4 para los estudiantes de Ingeniería Industrial y de 5 para los estudiantes de Administración de Empresas, sugiriendo que tanto el dirigir su propia empresa y la materialización de ideas o proyectos personales son rasgos levemente más relevantes para los estudiantes de Administración de Empresas.

Eventualmente, los resultados señalan un perfil con similitudes respecto a aquellos factores influyentes al momento de emprender. Dónde rasgos intrínsecos se consolidan como aquellos con mayor grado de importancia entre ambas facultades, simultáneamente factores presuntamente extrínsecos señalan pasar a ser ligeramente menos significativos para los estudiantes, por lo que mutuas facultades según parece precisan el emprender como una actividad influenciada por factores personales.

#### **5.1.5 Comparación de muestras (Creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras/ Facultades).**

Con la intención de profundizar sobre los análisis comparativos entre las facultades de Administración de Empresas e Ingeniería Industrial, se realizó una revisión estadística respecto a los niveles de satisfacción concebidos por los estudiantes de la muestra. En tal sentido se realizaron pruebas Mann Whitney, las cuales permitieron determinar la existencia de diferencias relevantes entre las medias de cada variable de satisfacción de cada facultad. La decisión de aplicar pruebas Mann Whitney se sustenta bajo que no se cumple el supuesto de normalidad para las variables analizar y además de ello cuenta con heterogeneidad entre sus varianzas.

#### **Prueba de la hipótesis general**

**H<sub>0</sub>:** No existen diferencias significativas en los niveles de creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras en los estudiantes de Administración de Empresas y de Ingeniería Industrial.

**H<sub>a</sub>:** Existen diferencias significativas en los niveles de creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras en los estudiantes de Administración de Empresas y de Ingeniería Industrial.

**Regla de decisión**

Si  $P > 0.05$  se acepta la hipótesis nula.

Si  $P < 0.05$  se acepta la hipótesis alterna.

**Tabla 14**

*Resultados estadísticos- hipótesis específica- Mann Whitney*

|                                     | U        | $\frac{g}{l}$ | p            |
|-------------------------------------|----------|---------------|--------------|
| INTENCIONES PROFESIONALES AGRUPADAS | 6865.000 |               | <b>0.046</b> |
| EN RELACIÓN CON SU UNIVERSIDAD      |          |               |              |
| ACUMULADA                           | 6648.500 |               | 0.152        |
| CURSOS Y SERVICIOS ACUMULADOS       | 6755.000 |               | 0.095        |
| ENTORNO CERCANO ACUMULADO           | 6075.000 |               | 0.855        |
| OPINIÓN SOBRE EL RIESGO ACUMULADA   | 6384.000 |               | 0.394        |

En relación con la variable “Intenciones profesionales”, se evidencia un valor de p de

0,046 y una correlación de rango visceral de 0,145, por lo que, si bien a nivel individual las variables varían en la magnitud de  $p$ , se sugeriría que a nivel global ambos grupos cuentan con percepciones estadísticamente diferentes frente a su orientación emprendedora, siendo que para uno de los perfiles esta sería mayor.

Además de ello, su variable “en relación con su universidad”, la cual obtiene un valor de  $p$  de 0,152, permite aparentemente sostener que la universidad ha establecido un ecosistema relacionado con el emprender homogéneo, siendo que no sustenta disparidades significativas.

Eventualmente, la variable “Cursos y servicios”, indica que, si bien no propone superar el umbral de significancia estadística, el tamaño del efecto es moderado, de manera general estos resultados sugieren que los cursos y servicios a percepción de las muestras repercuten de manera semejante sobre el perfil de los estudiantes de Administración de Empresas y los estudiantes de Ingeniería Industrial.

El análisis del entorno cercano acumulado no indica la existencia de diferencias relevantes, lo que termina de reforzar la percepción de que, entre las muestras, ambas facultades los estudiantes conciben de manera similar el soporte y la visión de su contexto frente al emprender. La convicción de que las características individuales de manera general son similares y se refuerza bajo los resultados de la variable acumulada, la cual obtiene valores de  $p$  de 0,938. Por último, la opinión sobre el riesgo precisa homogeneidad entre la percepción de las facultades.

#### **5.1.5.1 Comparación de muestras (Intenciones profesionales/ facultad).**

##### **Prueba de hipótesis específica.**

**H<sub>0</sub>:** No existen diferencias significativas en los niveles de “Intenciones profesionales” en los estudiantes de Administración de Empresas y de Ingeniería Industrial.

**Ha:** Existen diferencias significativas en los niveles de “Intenciones profesionales” en los estudiantes de Administración de Empresas y de Ingeniería Industrial.

**Tabla 15**

*Resultados estadísticos- hipótesis específica- Mann Whitney*

|                                                              | U            | $\frac{g}{l}$ | p            | Correlación de Rango Biserial |
|--------------------------------------------------------------|--------------|---------------|--------------|-------------------------------|
| Tengo la firme intención de crear empresa algún día.         | 6684.00<br>0 |               | 0.102        | 0.115                         |
| Haré todo lo posible por iniciar y dirigir mi propia empresa | 7059.00<br>0 |               | <b>0.010</b> | 0.177                         |
| Estoy determinado(a) a crear una empresa en el futuro.       | 6686.50<br>0 |               | 0.095        | 0.115                         |
| Mi meta profesional es convertirme en emprendedor(a)         | 6781.50<br>0 |               | 0.069        | 0.131                         |
| Haría cualquier cosa por ser emprendedor                     | 7131.00<br>0 |               | <b>0.012</b> | 0.189                         |

Particularmente y en relación con la tabla anterior, podemos evidenciar que la variable “Tengo la firma intención de crear empresa algún día.” No manifestó diferencias estadísticas cruciales entre ambas facultades, siendo que p obtuvo un valor superior a 0,05 más concretamente de 0,102, por lo que tanto Administración de Empresas e Ingeniería Industrial exponen grados de satisfacción e insatisfacción similares para este factor.

En cuanto a la variable “Haré todo lo posible por iniciar y dirigir mi propia empresa” esta obtiene un valor de p de 0,010 indicando para este caso diferencias estadísticamente

representativas entre ambas facultades. Por ende, estos resultados precisarán la existencia de una relación entre una intención empresarial más vigorosa y el perfil de los estudiantes para cada carrera universitaria, esto aparentemente se sustenta bajo la idea de que ambas muestras se vinculan a diferencias entre sus perfiles de formación.

Para la variable “Estoy determinado(a) a crear una empresa en el futuro.” Se indican diferencias ligeras entre ambos perfiles, pese a ello estas estadísticamente no se categorizaron como significantes, por lo que ambos perfiles aparentemente reflejan semejanzas en su percepción sobre las oportunidades y motivaciones al emprender.

Del mismo modo, la variable “Mi meta profesional es convertirme en emprendedor(a)” precisa un valor de  $p$  de 0,069, por lo que se evidencia una ligera diferencia y al igual que la anterior variable estadísticamente no relevante, esto sugiere que ambas facultades comparten aspiraciones profesionales similares.

En última instancia para la variable “Haría cualquier cosa por ser emprendedor” gracias a su valor de  $p$  se precisan diferencias significativas entre las carreras universitarias, siendo que este valor es de 0,012. De manera casi concluyente se exponen predisposiciones más fuertes para una de las facultades, lo que se relacionaría con niveles de vocación altos referentes a emprender.

#### **5.1.5.2 Comparación de muestras (En relación con su universidad / facultad).**

##### **Prueba de hipótesis específica.**

**H<sub>0</sub>:** No existen diferencias significativas en los niveles de “En relación con su universidad” en los estudiantes de Administración de Empresas y de Ingeniería Industrial.

**H<sub>a</sub>:** Existen diferencias significativas en los niveles de “En relación con su universidad” en los estudiantes de Administración de Empresas y de Ingeniería Industrial.

**Tabla 16***Resultados estadísticos- hipótesis específica- Mann Whitney*

|                                                                                                 | U            | g<br>l | p     | Correlación de Rango<br>Biserial |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------|-------|----------------------------------|
| El ambiente de mi universidad me inspira a desarrollar ideas para crear nuevos negocios         | 6624.00<br>0 |        | 0.168 | 0.105                            |
| En mi universidad existe un ambiente favorable para convertirme en emprendedor                  | 6449.00<br>0 |        | 0.321 | 0.000                            |
| En mi universidad los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras. | 6380.50<br>0 |        | 0.402 | 0.000                            |

Los resultados expuestos en la anterior tabla exponen la tendencia de las dos facultades frente a inexistente diferencia estadísticamente significativa en relación con la percepción impacto que puede tener el ambiente universitario al momento de emprender siendo que en su totalidad para todas sus variables el valor p es mayor a 0,05. Por lo que se precisa decir que la concepción de esta variable puede distribuirse de maneras relativamente uniformes entre las muestras analizadas, sin que haya la existencia de variaciones considerables para cada una de las dimensiones evaluadas.

### **5.1.5.3 Comparación de muestras (Cursos y servicios/ facultad).**

#### **Prueba de hipótesis específica.**

**Ho:** No existen diferencias significativas en los niveles de “Cursos y servicios” en los estudiantes de Administración de Empresas y de Ingeniería Industrial.

**Ha:** Existen diferencias significativas en los niveles de “Cursos y servicios” en los estudiantes de Administración de Empresas y de Ingeniería Industrial.

**Tabla 17**

*Resultados estadísticos- hipótesis específica- Mann Whitney*

|                                                                                                                                                | U        | g<br>l | p            | Correlación de Rango<br>Biserial |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------|--------------|----------------------------------|
| Los cursos o servicios que he recibido aumentaron mi conocimiento de los emprendedores.                                                        | 7017.500 |        | <b>0.026</b> | 0.171                            |
| Los cursos o servicios que he recibido aumentaron mi conocimiento sobre las actividades que hay que realizar para crear una empresa.           | 6770.000 |        | 0.090        | 0.129                            |
| Los cursos o servicios que he recibido mejoraron mis habilidades de gestión para la creación de empresa                                        | 6752.000 |        | 0.098        | 0.126                            |
| Los cursos o servicios que he recibido mejoraron mis habilidades para crear redes de contactos (clientes, proveedores, gremios, asociaciones). | 6679.000 |        | 0.135        | 0.114                            |
| Los cursos o servicios que he recibido mejoraron mis habilidades para identificar oportunidades de negocio.                                    | 6661.500 |        | 0.145        | 0.111                            |
| Mi universidad mejora, facilita y fomenta el desarrollo de la investigación, la tecnología, la                                                 | 6196.500 |        | 0.658        | 0.034                            |

**Tabla 17***Resultados estadísticos- hipótesis específica- Mann Whitney*

|                                                                                                                                                   | U        | $\frac{g}{l}$ | p     | Correlación de Rango Biserial |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------|-------|-------------------------------|
| innovación y el espíritu emprendedor.                                                                                                             |          |               |       |                               |
| Mi universidad mejora, facilita y fomenta la colaboración con las autoridades locales / empresa para proporcionar empleo a todos los estudiantes. | 6124.500 |               | 0.778 | 0.022                         |

El análisis del contraste T para las muestras independientes indica las nulas diferencias estadísticamente notables frente a algunas variables, las cuales relacionan los cursos con su impacto en el emprender. Particularmente para la variable “Los cursos o servicios que he recibido aumentaron mi conocimiento de los emprendedores.” obtuvo un valor p de 0,026, precisando la existencia de diferencias significativas entre ambas facultades, pese a ello el tamaño del efecto sugiere una diferencia moderada entre sus medias. Por lo que, en conjunto, estos valores obtenidos indican que la concepción del impacto de los cursos en relación con los conocimientos necesarios para emprender es en cierta medida diferentes.

Por el contrario, respecto a las variables “Los cursos o servicios que he recibido aumentaron mi conocimiento sobre las actividades que hay que realizar para crear una empresa”, “Los cursos o servicios que he recibido mejoraron mis habilidades de gestión para la creación de empresa”, “Los cursos o servicios que he recibido mejoraron mis habilidades para crear redes de contactos (clientes, proveedores, gremios, asociaciones).”, “Mi universidad mejora, facilita y fomenta el desarrollo de la investigación, la tecnología, la innovación y el espíritu

emprendedor.”, “Mi universidad mejora, facilita y fomenta la colaboración con las autoridades locales / empresa para proporcionar empleo a todos los estudiantes.” y “Los cursos o servicios que he recibido mejoraron mis habilidades para identificar oportunidades de negocio.” todos sus valores de P son mayores a 0,05, por lo que se indican similitudes frente a sus percepciones de las facultades evaluadas, además de ello sus valores para la d de Cohen suponen diferencias pequeñas con cualidades relevantes frente a la percepción de si los cursos impactan sobre el emprender.

#### 5.1.5.4 Comparación de muestras (Entorno cercano / facultad).

##### Prueba de hipótesis específica.

**Ho:** No existen diferencias significativas en los niveles de “Entorno cercano” en los estudiantes de Administración de Empresas y de Ingeniería Industrial.

**Ha:** Existen diferencias significativas en los niveles de “Entorno cercano” en los estudiantes de Administración de Empresas y de Ingeniería Industrial.

**Tabla 18**

*Resultados estadísticos- hipótesis específica- Mann Whitney*

|                                                                                                  | U            | g<br>l | p            | Correlación de Rango<br>Biserial |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------|--------------|----------------------------------|
| Si decidiera ser emprendedor ¿Cómo reaccionaría la gente de su entorno? x Su familia más cercana | 5479.50<br>0 |        | 0.215        | -0.086                           |
| Si decidiera ser emprendedor ¿Cómo reaccionaría la gente de su entorno? x Sus amigos             | 5839.50<br>0 |        | 0.728        | -0.026                           |
| Si decidiera ser emprendedor ¿Cómo                                                               | 4993.50<br>0 |        | <b>0.027</b> | -0.167                           |

**Tabla 18***Resultados estadísticos- hipótesis específica- Mann Whitney*

|                                                                                                          | U            | g<br>l | p     | Correlación de Rango<br>Biserial |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------|-------|----------------------------------|
| reaccionaría la gente de su entorno? x Sus compañeros de estudio                                         |              |        |       |                                  |
| La cultura de su región o comunidad es favorable hacia la actividad emprendedora.                        | 6831.50<br>0 |        | 0.067 | 0.140                            |
| El papel del emprendedor en la economía de mi región es valorado y reconocido positivamente.             | 6605.00<br>0 |        | 0.182 | 0.102                            |
| En su región se considera que la actividad emprendedora vale la pena, a pesar de los riesgos.            | 6312.00<br>0 |        | 0.489 | 0.053                            |
| En mi región, se tiende a pensar que los propietarios - gerentes de negocios se aprovechan de los demás. | 6729.00<br>0 |        | 0.112 | 0.122                            |

El contraste para ambas muestras para el factor “Entorno cercano” evidencio que respecto a la reacción percibida de los diferentes entornos ante la intención de emprender no se evidencian diferencias estadísticamente significativas para ambas muestras. Siendo que para las variables “¿Cómo reaccionaría la gente de su entorno? x Su familia más cercana”, “¿Cómo reaccionaría la gente de su entorno? x Sus amigos”, “El papel del emprendedor en la economía de mi región, es valorado y reconocido positivamente.”, “En su región se considera que la actividad emprendedora vale la pena, a pesar de los riesgos.” y “En mi región, se tiende a pensar que los propietarios - gerentes de negocios se aprovechan de los demás.” obtuvieron valores de p

entre 0,112 y 0,728, lo que precisan percepciones similares.

Por otra parte, en cuanto a la variable “¿Cómo reaccionaría la gente de su entorno? x Sus compañeros de estudio” indica que, si existen diferencias entre las muestras estadísticamente significativas, el tamaño del efecto si bien no es muy pronunciado si son relevantes. Por lo que aparentemente esto reflejaba tendencias frente a similitudes en la percepción de respaldo entre sus compañeros de facultad.

En relación con la variable “La cultura de su región o comunidad es favorable hacia la actividad emprendedora.” Toma valores para p de 0,067, si bien esto no alcanza el umbral de significancia obtiene un valor cercano. Por lo que se sugiere que las muestras aparentemente a analizar tienen una percepción ligeramente similar y moderadamente homogénea frente a una positiva relación entre el contexto regional y el emprender.

#### 5.1.5.5 Comparación de muestras (Características individuales/ facultad).

##### Prueba de hipótesis específica.

**Ho:** No existen diferencias significativas en los niveles de “Características individuales” en los estudiantes de Administración de Empresas y de Ingeniería Industrial.

**Ha:** Existen diferencias significativas en los niveles de “Características individuales” en los estudiantes de Administración de Empresas y de Ingeniería Industrial.

**Tabla 19**

Resultados estadísticos- hipótesis específica- Contraste de Mann Whitney

|                                                         | U        | $\frac{g}{l}$ | p     | Correlación de Rango<br>Biserial |
|---------------------------------------------------------|----------|---------------|-------|----------------------------------|
| Confío en mis capacidades a pesar de que cometa errores | 5292.500 |               | 0.099 | -0.117                           |

**Tabla 19**

Resultados estadísticos- hipótesis específica- Contraste de Mann Whitney

|                                                                                                                           | U        | $\frac{g}{l}$ | p     | Correlación de Rango<br>Biserial |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------|-------|----------------------------------|
| Estoy convencido de mis capacidades, aptitudes y sé muy bien como explotarlas                                             | 6318.000 |               | 0.467 | 0.054                            |
| Escucho la opinión de aquellos que entienden un problema de manera diferente a mi                                         | 5153.500 |               | 0.052 | -0.140                           |
| Tengo persistencia en el logro de mis objetivos                                                                           | 6093.500 |               | 0.820 | 0.016                            |
| Me gusta trabajar en equipo para llegar a una mejor solución                                                              | 5440.000 |               | 0.204 | -0.093                           |
| Veo posibilidades creativas (de innovación) en cada cosa que realizo                                                      | 6086.500 |               | 0.839 | 0.015                            |
| Opto por posiciones positivas ante los problemas y adversidades                                                           | 5743.500 |               | 0.565 | -0.042                           |
| Creo firmemente que tendré éxito en todo lo que me proponga hacer                                                         | 5986.000 |               | 0.984 | -0.002                           |
| Prefiero ir un paso adelante y poner en marcha un proyecto, en lugar de sentarse y esperar a que alguien más lo haga.     | 6725.000 |               | 0.103 | 0.122                            |
| A menudo soy primero en dar su opinión, exponer sus ideas y proporcionar recomendaciones cuando la situación se lo exige. | 7107.000 |               | 0.014 | 0.185                            |
| Normalmente actúo anticipando problemas,                                                                                  | 6593.000 |               | 0.186 | 0.100                            |

**Tabla 19**

Resultados estadísticos- hipótesis específica- Contraste de Mann Whitney

|                                                    | U        | $g_l$ | p     | Correlación de Rango Biserial |
|----------------------------------------------------|----------|-------|-------|-------------------------------|
| necesidades o cambios futuros.                     |          |       |       |                               |
| Tiendo a planificar con anticipación los proyectos | 6321.000 |       | 0.472 | 0.054                         |

En lo que respecta esta sección “Características individuales” de manera general los resultados indican que pese a compartir similitudes respecto a sus percepciones en factores tales como la confianza individual, adaptabilidad, creatividad, persistencia al logro, actitudes personales y la labor de equipo, se observan diferencias estadísticamente significantes frente a la variable “A menudo soy primero en dar su opinión, exponer sus ideas y proporcionar recomendaciones cuando la situación se lo exige.” Lo que precisa que una de las muestras cuenta con una inclinación más fuerte referente a cumplir con algún rol de liderazgo en diferentes entornos, esta atribución puede estar influenciada bajo los enfoques académicos y pedagógicos de cada una de las facultades.

Además de ello, la variable “Escucho la opinión de aquellos que entienden un problema de manera diferente a mi.” Pese a tener un valor de p cercano a 0,05 no aplica sobre el nivel de significancia estadística, lo que representa una muy ligera homogeneidad entre sus datos.

#### **5.1.5.6 Comparación de muestras (Opinión sobre el riesgo / facultad).**

##### **Prueba hipótesis específica.**

**H<sub>0</sub>:** No existen diferencias significativas en los niveles de “Opinión sobre el riesgo” en

los estudiantes de Administración de Empresas y de Ingeniería Industrial.

**Ha:** Existen diferencias significativas en los niveles de “Opinión sobre el riesgo” en los estudiantes de Administración de Empresas y de Ingeniería Industrial.

**Tabla 20**

*Resultados estadísticos- hipótesis específica- Contraste de Mann Whitney*

|                                                                                                       | U        | g<br>l | p            | Correlación de Rango<br>Biserial |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------|--------------|----------------------------------|
| El miedo al fracaso me frenaría a la hora de crear una empresa                                        | 5931.000 |        | 0.891        | -0.011                           |
| El miedo es un estigma social relacionado con el fracaso y me frenaría a la hora de crear una empresa | 6447.000 |        | 0.330        | 0.075                            |
| He fracasado previamente en la realización de un proyecto, iniciativa o creación de empresa           | 6431.000 |        | 0.346        | 0.073                            |
| Creo que es posible aprender del fracaso                                                              | 4970.000 |        | <b>0.015</b> | -0.171                           |

En relación con el análisis de las percepciones sobre el miedo a fracasar y la influencia que esto tiene sobre el emprender. Para el caso de las variables “El miedo al fracaso me frenaría a la hora de crear una empresa.”, “El miedo es un estigma social relacionado con el fracaso y me frenaría a la hora de crear una empresa.” y “He fracasado previamente en la realización de un proyecto, iniciativa o creación de empresa.” no se indican diferencias estadísticamente significativas, lo que precisa que ambas facultades no creen que el fracaso y el miedo sean

factores diferenciales frente a la decisión de emprender.

Para esta variable “Creo que es posible aprender del fracaso” Es la única variable la cual cuenta con diferencias estadísticamente significativas con una representación de valor de  $p$  de 0,015, este resultado precisa la existencia de diferencias estadísticamente moderadas, por lo que una de las muestras muestra una menor convicción frente a aprender lecciones provechosas de fracasos previos. Esta disparidad puede sustentarse bajo los métodos académicos de cada facultad, siendo que una de ellas aparentemente podría estar enfatizando sobre la oportunidad de mejora en relación con el fracaso.

Los resultados expuestos sugieren que para ambas facultades las concepciones frente al riesgo y el fracaso son similares, con la única excepción de la variable relacionada con el aprendizaje de fracasos, lo que puede aparentemente sugerir ser un aspecto clave a considerar para implantar medidas y estrategias para fomentar la resiliencia de ambos grupos.

#### **5.1.6 Comparación de creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras entre variables demográficas.**

Para esta sección se profundizará entre los análisis comparativos de concepciones relacionadas con la intención de emprender, por lo que se examinó estadísticamente los niveles de satisfacción agrupados relacionándolos con variables demográficas como género, edad, estrato de vivienda y año de ingreso a la universidad. En tal sentido, se realizaron pruebas Mann Whitney y Contraste de Kruskal- Wallis, las cuales permitieron determinar la existencia de diferencias significativas entre las medias de cada variable de satisfacción de cada variable demográfica. La decisión de aplicar Mann Whitney y Contraste de Kruskal- Wallis se sustenta bajo que no se cumple el supuesto de normalidad para las variables analizar y además de ello no cuenta con heterogeneidad entre sus varianzas. Además de ello, dada la naturaleza de la variable

categoría “género” la cual en los resultados de la encuesta demuestra dos únicas categorías posibles “femenino” y “masculino”, se aplicarán contrastes U de Mann- Whitney.

#### **Prueba de la hipótesis general**

**Ho:** No existen diferencias significativas en los niveles de creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras y las variables demográficas específicas.

**Ha:** Existen diferencias significativas en los niveles de creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras y las variables demográficas específicas.

#### **5.1.6.1 Comparación de “intenciones profesionales” en relación con variables demográficas.**

##### **Prueba hipótesis específica.**

**Ho:** No existen diferencias significativas en los niveles de “intenciones profesionales” y las variables demográficas específicas.

**Ha:** Existen diferencias significativas en los niveles de “intenciones profesionales” y las variables demográficas específicas.

**Tabla 21**

*Resultados estadísticos- Séptima hipótesis específica (Género)- Contraste Mann Whitney*

|                                     | U        | $\frac{g}{l}$ | p     |
|-------------------------------------|----------|---------------|-------|
| INTENCIONES PROFESIONALES AGRUPADAS | 5722.500 |               | 0.724 |

**Tabla 22**

*Resultados estadísticos- hipótesis específica- Contraste de Kruskal-Wallis*

| Factor               | Estadístico | gl | p     |
|----------------------|-------------|----|-------|
| EDAD AGRUPADA        | 2.960       | 2  | 0.228 |
| EST. VIV AGRUPADO    | 0.127       | 2  | 0.939 |
| A.O ING. U AGRUPADOS | 4.376       | 2  | 0.112 |

Los resultados para esta variable exponen que el género no evidencia diferencias entre sus medias frente a las intenciones profesionales a emprender, dado que su valor de p no cumple con el supuesto de que p sea menor a 0,05. Por otra parte, el análisis por medio de la prueba Kruskal-Wallis para este caso precisa la inexistente diferencia, lo que aparentemente sugeriría homogeneidad entre las variables analizadas.

#### **5.1.6.2 Comparación “en relación con su universidad acumulada” en relación con variables demográficas.**

##### **Prueba hipótesis específica.**

**Ho:** No existen diferencias significativas en los niveles de “en relación con su universidad acumulada” y las variables demográficas específicas.

**Ha:** Existen diferencias significativas en los niveles de “en relación con su universidad acumulada” y las variables demográficas específicas.

**Tabla 23***Resultados estadísticos- hipótesis específica (Género)- Mann Whitney*

|                                          | U        | gl | p     |
|------------------------------------------|----------|----|-------|
| EN RELACIÓN CON SU UNIVERSIDAD ACUMULADA | 6406.500 |    | 0.239 |

**Tabla 24***Resultados estadísticos- hipótesis específica- Contraste de Kruskal-Wallis*

| Factor               | Estadístico | gl | p            |
|----------------------|-------------|----|--------------|
| EDAD AGRUPADA        | 2.341       | 2  | 0.310        |
| EST. VIV AGRUPADO    | 5.388       | 2  | 0.068        |
| A.O ING. U AGRUPADOS | 8.584       | 2  | <b>0.014</b> |

En cuanto a esta tabla, variable relacionada al estrato de año de ingreso de la universidad indica diferencias relevantes entre las muestras, además de ello el estrato de vivienda pese a no cumplir con el grado de significancia su valor de p precisa que si bien sus diferencias no son significantes esta variable aparentemente podría contar con disparidades entre algunos de sus niveles.

Respecto a las comparaciones post- hoc se evidencian diferencias entre los estratos medios y altos, siendo que su valor de p es inferior a 0,05.

**Tabla 25***Comparaciones Post-hoc de Dunn - A.O ING. U AGRUPADOS*

| Comparación                             | z          | W <sub>i</sub> | W <sub>j</sub> | r <sub>rb</sub> | p                       |
|-----------------------------------------|------------|----------------|----------------|-----------------|-------------------------|
| INGRESO 2022 - INGRESOS 2018-2021       | 1.432      | 109.04<br>4    | 93.038         | 0.14<br>3       | 0.15<br>2               |
| INGRESO 2022 - INGRESOS 2023-2024       | -1.25<br>4 | 109.04<br>4    | 121.92<br>8    | 0.11<br>5       | 0.21<br>0               |
| INGRESOS 2018-2021 - INGRESOS 2023-2024 | -2.92<br>7 | 93.038         | 121.92<br>8    | 0.26<br>6       | <b>0.00</b><br><b>3</b> |

Por último, al igual que la variable “INTENCIONES PROFESIONALES” los estudiantes nuevos y antiguos cuentan con percepciones diferentes, siendo que para este caso su percepción es estadísticamente dispareja en función de la relación que existe entre la universidad y la actividad emprendedora.

### 5.1.6.3 Comparación de “cursos y servicios” en relación con variables demográficas.

#### Prueba hipótesis específica.

**Ho:** No existen diferencias significativas en los niveles de “cursos y servicios” y las variables demográficas específicas.

**Ha:** Existen diferencias significativas en los niveles de “cursos y servicios” y las variables demográficas específicas.

En relación con la variable “CURSOS Y SERVICIOS” en términos generales los resultados obtenidos por el contraste U de Mann- Whitney y los del contraste Kruskal Wallis, se precisa que no se indican diferencias estadísticamente significativas entre cada una de las variables demográficas predefinidas.

**Tabla 26***Resultados estadísticos- hipótesis específica (Género)- Mann Whitney*

|                                  | U        | g<br>l | p     |
|----------------------------------|----------|--------|-------|
| CURSOS Y SERVICIOS<br>ACUMULADOS | 5609.500 |        | 0.556 |

**Tabla 27***Resultados estadísticos- hipótesis específica- Contraste de Kruskal-Wallis*

| Factor               | Estadístic<br>o | gl | p     |
|----------------------|-----------------|----|-------|
| EDAD AGRUPADA        | 0.883           | 2  | 0.643 |
| EST. VIV AGRUPADO    | 4.003           | 2  | 0.135 |
| A.O ING. U AGRUPADOS | 4.838           | 2  | 0.089 |

**5.1.6.4 Comparación “entorno cercano” en relación con variables demográficas.****Prueba hipótesis específica.**

**Ho:** No existen diferencias significativas en los niveles de “entorno cercano” y las variables demográficas específicas.

**Ha:** Existen diferencias significativas en los niveles de “entorno cercano” y las variables demográficas específicas.

En términos generales, para la variable “Entorno Cercano” los resultados no precisan una diferencia significativa para el estudio entre las variables analizadas y las variables

demográficas, por lo que aparentemente los grupos definidos muestran tendencias a percibir la influencia y percepción del entorno cercano en relación con emprender de manera similar. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

**Tabla 28**

*Resultados estadísticos- hipótesis específica (Género)- Mann Whitney*

|                              | U        | g<br>l | p     |
|------------------------------|----------|--------|-------|
| ENTORNO CERCANO<br>ACUMULADO | 6447.000 |        | 0.184 |

**Tabla 29**

*Resultados estadísticos- hipótesis específica- Contraste de Kruskal-Wallis*

| Factor               | Estadístico | gl | p     |
|----------------------|-------------|----|-------|
| EDAD AGRUPADA        | 0.670       | 2  | 0.716 |
| EST. VIV AGRUPADO    | 0.577       | 2  | 0.749 |
| A.O ING. U AGRUPADOS | 4.532       | 2  | 0.104 |

#### 5.1.6.5 Comparación de “características individuales” en relación con variables demográficas.

##### **Prueba hipótesis específica.**

**Ho:** No existen diferencias significativas en los niveles de “características individuales” y las variables demográficas específicas.

**Ha:** Existen diferencias significativas en los niveles de “características individuales” y las

variables demográficas específicas.

La variable “CARACTERÍSTICAS INDIVIDUALES” al igual que la variable anteriormente mencionada, precisa tendencias frente a no contar con diferencias estadísticamente relevantes entre los grupos definidos.

**Tabla 30**

*Resultados estadísticos- hipótesis específica (Género)- Mann Whitney*

|                                            | U        | g<br>l | p     |
|--------------------------------------------|----------|--------|-------|
| CARACTERÍSTICAS INDIVIDUALES<br>ACUMULADAS | 6060.500 |        | 0.667 |

**Tabla 31**

*Resultados estadísticos- hipótesis específica- Contraste de Kruskal-Wallis*

| Factor               | Estadístic<br>o | gl | p     |
|----------------------|-----------------|----|-------|
| EDAD AGRUPADA        | 3.522           | 2  | 0.172 |
| EST. VIV AGRUPADO    | 1.250           | 2  | 0.535 |
| A.O ING. U AGRUPADOS | 2.763           | 2  | 0.251 |

En este caso, las comparaciones Post- hoc de Dunn no representan diferencias sustanciales en ninguno de los casos.

#### **5.1.6.6 Comparación “opinión sobre el riesgo” en relación con variables demográficas.**

##### **Prueba hipótesis específica.**

**Ho:** No existen diferencias significativas en los niveles de “opinión sobre el riesgo” y las

variables demográficas específicas.

**Ha:** Existen diferencias significativas en los niveles de “opinión sobre el riesgo” y las variables demográficas específicas.

**Tabla 32**

*Resultados estadísticos- hipótesis específica (Género)- Mann Whitney*

|                                      | U        | g<br>l | p     |
|--------------------------------------|----------|--------|-------|
| OPINIÓN SOBRE EL RIESGO<br>ACUMULADA | 5709.500 |        | 0.715 |

**Tabla 33**

*Resultados estadísticos- hipótesis específica- Contraste de Kruskal-Wallis*

| Factor               | Estadístic<br>o | gl | p     |
|----------------------|-----------------|----|-------|
| EDAD AGRUPADA        | 0.113           | 2  | 0.945 |
| EST. VIV AGRUPADO    | 4.788           | 2  | 0.091 |
| A.O ING. U AGRUPADOS | 0.808           | 2  | 0.668 |

En síntesis, los análisis respectivamente aplicados para cada una de las variables demográficas ponen en evidencia la no existencia de diferencias estadísticamente relevantes respecto a la opinión sobre el riesgo. No obstante, la variable demográfica estrato de vivienda precisa cercanías en su valor P a un resultado de 0,05.

### 5.1.7 Correlaciones entre creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras.

Para esta sección se mostrarán los resultados obtenidos de los análisis de posibles relaciones entre las percepciones de las creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras de la muestra general. Este análisis se basa bajo la aplicación de correlaciones de Tau de Kendall la cual se presenta como la alternativa no paramétrica adecuada para esta distribución de datos. Además de ello, este coeficiente llega a ser más robusto frente a empates, lo que resulta útil para este caso en el que la base de datos cuenta con numerosos valores repetitivos.

#### Prueba hipótesis específica (Correlaciones).

**Ho:** No existen correlaciones significativas entre creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras.

**Ha:** Existen correlaciones significativas entre creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras.

#### Regla de decisión

Si  $P > 0.05$  se acepta la hipótesis nula

Si  $P < 0.05$  se acepta la hipótesis alterna

**Tabla 34**

*Nivel de asociación según coeficiente de correlación.*

| Nivel de asociación según coeficiente de correlación. |                                    |
|-------------------------------------------------------|------------------------------------|
| Valor                                                 | Correlación                        |
| 0,91 a 1,00                                           | Correlación positiva perfecta.     |
| 0,76 a 0,90                                           | Correlación positiva muy fuerte.   |
| 0,51 a 0,75                                           | Correlación positiva considerable. |
| 0,11 a 0,50                                           | Correlación positiva media.        |

|               |                                    |
|---------------|------------------------------------|
| 0,01 a 0,10   | Correlación positiva débil.        |
| 0             | No existe correlación.             |
| -0,01 a -0,10 | Correlación negativa débil.        |
| -0,11 a -0,50 | Correlación negativa media.        |
| -0,51 a -0,75 | Correlación negativa considerable. |
| -0,76 a -0,90 | Correlación negativa muy fuerte.   |
| -0,91 a -1,00 | Correlación negativa perfecta.     |

Notas: tomado de (Hernández, Carlos, & Pilar, 1998)

Este análisis proporcionará la intensidad y dirección de las aparentes correlaciones entre cada una de las variables consideradas. Los resultados para la correlación de Tau Kendall fueron los siguientes:

**Tabla 35**

*Tau de Kendall Correlaciones*

|                                        |   |                                                | Tau B de<br>Kendall | p                |
|----------------------------------------|---|------------------------------------------------|---------------------|------------------|
| INTENCIONES<br>PERSONALES<br>AGRUPADAS | - | EN RELACIÓN CON SU<br>UNIVERSIDAD<br>ACUMULADA | <b>0.218</b>        | <b>&lt; .001</b> |
| INTENCIONES<br>PERSONALES<br>AGRUPADAS | - | CURSOS Y SERVICIOS<br>ACUMULADOS               | <b>0.261</b>        | <b>&lt; .001</b> |
| INTENCIONES<br>PERSONALES<br>AGRUPADAS | - | ENTORNO CERCANO<br>ACUMULADO                   | <b>0.249</b>        | <b>&lt; .001</b> |
| INTENCIONES<br>PERSONALES<br>AGRUPADAS | - | CARACTERÍSTICAS<br>INDIVIDUALES<br>ACUMULADAS  | <b>0.325</b>        | <b>&lt; .001</b> |
| INTENCIONES<br>PERSONALES<br>AGRUPADAS | - | OPINIÓN SOBRE EL<br>RIESGO ACUMULADA           | -0.026              | 0.641            |

**Tabla 35***Tau de Kendall Correlaciones*

|                                                |   |                                               | Tau B de<br>Kendall | p                |
|------------------------------------------------|---|-----------------------------------------------|---------------------|------------------|
| EN RELACIÓN CON SU<br>UNIVERSIDAD<br>ACUMULADA | - | CURSOS Y SERVICIOS<br>ACUMULADOS              | <b>0.646</b>        | <b>&lt; .001</b> |
| EN RELACIÓN CON SU<br>UNIVERSIDAD<br>ACUMULADA | - | ENTORNO CERCANO<br>ACUMULADO                  | <b>0.338</b>        | <b>&lt; .001</b> |
| EN RELACIÓN CON SU<br>UNIVERSIDAD<br>ACUMULADA | - | CARACTERÍSTICAS<br>INDIVIDUALES<br>ACUMULADAS | <b>0.248</b>        | <b>&lt; .001</b> |
| EN RELACIÓN CON SU<br>UNIVERSIDAD<br>ACUMULADA | - | OPINIÓN SOBRE EL<br>RIESGO ACUMULADA          | 0.004               | 0.947            |
| CURSOS Y SERVICIOS<br>ACUMULADOS               | - | ENTORNO CERCANO<br>ACUMULADO                  | <b>0.383</b>        | <b>&lt; .001</b> |
| CURSOS Y SERVICIOS<br>ACUMULADOS               | - | CARACTERÍSTICAS<br>INDIVIDUALES<br>ACUMULADAS | <b>0.265</b>        | <b>&lt; .001</b> |
| CURSOS Y SERVICIOS<br>ACUMULADOS               | - | OPINIÓN SOBRE EL<br>RIESGO ACUMULADA          | 0.005               | 0.934            |
| ENTORNO CERCANO<br>ACUMULADO                   | - | CARACTERÍSTICAS<br>INDIVIDUALES<br>ACUMULADAS | <b>0.349</b>        | <b>&lt; .001</b> |
| ENTORNO CERCANO<br>ACUMULADO                   | - | OPINIÓN SOBRE EL<br>RIESGO ACUMULADA          | -0.098              | 0.089            |
| CARACTERÍSTICAS<br>INDIVIDUALES<br>ACUMULADAS  | - | OPINIÓN SOBRE EL<br>RIESGO ACUMULADA          | 0.054               | 0.350            |

Para este caso los resultados obtenidos sobre la muestra declaran una correlación significativa en un gran índice de las relaciones a evaluar, con algunas excepciones.

Este análisis reveló asociaciones entre las diversas creencias de comportamiento influyente sobre el emprendimiento. La anterior tabla preciso que las intenciones profesionales cuentan con correlaciones positivas medias en relación con: “La relación de la universidad” obteniendo un valor de  $p$  inferior a 0,001 y un coeficiente de correlación de 0,218,”Cursos y servicios” con un valor de  $p$  menor a 0,001 y un coeficiente de correlación de 0,261, por otra parte la relación “el entorno cercano” al igual que la anterior creencia de comportamiento cuenta con un valor de  $p$  más pequeño que 0,001 y un coeficiente de correlación de 0,249, por último las “características individuales” precisan mantener la tendencia a contar con un valor de  $p$  que indicaría la existencia de correlaciones y una correlación de 0,325. Pese a lo anteriormente mencionado, la “opinión sobre el riesgo” no indica un grado de influencia sobre las intenciones de emprender.

En cuanto a la interacción entre “la relación de la universidad” y las demás creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras, se precisa la existencia una correlación positiva considerable con “cursos y servicios” siendo que su valor de  $p$  en inferior a 0,001 y su coeficiente de correlación es de 0,646. De la misma se identifica la existencia de correlaciones positivas medias con el entorno cercano y las características individuales. La “opinión sobre el riesgo” resulta no indicar una correlación significativa.

El “entorno cercano” por otra parte, muestra una correlación media con respecto a las “características individuales” obteniendo un valor de  $p$  inferior a 0,001 y un coeficiente de correlación de 0,349. Además de ello, la interacción de “entorno cercano” y “opinión sobre el riesgo” aparenta contar con una correlación negativa débil más no significativa como para ser

estadísticamente relevante.

Por último, la correlación entre “características individuales” y “opinión sobre el riesgo” tampoco resulta ser estadísticamente relevante para el estudio, por lo que la percepción frente al riesgo no supone cumplir un rol destacable en las correlaciones a evaluar.

#### **5.1.8 Correlaciones de creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras y variables demográficas.**

El presente apartado examina si factores demográficos tales como la facultad de procedencia, el género, la edad, el estrato actual de vivienda, el año de ingreso a la universidad y el semestre influyen en la fuerza y dirección de las correlaciones entre las creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras.

##### **Prueba hipótesis específica (Correlaciones).**

**H<sub>0</sub>:** No existen correlaciones significativas entre creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras y las variables demográficas.

**H<sub>a</sub>:** Existen correlaciones significativas entre creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras y las variables demográficas.

##### **Regla de decisión**

Si  $P > 0.05$  se acepta la hipótesis nula

Si  $P < 0.05$  se acepta la hipótesis alterna.

**Tabla 36**

*Nivel de asociación según coeficiente de correlación.*

| <b>Nivel de asociación según coeficiente de correlación.</b> |                                    |
|--------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| <b>Valor</b>                                                 | <b>Correlación</b>                 |
| 0,91 a 1,00                                                  | Correlación positiva perfecta.     |
| 0,76 a 0,90                                                  | Correlación positiva muy fuerte.   |
| 0,51 a 0,75                                                  | Correlación positiva considerable. |
| 0,11 a 0,50                                                  | Correlación positiva media.        |
| 0,01 a 0,10                                                  | Correlación positiva débil.        |
| 0                                                            | No existe correlación.             |
| -0,01 a -0,10                                                | Correlación negativa débil.        |
| -0,11 a -0,50                                                | Correlación negativa media.        |
| -0,51 a -0,75                                                | Correlación negativa considerable. |
| -0,76 a -0,90                                                | Correlación negativa muy fuerte.   |
| -0,91 a -1,00                                                | Correlación negativa perfecta.     |

Nota: Tomado de (Hernández, Carlos, & Pilar, 1998)

#### **5.1.8.1 Correlación de creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras y la facultad de procedencia de los estudiantes.**

##### **Prueba hipótesis específica (Correlaciones).**

**Ho:** No existen correlaciones significativas entre creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras y la facultad de procedencia de los estudiantes.

**Ha:** Existen correlaciones significativas entre creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras y la facultad de procedencia de los estudiantes.

La siguiente tabla pretende evaluar la relación entre la facultad de procedencia de los estudiantes y los factores asociados a las intenciones emprendedoras de la muestra.

**Tabla 37***Tau de Kendall Correlaciones*

|      |   |                                          | Tau B de Kendall | p            |
|------|---|------------------------------------------|------------------|--------------|
| FACU | - | INTENCIONES PERSONALES AGRUPADAS         | <b>0.126</b>     | <b>0.046</b> |
| FACU | - | EN RELACIÓN CON SU UNIVERSIDAD ACUMULADA | 0.087            | 0.152        |
| FACU | - | CURSOS Y SERVICIOS ACUMULADOS            | 0.102            | 0.094        |
| FACU | - | ENTORNO CERCANO ACUMULADO                | 0.012            | 0.854        |
| FACU | - | CARACTERÍSTICAS INDIVIDUALES ACUMULADAS  | -0.005           | 0.938        |
| FACU | - | OPINIÓN SOBRE EL RIESGO ACUMULADA        | 0.052            | 0.394        |

Los resultados para las correlaciones Tau de Kendall precisan una única relación, siendo esta positiva y media, entre la facultad de la muestra y las intenciones profesionales. Si bien sugiere que la magnitud de la proporción es de consideración baja, se sugiere que la pertenencia a una facultad particular influye levemente sobre la intención de emprender, con una mayor propensión en Administración de Empresas.

Asimismo, las correlaciones reflejan que la facultad de procedencia de un estudiante tiene un impacto relativamente limitado, por lo que las percepciones sobre cada uno de los factores a excepción de las intenciones profesionales no se influyen por el programa académico en cuanto a términos de emprendimiento.

#### **5.1.8.2 Correlación de creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras y el género.**

##### **Prueba hipótesis específica (Correlaciones).**

**Ho:** No existen correlaciones significativas entre creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras y el género de los estudiantes.

**Ha:** Existen correlaciones significativas entre creencias de comportamiento influyentes

sobre las intenciones emprendedoras y el género de los estudiantes.

En términos generales, los resultados entre el género y las dimensiones asociadas a las intenciones emprendedoras sugieren que el género no es una variable determinante en relación con su intencionalidad de emprender, el entorno universitario, el entorno cercano, las características individuales y la opinión sobre el riesgo.

**Tabla 38**

*Tau de Kendall Correlaciones*

|     |   |                                          | Tau B de Kendall | p     |
|-----|---|------------------------------------------|------------------|-------|
| GEN | - | INTENCIONES PERSONALES AGRUPADAS         | -0.022           | 0.723 |
| GEN | - | EN RELACIÓN CON SU UNIVERSIDAD ACUMULADA | 0.072            | 0.239 |
| GEN | - | CURSOS Y SERVICIOS ACUMULADOS            | -0.036           | 0.555 |
| GEN | - | ENTORNO CERCANO ACUMULADO                | 0.085            | 0.184 |
| GEN | - | CARACTERÍSTICAS INDIVIDUALES ACUMULADAS  | 0.028            | 0.666 |
| GEN | - | OPINIÓN SOBRE EL RIESGO ACUMULADA        | -0.022           | 0.714 |

### 5.1.8.3 Correlación entre creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras y la edad de los estudiantes.

#### **Prueba hipótesis específica (Correlaciones).**

**Ho:** No existen correlaciones significativas entre creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras y la edad de los estudiantes.

**Ha:** Existen correlaciones significativas entre creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras y la edad de los estudiantes.

**Tabla 39***Tau de Kendall Correlaciones*

|      |   |                                             | Tau B de<br>Kendall | p            |
|------|---|---------------------------------------------|---------------------|--------------|
| EDAD | - | INTENCIONES PERSONALES AGRUPADAS            | -0.062              | 0.257        |
| .    |   |                                             |                     |              |
| EDAD | - | EN RELACIÓN CON SU UNIVERSIDAD<br>ACUMULADA | <b>-0.105</b>       | <b>0.048</b> |
| .    |   |                                             |                     |              |
| EDAD | - | CURSOS Y SERVICIOS ACUMULADOS               | -0.023              | 0.669        |
| .    |   |                                             |                     |              |
| EDAD | - | ENTORNO CERCANO ACUMULADO                   | -0.041              | 0.464        |
| .    |   |                                             |                     |              |
| EDAD | - | CARACTERÍSTICAS INDIVIDUALES<br>ACUMULADAS  | <b>0.117</b>        | <b>0.036</b> |
| .    |   |                                             |                     |              |
| EDAD | - | OPINIÓN SOBRE EL RIESGO ACUMULADA           | 0.031               | 0.560        |
| .    |   |                                             |                     |              |

Los resultados expuestos por el coeficiente de correlación muestral demuestran que la edad no es una consideración estadística determinante para la mayoría de las percepciones analizadas.

La variable en relación con la universidad precisa una correlación negativa débil y la edad de la muestra. Por lo que esto sugiere que a medida que la edad de los encuestados aumenta, su percepción que tienen frente a la relación con la universidad disminuye ligeramente.

Además de ello, se expone una correlación positiva media entre la edad y las características individuales. Por consiguiente, se precisa un comportamiento directamente proporcional, siendo que a medida que la edad aumenta, la percepción de poseer características

personales favorables para el emprender se intensifica.

#### 5.1.8.4 Correlación entre creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras y el estrato actual de vivienda de los estudiantes.

##### Prueba hipótesis específica (Correlaciones).

**Ho:** No existen correlaciones significativas entre creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras y el estrato actual de vivienda de los estudiantes.

**Ha:** Existen correlaciones significativas entre creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras y el estrato actual de vivienda de los estudiantes.

**Tabla 40**

*Tau de Kendall Correlaciones*

|           |   |                                          | Tau B de Kendall | p     |
|-----------|---|------------------------------------------|------------------|-------|
| EST. VIV. | - | INTENCIONES PERSONALES AGRUPADAS         | -0.022           | 0.702 |
| EST. VIV. | - | EN RELACIÓN CON SU UNIVERSIDAD ACUMULADA | -0.077           | 0.169 |
| EST. VIV. | - | CURSOS Y SERVICIOS ACUMULADOS            | -0.005           | 0.934 |
| EST. VIV. | - | ENTORNO CERCANO ACUMULADO                | 0.006            | 0.915 |
| EST. VIV. | - | CARACTERÍSTICAS INDIVIDUALES ACUMULADAS  | -0.026           | 0.664 |
| EST. VIV. | - | OPINIÓN SOBRE EL RIESGO ACUMULADA        | -0.037           | 0.510 |

Para este caso los valores de correlaciones de Tau de Kendall exponen ser muy cercanos a

cero siendo que estos no son estadísticamente significantes lo que precisa una nula asociación de la variable estrato de vivienda y los demás factores analizados. Esto a su vez precisa que no existe una correlación consistente entre la situación de la vivienda actual y las intenciones emprendedoras, la relación con la universidad, la apreciación de los cursos y servicios, el entorno cercano, las características individuales o la percepción sobre el riesgo.

#### **5.1.8.5 Correlación entre creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras y el año de ingreso a la universidad de los estudiantes.**

##### **Prueba hipótesis específica (Correlaciones).**

**Ho:** No existen correlaciones significativas entre creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras y el año de ingreso a la universidad de los estudiantes.

**Ha:** Existen correlaciones significativas entre creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras y el año de ingreso a la universidad de los estudiantes.

**Tabla 41**

*Tau de Kendall Correlaciones*

|             |   |                                          | Tau B de Kendall | p            |
|-------------|---|------------------------------------------|------------------|--------------|
| A.O ING. U. | - | INTENCIONES PERSONALES AGRUPADAS         | 0.104            | 0.065        |
| A.O ING. U. | - | EN RELACIÓN CON SU UNIVERSIDAD ACUMULADA | <b>0.135</b>     | <b>0.013</b> |
| A.O ING. U. | - | CURSOS Y SERVICIOS ACUMULADOS            | <b>0.113</b>     | <b>0.041</b> |
| A.O ING. U. | - | ENTORNO CERCANO ACUMULADO                | 0.077            | 0.182        |

**Tabla 41***Tau de Kendall Correlaciones*

|             |   |                                         | Tau B de Kendall | p     |
|-------------|---|-----------------------------------------|------------------|-------|
| A.O ING. U. | - | CARACTERÍSTICAS INDIVIDUALES ACUMULADAS | -0.074           | 0.195 |
| A.O ING. U. | - | OPINIÓN SOBRE EL RIESGO ACUMULADA       | 0.016            | 0.771 |

Los resultados expuestos indican una correlación media y positiva entre el año de ingreso a la Universidad Santo Tomás, la relación con su universidad y los cursos o servicios. Por lo que esto aparentemente insinúa que entre más reciente sea el año de ingreso a la universidad se tiende a tener una mayor relación positiva con la institución y valorar mejor los cursos relacionados con emprender.

Además de ello no se evidencia una relación estadísticamente relevante entre el año de ingreso de la universidad y las intenciones profesionales, el entorno cercano, las características individuales y la percepción sobre el riesgo.

#### **5.1.8.6 Correlación entre creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras y el semestre de los estudiantes.**

##### **Prueba hipótesis específica (Correlaciones).**

**Ho:** No existen correlaciones significativas entre creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras y el semestre de los estudiantes.

**Ha:** Existen correlaciones significativas entre creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras y el semestre de los estudiantes.

La siguiente tabla presenta los resultados correspondientes para la correlación de Tau de Kendall, para este caso se analizará la relación entre el semestre en el que se encuentra la muestra al momento de aplicar la encuesta y las demás variables de estudio sobre las intenciones y percepciones emprendedoras de los sujetos.

**Tabla 42**

*Tau de Kendall Correlaciones*

|           |   |                                             | Tau B de<br>Kendall | p                     |
|-----------|---|---------------------------------------------|---------------------|-----------------------|
| SMTE<br>. | - | INTENCIONES PERSONALES AGRUPADAS            | <b>-0.123</b>       | <b>0.025</b>          |
| SMTE<br>. | - | EN RELACIÓN CON SU UNIVERSIDAD<br>ACUMULADA | <b>-0.212</b>       | <b>&lt; .00<br/>1</b> |
| SMTE<br>. | - | CURSOS Y SERVICIOS ACUMULADOS               | <b>-0.146</b>       | <b>0.007</b>          |
| SMTE<br>. | - | ENTORNO CERCANO ACUMULADO                   | -0.084              | 0.135                 |
| SMTE<br>. | - | CARACTERÍSTICAS INDIVIDUALES<br>ACUMULADAS  | 0.053               | 0.341                 |
| SMTE<br>. | - | OPINIÓN SOBRE EL RIESGO<br>ACUMULADA        | -0.029              | 0.593                 |

Los resultados expuestos demuestran una relación negativa media entre el semestre de los estudiantes y algunas de las variables a analizar, en esta circunstancia existe una correlación significativa entre las intenciones profesionales, la relación con su universidad y los cursos y servicios. Por lo que se sugiere que semestres inferiores tienden a tener intenciones emprendedoras más altas, una percepción de la relación con su universidad más positiva y la valoración.

La relación negativa expuesta podría sustentarse aparentemente por el grado de exigencia académica en semestres superiores, por ende, también una menor vinculación con cursos y servicios relacionados con emprender, y un principal enfoque sobre la búsqueda de empleo.

## **6 Conclusiones.**

- Gracias al contraste de los perfiles obtenidos entre los estudiantes de Administración de Empresas y los estudiantes de Ingeniería Industrial, se concluye que es evidente tanto semejanzas como disparidades en sus percepciones frente a las secciones de las encuestas. Pese a que ambos perfiles comparten diversas creencias, únicamente la categoría “intenciones profesionales” propone contar con diferencias estadísticamente significativas entre ambas facultades. Además de ello, los resultados exponen que la muestra de los estudiantes de Administración de Empresas declara una predisposición ligeramente mayor hacia el emprender.
- En relación con las percepciones sobre el emprender, se manifiesta que para esta investigación los estudiantes de la facultad de Administración de Empresas cuentan con una visión académica encaminada a la gestión y rentabilidad empresarial, al mismo tiempo los estudiantes de la facultad de Ingeniería Industrial cuentan con un mayor hincapié sobre temas relacionados con innovación y la materialización de ideas propias. Esto se manifiesta bajo las diferencias observadas en componentes relacionados con la ejecución de proyectos y la concepción de la universidad como mediador para el desarrollo del emprendimiento. Si bien ambos perciben un apoyo de la universidad moderado, persiste la existencia de disparidades en función de los servicios.

- Eventualmente, se concluye que ambas facultades cuentan con un perfil con similitudes respecto a aquellos factores motivadores y de importancia al momento de emprender. Donde rasgos intrínsecos se consolidan como aquellos con mayor grado de importancia entre ambas facultades, simultáneamente factores presuntamente extrínsecos señalan pasar a ser ligeramente menos relevantes para los estudiantes. Mutuas facultades, según parece, precisan el emprender como una actividad influenciada principalmente por motivaciones como la independencia y autonomía, la rentabilidad, y retos personales.
- Se evidenciaron patrones dentro de la muestra, los cuales pudieron establecer tendencias generales en factores motivacionales y percepción del entorno universitario. En relación con los factores motivacionales, la autonomía, la independencia y la rentabilidad se presentan como los más importantes para ambas facultades, pese a que existe un mayor grado de importancia para los estudiantes de Administración de Empresas. De la misma manera, se evidenció que los estudiantes de semestres superiores suelen tener una percepción menos favorable frente al apoyo que brinda la universidad sobre el emprendimiento, eso aparentemente puede deberse a altas cargas académicas en relación con el tiempo dentro de ella y el enfoque sobre la empleabilidad.
- Se comprobó que el año de ingreso a la universidad es un factor diferenciador respecto a la percepción que los estudiantes tienen sobre la relación de la universidad al momento de emprender, siendo que estadísticamente los estudiantes de nuevo ingreso y los antiguos perciben de maneras diferentes

esta creencia.

- Para este caso los resultados obtenidos sobre las correlaciones entre las creencias de comportamiento influyentes sobre las intenciones emprendedoras declaran una correlación significativa en un gran índice de las relaciones a evaluar, con la excepción de “La opinión sobre el riesgo” por lo que este factor pretende ser independiente sobre la influencia del resto.
- Se determina que la facultad de procedencia del estudiante para este caso sugiere tener un grado de influencia levemente relevante sobre la predisposición personal de emprender.
- La edad de la muestra precisa ser una cualidad que indica contar con correlaciones frente a la percepción de la influencia de la universidad y la autopercepción de las características individuales. Para el primer caso se concluye que entre la muestra, a medida que la edad de los estudiantes aumenta, su valoración sobre el impacto institucional disminuye. En contraste y en relación con el segundo caso, se indica que a mayor edad de los estudiantes su autopercepción de atributos personales relacionados con emprendimiento será más positiva.
- Los estudiantes de nuevo ingreso a la Universidad Santo Tomás sobre el resto, dada a su correlación y su valor de Tau b de Kendall, tienden a percibir de manera moderadamente más positiva el rol de la universidad sobre emprender, los cursos y servicios.
- Se comprobó que a medida que los estudiantes progresan en relación de su formación académica, la intención de emprender disminuye, a su vez este

comportamiento se replica frente a la valoración del rol de la universidad, y la percepción del impacto de los cursos y servicios en la intención emprendedora.

- Los descubrimientos expuestos en la investigación insinúan la relevancia de afianzar los programas de apoyo impartidos en la Universidad Santo Tomás, teniendo un mayor énfasis en semestres altos, siendo que los próximos graduandos aparentemente podrían sacar provecho de estrategias particulares para compaginar las actividades académicas con iniciativas emprendedoras.
- Se sugiere seguir explorando la influencia de los planes de estudio específicos sobre la intención emprendedora de los estudiantes, con el fin de ajustar estrategias dentro de la formación académica para favorecer la cultura emprendedora dentro de la comunidad académica específica<sup>1</sup>.

## 7 Referencias:

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/074959789190020T>
- Amoros, J. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, 1-15.
- Ávila, A. (2016). Descubriendo el Espíritu Emprendedor: Qué es el emprendimiento y su importancia en el siglo XXI. *Revista Nova et Vetera*. Obtenido de <https://urosario.edu.co/revista-nova-et-vetera/columnistas/descubriendo-el-espiritu-emprendedor-que-es-el-emprendimiento-y-su-importancia>
- Buitrago, J. (2014). Emprendimiento en Colombia. *Administración&Desarrollo*, 7-21. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6403431>
- Cardozo, C., Monroy, L., Flórez, D., Pinzón, L., & Romero, L. (2020). Emprendimiento universitario: El nuevo valor agregado de las universidades desde la aplicación de sistemas. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 268-284. Obtenido de <https://www.proquest.com/openview/fd980a089cf26f1f475c55753e1f53cb/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
- Carreño, A., Ramírez, R., & Hernández, F. (2021). 130FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS QUE INCIDEN EN EL DESARROLLO Y SOSTENIMIENTO DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS. *AGLALA*, 117-130. Obtenido de

- <https://revistas.uninunez.edu.co/index.php/aglala/article/view/2119/1472>
- Chambi, J., & Arohuana, P. (2019). ESTUDIO COMPARATIVO DE INTENCIONES EMPRENDEDORAS EN ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN EN LA CIUDAD DE PUNO. *Revista de Administración de Empresas Globales*, 11-17. Obtenido de [https://revistas.urp.edu.pe/index.php/Global\\_Business/article/view/2288/2310](https://revistas.urp.edu.pe/index.php/Global_Business/article/view/2288/2310)
- Constitución Política 1 de 1991. (1991).
- DANE. (2023). Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/fuerza-laboral-y-educacion>
- Diana, P. (2013). *IMPACTO SOCIAL DE LA PRACTICA EMPRENDEDORA*. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/server/api/core/bitstreams/f4976973-aec6-470a-8d28-f1eb2327236c/content>
- Díaz, J. (2018). Los factores determinantes del emprendimiento. *eXtoikos*, 13-16. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6867834>
- Eduardo, T., & Andrea, G. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista espacios*, 41(7), 7. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/20410707.html>
- Escat, M., & Romo, M. (2015). Emprendimiento y personalidad creativa en estudiantes universitarios. *Creatividad y sociedad*, 64-99. Obtenido de [http://creatividadysociedad.com/articulos/23/3\\_Emprendimiento%20y%20personalidad%20en%20estudios%20universitarios.pdf](http://creatividadysociedad.com/articulos/23/3_Emprendimiento%20y%20personalidad%20en%20estudios%20universitarios.pdf)
- García, F., & Gutiérrez, D. R. (2024). Influencia de la familia en la actitud emprendedora de la juventud. *Emprendimiento y Negocios Internacionales*. Obtenido de <https://ojsspd.c.ulpgc.es/ojs/index.php/ENI/article/view/1773>
- German Agency for Technical Cooperation - NU. CEPAL. (2006). *Los jóvenes y el empleo en América Latina: desafíos y perspectivas ante el nuevo escenario laboral*. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/87c48560-225d-41e0-b9f7-c5032ba295e4/content>
- (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022*. London: GEM.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2023). *2022/2023 Global Report Adapting to a “New Normal”*. Babson College.
- (2024). *Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing*. London: Global Entrepreneurship Monitor.
- González, I. (2019). *Los Factores Personales y Culturales que influyen en los Emprendimientos Empresariales*. Obtenido de <https://repository.unad.edu.co/jspui/bitstream/10596/30191/1/34599136.pdf>
- González, M., Irena, V., Pérez, C., Aguado, S., Calabuig, F., & Crespo, J. (2016). La influencia del género y de la formación académica en la intención de emprender de los estudiantes de ciencias de la actividad física y el deporte. *OmniaScience*, 759- 788. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/549/54946039002.pdf>
- Hernández, R., Carlos, F., & Pilar, B. (1998). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <http://187.191.86.244/rceis/registro/Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20SAMPLERI.pdf>
- Hidalgo, L. (2014). La Cultura del Emprendimiento. *Rev. Alternativas*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5599803>
- Hisrich, R., Peters, M., & Shepherd, D. (2017). *ENTREPRENEURSHIP*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/323587958\\_Entrepreneurship\\_by\\_Robert\\_Hisrich\\_Michael\\_Peters\\_Dean\\_Shepherd\\_z\\_lib\\_org](https://www.researchgate.net/publication/323587958_Entrepreneurship_by_Robert_Hisrich_Michael_Peters_Dean_Shepherd_z_lib_org)
- Inmaculada, J. (2010). *Una revisión teórica de los valores en el estudio*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/323587958\\_Una\\_revision\\_teorica\\_de\\_los\\_valores\\_en\\_el\\_estudio\\_de\\_la\\_intencion\\_emprendedora](https://www.researchgate.net/publication/323587958_Una_revision_teorica_de_los_valores_en_el_estudio_de_la_intencion_emprendedora)
- (s.f.). *Ley 1581 de 2012*. Obtenido de

- <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49981>
- Ley 905 de 2004 Congreso de la Republica. (2004). Obtenido de [https://www.redjurista.com/Documents/ley\\_905\\_de\\_2004\\_congreso\\_de\\_la\\_republica.aspx#/](https://www.redjurista.com/Documents/ley_905_de_2004_congreso_de_la_republica.aspx#/)
- Ley de Emprendimiento Juvenil. (s.f.). Obtenido de <https://www.ccb.org.co/tramites-y-consultas/sobre-registros/normativas-registros-publicos/normativas-registros-publicos/ley-de-emprendimiento-juvenil>
- María, E., & Romo, M. (2015). Emprendimiento y personalidad creativa en estudiantes universitarios. *Emprendimiento y personalidad creativa*, 64-99. Obtenido de [http://creatividadysociedad.com/articulos/23/3\\_Emprendimiento%20y%20personalidad%20en%20estudios%20universitarios.pdf](http://creatividadysociedad.com/articulos/23/3_Emprendimiento%20y%20personalidad%20en%20estudios%20universitarios.pdf)
- Marulanda, F., & Morales, S. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Escuela de Administración de Negocios*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/206/20649705002/html/>
- Melo, M. (11 de Julio de 2024). *Statista*. Obtenido de <https://es.statista.com/grafico/18130/tasa-de-desempleo-en-paises-seleccionados-de-america-latina/>
- Mendez, J. (2019). Factores socioculturales que influyen en emprendimientos sostenibles. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/server/api/core/bitstreams/8699fd03-afa5-43b0-af06-5a72c5c74483/content>
- Montoya, L. (08 de 06 de 2023). Colombia: país del emprendimiento. *La republica*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/analisis/lina-maria-montoya-madrigal-3632605/colombia-pais-del-emprendimiento-3632472>
- Naama, K. (2024). Reasoning, the Role of the Private Sector and Its Impact on Transforming Economies. *Journal Socio-Economic Analyses*, 184-195.
- Nadal, V. (2017). Obtenido de Word Economic Forum: <https://es.weforum.org/stories/2017/09/los-rasgos-de-la-personalidad-que-hacen-triunfar-a-los-emprendedores/>
- Peñaloza, R. (2019). *EL EMPRENDIMIENTO COMO VENTAJA COMPETITIVA*. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/server/api/core/bitstreams/01d105d4-9f84-423d-8a70-cd8872dcf020/content>
- (2023). *Plan Nacional de Desarrollo 2022- 2026*. Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Publicaciones/plan-nacional-de-desarrollo-2022-2026-colombia-potencia-mundial-de-la-vida.pdf>
- Pretelt, J. (2012). *Sistema Único de Información Normativa*. Obtenido de <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=20006453>
- (2024). *Reporte GEM Colombia 2023 - 2024*. GEM.
- Ribeiro, S. (10 de Enero de 2017). *Taylor & Francis Online*. Obtenido de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08985626.2016.1255438?scroll=top&needAccess=true#d1e88>
- Ruiz, S., & Palacios, A. (2020). El emprendimiento en América Latina. *ECASINERGIA*, 47-58. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8226649>
- Salazar, Á., & Hortua, K. (2023). *La influencia del contexto socio-cultural en el desarrollo integral de la primera infancia en el departamento del Quindío*. Obtenido de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/56246/amsalazarr.pdf?sequence=3>
- Simón, J. (2023). Factores que influyen en la intención emprendedora en los estudiantes de Ciencias Empresariales, cohorte 2015-2020. *Revista de investigacion educativa*, 14.
- Solózano, R., Erazo, J., Torres, M., & Narváez, C. (2020). Emprendimiento e Innovación Relacion con el desarrollo local. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7608885>
- Terán, E., & Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 7. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/20410707.html>

- Universidad Santo Tomas Tunja*. (s.f.). Obtenido de Santototunja:  
<https://www.santototunja.edu.co/emprendimiento-administracion>
- Universidad Santo Tomas Tunja*. (s.f.). Obtenido de Santototunja:  
<https://santototunja.edu.co/tomas-noticias/tomas-noticias-usta/item/3558-este-jueves-es-el-lanzamiento-del-cede>
- Universidad Santo Tomás Tunja*. (s.f.). Obtenido de santototunja:  
<https://www.santototunja.edu.co/nuestra-institucion/presentacion-usta-tunja#1>
- Universidad Santo Tomás Tunja*. (s.f.). Obtenido de santototunja:  
<https://www.santototunja.edu.co/presentacion-del-programa>
- Universidad Santo Tomás Tunja*. (s.f.). Obtenido de Santototunja:  
<https://www.santototunja.edu.co/inicio-ingenieria-industrial/itemlist/category/696-presentacion-del-programa-ingenieria-industrial>
- Universidad Santo Tomás Tunja*. (s.f.). Obtenido de Santoto tunja:  
<https://www.santototunja.edu.co/proyeccion-social-industrial#estrategia-de-emprendimiento>
- Vargas, & Uttermann. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29063559024/html/>
- Villota, C., Delgado, S., & Fuentes, M. (2018). UN BREVE ANÁLISIS Y REFLEXIÓN ACERCA DE LAS CONDICIONES EMPRENDEDORAS EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN MUNICIPAL DEL SECTOR RURAL DEL MUNICIPIO DE PASTO. *La innovacion*. Obtenido de <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/working/article/view/2556>
- Weslen, C. (2024). *La Psicología de la Influencia: Cómo el Comportamiento Humano Moldea Nuestras Decisiones*.
- Zamora, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Revista Espacios*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/profile/Clarisa-Zamora/publication/326986184\\_La\\_importancia\\_del\\_emprendimiento\\_en\\_la\\_economia\\_el\\_caso\\_de\\_Ecuador/links/5b70b2a492851ca65056d6de/La-importancia-del-emprendimiento-en-la-economia-el-caso-de-Ecuador.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Clarisa-Zamora/publication/326986184_La_importancia_del_emprendimiento_en_la_economia_el_caso_de_Ecuador/links/5b70b2a492851ca65056d6de/La-importancia-del-emprendimiento-en-la-economia-el-caso-de-Ecuador.pdf)