

**Caracterización Socioeconómica de Emprendedores de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) - CCAV Pitalito Zona Sur: Estudiantes y Egresados (2020-2023)**

Yeimi Estefanía Ordoñez Marín  
Ana Lucia Álvarez Parra

Director  
Faiber Martínez Carrillo

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD  
Escuela de Ciencias Administrativas, contables, Económicas y de Negocios ECACEN  
Maestría en Administración de Organizaciones  
Pitalito, Huila, Colombia  
2025

## Resumen

En el panorama económico y global actual, el emprendimiento se presenta como una alternativa clave que añade valor tanto a los objetivos económicos como sociales en el desarrollo de las naciones (García, 2014, p. 111). En este contexto, el emprendedor se convierte en un agente de cambio, aportando ideas creativas e innovadoras que responden a las necesidades del entorno. Un claro ejemplo de esto es Colombia, donde el impacto ha sido tan significativo que se han implementado marcos regulatorios como la Ley 1014 de 2006, destinada a fomentar la cultura empresarial, además de establecerse diversas instituciones para impulsar el emprendimiento. Sin embargo, los esfuerzos para crear espacios que promuevan el emprendimiento deben ir más allá del simple asistencialismo, enfocándose en la definición de planes estratégicos que permitan la formación de emprendedores de manera articulada y coherente con objetivos y políticas claramente establecidos.

Esta investigación tiene como objetivo caracterizar a los emprendedores universitarios de la UNAD - CCAV Pitalito, analizando sus motivaciones, expectativas, riesgos, y los sectores en los que deciden incursionar. Para ello, la presente investigación se fundamenta en un paradigma positivista, utilizando un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, basado en la recolección de datos a través de un cuestionario. Mediante un análisis estadístico basado en un modelo de ecuaciones estructurales, se evalúan las variables clave para obtener una comprensión integral del fenómeno del emprendimiento en el entorno universitario.

Los resultados revelan que la mayoría de los emprendedores se concentra en sectores como el comercial y agropecuario, con un enfoque predominante en micro y pequeñas empresas de bajos ingresos. Las motivaciones principales incluyen la independencia financiera y el deseo de mejorar la calidad de vida. Sin embargo, estos emprendedores enfrentan desafíos significativos,

especialmente en áreas de financiamiento, acceso a clientes y apoyo institucional. La investigación subraya la falta de programas específicos de apoyo en la UNAD e indica la necesidad de fortalecer el ecosistema emprendedor con iniciativas que incluyan capacitaciones, acceso a redes de contacto y programas de financiamiento. Estos hallazgos contribuyen a la formulación de estrategias institucionales para fomentar el emprendimiento en estudiantes y egresados de la UNAD - CCAV Pitalito, promoviendo así el desarrollo socioeconómico en la región.

***Palabras Claves:*** UNAD, Emprendimiento, Experiencia, Productividad, Sostenibilidad, Pertinencia, Redes de Apoyo.

## Abstrac

In today's global economic landscape, entrepreneurship emerges as a key alternative that adds value to both economic and social objectives in national development (García, 2014, p. 111). In this context, the entrepreneur becomes an agent of change, contributing creative and innovative ideas that respond to the needs of the environment. A clear example of this is Colombia, where the impact has been so significant that regulatory frameworks such as Law 1014 of 2006 have been implemented to foster a business culture, in addition to the establishment of various institutions to promote entrepreneurship. However, efforts to create spaces that promote entrepreneurship must go beyond mere assistance, focusing on the definition of strategic plans that allow the training of entrepreneurs in an articulated and coherent manner with clearly established objectives and policies.

This research aims to characterize university entrepreneurs at UNAD - CCAV Pitalito, analyzing their motivations, expectations, risks, and the sectors in which they choose to venture. For this purpose, this research is based on a positivist paradigm, using a quantitative descriptive approach, based on the collection of data through a questionnaire. Through a statistical analysis based on a structural equation model, the key variables are evaluated to obtain a comprehensive understanding of the phenomenon of entrepreneurship in the university environment.

The results reveal that most entrepreneurs concentrate on sectors such as commerce and agriculture, with a predominant focus on low-income micro and small enterprises. The primary motivations include financial independence and the desire to improve quality of life. However, these entrepreneurs face significant challenges, particularly in the areas of financing, customer access, and institutional support. The research highlights the lack of specific support programs at UNAD and suggests the need to strengthen the entrepreneurial ecosystem with initiatives that

include training, access to networks, and financing programs. These findings contribute to the formulation of institutional strategies to foster entrepreneurship among UNAD - CCAV Pitalito students and graduates, thereby promoting socioeconomic development in the region.

***Keywords:*** UNAD, Entrepreneurship, Experience, Productivity, Sustainability, Relevance, Support Networks.

## Tabla de Contenido

Resumen.....	2
Abstrac .....	4
Planteamiento del Problema .....	12
Antecedentes .....	12
Estudios Previos y Datos Históricos .....	12
Estudios Regionales .....	15
Descripción del Problema .....	18
Formulación del Problema .....	20
Sistematización del Problema .....	20
Justificación .....	22
Objetivos .....	27
Objetivo General.....	27
Objetivos Específicos.....	27
Marco Teórico .....	28
Fundamentos Teóricos sobre Emprendimiento .....	28
Fundamentación Teórica para la Investigación.....	30
La Teoría del Comportamiento Planeado.....	31
La Teoría de la Acción Razonada .....	31
La Teoría de la Conducta Planificada .....	32
La Teoría De Los Rasgos De Personalidad.....	33
Perfil Del Emprendedor .....	38
Emprendimiento Universitario.....	40
Análisis de la Actitud Emprendedora en el Ambiente del Emprendimiento Universitario .....	43

Alcance que Tienen los Emprendedores Universitarios en la Creación de Iniciativas	
Empresariales.....	44
Modelos de Emprendimiento Universitario.....	45
El modelo del Triángulo de Sábato y Botana (1986).....	45
El Modelo de los Sistemas de Innovación.....	47
El Modelo de la Triple Hélice.....	48
Modelo de Ecosistema de Emprendimiento del Babson Global.....	50
Modelo de Ecosistema de Emprendimiento GEM.....	52
Impacto del Emprendimiento en el Crecimiento Económico.....	55
Ecosistema del Emprendimiento Universitario.....	57
Políticas Públicas en Emprendimiento Universitario.....	59
Políticas Públicas en Emprendimiento Universitario en Colombia.....	63
Impacto de las Políticas Gubernamentales en el Emprendimiento en Colombia.....	64
Impacto en la Educación Superior y la UNAD - CCAV Pitalito.....	66
Marco Conceptual.....	67
Competitividad.....	67
Cultura Empresarial.....	68
Emprendimiento.....	70
Experiencia Laboral del Emprendedor.....	71
Formación de la Cultura Emprendedora.....	72
Redes de Apoyo a Emprendedores.....	73
Sostenibilidad.....	75
Metodología.....	77
Esquema Metodológico.....	77
Tipo de Investigación.....	77

Método de Investigación.....	78
Instrumentos Para la Recolección de la Información .....	79
Descripción del Instrumento de Recolección de Información.....	80
Fases del Proyecto.....	82
Universo, Población y Muestra.....	82
Universo .....	82
Población.....	82
Muestra .....	83
Hipótesis .....	86
Análisis de la Información Recolectada .....	87
Análisis Cumplimiento Objetivos de la Investigación.....	103
Estrategias que Apoyan el Desarrollo Empresarial de los Emprendedores Unadistas de la UNAD - CCAV Pitalito .....	106
Estrategias para Mejorar la Capacitación y el Desarrollo de Habilidades.....	106
Cursos de Formación Continua en Gestión Empresarial .....	106
Mentoría y Coaching Empresarial .....	106
Fomento de la Capacitación Técnica en Sectores Emergentes .....	106
Estrategias para Fortalecer la Red de Apoyo y el Networking .....	107
Crear una Plataforma Digital de Networking .....	107
Eventos y Ferias de Emprendimiento Locales.....	107
Redes de Apoyo Institucional .....	107
Estrategias para Mejorar el Acceso a Mercados y Clientes .....	107
Desarrollo de Estrategias de Marketing Digital.....	108
Crear una Plataforma de Comercialización para Productos de Emprendedores Locales .....	108
Promoción y Visibilidad en Medios de Comunicación Locales .....	108

Estrategias Para Mejorar el Acceso a Financiación .....	108
Facilitar el Acceso a Recursos Financieros que Permitan a los Emprendedores Expandir y Fortalecer sus Proyectos .....	108
Asesoría en la Búsqueda de Fondos Públicos y Privados .....	108
Estrategias para el Fortalecimiento del Bienestar Psicológico y la Superación Personal.....	109
Talleres de Superación Personal y Manejo del Estrés .....	109
Fomento de la Autoestima y Confianza Emprendedora .....	109
Red de Apoyo Emocional entre Emprendedores .....	109
Estrategias para Fomentar la Innovación y la Diversificación del Emprendimiento.....	109
Fomento de la Innovación a través de Incubadoras de Empresas.....	110
Concursos de Innovación Empresarial.....	110
Alianzas con Universidades y Centros de Investigación .....	110
Conclusiones .....	111
Recomendaciones .....	114
Bibliografía .....	117

**Lista de Tablas**

<b>Tabla 1</b> <i>Roles Estratégicos en el Modelo de la Triple Hélice</i> .....	49
<b>Tabla 2</b> <i>Determinación de la Muestra</i> .....	84
<b>Tabla 4</b> <i>Ficha Metodológica del Estudio</i> .....	84

## Lista de Figuras

<b>Figura 1</b> <i>Modelo del Triángulo de Sábato Y Botana</i> .....	46
<b>Figura 2</b> <i>Políticas Públicas para el Emprendimiento</i> .....	60
<b>Figura 3</b> <i>Participación por Población Objetivo</i> .....	87
<b>Figura 4</b> <i>Distribución de la Población por Programa Académico</i> .....	88
<b>Figura 5</b> <i>Clasificación de Emprendedor y Emprendedora</i> .....	89
<b>Figura 6</b> <i>Rango de Edad de la Población Encuestada</i> .....	90
<b>Figura 7</b> <i>Tipo de Vivienda en la que Reside</i> .....	91
<b>Figura 8</b> <i>Principal Razón que Motivó a Iniciar el Emprendimiento</i> .....	92
<b>Figura 9</b> <i>Participación en Algún Emprendimiento durante la Vigencia 2020–2023</i> .....	93
<b>Figura 10</b> <i>Sector Económico donde se Desarrolla El Emprendimiento</i> .....	94
<b>Figura 11</b> <i>Tamaño y Empleo en los Emprendimientos</i> .....	95
<b>Figura 12</b> <i>Principales Fuentes de Financiación Utilizados para Ejecutar el Emprendimiento</i> ..	96
<b>Figura 13</b> <i>Ingreso Mensual en la Ejecución del Emprendimiento</i> .....	98
<b>Figura 14</b> <i>Principales Desafíos que enfrentan en el Desarrollo del Emprendimiento</i> .....	99
<b>Figura 15</b> <i>Tipo de Apoyo Recibido para el Desarrollo del Emprendimiento</i> .....	101

## Planteamiento del Problema

### Antecedentes

#### *Estudios Previos y Datos Históricos*

El emprendimiento universitario impulsa el intercambio de experiencias y aprendizajes en torno a los proyectos, y facilita la definición de áreas de interés común entre universidades, el Estado y el sector privado, tanto público como privado. Este proceso fomenta espacios de reflexión colectiva sobre los desafíos del emprendimiento a nivel nacional. Aspectos como las políticas públicas, el financiamiento, el crecimiento acelerado y las experiencias compartidas por los docentes juegan un papel crucial en el desarrollo del emprendimiento y su contribución al crecimiento económico (Padilla et al., 2019).

En el trabajo de Godínez y Canales (2019) sobre desarrollo y emprendimiento universitario, se expone que este tipo de emprendimiento, entendido como una vía para la creación de nuevas empresas, productos y servicios, ha cobrado relevancia en los últimos años. Por un lado, la formación de habilidades para crear y sostener empresas en el mercado se presenta como una alternativa para enfrentar la inestabilidad económica, la limitada oferta de empleo o la baja calidad y remuneración de los trabajos disponibles.

Los hallazgos de este estudio destacan la importancia de que las instituciones educativas establezcan vínculos con los sectores público y privado, lo cual incentivará la intención emprendedora y facilitará que los estudiantes y futuros empresarios desarrollen iniciativas de negocio. A pesar de las diferencias en los contextos en los que los emprendedores operan, se observan características comunes entre ellos, como la iniciativa emprendedora, el conocimiento, las conexiones con su entorno y el deseo de materializar sus propuestas en el mercado.

Laguía et al. (2019) destacan que el emprendimiento desempeña un papel crucial en la generación de empleo y el desarrollo económico, por lo que es fundamental promover iniciativas emprendedoras. Sostienen que las universidades juegan un rol esencial en este proceso. Además, el componente psicosocial es clave para comprender los factores que llevan a una persona a convertirse en emprendedor, siendo la Teoría del Comportamiento Planeado (TPB, por sus siglas en inglés) el marco teórico más utilizado para predecir la intención emprendedora.

Los autores utilizaron datos de España como parte del proyecto internacional GUESSS (Encuesta de Estudiantes sobre el Espíritu Empresarial a nivel global), con una muestra de 9,753 estudiantes. Se analizaron la influencia del entorno universitario, el contexto empresarial y el riesgo percibido en relación con la intención emprendedora, tanto de manera directa como mediada por los tres componentes del TPB: actitudes hacia el emprendimiento, normas subjetivas y autoeficacia emprendedora. Los resultados indicaron que el entorno universitario es el factor más influyente en la intención de emprender, lo que lleva a recomendar el fomento del emprendimiento mediante programas e iniciativas educativas en el ámbito universitario.

Padilla et al. (2019) llevaron a cabo un estudio en el que examinaron el emprendimiento desde la óptica de la universidad pública, reconociendo que el emprendimiento se asocia principalmente con el ámbito empresarial en la actualidad. En la Universidad Técnica de Ambato, la Facultad de Ciencias Administrativas ofrece la especialidad en emprendimiento empresarial, lo que brinda a los estudiantes la oportunidad de demostrar su creatividad y liderazgo. Este enfoque les permite contribuir a la sociedad mediante la creación de nuevas fuentes de empleo y el impulso de la economía del país. Los autores destacan que las universidades desempeñan un rol fundamental en la conexión entre el sistema educativo y la

investigación, proporcionando herramientas clave que influyen en el comportamiento emprendedor de los estudiantes.

Rideout y Gray (2017) realizaron una investigación centrada en la educación en emprendimiento, evaluando si realmente contribuye a la creación de iniciativas emprendedoras. Los autores llevaron a cabo una revisión exhaustiva y crítica de la investigación empírica sobre los resultados de la educación en emprendimiento en el entorno universitario. Analizaron todos los estudios empíricos realizados en la última década y encontraron 12 que cumplían con los estándares metodológicos mínimos aceptables. Señalan que la efectividad de un programa de emprendimiento no puede medirse simplemente por el número de graduados, como ocurre en otras disciplinas, sino por el impacto en la creación de nuevas empresas que resultan de los programas exitosos. En su revisión crítica de los métodos de investigación empleados en los estudios, identificaron diversas debilidades metodológicas que debilitan la confianza en la idea de que la educación en emprendimiento siempre conduce a la creación de iniciativas emprendedoras.

La revisión de la literatura revela que la mayoría de las investigaciones realizadas en torno al emprendimiento universitario y su impacto en la creación de iniciativas emprendedoras (ISE) tienen un enfoque principalmente conceptual. Las propuestas derivadas de estos estudios se basan en revisiones de la literatura existente.

Los resultados obtenidos en la revisión de la literatura destacan la creciente relevancia que se le está otorgando al emprendimiento, especialmente al emprendimiento universitario y al emprendedor como actor clave. En este contexto, la aplicación de la literatura ha experimentado un aumento y se ha fortalecido, gracias a los esfuerzos constantes de los investigadores por

mantenerla actualizada. Asimismo, se ha evidenciado que las universidades están cada vez más comprometidas en fortalecer el emprendimiento desde su propio entorno institucional.

### ***Estudios Regionales***

Diversos estudios han analizado el emprendimiento en regiones similares a Pitalito. Por ejemplo, Ramírez y Patiño (2015) exploraron las características de los emprendedores en el departamento del Huila, encontrando que la mayoría de los emprendedores son jóvenes y poseen un nivel educativo superior, pero enfrentan obstáculos significativos en términos de acceso a financiamiento y apoyo institucional. Este estudio subraya la importancia de las instituciones educativas en la promoción del emprendimiento y el papel crucial de la UNAD en esta tarea.

Además, un estudio de la Cámara de Comercio de Neiva (2019) destacó que los emprendedores en la región enfrentan desafíos relacionados con la competencia desleal y la falta de infraestructura adecuada para el desarrollo empresarial. Estos problemas son especialmente acuciantes en áreas rurales como Pitalito, donde las oportunidades económicas son más limitadas en comparación con las zonas urbanas.

Un último estudio relevante que se encontró en la Escuela de Ciencias Administrativas Contables, Económicas y de Negocios (ECACEN), elaborado como trabajo de grado y titulado “Caracterización del perfil emprendedor de los estudiantes de la Zona Sur de la UNAD” por Bustos (2020), caracterizó el perfil emprendedor de los estudiantes de la zona sur de la UNAD. Los resultados de este estudio, obtenidos a través de encuestas, revelaron que los estudiantes poseen una alta motivación de logro, poder y afiliación, y que existen fortalezas y debilidades específicas que pueden ser abordadas para impulsar el emprendimiento en la región.

Es crucial comprender que el fomento del emprendimiento debe estar estrechamente ligado a la educación y debe desarrollarse tanto en el entorno como a nivel personal, abarcando

todos los ámbitos. El objetivo es que el emprendimiento sea reconocido como un elemento estratégico para el crecimiento continuo de un país, aprovechando todos sus beneficios para el desarrollo económico y social. En este sentido, las instituciones educativas desempeñan un papel fundamental, ya que tienen la responsabilidad de preparar profesionales capacitados para enfrentar un mercado laboral altamente competitivo, dotándolos de las herramientas necesarias para contribuir al desarrollo económico y social de cada país (Fandiño y Bolívar, 2008).

Atendiendo las demandas del contexto, la UNAD - CCAV Pitalito tiene como objetivo principal fortalecer el emprendimiento en la región a través de la formación y el acompañamiento de sus estudiantes y egresados. Para lograr este propósito, es fundamental conocer las características socioeconómicas de este grupo poblacional, ya que esto permitirá diseñar estrategias de intervención más pertinentes y efectivas.

El emprendimiento no solo genera empleo y riqueza, sino que también fomenta la innovación, la creatividad y el espíritu empresarial. En este sentido, el CCAV Pitalito juega un papel fundamental al brindar las herramientas y apoyo necesario para que sus estudiantes y egresados puedan convertirse en emprendedores exitosos.

Para lograr este objetivo, es necesario tener en cuenta las características socioeconómicas de la población a la que se dirige el CCAV Pitalito. Es fundamental conocer el nivel de ingresos, el nivel educativo, la situación laboral y otras variables relevantes que puedan influir en la capacidad de emprender de los estudiantes y egresados. Solo de esta manera se podrán diseñar estrategias de intervención que se ajusten a las necesidades y realidades de este grupo poblacional.

El emprendimiento en Colombia se ha convertido en una alternativa para la dinamización económica del país. Sin embargo, a pesar de la buena disposición de los colombianos a iniciar

sus propios negocios, persisten una serie de obstáculos que dificultan el éxito y la sostenibilidad de los emprendimientos. Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2024), entre estas dificultades se presentan la falta de financiación y el acceso limitado a créditos, debido a que los bancos suelen exigir requisitos estrictos y garantías que los emprendedores no pueden cumplir. Otra dificultad es la falta de apoyo por parte del gobierno y la poca inversión en capital semilla en su fase inicial.

Por otro lado, Semana (2024) indica que otros problemas a los que se enfrentan los emprendedores son los altos costos e impuestos, y la deficiente formación en emprendimiento, pues no siempre se ofrece la preparación adecuada en las habilidades y conocimientos necesarios para emprender. En algunas ocasiones, las capacitaciones son costosas, lo que impide que la gran mayoría de emprendedores puedan participar en ellas.

En el Plan de Productividad y Competitividad Pitalito 2029, el Municipio de Pitalito - Huila, no es exento de estas dificultades, ya que los emprendedores se enfrentan a una serie de desafíos que dificultan su desarrollo y crecimiento en el mercado local. Entre estos desafíos se encuentran las dificultades para acceder a los mercados, la competencia desleal, la falta de acceso a canales de distribución y la limitada presencia en el mercado interno (Cámara de Comercio del Huila, 2019).

Uno de los principales obstáculos a los que se enfrentan los emprendedores en Pitalito es la dificultad para acceder a los mercados. La falta de visibilidad y la escasa presencia en los canales de distribución dificultan la llegada de los productos y servicios de los emprendedores a los clientes potenciales. Esto limita su capacidad para expandir su negocio y aumentar sus ventas.

Además, la competencia desleal también representa un desafío para los emprendedores en Pitalito. La presencia de empresas más grandes y consolidadas puede dificultar la entrada de nuevos emprendimientos al mercado, ya que estas pueden tener mayores recursos y capacidades para competir de manera desleal, afectando la viabilidad de los negocios emergentes.

Otro problema al que se enfrentan los emprendedores en Pitalito es la falta de acceso a canales de distribución adecuados. La limitada presencia en tiendas, supermercados u otros puntos de venta dificulta la comercialización de los productos y servicios, lo que afecta directamente la capacidad de los emprendedores para llegar a un mayor número de clientes potenciales.

Por último, el mercado interno pequeño en Pitalito también representa un obstáculo para los emprendedores. La limitada demanda local puede dificultar la expansión de los negocios y la generación de ingresos suficientes para sostener el crecimiento de las empresas.}

### **Descripción del Problema**

La Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) tiene como objetivo fundamental contribuir a la democratización de la educación mediante la implementación de la modalidad abierta y a distancia en entornos virtuales de aprendizaje. Su enfoque se centra en la acción pedagógica, la proyección social, el desarrollo regional y comunitario, la inclusión, la investigación, la internacionalización, y la adopción de innovaciones metodológicas y didácticas, haciendo uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC). Esto se realiza para fomentar y respaldar el aprendizaje autónomo, impulsando la cultura emprendedora. En consonancia con los desafíos de la sociedad global y del conocimiento, la UNAD busca promover el desarrollo económico, social y humano sostenible tanto a nivel local, regional como global, con criterios de calidad, eficiencia y equidad social. (UNAD, 2016-2017)

Durante la década de los 90, se inició un importante debate sobre el emprendimiento empresarial en todas las instituciones educativas del país. Las universidades, conscientes de la relevancia del emprendimiento en la formación profesional, respaldaron la iniciativa de crear una cultura emprendedora, promovida por el gobierno nacional. En este contexto, se implementaron diversas políticas y se fomentaron trabajos de investigación y creación de empresas con el fin de potenciar las habilidades de los estudiantes y sensibilizarlos sobre la importancia del emprendimiento (Fandiño y Bolívar, 2008).

En línea con esta tendencia, el gobierno nacional promulgó en el año 2006 la Ley 1014, la cual estableció un marco jurídico para que las instituciones educativas incentivaran el espíritu emprendedor a través de la formación en competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales. Esta ley propuso la implementación de una cátedra transversal de emprendimiento que abarcara todos los niveles del sistema educativo (Congreso de la República de Colombia - Ley 1014, 2006).

Es relevante destacar que uno de los principios fundamentales de esta ley es la formación integral en aspectos y valores que promueven el desarrollo humano y comunitario, como la autoestima, la autonomía, el sentido de pertenencia a la comunidad, el trabajo en equipo, la solidaridad, la asociatividad, y el fomento del gusto por la innovación, la investigación y el aprendizaje permanente. De esta manera, la Ley 1014 impulsa la responsabilidad que tienen los ciudadanos tanto como individuos como miembros activos de la sociedad.

Por otro lado, es imprescindible subrayar que el emprendimiento es fundamental en el crecimiento económico de una nación, generando empleo, abriendo oportunidades para el desarrollo social y estimulando la producción económica. Este aspecto cobra una relevancia aún mayor al considerar las condiciones socioeconómicas del segundo municipio más importante del

Departamento del Huila. Aunque se ha experimentado un crecimiento en el número de emprendimientos en los últimos años, aún se evidencia una alta tasa de desempleo, pobreza e informalidad (Concejo Municipal de Pitalito, 2020). Por lo tanto, fortalecer el sector empresarial se convierte en una alternativa viable para el desarrollo de la región y la mejora de sus condiciones socioeconómicas.

En el contexto específico de Pitalito, un municipio del departamento del Huila, el emprendimiento se presenta como una estrategia esencial para enfrentar los desafíos socioeconómicos de la región. Pitalito, conocido por su producción de café, ha experimentado fluctuaciones económicas que afectan directamente a la población. Según el Plan de Productividad y Competitividad de Pitalito (2018-2028), la región enfrenta altos niveles de informalidad laboral y dificultades para acceder a mercados nacionales e internacionales (Alcaldía de Pitalito, 2018).

### **Formulación del Problema**

A partir del planteamiento se genera el siguiente interrogante: ¿Cuáles son las características socioeconómicas de los emprendedores unadistas (Estudiantes y egresados) del CCAV Pitalito durante el periodo 2020-2023, y cómo inciden estas variables en sus iniciativas empresariales?

### **Sistematización del Problema**

¿Al caracterizar el perfil demográfico, geográfico y psicográfico de los estudiantes y egresados de la UNAD CCAV Pitalito, podemos identificar factores que inciden significativamente en su predisposición hacia el emprendimiento y, por ende, diseñar estrategias de formación más personalizadas y efectivas?

¿Al evaluar las aptitudes y actitudes emprendedoras de los estudiantes y egresados de la UNAD CCAV Pitalito, podemos diagnosticar las fortalezas y debilidades en su perfil emprendedor, y así, proponer acciones específicas para desarrollar las competencias necesarias para emprender?

¿Al analizar las percepciones y expectativas de los estudiantes y egresados de la UNAD CCAV Pitalito frente a las diferentes etapas del proceso emprendedor, podemos comprender mejor sus motivaciones, obstáculos y necesidades, y así, formular estrategias que fortalezcan la iniciativa y la formación para la práctica del emprendimiento?

## **Justificación**

Es evidente que en la actualidad existe un creciente reconocimiento por parte de los gobiernos e instituciones sobre la importancia de promover la creación de nuevas empresas, dada su capacidad de generar un impacto positivo en la economía de un país. Según datos del Plan de Productividad y Competitividad Pitalito 2029, el municipio enfrenta altos niveles de informalidad laboral y dificultades para acceder a mercados nacionales e internacionales, especialmente significativos en sectores como el café, clave para la economía local (Cámara de Comercio del Huila, 2019). Este panorama de informalidad y limitaciones de acceso al mercado resalta la necesidad de impulsar el emprendimiento como una alternativa para el desarrollo económico local.

Este contexto ha suscitado en los últimos años un creciente interés en el concepto de emprendimiento. Lara (2011) indicó que el autor Joseph Alois Schumpeter definió la empresa como “la realización de nuevas combinaciones”, y a los empresarios como “los individuos encargados de dirigir esta realización”. La definición de Schumpeter pone de relieve el papel fundamental que desempeñan los emprendedores en la creación de nuevas empresas y la generación de innovación.

Considerando que el emprendimiento se rige como un pilar esencial para el desarrollo económico y social, resulta imperativo abordarlo desde diversas perspectivas, tanto académicas como empresariales. Desde el ámbito académico, surge la necesidad de realizar investigaciones que contribuyan a enriquecer la base teórica sobre la cual se sustenta la enseñanza, permitiendo así una actualización del conocimiento que responda a las nuevas exigencias del entorno y las necesidades de los estudiantes en la formación de su perfil emprendedor.

En este contexto, la presente investigación se justifica por diversos aspectos significativos. En primer lugar, la promoción del emprendimiento a nivel local reviste una importancia fundamental. Pitalito, en el departamento del Huila, es una región con un gran potencial emprendedor, gracias a su ubicación estratégica, recursos naturales y talento humano. La presencia de la UNAD en esta comunidad representa una oportunidad única para fomentar y respaldar el desarrollo de emprendimientos locales. Como señalan Morris et al., (2011), el fomento del emprendimiento a nivel local puede tener un impacto significativo en el crecimiento económico y la creación de empleo.

Por lo que este estudio se propone caracterizar a los emprendedores vinculados a la UNAD en Pitalito. Este análisis permitirá identificar sus necesidades y fortalezas específicas, lo que a su vez posibilitará el diseño de programas de apoyo adaptados a sus realidades. De esta manera, se busca impulsar de manera efectiva sus iniciativas emprendedoras y contribuir al desarrollo económico y social de la región.

Asimismo, esta investigación contribuirá al desarrollo integral de la comunidad educativa de la UNAD. La institución no solo desempeña un papel educativo, sino que también impacta en la vida de sus estudiantes y egresados. Conocer las características emprendedoras de esta comunidad permitirá diseñar estrategias que promuevan su desarrollo integral, fomentando el espíritu emprendedor como una opción de realización profesional y personal.

Además, la generación de conocimiento local es otro aspecto relevante de este proyecto. La realización de esta investigación contribuirá a la generación de conocimiento sobre el emprendimiento en Pitalito, que será útil tanto para la comunidad Unadista como para otros actores interesados en el fomento del emprendimiento en la región. Los resultados obtenidos

podrán servir como referencia para la formulación de políticas y programas de apoyo al emprendimiento a nivel local y nacional.

En este sentido, el aporte de esta investigación representa una oportunidad para fortalecer el ecosistema emprendedor, promover el desarrollo integral de la comunidad educativa y generar conocimiento relevante para el contexto regional y nacional. Su realización es fundamental para contribuir al crecimiento sostenible de la región y al fomento de una cultura emprendedora en Colombia.

Los emprendimientos en Pitalito no solo tienen el potencial de generar empleo y riqueza, sino que también impulsan el progreso hacia el cumplimiento de varios Objetivos de Desarrollo Sostenible, entre ellos:

ODS 1. Fin de la pobreza: Generando empleos e ingresos para las familias por medio de los emprendimientos.

ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico: fomentando la creación de empresas y la formalización del empleo.

ODS 9. Industria, innovación e infraestructura: Impulsando los emprendimientos la innovación y el desarrollo de nuevas tecnologías.

ODS 10. Reducción de las desigualdades: Promoviendo la inclusión social y la igualdad de oportunidades.

ODS 12. Producción y consumo responsables: Fomentando las prácticas de producción y consumo sostenibles. (ONU, s.f.)

Por lo tanto, los emprendimientos tienen un impacto positivo en el desarrollo socioeconómico de la región, fortaleciendo el apoyo a los emprendedores para que puedan escalar sus negocios y generar un mayor impacto en el cumplimiento de los ODS.

En cada uno de los ODS establecidos, dicha caracterización realizada en esta investigación permitirá identificar las necesidades de los emprendedores y proponer estrategias para apoyar la generación de ingresos y la creación de empleo. La información recolectada permitirá fortalecer la formación en emprendimiento y gestión empresarial, lo que a su vez fomentará la creación de empresas sostenibles y la generación de empleo decente para los sectores con mayor potencial de crecimiento. Además, permitirá proponer estrategias para impulsar la innovación y el desarrollo de nuevas tecnologías, así como identificar las prácticas de producción y consumo de los emprendimientos y fomentar la sostenibilidad ambiental.

Por lo tanto, la caracterización socioeconómica de los emprendedores del CCAV Pitalito es una herramienta invaluable para el desarrollo del ecosistema emprendedor en el Huila. En este contexto, la caracterización de los emprendedores vinculados a la UNAD en Pitalito permitirá identificar sus necesidades y fortalezas específicas, así como diseñar programas de apoyo adaptados para impulsar sus iniciativas emprendedoras de manera efectiva. Esta investigación no solo contribuirá al desarrollo integral de la comunidad educativa de la UNAD, sino que también generará conocimiento local valioso que servirá de base para la formulación de políticas públicas y estrategias de apoyo al emprendimiento a nivel local y nacional.

La información recolectada no solo fortalecerá la formación en emprendimiento y gestión empresarial, sino que también fomentará la creación de empresas sostenibles y la generación de empleo decente en sectores estratégicos para el desarrollo económico de la región. Asimismo, será crucial para avanzar hacia el cumplimiento de los ODS, contribuyendo así al crecimiento sostenible de Pitalito y al fortalecimiento del ecosistema emprendedor en el Departamento del Huila.

Esta ampliación proporciona una base más sólida y específica que subraya la relevancia del estudio en términos de impacto económico, social y alineación con los ODS, fortaleciendo aún más la justificación de la investigación propuesta.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Caracterizar socioeconómicamente a los emprendedores Unadistas del CCAV Pitalito, estudiantes y egresados durante la vigencia 2020-2023.

### **Objetivos Específicos**

Identificar las variables socioeconómicas que inciden en los emprendedores Unadistas del CCAV Pitalito

Establecer los principales desafíos y obstáculos que enfrentan los emprendedores dentro de la comunidad académica Unadista.

Proponer acciones para fortalecer el desarrollo empresarial de los emprendedores Unadistas del CCAV Pitalito.

## Marco Teórico

### Fundamentos Teóricos sobre Emprendimiento

El emprendimiento se ha estudiado con los años, con diversas teorías que buscan comprender los factores que impulsan a los individuos a emprender y las dinámicas que afectan el éxito de sus empresas.

Autores neoclásicos como Weber (1997) exploraron la conducta emprendedora desde una perspectiva económica, subrayando la influencia del contexto social en esta. Según Weber, los emprendedores eran individuos innovadores e independientes, y su rol como líderes empresariales les confería una autoridad formal (Espiritu, 2011). Otro autor relevante en el estudio del emprendimiento desde las ciencias sociales fue McClelland (1961), quien, a través de su obra "La sociedad ambiciosa" y sus investigaciones posteriores, fue pionero en el análisis psicológico de los emprendedores (Espiritu, 2011). Asimismo, teóricos como Schumpeter (1934) argumentaron que el empresario actúa como un agente de cambio social y económico, promoviendo un dinamismo empresarial que favorece la innovación y el crecimiento económico (Licht y Siegel, 2006).

El emprendimiento emergió como una solución crucial ante la creciente demanda de empleo y la limitada capacidad de gobiernos y empresas para satisfacerla. En respuesta, varios países implementaron programas que fomentaban el emprendimiento a través de la creación de Pequeñas y Medianas Empresas (PyMes), respaldadas por diferentes esquemas de financiamiento y asistencia (Urbano y Alvarez, 2014).

En la actualidad, el emprendimiento se ha convertido en un objetivo prioritario para acelerar el desarrollo económico y social de las naciones (Vivel Búa et al., 2008).

En Europa, por ejemplo, el impulso de la cultura empresarial cobró relevancia en la década de los noventa (Thurik y Wennekers, 2004). Esta tendencia también se ha observado en otros países desarrollados como Japón, Canadá y Estados Unidos. América Latina y el Caribe no han quedado al margen de este fenómeno, incorporando también el impulso de nuevos emprendimientos (Angelelli, 2005).

Frente a esta realidad, Herrera (2012) señala que el emprendimiento se ha convertido en una herramienta fundamental tanto para el sector público como para el privado, con el objetivo de impulsar el crecimiento económico a nivel nacional. Ahora bien, Lin y Li (2016) sostienen que la fuerza impulsora detrás del emprendimiento es la motivación intrínseca de las personas por transformar sus ideas en realidad. Este proceso, que implica asumir riesgos y dedicar esfuerzo, no solo satisface el deseo personal de logro, sino que también contribuye al desarrollo económico de las naciones. En la misma línea, Franco et al. (2017) argumentan que el emprendimiento es un proceso proactivo de identificación y explotación de oportunidades que busca generar un impacto positivo en la sociedad. Al crear valor y bienestar, el emprendimiento se convierte en una herramienta clave para el desarrollo.

Van Praag y Versloot (2007), así como García et al. (2018) coinciden en que los emprendedores aportan de manera significativa a la economía en cuatro dimensiones clave: generación de empleo, innovación, productividad y crecimiento económico. A su vez, Arce (2012) subraya la función vital del emprendimiento en la dinamización económica, destacando el papel de los emprendedores como agentes de cambio y generadores de empleo.

En consecuencia, la relevancia del emprendimiento en la sociedad actual, como lo plantea Brown y Ulijn (2004) y Paz et al. (2015) es un motor de desarrollo que surge de la identificación de las necesidades de la sociedad. Al ofrecer soluciones innovadoras y creativas, los

emprendedores contribuyen a mejorar la calidad de vida de las personas y a impulsar el progreso de la nación. En términos generales, el emprendimiento fue conceptualizado como un proceso dinámico que involucraba la identificación de oportunidades en el mercado y la creación de nuevas empresas. Los emprendedores jugaron un rol esencial en la economía al generar empleo, promover la innovación y contribuir al bienestar social. El análisis del emprendimiento abarcó tanto los factores internos, como las cualidades del emprendedor, como los factores externos, tales como el marco legal y el entorno económico que facilitan la creación y consolidación de empresas.

### **Fundamentación Teórica para la Investigación**

Para la creación de iniciativas emprendedoras, Se adoptaron distintos enfoques para la creación de iniciativas emprendedoras, cada uno enfocado en un aspecto específico del emprendedor, respaldado por diversas teorías que identifican elementos clave en la formación de empresas. Este estudio tomó como referencia una clasificación similar a la propuesta por Veciana (1999), que abarca tres componentes fundamentales: el emprendedor-empresario, la empresa y el entorno.

Desde la perspectiva psicológica, que se centra en los rasgos de personalidad, se estudió al emprendedor como individuo, analizando su perfil y las características que lo distinguen. Este enfoque buscó comprender cómo las cualidades personales del emprendedor influyen en su capacidad para emprender.

Los estudios iniciales, según Iturriaga et al. (2016), se centraron en las características personales del emprendedor como el motor principal del emprendimiento. Este enfoque, conocido como enfoque de los rasgos de personalidad, otorgó gran importancia a aspectos como la personalidad, la psicología y el contexto social del emprendedor. Moriano et al. (2001)

complementaron esta visión al identificar un conjunto de competencias típicas de los emprendedores, como la proactividad y la capacidad de asumir riesgos. No obstante, Wompner (2008) cuestionó parcialmente la idea de que los emprendedores "nacén", señalando que, aunque algunos puedan tener una predisposición innata, la educación es un factor determinante en el desarrollo de las habilidades emprendedoras.

Otro aspecto relevante para considerar es que el emprendimiento es un fenómeno dinámico que se desarrolla en un contexto específico. Si bien los rasgos individuales del emprendedor, como la necesidad de logro y la tolerancia al riesgo, son fundamentales, es el entorno el que proporciona las condiciones necesarias para que las intenciones empresariales se conviertan en realidad (Iturriaga et al., 2016).

### ***La Teoría del Comportamiento Planeado***

Entre las teorías más destacadas dentro de este enfoque se encuentra la Teoría del Comportamiento Planeado, propuesta por Krueger et al. (2000), destaca el papel central de las intenciones empresariales, las cuales están influenciadas por factores como las actitudes hacia el emprendimiento, las normas sociales y la percepción de control. Además de los factores individuales, variables contextuales como el clima económico, el acceso a financiamiento y el apoyo institucional juegan un papel crucial en la decisión de emprender. La interacción entre estos factores personales y contextuales crea un entorno dinámico en el que las oportunidades emprendedoras pueden surgir y ser aprovechadas.

### ***La Teoría de la Acción Razonada***

En cuanto al marco teórico relacionado con las intenciones, la teoría de la acción razonada, desarrollada por Fishbein y Ajzen (1975), se erige como el enfoque más relevante para comprender las intenciones emprendedoras. Esta teoría plantea que las acciones de un individuo,

incluida la decisión de emprender, están precedidas por una intención formada a partir de dos componentes principales: la actitud hacia el comportamiento y las normas subjetivas. En otras palabras, la probabilidad de que una persona inicie un negocio depende tanto de su evaluación personal de los beneficios y costos asociados al emprendimiento como de la percepción que tiene de las expectativas de su entorno social respecto a esta decisión (Fishbein y Ajzen, 1975).

La teoría de la Acción Razonada, si bien proporciona una base sólida para entender la formación de intenciones, no captura completamente la complejidad de la relación entre intención y comportamiento. Ajzen (1991) reconoció esta limitación y amplió el modelo original al incorporar el concepto de control percibido. Este constructo, que refleja la creencia de un individuo en su capacidad para ejecutar una acción, añade una dimensión importante a la comprensión de la conducta. La Teoría de la Conducta Planificada, resultante de esta modificación, destaca que la intención de emprender, por ejemplo, no se traducirá necesariamente en la creación de una empresa si el individuo percibe que carece de los recursos, habilidades u oportunidades necesarias. Esta teoría ha sido ampliamente utilizada en diversas áreas de investigación, pero es importante reconocer que su aplicabilidad puede variar según el contexto y que otros factores, como las emociones y los hábitos, también pueden influir en la conducta.

### ***La Teoría de la Conducta Planificada***

La Teoría de la Conducta Planificada ofrece un marco conceptual sólido para comprender la intención emprendedora. Según esta teoría, la decisión de iniciar un negocio está influenciada por una compleja interacción de factores psicológicos, incluyendo las actitudes hacia el emprendimiento, las normas sociales y la percepción de control sobre los resultados. Al evaluar los beneficios y costos percibidos del emprendimiento, al considerar las expectativas de su

entorno social y al evaluar su capacidad para superar los desafíos, los individuos forman una intención de emprender que, a su vez, predice su comportamiento. Esta teoría no solo describe los componentes de la intención emprendedora, sino que también proporciona una base sólida para el diseño de intervenciones destinadas a fomentar el espíritu emprendedor. Al modificar las actitudes, las normas subjetivas y el control percibido, podemos aumentar la probabilidad de que las personas transformen sus intenciones en acciones concretas (Krueger et al., 2000).

La Teoría de la Conducta Planificada de Ajzen (1991) identifica tres elementos clave que influyen en la intención y las acciones de un individuo:

- Creencias hacia la conducta.
- Creencias normativas que forman la base de las normas subjetivas.
- Grado de control percibido sobre la conducta.

Las creencias sobre las consecuencias de una acción generan una predisposición favorable o desfavorable hacia ella. La presión social percibida influye en la decisión de realizar o no esa acción, mientras que la percepción de los obstáculos y la propia capacidad para superarlos determina la confianza en llevar a cabo el comportamiento.

### ***La Teoría De Los Rasgos De Personalidad***

Esta teoría ha sido ampliamente estudiada en el contexto del emprendimiento. Autores como Lévesque et al. (2002), así como Djankov et al. (2006), han analizado en profundidad los rasgos característicos de los emprendedores. Estos estudios han concluido que ciertos rasgos personales son fundamentales para la creación de empresas.

Christersen (1994) realizó un extenso trabajo de identificación de los atributos más comunes entre los emprendedores a lo largo de la historia, destacando características específicas que consideran esenciales para definir a un emprendedor (Sung & Duarte, 2015).

Entre las teorías psicológicas, destaca de manera especial la teoría del empresario de Kirzner. Esta teoría intenta explicar cómo funciona el mercado a través de la intuición y la aguda percepción del emprendedor, características que lo diferencian del resto de las personas.

Según Kirzner, “la relación entre la consecución del beneficio y alguna habilidad empresarial se explica porque los individuos difieren en su capacidad para detectar oportunidades empresariales” (Kirzner, 1979, p.179).

Además, Kirzner sostiene que el emprendedor está en un estado constante de alerta o intuición en la búsqueda de oportunidades, pero no profundiza en las diferencias específicas que permiten a ciertos individuos identificar estas oportunidades en el mercado.

La principal diferencia entre el concepto de emprendedor según Kirzner y el descrito por Schumpeter radica en que Schumpeter lo presenta como un innovador que rompe el equilibrio del mercado, mientras que Kirzner lo concibe como un descubridor de oportunidades. Sin embargo, una perspectiva más completa considera también el contexto sociocultural, donde factores como el apoyo familiar y las políticas gubernamentales pueden influir en la decisión de emprender. En última instancia, el emprendimiento es el resultado de una interacción compleja entre los rasgos individuales y el entorno.

La perspectiva sociocultural del emprendimiento explora cómo el entorno social, político y familiar, así como el apoyo de las instituciones, influyen en la decisión de un individuo de iniciar un negocio. Este enfoque reconoce que los emprendedores no actúan en un vacío, sino que están inmersos en un contexto que moldea sus oportunidades y desafíos.

Gartner (1988) plantea que las investigaciones sobre los emprendedores deberían centrarse en sus acciones, más que en sus características personales. De manera similar, Iturriaga et al. (2016) desafían la noción de que los emprendedores poseen un conjunto fijo de rasgos de

personalidad. Si bien reconocen que existen ciertas diferencias individuales, argumentan que estas no son determinantes a la hora de explicar la decisión de emprender. En cambio, proponen que las acciones concretas de un individuo, en el contexto de su entorno, son un mejor indicador de su perfil emprendedor. Este enfoque plantea que el emprendimiento es un fenómeno complejo y multifactorial, que no puede reducirse a una simple cuestión de rasgos de personalidad.

Al igual que en los enfoques anteriores, existen teorías como la propuesta de Arenius y Minniti (2005), así como de Koellinger y Minniti (2006), que ponen de manifiesto que la percepción que un individuo tiene de su entorno es un factor determinante en su decisión de emprender. Este enfoque, al considerar las variables externas, complementa las teorías que se centran en los rasgos individuales del emprendedor. Entre las diversas teorías que forman parte de este enfoque se encuentran:

**La teoría de la Marginación.** Que sostiene que las iniciativas emprendedoras surgen en condiciones adversas, cuando los factores externos generan situaciones que impulsan a las personas a emprender.

**La Teoría del Rol.** Explica que la alta concentración de empresas en una región crea un entorno propicio para el emprendimiento, al ofrecer redes de contactos, acceso a recursos y un espíritu empresarial contagioso que incentiva a otros a iniciar sus propios negocios.

**La Teoría de Redes.** Argumenta que el emprendimiento es un fenómeno socialmente construido, donde las interacciones entre individuos, empresas y organizaciones juegan un papel fundamental. Estas conexiones facilitan la transferencia de conocimiento, la identificación de oportunidades de negocio y el acceso a recursos, lo que a su vez estimula la creación de nuevas empresas.

**La Teoría de la Incubadora.** Afirma que las organizaciones, ya sean empresas o instituciones educativas, pueden actuar como incubadoras de nuevos negocios. Al proporcionar a sus miembros acceso a recursos, mentores y oportunidades de aprendizaje, estas organizaciones fomentan el desarrollo de habilidades emprendedoras y aumentan la probabilidad de que sus miembros inicien sus propias empresas.

**La Teoría de la Ecología.** Plantea que el nacimiento de nuevas empresas es un proceso dinámico influenciado por factores como la disponibilidad de recursos, la competencia entre organizaciones existentes, las regulaciones gubernamentales y los cambios tecnológicos. En este contexto, el éxito de una empresa depende en gran medida de su capacidad para adaptarse a un entorno en constante evolución.

**La Teoría Institucional.** Esta teoría argumenta que el emprendimiento es un proceso socialmente incrustado, donde las instituciones formales (leyes, regulaciones) e informales (normas, valores) influyen en la motivación, las oportunidades y los riesgos asociados con la creación de nuevas empresas. Los emprendedores, a su vez, pueden desafiar, reforzar o transformar estas instituciones a medida que crean nuevos mercados y modelos de negocio.

A partir de la teoría institucional, es posible examinar el marco formal para la creación de empresas, considerando los factores que influyen en el surgimiento de iniciativas emprendedoras y reconociendo a los emprendedores como elementos clave en el proceso de creación empresarial.

Centrando la atención en las características de la empresa y su organización, sin abordar la fase inicial de creación. Este enfoque evalúa tanto las condiciones internas como externas de las empresas, así como su desempeño dentro y fuera de la organización. Una teoría relevante en este ámbito es la del Intrapreneurship o Corporate Entrepreneurship, que estudia la iniciativa

empresarial desarrollada dentro de una empresa. Un intraempresario es alguien que actúa como emprendedor dentro de una organización. Sharma y Chrisman (1999) definen el Intrapreneurship o Corporate Entrepreneurship como un proceso de renovación empresarial que facilita la creación de nuevos negocios mediante la innovación en productos, procesos y tecnologías, otorgando un nuevo significado al desarrollo empresarial (Sung y Duarte, 2015).

El fenómeno del intraemprendimiento es complejo, ya que no solo depende de la existencia de emprendedores dentro de las empresas, sino también de las condiciones necesarias para que estos emprendedores puedan surgir. Por lo tanto, la estructura organizacional de las empresas desempeña un papel crucial en la materialización de este fenómeno. Dentro del enfoque gerencial, se consideran modelos como el modelo Babson Global desarrollado por Isenberg (2016) y el modelo GEM 2011 (Calderón et al., 2016, p. 7).

Por otro lado, el enfoque económico incluye diversas teorías que explican y describen la creación de empresas desde la perspectiva de la lógica económica, ya sea a nivel de emprendedor, iniciativa emprendedora-empresa o sistema económico. Algunas de estas teorías son:

**Teoría del Cuarto Factor de Producción.** Esta teoría sostiene que el empresario representa el cuarto factor de producción.

**Teoría del Beneficio del Empresario.** Según esta teoría, el beneficio del empresario está relacionado con el riesgo y la incertidumbre.

**Teoría de los Costos de Transacción.** Plantea que la creación de iniciativas empresariales está influenciada por los costos asociados con su establecimiento.

**Teoría de la Elección Ocupacional Bajo Incertidumbre.** Explica por qué algunas personas optan por ser emprendedores en lugar de empleados.

**Teoría Evolucionista.** Destaca la importancia de la adaptación, el progreso y la trascendencia de crear iniciativas empresariales tanto por necesidad como por oportunidad.

Entre estas teorías, la teoría del desarrollo económico ha sido particularmente influyente. Esta teoría considera que el proceso de cambio en la vida económica se basa en la actividad emprendedora innovadora (Sung y Duarte, 2015).

### **Perfil Del Emprendedor**

Durante los últimos diez años, ha habido un incremento significativo en el emprendimiento dentro de las universidades, lo cual ha resultado beneficioso para la formación académica al proporcionar conocimientos que impulsan el progreso social. En este ambiente, los estudiantes tienen la oportunidad de poner en práctica características únicas cuando se aventuran con una idea de negocio, direccionando sus habilidades hacia un enfoque estratégico que abarca todos los aspectos del perfil profesional. De acuerdo con Stradi (2016), los procesos de emprendimiento y la incubación de negocios son señales más efectivas que otras formas de transmisión del conocimiento en la universidad para formar agentes de cambio social y promotores del desarrollo.

A pesar de esto, al reflexionar acerca de la forma en que se puede incorporar el espíritu emprendedor en la educación universitaria, resulta crucial comprender y fomentar un perfil del emprendedor como impulsor del cambio, capaz de cultivar habilidades innovadoras a partir tanto de aptitudes innatas como adquiridas durante. Para alcanzar el éxito, este perfil debe contar con elementos que muestren inteligencia, talento y la capacidad de aprender constantemente, lo cual es vital para mantenerse actualizado. Así, el emprendedor tendrá la capacidad de generar un rendimiento competitivo en un entorno lleno de desafíos, en lugar de asumir una actitud pasiva y estática.

Según Alcaraz (2011), hay varias características clave en el perfil del emprendedor que no solo facilitan el proceso de iniciar un negocio, sino que también incrementan las posibilidades de lograr éxito. Estas características incluyen: a) Creatividad e innovación; b) Confianza en sí mismo y en sus habilidades; c) Persistencia; d) Habilidades de resolución de problemas; y e) Apertura a asumir riesgos, entre otras cualidades. Por su parte, Fuentes y Sánchez (2010) señalan que el emprendedor posee atributos como: Originalidad, innovación, moderado rechazo al riesgo, asunción de responsabilidades y conciencia respecto a las consecuencias de sus acciones son características fundamentales. Además, la planificación con enfoque a largo plazo es primordial.

En la mayoría de los casos, la literatura concuerda en asignar a los emprendedores características como el deseo de éxito, la confianza en sí mismos, el pensamiento positivo, la capacidad creativa y la independencia. De acuerdo con Paz, Harris y Franco (2016), el emprendedor debe destacarse por características personales que lo diferencian, como la iniciativa, la capacidad para tomar decisiones, la disposición a asumir riesgos moderados, la orientación hacia oportunidades, la estabilidad emocional, el autocontrol y una actitud optimista constante.

Además, los autores mencionados resaltan que dentro de las características del emprendedor se encuentran elementos físicos como la vitalidad y la perseverancia. En lo que respecta a las características intelectuales, se consideran atributos como ser versátil, creativo, tener iniciativa para buscar información, habilidad para planificar y comprender de manera holística el contexto y solucionar problemas, entre otros. A razón de ello, la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD implementa estrategias para fomentar el espíritu emprendedor entre sus estudiantes, ofreciendo cátedras como creatividad e innovación, emprendimiento y formulación y ejecución de proyectos de negocios, entre otras. Estas

estrategias, de acuerdo con Paz et al. (2016), Steffens et al. (2017) y García et al. (2018), tienen el objetivo de motivar e incentivar el espíritu emprendedor y la innovación a través de actividades prácticas. Estas iniciativas permiten aprovechar las oportunidades en el mercado, alcanzar metas, y promover una cultura de humanización que facilite respuestas efectivas a las necesidades sociales.

Según Formichela (2004), en la relación entre innovación y emprendimiento, el emprendedor no es simplemente alguien que inicia una empresa, sino aquel que sabe aprovechar las oportunidades para crear espacios de innovación continua, incluso fuera del ámbito económico.

No obstante, es fundamental lograr un equilibrio racional en el emprendimiento para que este resulte en un éxito beneficioso tanto para la sociedad como para la comunidad local. Amorós y Acha (2014), así como Poblete et al. (2014), sostienen que una sociedad que fomente e incentive el desarrollo de nuevos negocios refleja un país con una conciencia y consenso sobre la importancia del emprendimiento para el bienestar económico y social de sus habitantes.

Por lo tanto, las universidades deben desafiar los enfoques tradicionales de formación profesional e integrar tendencias educativas que promuevan la transformación social. En vista de ello, surge la presente investigación que tiene el propósito de determinar las características Socioeconómicas de los Emprendedores de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) - CCAV Pitalito Zona Sur: Estudiantes y Egresados (2020-2023)".

### **Emprendimiento Universitario**

El emprendimiento es un fenómeno presente en todo el mundo, que ha existido desde que el ser humano comenzó a buscar formas de asegurarse su subsistencia (Montiel y Soto, 2020). Este proceso implica convertir ideas en proyectos concretos, lo que requiere habilidades

especiales como liderazgo, innovación, exploración de nuevos mercados, identificación de oportunidades y la introducción de productos o servicios que respondan a las necesidades del entorno (Crespo et al., 2022).

El emprendimiento en el ámbito universitario se percibe como una de las posibles respuestas a la crisis de los jóvenes en su búsqueda de un empleo digno. Esta forma de emprendimiento les permite construir oportunidades para generar empleo, reducir las tasas de desempleo juvenil y encontrar soluciones a las trayectorias educativas y laborales de los jóvenes mediante la creación de puestos de trabajo acordes a sus capacidades.

El análisis del Emprendimiento Universitario en el contexto de cambios globales muestra que este modelo se adapta particularmente bien a las transformaciones y crisis actuales. Esta disciplina tiene la capacidad de generar, transformar y aplicar conocimientos, renovando recursos y contextos a través de la creación de nuevas iniciativas (Ojeda, 2020).

En este marco, las instituciones de educación superior (IES) desempeñan un papel crucial en la formación de capital humano, incentivando una actitud emprendedora en sus estudiantes y promoviendo estrategias académicas y administrativas que favorezcan el emprendimiento universitario. Un rol esencial de las universidades es motivar a los estudiantes a convertirse en empresarios y proporcionarles las herramientas necesarias para ello (Krauss, 2011). A lo largo del proceso educativo, es fundamental que se les provea de conocimientos teórico-prácticos, habilidades estratégicas y una visión sostenible para convertirse en emprendedores exitosos (Ojeda, 2020).

En este contexto, Bienkowska y Klofsten (2012) señalan que la universidad emprendedora surge con el propósito de integrar a las instituciones de educación superior en el desarrollo económico regional de manera más amplia. Esto ha llevado a que las universidades

definan su papel y alcance en la promoción y desarrollo de la cultura emprendedora; aunque algunas se centran únicamente en profundizar en competencias para el emprendimiento, lo más común es encontrar universidades que orientan su educación hacia la creación de empresas.

El emprendimiento universitario ofrece a las IES la posibilidad de generar conocimiento y fomentar hábitos y actitudes que impulsen la creación de iniciativas emprendedoras enfocadas en el mejoramiento personal, el avance del entorno y de la sociedad. Al mismo tiempo, este enfoque busca resolver y satisfacer las necesidades de la comunidad donde se desarrollan, manteniendo un sentido de responsabilidad y ética social, así como su relevancia en el contexto organizacional en el que operan (Bienkowska y Klofsten, 2012).

En esta línea, una de las ventajas actuales de las universidades es su capacidad para promover el espíritu emprendedor, ya que una de sus principales preocupaciones es contribuir al desarrollo de los emprendedores mediante la implementación de diversas estrategias (Sunta, 2021).

Asimismo, el estudiante universitario que desea emprender debe poseer competencias esenciales como la determinación, la habilidad para tomar decisiones y una actitud de cuestionamiento constante, que forman parte de las competencias cognitivas. Estas deben estar acompañadas por competencias emocionales, motivacionales y habilidades interpersonales como la comunicación, el liderazgo, la gestión y la capacidad de adaptación. Estas competencias empresariales son fundamentales y deben ser impulsadas en los estudiantes universitarios. Las primeras cuatro características son cruciales, ya que facilitan el desarrollo de otras competencias y disposiciones identificadas. Por lo tanto, son de gran importancia para los encargados de planificar los currículos y diseñar programas en las universidades, ya que ayudan a definir el alcance y la forma en que se imparten los programas educativos (Hynes y Richardson, 2020).

### *Análisis de la Actitud Emprendedora en el Ambiente del Emprendimiento Universitario*

Se han presentado diversos enfoques para estudiar la mentalidad emprendedora, los cuales resaltan las habilidades que motivan a una persona a iniciar un negocio, como por ejemplo ser proactivo/a, tener capacidad creativa e independencia además de estar dispuesto a tomar riesgos (Turker y Sonmes, 2009). Si bien ahora se reconoce que ciertos rasgos de personalidad pueden influir en la capacidad de ser un emprendedor exitoso, también se destaca la relevancia del aprendizaje y el cultivo de habilidades adicionales necesarias para establecer y dirigir un negocio, como las habilidades para negociar, comunicarse eficazmente, liderar y trabajar en la creación de programas y asignaturas a nivel universitario diseñados para preparar a los estudiantes tanto para el trabajo en empresas como para emprender por cuenta propia es resultado de estas habilidades.

Al abordar tanto factores personales como sociales, la Teoría del Comportamiento Planeado (TCP) propuesta por Ajzen (1991) se ocupa de la actitud emprendedora. Esta teoría, que tiene una naturaleza sociocognitiva, se ha utilizado con éxito en diferentes ámbitos. Krueger et al. (2000) señalan que la TCP ofrece una base teórica sólida y aplicable para predecir la intención emprendedora al considerar tanto los factores individuales como las influencias sociales. La teoría se compone de tres elementos clave que determinan la intención hacia una conducta: la forma en que se percibe y cómo se actúa ante las conductas, normas subjetivas y el control; Con la ayuda de estos componentes, es posible realizar predicciones más precisas acerca de la actitud emprendedora. La perspectiva y el comportamiento del emprendedor pueden estar influenciados por su estado emocional, ya que este está basado en un conjunto de creencias que conectan la conducta con resultados diversos en el ámbito empresarial. El estado emocional puede influir positiva o negativamente en la disposición para emprender.

En cuanto a la norma subjetiva, según Ajzen (1991), se trata de cómo el individuo percibe las influencias sociales que lo motivan o desaniman a participar en actividades empresariales. Estas presiones pueden incluir la influencia del entorno sobre la decisión de emprender, el tipo de emprendimiento, y la ubicación de este. La norma subjetiva engloba las creencias normativas, que dictan cómo debería comportarse una persona, y el compromiso de seguir estas normas. Dado que la norma subjetiva está influenciada por el entorno social del emprendedor, su comportamiento puede variar y, con ello, su actitud emprendedora. En última instancia, el control conductual percibido se define como la creencia del emprendedor en su capacidad para realizar una acción específica (Ajzen, 1991).

### ***Alcance que Tienen los Emprendedores Universitarios en la Creación de Iniciativas Empresariales***

Las actividades emprendedoras no suceden en aislamiento, sino que tienen lugar dentro de un contexto social, organizativo y espacial particular (Autio et al., 2014).

Dentro de las organizaciones, el contexto se define como los factores situacionales que impactan en la aparición y significado del comportamiento emprendedor (Johns, 2006).

No obstante, se han ignorado frecuentemente en los estudios sobre emprendedores universitarios la influencia de la organización y el entorno físico que les rodea, es decir, las particularidades de la universidad y la región donde cursan sus estudios.

Como se expuso previamente, es bien sabido que las universidades desempeñan un rol fundamental en el respaldo a la creatividad y al espíritu emprendedor de su personal y alumnos, mediante la organización de cursos y eventos relacionados con el emprendimiento e innovación. A pesar de que se ha investigado ampliamente los efectos individuales de participar en un curso

de emprendimiento (Martín, 2013), todavía hay poca comprensión sobre cómo estos programas pueden afectar a otros estudiantes.

Además de considerar el contexto organizacional, es importante considerar el contexto regional. Esto se debe a que las nuevas iniciativas emprendedoras necesitan obtener recursos y encontrar clientes, lo cual suele suceder fuera del ámbito universitario. El entorno regional se considera frecuentemente el contexto espacial más relevante en el Emprendimiento Universitario. Así, ambos entornos —organizacional y regional— se reconocen cada vez más como componentes significativos que influyen en la decisión de un individuo de iniciar una empresa (Audretsch, 2012).

### **Modelos de Emprendimiento Universitario**

Existen diversos modelos teóricos que buscan explicar cómo las universidades se integran con otros actores de la comunidad. Estos modelos consideran que el conocimiento generado por distintos actores—como universidades, centros de desarrollo tecnológico, empresas, incubadoras de empresas, y diversas instituciones públicas y privadas—se articula a través de tres ejes principales que estructuran el campo de la generación de conocimiento: las formas de gobierno, los modelos económicos y los métodos educativos.

#### ***El modelo del Triángulo de Sabato y Botana (1986)***

Este modelo fue introducido en el contexto del desarrollo científico y tecnológico de América Latina, resaltando la importancia crucial de la interrelación entre tres entidades principales: el Gobierno, las empresas productivas y la infraestructura público-científico-tecnológica. Este modelo destaca cómo estas entidades interactúan entre sí y con factores externos, proponiendo estrategias para mejorar la colaboración entre el Gobierno y otros actores públicos en un contexto donde la innovación y la capacidad técnica eran limitadas.

Sábato y Botana (1986) subrayaron la importancia de que el Estado se involucre en la gestión de empresas y en la promoción del desarrollo científico-tecnológico, advirtiendo que la falta de capital humano calificado, la insuficiente inversión en I+D, y la dependencia de la tecnología extranjera estaban frenando el progreso en la región. Consideraron que, sin un desarrollo robusto en ciencia y tecnología, la soberanía de los países estaría en riesgo, lo que se evidencia en fenómenos como la fuga de cerebros hacia naciones con infraestructuras más desarrolladas.

El modelo es similar a la "triple hélice", pero con la particularidad de que Sábato y Botana conceptualizan un solo triángulo nacional sostenido por la sociedad, en contraposición a los múltiples esquemas de interacción propuestos en la triple hélice. Los autores vieron este triángulo como esencial para responder a las necesidades externas y aseguraron que la colaboración entre el Gobierno, el sector productivo y las instituciones científicas era fundamental para el desarrollo autónomo y sostenible de la región.

A continuación, se pueden observar los elementos mencionados anteriormente y su relación:

### Figura 1

*Modelo del triángulo de Sábato y Botana*



*Fuente.* Autoría propia a partir de la literatura de Sábato y Botana (1986).

### ***El Modelo de los Sistemas de Innovación***

El modelo de los sistemas de innovación desarrollado por Freeman (1987) y Lundvall (1998), resalta que la innovación es un factor fundamental para alcanzar competitividad en un mundo globalizado. Durante las últimas décadas, se han llevado a cabo diversas políticas macroeconómicas y sociales por parte de los gobiernos con el objetivo de fortalecer las capacidades estratégicas de las organizaciones. Estas medidas han impulsado la generación interna de procesos innovadores que les brindan la posibilidad de competir a nivel internacional. No obstante, los países presentan diferentes trayectorias tecnológicas y económicas, creando disparidades en la adopción y aprovechamiento de la innovación. Estas diferencias se relacionan tanto con las condiciones internas de las organizaciones como con el contexto externo en el que operan.

Existen dos tipos de factores que impulsan la innovación: los internos y los externos. Dentro de la empresa, se desarrollan factores internos a nivel micro que incluyen conocimientos y actitudes para facilitar la creación de nuevos productos y procesos. En cambio, los factores externos son aquellas variables macro que impactan en las capacidades internas de una organización, tales como la cultura organizacional, gestión y el entorno en el cual se encuentra.

En el enfoque de sistemas de innovación, se plantea la integración de diferentes actores del ámbito innovador en esquemas transdisciplinarios e interactivos. En estos esquemas, las organizaciones y participantes colaboran entre sí, mantienen una comunicación constante y establecen relaciones a largo plazo, todo ello bajo condiciones económicas, jurídicas y tecnológicas que fortalecen la innovación y la productividad en una región o localidad.

Este enfoque considera que la innovación es un proceso evolutivo y dinámico, caracterizado por ser acumulativo, interactivo y social, donde no solo interviene la cantidad de

factores, sino también la forma en que los mercados se organizan e interactúan. Además, la innovación tecnológica de un país está influenciada por restricciones locales y regionales, relaciones de poder, procesos culturales, especialización productiva y presiones del mercado nacional.

### ***El Modelo de la Triple Hélice***

Etzkowitz y Leydesdorff (1995) propusieron el modelo de la triple hélice para integrar ciencia, tecnología y desarrollo económico en aras de impulsar al máximo la capitalización del conocimiento. Este enfoque afirma que las empresas industriales deben estar estrechamente relacionadas con la educación, proponiendo una colaboración más cercana entre el Estado, las compañías y las instituciones académicas. Surgido después de una profunda revisión de la relación entre estos tres actores, el modelo ha evolucionado para reflejar una visión de la universidad como una entidad emprendedora, ajustando sus estructuras y funciones académicas para cumplir este rol (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000).

A lo largo de su desarrollo, el modelo de la triple hélice ha ido evolucionando a medida que expertos han contribuido y resaltado el rol crucial del emprendimiento en las universidades, la transferencia de conocimiento al mercado y el papel del Estado. El modelo ajustado responde mejor a las necesidades de los actores involucrados en la innovación basada en el conocimiento científico. Destaca la importancia del tiempo, subrayando que las relaciones bilaterales entre academia, industria y gobierno evolucionan hacia interacciones trilaterales más complejas y entrelazadas, formando una espiral ascendente que refuerza el papel de las interfaces entre las hélices (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000).

El modelo de la triple hélice se presenta en tres esquemas principales:

**La Triple Hélice I.** En su primera versión, este esquema establece que, bajo la administración del Gobierno, se dirigen las relaciones entre academia e industria. Este esquema muestra similitudes con el modelo de Sábato, especialmente en contextos donde el Estado juega un papel preponderante en el sector empresarial, como en los países con regímenes políticos socialistas (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000).

**La Triple Hélice II.** Este esquema establece en su primera versión que las relaciones entre academia e industria son dirigidas bajo la administración del Gobierno. El esquema presentado tiene similitudes con el modelo de Sábato, principalmente en situaciones en las que el Estado desempeña un papel fundamental en la organización empresarial, como ocurre en naciones gobernadas por regímenes socialistas (Etzkowitz y Leydesdorff, 2000).

**La Triple hélice III.** En esta tercera versión del modelo, las tres esferas institucionales—Estado, Universidad y Empresa—se intersecan de manera que cada una puede asumir el rol de las otras. Esta interacción da lugar a la formación de organizaciones híbridas o interfaces, creando un espacio ideal denominado Red Trilateral de Organizaciones Híbridas, donde se facilita la generación de nuevo conocimiento y la innovación (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000). Después de describir las versiones y la evolución del modelo de la Triple Hélice, es fundamental entender cómo cada una de las esferas—Estado, Universidad y Empresa—funciona y cómo influyen entre sí. La tabla 1 ilustra los roles específicos que desempeñan estas instituciones dentro del esquema, destacando su interdependencia y el impacto mutuo que tienen en la generación de conocimiento y en la innovación.

**Tabla 1**

*Roles Estratégicos en el Modelo de la Triple Hélice*

Rol	Descripción
Rol de las Universidades	En este modelo, las universidades asumen un papel estratégico al establecer relaciones con las empresas,

	fomentando la integración entre distintas asignaturas y tipos de conocimiento, en lugar de destacar sus diferencias (Etzkowitz, 2000, p. 112).
Rol de las Empresas	Las empresas se enfocan en aumentar su capacidad de innovación, con el fin de desarrollar nuevos productos y tecnologías. Esto les permite diversificar su oferta de bienes y servicios y, al mismo tiempo, generar y adquirir conocimientos. Para alcanzar estos objetivos, las empresas buscan formar alianzas con centros de investigación, parques tecnológicos e incubadoras de empresas, entre otros actores clave.
Rol de las organizaciones híbridas	Estas organizaciones operan de manera independiente y tienen la capacidad de proponer políticas, programas y proyectos de colaboración. Son el resultado de la cooperación entre diferentes hélices y facilitan entornos propicios para la creación de nuevas empresas e iniciativas de desarrollo basadas en el conocimiento. También impulsan la formación de grupos interdisciplinarios de investigación, la creación de empresas universitarias y la gestión de oficinas de patentes y licencias para la transferencia tecnológica (Etzkowitz, 2000, p. 112).
Rol del Estado	El Estado tiene la función de regular y financiar la investigación, además de promover la interdisciplinaria y la diversidad de conocimiento. También se encarga de eliminar las barreras institucionales, diseñar políticas y estrategias de vinculación entre las hélices, y crear redes tecnológicas (Etzkowitz, 2000, p. 112).

*Nota.* Autoría Propia a partir de la literatura de Etzkowitz y Leydesdorff, (2000, p. 111)

### ***Modelo de Ecosistema de Emprendimiento del Babson Global***

El modelo de ecosistema emprendedor del Babson Global, desarrollado por Isenberg (2014), destaca la importancia de integrar varios dominios para fomentar un entorno emprendedor efectivo.

**Dominio de las Políticas.** Este dominio pone de relieve que es fundamental contar con liderazgo tanto público como privado, el cual debe gozar de legitimidad social y tener un compromiso activo. El enfoque se dirige hacia el fortalecimiento de las instituciones gubernamentales a distintos niveles con el fin de fomentar la actividad empresarial mediante

incentivos fiscales, respaldo a la investigación y desarrollo, salvaguarda de los derechos de propiedad intelectual, así como garantizar transparencia en procedimientos legales relacionados con liquidaciones y quiebras.

**Dominio Financiero.** En esta área, es fundamental contar con instituciones que brinden microcréditos, inversionistas ángeles y capital de riesgo. Estos actores ayudan a los emprendedores de diferentes sectores facilitando el acceso a capital inicial. Es esencial contar con un mercado de capitales dinámico y transparente, ya que esto facilita la atracción de inversión privada y brinda opciones adecuadas para los inversores en términos de estrategias de salida.

**Dominio Cultural.** Hace referencia a la presencia de reglas sociales que fomenten la aceptación del riesgo y el fracaso. Es fundamental que se promueva la creación de empresas como una meta atractiva, motivada por relatos de logros y un ambiente cultural apreciativo hacia la innovación y el fomento del patrimonio.

**Servicios.** Engloba tanto la infraestructura básica, como las telecomunicaciones, el transporte y la energía, además de los parques tecnológicos, distritos industriales y zonas francas. Además, incluye la posibilidad de acceder a servicios profesionales de apoyo en problemáticas legales, laborales, fiscales y tecnológicas, así como la presencia de organizaciones no gubernamentales ONGs que promueven el emprendimiento.

El modelo de Babson Global enfatiza la necesidad de una configuración integral y dinámica para apoyar a los emprendedores desde el inicio, combinando conocimientos tradicionales con experiencias prácticas desde el primer día de clases.

El dominio del capital humano en el modelo de Babson Global se centra en la importancia de capacitar adecuadamente a la fuerza laboral. Esto requiere que el sistema

educativo brinde un sólido respaldo en todos sus niveles y fomente una mentalidad emprendedora que incluya habilidades especializadas para emprender.

Con respecto a los mercados, es imprescindible contar con clientes exigentes que estén dispuestos a tomar riesgos al momento de adoptar nuevos productos y servicios. Asimismo, se resalta la relevancia de contar con un ambiente competitivo claro y transparente. Es igualmente importante contar con redes de emprendedores, tanto internas como externas al campo de interés, que estén dispuestas a colaborar en el fortalecimiento del ecosistema emprendedor.

### ***Modelo de Ecosistema de Emprendimiento GEM***

El modelo del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) se fundamenta en la idea de que el emprendimiento desempeña una función determinante en el crecimiento económico, aunque su efecto difiere dependiendo de la etapa de desarrollo económico que atraviese un país.

El modelo distingue entre tres etapas de desarrollo económico, en línea con la tipología de Porter y el Reporte Mundial de Competitividad del World Economic Forum:

**Economías Basadas en Recursos.** Estas economías dependen principalmente de recursos naturales y mano de obra básica.

**Economías Basadas en la Eficiencia.** Estas economías se centran en la optimización de procesos y la eficiencia en la producción.

**Economías Basadas en la Innovación.** Estas economías están orientadas hacia la creación y aplicación de nuevas ideas y tecnologías.

Cada fase tiene características distintas que afectan la actividad emprendedora y su contribución al crecimiento económico. El modelo GEM, desarrollado y refinado durante los últimos 17 años, utiliza estas características para evaluar el efecto del emprendimiento en el crecimiento económico de los países.

El modelo GEM ha avanzado para ofrecer un análisis más preciso sobre la interacción entre valores sociales, características individuales y emprendimientos.

A lo largo de esta evolución, se han mantenido dos supuestos clave:

La Actividad Emprendedora: No se trata únicamente de un acto heroico individual, sino más bien del resultado de la interacción entre la percepción de oportunidades, las habilidades y el contexto en que se desarrolla.

Definición de Emprendimiento: Incluye cualquier intento de iniciar un nuevo negocio, desde el autoempleo hasta la expansión de una empresa existente (Reynolds et al., 2005).

Diversos modelos teóricos abordan la puesta en marcha de iniciativas emprendedoras desde diferentes perspectivas, cada uno destacando distintos factores clave para el éxito del emprendimiento universitario:

Modelo del Triángulo (Sábato y Botana, 1986): En este modelo se pone énfasis en la interacción entre el Estado, las Universidades y las Empresas, resaltando la relevancia de gestionar adecuadamente esta relación tripartita. Detectar la escasez de personal capacitado y la falta de innovación como obstáculos en las empresas fundadas por emprendedores universitarios.

Modelo de Sistemas de Innovación: Se centra en la innovación como un factor crucial para el desarrollo emprendedor. Propone que las iniciativas emprendedoras deben utilizar el aprendizaje y la tecnología para lograr productividad y competitividad, integrando diversos agentes y enfoques transdisciplinarios.

Modelo de la Triple Hélice:

Triple Hélice I. En esta primera fase, el Estado dirige las relaciones entre academia e industria, similar al enfoque del modelo de Sábato.

Triple Hélice II: Este esquema separa las esferas institucionales, destacando sus barreras y relaciones preestablecidas.

Triple Hélice III: Aquí, las esferas del Estado, la Universidad y la Empresa se interrelacionan de manera equitativa, dando lugar a organizaciones híbridas que pueden crear políticas y proyectos conjuntos.

Modelo de Ecosistema de Emprendimiento del Babson Global (Isenberg, 2014): Este modelo abarca seis dominios clave: políticas, finanzas, cultura, servicios, capital humano y mercados. Se enfoca en combinar conocimientos tradicionales con prácticas empresariales para fomentar el emprendimiento desde el inicio.

Modelo GEM:

Considera nueve dominios críticos: El financiamiento, las políticas gubernamentales, los programas gubernamentales, la educación y formación, la transferencia de I+D, la infraestructura comercial y profesional, la infraestructura física, el mercado interior abierto y las normas sociales y culturales son factores importantes para considerar. Para determinar el impacto en el crecimiento económico, este modelo examina estas características y evalúa la actividad emprendedora.

Aunque estos modelos son válidos, ninguno aborda de manera completa los elementos específicos propuestos en este estudio para el diseño del modelo de Emprendimiento Universitario e Iniciativas Socioeconómicas (ISE). En este modelo se tienen en cuenta aspectos como las cualidades personales del emprendedor (tanto psicológicas como de motivación), los factores institucionales (de la institución educativa superior, IES), y los factores contextuales (empresa, familia y sociedad). La propuesta busca un enfoque integral que englobe al emprendedor egresado, la IES y el contexto organizacional, para crear iniciativas emprendedoras

con impacto positivo en el bienestar del emprendedor, colaboradores, sociedad y comunidad. Además, el modelo es adaptable a diferentes entornos y contextos, sustentado en fundamentos teóricos que lo hacen aplicable y factible.

Como conclusión, los modelos GEM y de Babson destacan la importancia de un entorno favorable para el crecimiento de nuevas iniciativas empresariales. En este contexto, el crecimiento económico es uno de los impactos clave de un ecosistema emprendedor robusto.

### ***Impacto del Emprendimiento en el Crecimiento Económico***

El emprendimiento juega un rol fundamental en el desarrollo económico, impulsando la innovación y fomentando la creación de empleo. La teoría de la destrucción creativa, propuesta por Schumpeter, subraya el papel fundamental que desempeñan los emprendedores al innovar con nuevos productos y procesos para incrementar la productividad y fomentar el crecimiento económico. Este enfoque sigue siendo relevante en la actualidad, especialmente en el contexto de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, que promueven un crecimiento económico inclusivo y sostenido (Minniti, 2024).

Según estudios recientes, el emprendimiento contribuye significativamente al crecimiento económico y a la creación de empleos dignos. Audretsch y Thurik (2019) señalan que las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), a menudo lideradas por emprendedores, son fundamentales para la economía, no solo por su capacidad de innovación, sino también por su papel en la creación de empleo. En línea con esto, Kelley et al. (2021) en el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) informan que las economías con altos niveles de actividad emprendedora tienden a experimentar tasas más altas de crecimiento económico.

Además, el emprendimiento contribuye a alcanzar varios de los ODS, como el objetivo 8, que se centra en el trabajo decente y el crecimiento económico. Según la Organización

Internacional del Trabajo (OIT, 2020), el apoyo a los emprendedores y la creación de un entorno favorable para las empresas emergentes pueden llevar a un aumento en la generación de empleo, lo que a su vez eleva los estándares de vida de la población y reduce la pobreza.

El Informe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2022) subraya la importancia del emprendimiento en el contexto latinoamericano, destacando cómo los emprendedores no solo impulsan la innovación y la competitividad, sino que también contribuyen al desarrollo económico equitativo y sostenible. En este sentido, las políticas públicas que fomentan el acceso a financiamiento, la formación y el apoyo técnico para los emprendedores son esenciales para maximizar el impacto positivo del emprendimiento en la economía.

Finalmente, en el marco de los ODS, es crucial que el emprendimiento no solo se enfoque en el crecimiento económico, sino también en la sostenibilidad y la inclusión. Estudios como los de Zahra et al. (2021) abogan por el emprendimiento sostenible, que no solo busca beneficios económicos, sino también un impacto social y ambiental positivo. Este enfoque integral del emprendimiento puede contribuir a una economía más justa y equitativa, promoviendo el bienestar de la comunidad en su conjunto.

Ahora bien, el crecimiento económico generado por el emprendimiento no solo se manifiesta a nivel macroeconómico, sino que también tiene impactos significativos en el desarrollo local y regional. En el contexto de la UNAD CCAV Pitalito, el ecosistema de emprendimiento universitario desempeña un rol esencial en el fortalecimiento de las competencias de los emprendedores a través de redes de apoyo, capacitación, y acceso a recursos. Estas redes incluyen tanto instituciones académicas como la UNAD, así como organizaciones locales, incubadoras, asociaciones empresariales y entidades gubernamentales,

que ofrecen el soporte necesario para que las iniciativas emprendedoras prosperen. Este apoyo integral fomenta la creación de empresas sostenibles que contribuyen a la generación de empleo y al bienestar social en la región. De esta forma, el ecosistema universitario de emprendimiento, al promover un entorno de innovación y colaboración, facilita un impacto positivo en el crecimiento económico de Pitalito, permitiendo que los emprendedores locales actúen como motores de desarrollo en sus comunidades.

### **Ecosistema del Emprendimiento Universitario**

Dentro del ecosistema de emprendimiento universitario, encontramos un grupo de individuos, compañías y organizaciones que trabajan en conjunto para fomentar las oportunidades empresariales. Este grupo está dispuesto a apoyar a los emprendedores en sus desafíos diarios durante el proceso de creación de nuevas iniciativas, tanto a nivel individual como dentro de organizaciones. En el ecosistema participan consultores, asesores, incubadoras empresariales, universidades, organizaciones no gubernamentales (ONGs), asociaciones y entidades tanto públicas como privadas. Además, se suman a esta lista las instituciones financieras. La finalidad principal de este ecosistema es fomentar y simplificar el avance del emprendimiento universitario a través de la provisión de experiencia, mejores prácticas empresariales y conocimientos obtenidos mediante la interacción entre sus miembros. Es esencial tener un entorno que promueva las conexiones adecuadas y se adapte a las demandas de la comunidad, para impulsar el avance del emprendimiento universitario (Sábato y Botana, 1986).

Isenberg (2014) identifica cinco dimensiones clave para la creación e impulso de un ecosistema de emprendimiento universitario:

**Talento:** El desarrollo del emprendimiento universitario depende en gran medida de contar con el talento adecuado. Resulta imprescindible destinar recursos a desarrollar el potencial del personal, capacitar expertos y estimular una mentalidad emprendedora en la comunidad. Este proceso cuenta con la participación fundamental de las universidades.

**Densidad:** El éxito de los emprendimientos se ve favorecido cuando hay una interacción entre emprendedores y creadores. Fomentar la creación de entornos en los que los emprendedores universitarios puedan intercambiar conocimientos y trabajar juntos en proyectos conjuntos incrementa las posibilidades de éxito para las startups.

**Cultura:** Es difícil fomentar una cultura emprendedora en comunidades que no ven el fracaso como parte del proceso para alcanzar el éxito. Es fundamental impulsar una mentalidad de colaboración, valorar el aprendizaje del fracaso como parte esencial para alcanzar el éxito y estimular la búsqueda de soluciones innovadoras a los problemas que afectan nuestra comunidad.

**Capital:** En países en desarrollo, las startups enfrentan un desafío significativo al tratar de acceder al capital necesario. Es necesario brindar facilidades para que los emprendedores accedan a capital inteligente y se deben establecer plataformas de microfinanciación como apoyo.

**Ambiente Regulatorio:** Es imprescindible que los gobiernos desempeñen un papel fundamental en la generación de un marco regulatorio estable y previsible. En esto se contempla la simplificación de los trámites para iniciar y clausurar empresas, así como impulsar un marco normativo actualizado en relación con los derechos de autor y la responsabilidad de intermediarios, impulsar medios alternativos de pago y permitir la participación de las comunidades de startups en la formulación de políticas públicas (Isenberg, 2014).

Comprender y comprender la naturaleza y los componentes del ecosistema empresarial de una universidad, incluidas las redes de apoyo, es fundamental para desarrollar un entorno que conecte a las organizaciones y proporcione servicios y recursos para las actividades empresariales, incluidos productos, servicios, procesos e innovaciones tecnológicas. Este ecosistema abarca una variedad de actores clave, tales como: emprendedores y mentores, incubadoras y aceleradoras, inversionistas, gobiernos, organismos privados de apoyo, asociaciones y evento, universidades y escuelas, empresas, centros de investigación, medios de comunicación y la sociedad.

Las relaciones entre estos actores forman el ecosistema empresarial de la universidad, que incluye organizaciones, instituciones, empresas y la recopilación de recursos necesarios para los negocios. Estos son elementos esenciales para evaluar y medir el potencial emprendedor y el éxito de las medidas emprendedoras que surgen en el entorno universitario (Sábato y Botana, 1986).

### **Políticas Públicas en Emprendimiento Universitario**

Las políticas públicas dirigidas al emprendimiento universitario se centran en tres áreas clave:

- Fomentar la creación de nuevas iniciativas empresariales.
- Apoyar el crecimiento de las empresas existentes, especialmente las que aún están en desarrollo, hasta que tengan una estabilidad sostenible.
- Potenciar la motivación emprendedora de los emprendedores universitarios

Para que estas políticas funcionen bien, es importante que se coordinan con políticas en áreas como educación, ciencia, tecnología e innovación, así como con políticas fiscales y

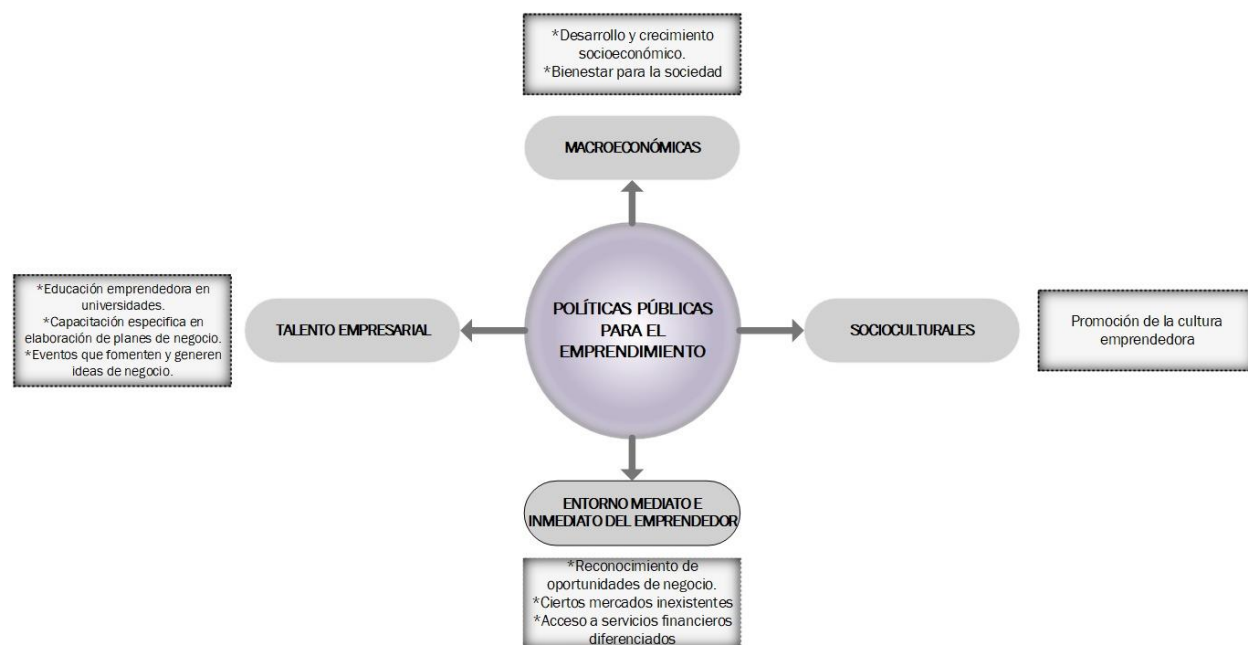
económicas, apoyo a las pequeñas y microempresas, etc. Medio. - Big Business and General Business Development (CAF, 2013).

De acuerdo con Lederma et al. (2014) el mayor desafío para las políticas públicas en emprendimiento universitario es identificar y abordar los factores que facilitan esta actividad. Estos factores no solo incluyen aspectos normativos y legales, sino también elementos estructurales como la infraestructura como la infraestructura humana, las regulaciones que afectan los negocios y el comercio y los valores sociales y culturales que influyen directamente en el entorno de los emprendedores.

De manera, que las políticas de emprendimiento universitario deben considerar una variedad de factores, incluidos las condiciones macroeconómicas, las condiciones sociales, el entorno cercano y distante del emprendedor, así como el desarrollo del talento empresarial.

## Figura 2

### *Políticas públicas para el emprendimiento*



*Fuente.* Autoría Propia a partir de la literatura de revisada.

La primera política de emprendimiento universitario se centra en el desarrollo, crecimiento y bienestar de la sociedad al fomentar la creación de empleos de calidad. Esto no solo ayuda a reducir la cantidad de emprendimientos que surgen por necesidad, sino una verdadera vocación emprendedora, sino que también elevan la calidad del ecosistema emprendedor, fomentando iniciativas más sostenibles y productivas.

Además, es fundamental que las políticas públicas no solo se enfoquen en aspectos económicos y legales, sino que también promuevan una cultura emprendedora arraigada en la sociedad. Esto implica fomentar una mentalidad abierta al riesgo, la innovación y la creación de valor. Esto puede lograrse mediante la participación de medios de comunicación, la difusión de casos exitosos, celebraciones de reconocimiento, concursos de planes de negocios y la valorización de la propiedad intelectual (Kantis et al., 2014).

Otro aspecto importante es mejorar el entorno tanto inmediato como mediato del emprendedor universitario. Esto abarca la identificación de oportunidades comerciales, el fomento de mercados en crecimiento y el acceso a servicios financieros especializados. Durante las etapas tempranas, es necesario contar con financiación inicial, mientras que en la fase de crecimiento pueden resultar beneficiosos los sistemas educativos universitarios, mecanismos de investigación y desarrollo tecnológico e innovación empresarial, incubadoras de empresas, agrupaciones sectoriales y proyectos regionales para aumentar la competitividad y expandirse (Kantis et al., 2014).

También es crucial promover servicios relacionados con el desarrollo empresarial. Estos pueden incluir capacitación, consultoría, diseño de productos, programas para cumplir con los requisitos legales y protección de propiedad intelectual. Los nuevos empresarios suelen encontrar menos accesibles estos servicios. También desempeñando un papel fundamental en este proceso

se encuentra la promoción de redes sociales universitarias para emprendimiento, las cuales involucran a emprendedores, proveedores, empresarios establecidos, consultores y expertos o (Toutain et al., 2017).

Es necesario que las políticas de emprendimiento se centren en fomentar y promover el talento empresarial. A pesar del potencial que tienen algunas personas, puede faltarles la motivación necesaria para emprender negocios. El entorno regulatorio, productivo e institucional en el que se desarrollan las actividades empresariales tendrá un impacto significativo en los incentivos para fomentar el emprendimiento (CAF, 2013, p 207).

La ausencia de políticas de apoyo puede desincentivar el autoempleo y promover emprendimientos de subsistencia. Según el Informe de CAF (2013, p. 207), se pueden superar estos desafíos aplicando estrategias enfocadas a mejorar la empleabilidad, como programas de primer empleo, pasantías y capacitaciones adaptadas a las demandas del mercado laboral.

Finalmente, es fundamental implementar políticas que promuevan el talento empresarial, incluir educación emprendedora en colegios y universidades, capacitar en planes de negocios, organizar eventos orientados a generar ideas innovadoras y premiar propuestas novedosas mediante concursos. Estas medidas ayudan a impulsar el emprendimiento universitario.

Las políticas públicas dirigidas a grupos específicos, como jóvenes, mujeres, minorías étnicas o desempleados, deben atender sus necesidades y características particulares para fomentar la confianza en iniciar y gestionar un negocio. Un entorno regional favorable para la innovación también puede facilitar la aparición rápida de emprendedores. Factores como la disponibilidad de capital de riesgo, experiencia empresarial, fuerza laboral calificada, acceso a proveedores y consumidores, apoyo gubernamental, proximidad a universidades, entre otros, pueden estimular la empresarialidad.

Para formular políticas públicas efectivas, es crucial considerar factores que promuevan emprendimiento universitario. Entre ellos se incluyen los gastos iniciales y las inversiones necesarias, las normativas que respalden a los emprendedores por parte del gobierno, los riesgos económicos asociados, el marco legal vigente, la competencia (legal e informal), y el acceso a tecnología avanzada, entre otros. Así, las políticas públicas pueden facilitar el desarrollo del emprendimiento universitario como un factor de impacto significativo en el entorno económico (CAF, 2013).

### ***Políticas Públicas en Emprendimiento Universitario en Colombia***

Desde la década de los 90, se inició un cambio significativo en la educación con la incorporación del emprendimiento empresarial en todas las instituciones educativas, tanto universidades como colegios. Los líderes académicos comenzaron a reconocer la importancia crucial de este tema en la formación de los estudiantes, promoviendo una cultura emprendedora respaldada por iniciativas gubernamentales. Se implementaron políticas de emprendimiento que fomentaron la investigación y la creación de empresas, permitiendo a los estudiantes desarrollar habilidades prácticas y una conciencia sobre la relevancia de establecer sus propios negocios, especialmente en contextos con altos índices de desempleo.

Este fenómeno ha crecido globalmente en las últimas dos décadas, influenciado inicialmente por experiencias como la de Estados Unidos. En Colombia, el emprendimiento ha ganado terreno rápidamente, desafiando paradigmas y generando un aumento significativo en conferencias, programas de apoyo empresarial y eventos especializados.

El gobierno colombiano ha implementado diversas políticas para apoyar la creación de empresas, entre las cuales destacan:

**Ley 1014 de 2006:** Fomento de la cultura de emprendimiento.

**Fondo Emprender:** Financiamiento de proyectos empresariales para aprendices y practicantes universitarios recién graduados.

**Presidencia de la República de Colombia - Fondo Emprender:** Facilitación de financiamiento para jóvenes emprendedores, promoviendo la creación de empleo y el bienestar socioeconómico.

**Decreto 934 de 2003:** Criterios para la financiación de iniciativas empresariales, incluyendo generación de empleo, estudios de mercado y sostenibilidad del proyecto.

**Ley 344 de 1996:** Destinación de recursos del SENA para programas de competitividad y desarrollo tecnológico.

**Ley 590 de 2000 y Ley 905 de 2004:** Creación del Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyme).

Estas leyes y políticas reflejan el compromiso del gobierno colombiano con el fortalecimiento del ecosistema emprendedor, proporcionando herramientas y recursos necesarios para el desarrollo empresarial en diferentes sectores y regiones del país.

### **Impacto de las Políticas Gubernamentales en el Emprendimiento en Colombia**

La crisis económica global provocada por la pandemia de la Covid-19 afectó gravemente a Colombia, resultando en una considerable reducción del empleo y de los ingresos. Ante este desafío, el emprendimiento ha emergido como una estrategia crucial para revitalizar la economía, generar empleo y asegurar la subsistencia de muchas familias.

En respuesta a esta crisis, el gobierno colombiano ha adoptado diversas políticas destinadas a fortalecer el ecosistema emprendedor. La Política Nacional de Emprendimiento, establecida en el documento CONPES 4011 de 2020, se orienta hacia la creación de un entorno propicio para el crecimiento de nuevos negocios que no solo generen ingresos, sino que también

aumenten la productividad empresarial. Esta política se centra en el desarrollo de habilidades emprendedoras, en la facilitación del acceso al financiamiento, en el fortalecimiento de redes de comercialización, en la promoción de la innovación y en la consolidación de una sólida institucionalidad de apoyo a los emprendedores.

Además, la Ley 2069 de 2020 ha sido esencial en el impulso a la creación de negocios y al incremento del empleo. Por su parte, la Ley 2125 de 2021, conocida como la "Ley Creo en ti", pone un enfoque especial en apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) lideradas por mujeres. Estas políticas no solo buscan facilitar la creación de empresas, sino también garantizar su sostenibilidad en un mercado altamente competitivo, con un enfoque en sectores como las energías limpias, el agro y el deporte, asegurando además el acceso al financiamiento y la formación adecuada. Gracias a estas iniciativas, en 2022 se registró un crecimiento del 3.1% en la creación de nuevas empresas, destacándose un aumento notable en la participación de mujeres emprendedoras (Universidad del Rosario, 2023).

El crecimiento en la creación de nuevas empresas en Colombia, especialmente las lideradas por mujeres, refleja el impacto positivo de estas políticas. Sin embargo, persisten desafíos significativos en la sostenibilidad de estos emprendimientos. Es crucial que se continúe trabajando en la tecnificación y competitividad de los negocios emergentes, asegurando que puedan mantenerse en el mercado a largo plazo. Los esfuerzos gubernamentales se han dirigido a abordar estas necesidades mediante iniciativas como tarifas diferenciadas, compras públicas que favorecen a las Mipymes, financiamiento accesible, fortalecimiento institucional y educación en habilidades empresariales.

En conjunto, estas políticas públicas representan un esfuerzo integral para apoyar a los emprendedores colombianos, fomentando la creación de empresas sostenibles que no solo

contribuyan al crecimiento económico, sino que también generen un impacto social positivo. Con un enfoque en la inclusión, la innovación y la sostenibilidad, las políticas de emprendimiento en Colombia buscan transformar el panorama económico del país y promover un entorno en el que los nuevos emprendimientos puedan florecer y consolidarse.

### **Impacto en la Educación Superior y la UNAD - CCAV Pitalito**

Para contextualizar aún más, es relevante destacar cómo estas políticas han impactado específicamente en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) - CCAV Pitalito. A través de programas y proyectos de emprendimiento financiados por el Fondo Emprender y otras iniciativas gubernamentales, los estudiantes y egresados de la UNAD han podido desarrollar competencias empresariales y acceder a recursos para la creación y consolidación de sus propios emprendimientos. Este apoyo no solo ha fortalecido el perfil emprendedor de la comunidad universitaria, sino que también ha contribuido al desarrollo económico local y regional, generando empleo y promoviendo la innovación y la sostenibilidad empresarial.

Además, estudios de caso y ejemplos concretos de emprendedores formados en la UNAD-CCAV Pitalito ilustrarían cómo se han implementado con éxito estas políticas, destacando los beneficios tangibles y los desafíos superados para la creación de empresas sostenibles y competitivas en el mercado actual.

## Marco Conceptual

En este marco, se procederá a definir algunos conceptos fundamentales que se emplean a lo largo de la investigación. Para ello, se tomarán como base las ideas y aportes de diversos autores en el campo de estudio.

### Competitividad

En el contexto del emprendimiento, la competitividad se refiere a la capacidad de un emprendedor o una nueva empresa para diferenciarse y destacarse en su mercado objetivo, maximizando su efectividad, eficacia y eficiencia en la entrega de valor a los clientes y en la gestión de recursos (Porter, 1991).

Para un emprendedor, *la efectividad* se traduce en la capacidad de identificar y aprovechar oportunidades de mercado de manera exitosa. Un emprendedor efectivo es aquel que puede desarrollar productos o servicios innovadores que resuelvan necesidades o problemas del mercado de manera superior a sus competidores, estableciendo así una ventaja competitiva sostenible.

*La eficacia* en el emprendimiento se relaciona con la habilidad del emprendedor para alcanzar sus objetivos estratégicos y financieros con los recursos disponibles. Un emprendedor eficaz es capaz de gestionar de manera adecuada los recursos financieros, humanos y materiales para llevar a cabo su proyecto emprendedor y lograr resultados tangibles y sostenibles a largo plazo.

*La eficiencia* en el emprendimiento implica la capacidad de utilizar de manera óptima los recursos disponibles, minimizando los costos y maximizando la productividad. Un emprendedor eficiente busca constantemente mejorar los procesos internos y optimizar la asignación de

recursos para garantizar la rentabilidad y la viabilidad económica de su emprendimiento. (Rojas et al. 2018)

La competitividad en el emprendimiento se construye sobre la base de la efectividad, la eficacia y la eficiencia en la gestión de recursos y en la entrega de valor al mercado. Un emprendedor competitivo es aquel que puede identificar oportunidades, alcanzar sus objetivos estratégicos y gestionar sus recursos de manera eficiente, posicionándose así para el éxito en un entorno empresarial dinámico y competitivo.

La competitividad es esencial para analizar cómo los emprendedores de la UNAD pueden sobresalir en un mercado competitivo, identificando las prácticas que contribuyen a su éxito.

### **Cultura Empresarial**

La cultura emprendedora en el campo del emprendimiento se caracteriza por una mentalidad y comportamiento que incentiva la creación, aceptación y promoción de ideas y cambios (Moreno et al., 2011). Como se ha mencionado, el emprendimiento puede interpretarse desde dos perspectivas: Hay una perspectiva económica y también hay una perspectiva cultural, ambas ofrecen enfoques distintos. La primera perspectiva, la más investigada, sostiene que el emprendimiento es un impulsor del desarrollo económico y que los factores culturales como las creencias, las costumbres y los valores tienen una influencia secundaria en la capacidad de emprender. Por otro lado, la perspectiva cultural destaca el valor de los aspectos culturales como elementos fundamentales para lograr éxito en el desarrollo de emprendimientos (Berger, 1991).

La relevancia de la cultura emprendedora puede examinarse desde diferentes perspectivas, como su influencia en el ámbito educativo, empresarial y las políticas gubernamentales implementadas para promoverla. Hernández (2010) señala la importancia de fomentar entre los estudiantes universitarios una mentalidad empresarial mediante la promoción

activa de la cultura emprendedora, con el fin de equiparlos con las capacidades necesarias para emprender su propio negocio.

La cultura emprendedora engloba una serie de valores, creencias, cualidades, competencias y conocimientos que le permiten a una persona o grupo social administrar o comenzar un proyecto profesional (Acosta et al., 2014). Se puede describir como “el conjunto de símbolos, actitudes, habilidades, significados, formas de comunicación y organización social, orientados a crear y desarrollar ideas que se convierten en proyectos significativos que generan valor y beneficios” (Borrayo et al., 2019, p. 75). (“Actitud y cultura emprendedora en los emprendedores universitarios del ...”) En esta cultura, es necesario tener iniciativa y estar abierto al cambio para convertir ideas y acciones en una labor creativa e innovadora (Acosta et al., 2014).

En el contexto de esta investigación, entender la cultura empresarial implica comprender cómo los estudiantes y egresados de la UNAD asumen el espíritu emprendedor. Esto incluye no solo la disposición a iniciar nuevos proyectos, sino también cómo se adaptan a los cambios, cómo enfrentan los desafíos y cómo aprovechan las oportunidades que surgen en su entorno educativo y laboral.

Es crucial considerar la cultura empresarial en esta investigación para varios propósitos. Primero, permite explorar cómo los valores y las normas promovidos por la UNAD influyen en la mentalidad emprendedora de sus estudiantes y egresados. Segundo, ayuda a identificar cómo la cultura organizacional de la universidad puede fomentar o inhibir el desarrollo de habilidades empresariales entre sus miembros. Tercero, proporciona un marco para evaluar qué aspectos de la formación académica y experiencial dentro de la UNAD son más efectivos para cultivar el espíritu emprendedor.

Además, al considerar la cultura empresarial en esta investigación, se puede analizar cómo las políticas institucionales y las prácticas educativas influyen en la capacidad de los estudiantes y egresados para innovar, asumir riesgos calculados y perseguir iniciativas empresariales exitosas. Esto no solo enriquece el entendimiento teórico del emprendimiento en un contexto educativo específico, sino que también puede ofrecer recomendaciones prácticas para fortalecer el ecosistema emprendedor dentro de la UNAD.

### **Emprendimiento**

El fenómeno del emprendimiento ha sido una constante a lo largo de la historia de la humanidad y surgió como respuesta a las necesidades de las personas de superar desafíos y problemas de su entorno. A lo largo de los años, el término “emprendimiento” ha sido definido varias veces por diferentes autores, lo que refleja diferentes perspectivas y enfoques del tema.

En sus raíces etimológicas, el término "emprendimiento" deriva del francés "entrepreneur", que originalmente denotaba la capacidad de una persona para realizar esfuerzos adicionales en pro de alcanzar metas u objetivos (Marulanda et al.).

Este concepto ha evolucionado a lo largo del tiempo, y dos visiones destacadas han emergido en el ámbito académico:

Según Schumpeter, profesor de Harvard, un emprendedor es aquel individuo cuyas actividades generan disrupciones en los mercados, promoviendo la innovación y el cambio. En contraposición, la escuela austriaca considera al emprendedor como aquel que mejora y optimiza la red comercial, minimizando las turbulencias y generando nuevas riquezas en el proceso (Ávila, 2021).

Más allá de estas perspectivas particulares, numerosos estudios y expertos coinciden en que el emprendedor se caracteriza por su flexibilidad, dinamismo, capacidad para asumir riesgos,

innovación, creatividad y enfoque en el crecimiento. Esta mentalidad emprendedora impulsa a los individuos a perseguir metas con tenacidad y sacrificio personal, buscando constantemente innovar y crear valor en su entorno.

En el contexto actual, el emprendimiento adquirió mayor importancia por los desafíos económicos persistentes en las sociedades contemporáneas. La búsqueda de independencia y estabilidad económica impulsa a las personas a desarrollar proyectos propios, evitando así los altos índices de desempleo. En países en vías de desarrollo, donde los recursos estatales para subsidiar el desempleo son limitados, convertirse en emprendedor se presenta como una alternativa crucial para garantizar el acceso a recursos y satisfacer las necesidades básicas de la población.

Comprender el emprendimiento es vital para analizar las características y motivaciones de los estudiantes y egresados de la UNAD, lo que permite identificar los factores que impulsan su desarrollo empresarial.

### **Experiencia Laboral del Emprendedor**

La experiencia laboral del emprendedor es un activo invaluable que impacta significativamente el éxito y la capacidad de innovación de sus proyectos. Autores como Sara Sarasvathy y Richard Cantillon resaltan la importancia de esta dimensión en el proceso emprendedor.

La experiencia laboral va más allá de la mera acumulación de conocimientos técnicos y habilidades prácticas en un campo específico. Implica la adquisición de una comprensión profunda de las dinámicas del mercado, las necesidades del cliente y las complejidades operativas de un negocio.

Sarasvathy, en su teoría de efectualidad, sostiene que los emprendedores con amplia experiencia laboral adoptan un enfoque más flexible y orientado a la acción. Se basan en la utilización efectiva de los recursos disponibles y la adaptación continua a las circunstancias cambiantes (Dupleix, 2021).

La experiencia laboral del emprendedor emerge como un factor determinante en el desarrollo y ejecución de iniciativas empresariales. Esta experiencia provee una base sólida de conocimientos, habilidades y perspectivas que influyen positivamente en la capacidad de innovación, la toma de decisiones y la resiliencia frente a los desafíos del mercado.

Evaluar la experiencia laboral de los emprendedores de la UNAD ayuda a comprender cómo sus antecedentes profesionales influyen en la gestión y crecimiento de sus emprendimientos.

### **Formación de la Cultura Emprendedora**

La formación de una cultura emprendedora se ha convertido en un objetivo crucial para las instituciones educativas, incluida la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), como parte de su compromiso con el desarrollo integral de la comunidad estudiantil. Diversas estrategias se han implementado para impulsar esta mentalidad emprendedora entre los estudiantes, destacando:

**Sensibilización:** Esta actividad, inspirada en los planteamientos de autores como Peter Drucker y Saras Sarasvathy, busca inspirar a la comunidad UNADISTA hacia el espíritu emprendedor mediante la creación de espacios que fomenten la creatividad y la búsqueda de soluciones innovadoras a las necesidades y potencialidades del entorno, con un enfoque socialmente responsable (Foss et al., 2020).

Conferencias: Siguiendo las ideas de Eric Ries (2011), se realizan conferencias diseñadas para proporcionar información valiosa sobre temas esenciales como organización empresarial, costos, gestión de proyectos, calidad, ventas y responsabilidad social. Estas conferencias son una gran oportunidad para que los emprendedores UNADISTAS puedan adquirir conocimientos.

Seminarios: los seminarios ofrecen un espacio de estudio intensivo sobre temas específicos, donde los participantes, a través de reuniones planificadas, abordan la búsqueda de información para resolver inquietudes relacionadas con el emprendimiento, fomentando así un aprendizaje participativo y colaborativo.

Cursos Libres: Se ofrecen cursos virtuales que abordan aspectos fundamentales del emprendimiento, como la esencia y el flujo de este ámbito, la originalidad e invención, búsqueda de resultados efectivos, detección de oportunidades y establecimiento y continuidad de proyectos nuevos. El propósito es brindar a los estudiantes los recursos necesarios para desarrollarse como emprendedores exitosos.

Fuentes Digitales de Consulta: Se proporcionan a los estudiantes acceso a una variedad de fuentes digitales de consulta especializadas en temas de emprendimiento, así como a portales web que ofrecen información relevante y actualizada sobre este campo en constante evolución.

Analizar las estrategias de la UNAD para fomentar una cultura emprendedora entre sus estudiantes y egresados es fundamental para entender cómo estas iniciativas contribuyen al desarrollo de emprendedores exitosos.

### **Redes de Apoyo a Emprendedores**

Las redes de apoyo a emprendedores representan una infraestructura dinámica de colaboración que conecta a diversos actores dentro del ecosistema emprendedor. Su objetivo

fundamental es impulsar el desarrollo de emprendimientos a nivel regional, contribuyendo así al crecimiento económico sostenible de las comunidades emprendedoras (UNAD, 2024).

Estas redes desempeñan un papel fundamental en el éxito del emprendimiento, dado que cumplen varias funciones estratégicas:

**Reducción del riesgo al fracaso:** Al proporcionar acceso a recursos, conocimientos y experiencias compartidas, las redes de apoyo ayudan a mitigar los riesgos inherentes al proceso emprendedor, permitiendo a los emprendedores enfrentar los desafíos con mayor confianza y preparación.

**Aumento de las posibilidades de éxito:** Al facilitar el intercambio de información, oportunidades de colaboración y acceso a financiamiento, las redes de apoyo crean un entorno propicio para que los emprendedores desarrollen y hagan crecer sus negocios de manera más efectiva, aumentando así sus probabilidades de éxito a largo plazo.

**Fomento de la innovación y la creatividad:** Al reunir a diversos actores, como emprendedores, inversores, mentores, instituciones académicas y gubernamentales, las redes de apoyo fomentan la colaboración y el intercambio de ideas, propiciando un ambiente de innovación y creatividad que impulsa el desarrollo de soluciones disruptivas y nuevas oportunidades de negocio.

Las redes de apoyo a emprendedores son fundamentales para el fortalecimiento del ecosistema emprendedor, al proporcionar un entorno colaborativo y enriquecedor que potencia el crecimiento y la sostenibilidad de los emprendimientos, así como el desarrollo económico y social de las comunidades en las que operan.

Evaluar el papel de las redes de apoyo en el éxito de los emprendedores de la UNAD permite identificar las estructuras y recursos que son más efectivos para fomentar el crecimiento empresarial.

### **Sostenibilidad**

Según Ferrer (2024), la sostenibilidad implica garantizar las necesidades actuales sin poner en riesgo las futuras, asegurando que los recursos estén disponibles y sean de buena calidad para las generaciones venideras. En el contexto del emprendimiento universitario, la sostenibilidad adquiere un significado relevante, ya que los estudiantes y egresados lideran iniciativas empresariales viables y social y ambientalmente responsables.

En el emprendimiento sostenible, se reconoce que el éxito no se limita únicamente a la rentabilidad financiera a corto plazo. Al permitir la creación de un impacto positivo en el medio ambiente y en la sociedad, se generan beneficios económicos a largo plazo. Los emprendedores universitarios son conscientes de que sus proyectos deben tener en cuenta no solo los aspectos económicos, sino también los sociales y ambientales para ser verdaderamente sostenibles y contribuir al bienestar general.

Los emprendedores universitarios están llamados a desarrollar proyectos que no solo sean rentables, sino también respetuosos con el medio ambiente y beneficiosos para la sociedad. Esto implica considerar aspectos como la disminución de la cantidad de carbono liberado al ambiente, el uso consciente y adecuado de los recursos naturales, garantizar condiciones laborales justas y brindar apoyo a las comunidades locales, entre otros.

Aunque la sostenibilidad implica un compromiso adicional en términos de recursos y esfuerzos, los emprendedores universitarios reconocen que también puede generar beneficios económicos a largo plazo. Las empresas sostenibles pueden acceder a nuevos mercados, atraer a

consumidores conscientes y obtener ventajas competitivas sostenibles en un mundo cada vez más preocupado por la responsabilidad social y ambiental.

La sostenibilidad es crucial para evaluar cómo los emprendedores de la UNAD integran prácticas responsables en sus negocios, contribuyendo al desarrollo económico, social y ambiental sostenible.

## **Metodología**

### **Esquema Metodológico**

Se realiza un estudio descriptivo de corte transversal, utilizando como instrumento de recolección de datos un cuestionario dirigido a estudiantes y egresados de la UNAD - CCAV Pitalito que hayan desarrollado o estén desarrollando un emprendimiento durante la vigencia 2020 – 2023. La encuesta se aplica a través de un formulario online.

En esta investigación se emplean métodos estadísticos para obtener muestras de lo que se investigará. Factores relevantes para el éxito del esfuerzo emprendido incluyen el diseño de los cuestionarios, la selección de muestras representativas, la capacitación de encuestadores competentes, la supervisión y control adecuados del trabajo realizado, un procesamiento eficiente de la información recolectada y su análisis minucioso, así como una formulación.

Desde allí se pretende obtener una comprensión integral y detallada de la caracterización de los emprendedores en la comunidad Unadista de Pitalito, así como identificar posibles relaciones entre las variables y generar conocimiento que contribuya al desarrollo de estrategias de apoyo al emprendimiento en la región.

### **Tipo de Investigación**

Según Hernández et al. (2014), la investigación es de tipo descriptivo, puesto que se enfoca en detallar propiedades, características y aspectos relevantes de cualquier fenómeno estudiado. Esta forma de investigación describe las tendencias de un grupo o población, basándose en los perfiles de individuos, grupos, comunidades, procesos, objetos u otros fenómenos que se estén analizando. En el presente estudio, se propone realizar una investigación descriptiva que tiene como objetivo caracterizar el perfil emprendedor de los estudiantes y egresados de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) en el CCAV Pitalito. Este

enfoque resulta clave para establecer un diagnóstico claro sobre las características y el potencial emprendedor dentro de esta población, permitiendo identificar aspectos que fortalezcan el trabajo investigativo en el área de emprendimiento, donde se podrá desarrollar estrategias más efectivas que fomenten la innovación y el desarrollo empresarial en la región.

### **Método de Investigación**

Se emplea un enfoque cuantitativo. Según Cabezas et al. (2018), el enfoque cuantitativo consiste en recopilar datos para contrastar hipótesis mediante mediciones numéricas y análisis estadísticos con el fin de encontrar patrones de comportamiento y evaluar teorías. El enfoque del método cuantitativo reside en los hechos o causas de los fenómenos sociales, sin prestar mucha atención a los aspectos subjetivos del individuo (Rodríguez, 2010). Este método emplea instrumentos tales como encuestas, listas de verificación y análisis demográficos que producen información numérica. Estos datos pueden ser sometidos a un análisis estadístico con el objetivo de validar o descartar las conexiones entre las variables operativas establecidas. Adicionalmente, es común que los resultados de las investigaciones cuantitativas sean exhibidos en tablas para respaldar lo descubierto.

Además, este enfoque se sustenta en el paradigma científico positivista, lo que permite analizar el objeto de investigación empleando un instrumento válido y fiable para recolectar la opinión de los participantes e interpretar los datos a través de estimaciones estadísticas vinculadas con la variable del perfil empresarial. De acuerdo con Guanipa (2010), el uso del enfoque positivista permite una observación objetiva de los hechos sociales al aplicar un método científico que se basa en datos numéricos provenientes de cuestionarios previamente validados y confiables.

### ***Instrumentos Para la Recolección de la Información***

Para la recopilación de información, se empleó la encuesta. Méndez (2013) describe la encuesta como un mecanismo que permite conocer las percepciones, opiniones y actitudes de los individuos sobre un tema determinado, lo que proporciona una visión directa del objeto de estudio. Según Arias (2016), esta técnica busca obtener información proporcionada por un grupo o muestra de individuos sobre sí mismos o en relación con un tema específico.

En relación con el uso del instrumento, se empleó un cuestionario para registrar las opiniones de los encuestados sobre la variable analizada. Hernández et al. (2014) refiere que un cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para medir una o más variables. En esta investigación, el cuestionario estuvo compuesto por 15 ítems, estructurado principalmente en torno a preguntas cerradas con una única respuesta, complementándose con algunas preguntas de selección múltiple para captar una mayor diversidad de opiniones.

Una vez recolectados los datos de las encuestas, estos serán ingresados en una base de datos para su organización y posterior análisis. Utilizaremos un software estadístico, como SPSS o Excel, para realizar un análisis descriptivo detallado. Se calcularán frecuencias y porcentajes para cada pregunta de la encuesta, destacando las respuestas más comunes y las variaciones significativas. Además, se utilizarán gráficos para visualizar los resultados de manera clara y comprensible. Este análisis nos permitirá interpretar los hallazgos y extraer conclusiones relevantes que responderán a los objetivos planteados en la investigación.

### ***Descripción del Instrumento de Recolección de Información.***

El instrumento de recolección de datos se ha diseñado para identificar las características, motivaciones, experiencias y desafíos de los emprendedores Unadistas. Se compone de cinco secciones:

Perfil demográfico y socioeconómico: Se indagan aspectos demográficos y socioeconómicos de los emprendedores Unadistas (edad, género, nivel educativo, tipo de vivienda, etc.).

¿Cuál es su rango de edad?

¿Cuál es tu género?

¿Cuál es su nivel educativo (Estudiante/Egresado)?

¿En qué programa académico está matriculado?

¿En qué tipo de vivienda reside?

Motivaciones y objetivos: La segunda sección indaga sobre las principales motivaciones que influyen la decisión de emprender y cómo estas pueden correlacionarse con el tipo de emprendimiento y su sostenibilidad a largo plazo:

¿Cuál fue la principal razón que lo motivó a iniciar su emprendimiento?

Experiencia Emprendedora: Se evalúa la trayectoria emprendedora de los participantes, incluyendo sectores de actividad, tamaño de los negocios y formación empresarial, lo que permitirá evaluar la madurez del ecosistema emprendedor.

¿Ha iniciado o participado en algún emprendimiento durante la vigencia 2020 – 2023?

¿En qué sector económico se desarrolla su emprendimiento?

¿Cuántas personas trabajan en su emprendimiento?

Acceso al financiamiento y sostenibilidad: Se exploran las fuentes de financiamiento utilizadas y las dificultades para acceder a financiamiento formal y cómo esto puede afectar el crecimiento de los emprendimientos.

¿Cuáles han sido las principales fuentes de financiación utilizados para ejecutar su emprendimiento?

¿Cuál es su ingreso mensual en la ejecución de su emprendimiento?

Desafíos y Obstáculos: contiene preguntas que permiten evaluar los principales desafíos y obstáculos específicos que limitan el crecimiento y la sostenibilidad de los emprendimientos, como la falta de clientes, financiamiento, competencia o barreras psicológicas.

¿Cuáles son los principales desafíos que ha enfrentado en el desarrollo de su emprendimiento?

¿Qué tipo de apoyo ha recibido para desarrollar su emprendimiento?

El instrumento de recolección de datos consiste en 15 preguntas cerradas, distribuidas en dos tipos: nueve (9) preguntas de selección única y cuatro (4) preguntas de opción múltiple, con la posibilidad de escribir una respuesta adicional. Estas preguntas están diseñadas para obtener la información necesaria que permita abordar el problema de investigación. Los datos recolectados serán procesados y analizados para identificar estrategias y acciones que la UNAD pueda implementar con el fin de apoyar y fortalecer el emprendimiento en el CCAV Pitalito.

El formato de la encuesta o instrumento de trabajo se presenta en el Anexo A para su consulta.

## **Fases del Proyecto**

La investigación comprende las siguientes etapas:

Elaboración del diagnóstico situacional: Esté consiste en caracterizar, medir y explicar toda la información posible, contemplando así todas las características de la investigación.

Diseño y aplicación de la herramienta encuesta y tabulación y análisis de resultados: Permite obtener información relevante y significativa, donde se interpretarán los datos recopilados y se extraerán conclusiones útiles, como resultado de la investigación realizada.

Diseño de estrategias efectivas y elaboración del documento final: Se busca garantizar la calidad y coherencia del trabajo realizado, a través de una revisión exhaustiva, los datos relevantes, la revisión de la estructura del documento y la obtención de retroalimentación por parte del asesor del proyecto.

Socialización de resultados: Se presentará un documento final de recopilación, análisis y conclusión de la investigación realizada.

## **Universo, Población y Muestra**

### ***Universo***

Para esta investigación, se ha definido como universo de estudio la comunidad académica de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD - CCAV Pitalito, integrada por estudiantes y egresados de la vigencia 2020-2023.

### ***Población***

La población objeto de estudio se divide en dos subgrupos complementarios: el primero incluye a los estudiantes matriculados entre 2020 y 2023, y el segundo a los egresados de diversos programas de la UNAD – CCAV Pitalito en el mismo período. Ambos subgrupos comparten características relacionadas con su pertenencia a la comunidad académica y su

vinculación con la actividad emprendedora en la región, lo que justifica su análisis conjunto. La población total combinada asciende a 2384 individuos, distribuidos en estudiantes y egresados según el registro de matrícula y egresados proporcionado por las áreas de Registro y Control y el SIGRA.

### ***Muestra***

Estará compuesta por una cantidad representativa de estudiantes y egresados de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) - CCAV Pitalito. El tamaño de la muestra se determinará utilizando un muestreo aleatorio simple. Para calcular la muestra, se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NZ^2PQ}{(N-1)e^2 + Z^2PQ}$$

Dónde:

N = Total de la población 2384 estudiantes y egresados de los diferentes programas del CCAV Pitalito, según información suministrada del área de Registro y Control de la UNAD - CCAV Pitalito.

Z = Margen de confiabilidad o número de unidades de desviación estándar en la distribución normal que producirá el nivel deseado de confianza del 95% (1.95).

P = Probabilidad a favor, del 50% (0.50)

Q = Probabilidad en contra, del 50% (0.50)

e = Error o diferencia máxima admisible que se acepta con el nivel de confianza que se ha definido, es decir del 5% (0.05)

n = Tamaño óptimo de la muestra

Remplazando se halla:

## Estudiantes y Egresados

$$n = \frac{2.384 * 1,96^2 * (0,5 * 0,5)}{(2.384 - 1) * 0,05^2 + 1,96^2 * (0,5 * 0,5)} = \frac{2.290}{6,92} = 331$$

El resultado de la anterior fórmula señala que la muestra sería igual a 331 estudiantes y egresados en la vigencia 2023-2024, para la respectiva aplicación de la muestra.

### Tabla 2

#### *Determinación de la Muestra*

Estamento	Población	Encuestas
Estudiantes y egresados	2384	331
Total	2384	331

*Fuente.* Autoría Propia

*Nota.* El desarrollo de la investigación se realiza a la población universitaria del CCAV Pitalito en los estamentos estudiantes y egresados que cuentan con emprendimientos activos durante la vigencia 2020-2023. Este estudio permite identificar las características comunes y diferenciales más relevantes, asegurando que las conclusiones sean integrales y reflejen la diversidad de la comunidad académica de la UNAD - CCAV Pitalito.

### Tabla 3

#### *Ficha Metodológica del Estudio*

Nombre del proyecto	Caracterización Socioeconómica de Emprendedores de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) - CCAV Pitalito Zona Sur: Estudiantes y Egresados (2020-2023)
Objetivo	Determinar las características socioeconómicas y los factores que inciden en el éxito empresarial de los emprendedores Unadistas (estudiantes y egresados) del CCAV Pitalito durante la vigencia 2020–2023, con el fin de diseñar estrategias efectivas de apoyo para su desarrollo empresarial.

Universo del estudio	Estudiantes y egresados de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD - CCAV Pitalito.
Población	Estudiantes y egresados: 2384
Marco Muestral	Listado general de estudiantes matriculados en la vigencia 2022-2023 (Fuente registro y control). Listado general de egresados (Fuente Líder Nacional de egresados – SIGRA)
Tamaño de Muestra	331 personas
Distribución	Selección aleatoria por estamento asegurando la misma probabilidad de selección para todos los individuos.  Estudiantes y egresados: 331
Diseño Muestral	Muestra Probabilística
Precisión	Error de estimación de los indicadores entre el 5%
Cobertura Geográfica	Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD- CCAV Pitalito.

*Fuente. Autoría Propia*

## **Hipótesis**

Las características socioeconómicas de los emprendedores Unadistas del CCAV Pitalito (estudiantes y egresados) durante el periodo 2020-2023 influyen significativamente en el éxito y sostenibilidad de sus iniciativas empresariales.

### Análisis de la Información Recolectada

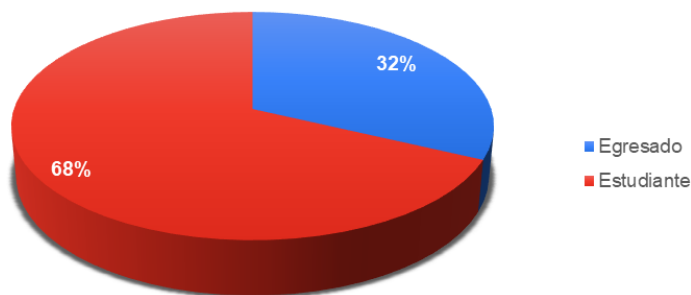
Esta investigación se aplicó a estudiantes y egresados de la UNAD – CCAV Pitalito. En el caso de los estudiantes, se aprovecharon las sesiones de reinducción y participación de eventos institucionales para asegurar la participación completa de la muestra.

Para los egresados, la recolección de datos fue un poco más difícil, ya que inicialmente se contactó por correo electrónico y la tasa de respuesta fue baja. Debido a esto, se optó por realizar trabajo de campo, abordando directamente a los egresados en sus lugares de trabajo o en espacios donde se concentraba mayor cantidad de personas. También se realizaron encuestas por teléfono, logrando así alcanzar el objetivo de la investigación.

De esta forma, la participación de estudiantes y egresados en el estudio fue la siguiente.

#### Figura 3

*Participación por población objetivo*

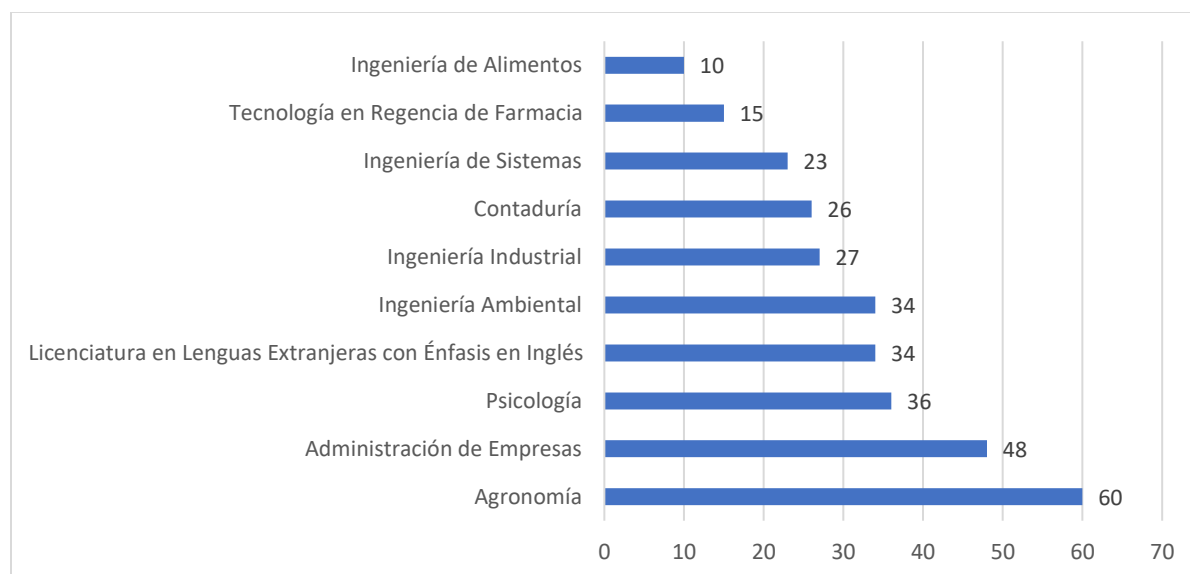


*Fuente.* Autoría Propia a partir de la encuesta diseñada y aplicada por las autoras 2024.

Análisis: Con base en el cálculo muestral para las poblaciones de estudiantes y egresados, la mayor participación fue de los estudiantes, con un 68%, mientras que los egresados representaron un 32%, logrando así un cumplimiento del 100% de la muestra establecida.

#### Figura 4

*Distribución de la población por programa académico con mayor representatividad*



*Fuente.* Autoría Propia a partir de la encuesta diseñada y aplicada por las autoras 2024.

Se identificaron los diez programas con mayor representación en la encuesta, que agrupan el 81.27% del total de encuestados, seleccionados debido a su relevancia estadística y significativa participación en el estudio, lo que proporciona una visión sobre los intereses académicos y el potencial de emprendimiento en cada área de formación. El restante de la población correspondiente al 18.73% está conformado por una diversidad de programas con menor representación. Este grupo incluye opciones como Maestría en Administración de Organizaciones, Maestría en Desarrollo Rural, Licenciatura en Filosofía, Artes visuales, entre otros, con participación dispersa de uno o dos estudiantes por programa.

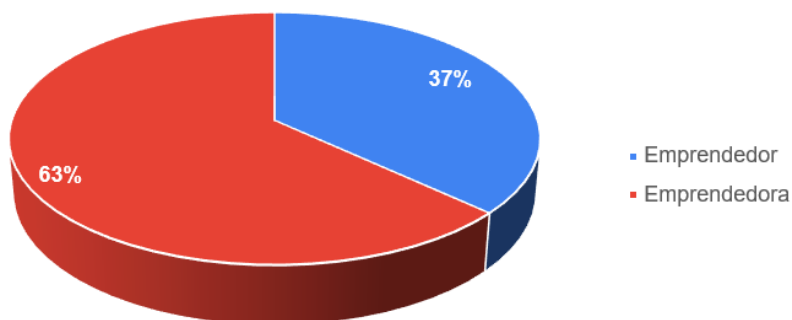
El análisis de los programas académicos con mayor representación en la muestra revela una variedad de perfiles emprendedores en el CCAV Pitalito. Agronomía lidera con el mayor número de encuestados, reflejando un interés en proyectos agropecuarios sostenibles, clave para la economía local. Administración de Empresas y Contaduría destacan por sus competencias en

gestión y finanzas, esenciales para el fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas.

Psicología y Licenciatura en Lenguas Extranjeras sugieren un enfoque en servicios de bienestar y educación, mientras que Ingeniería Ambiental e Ingeniería Industrial orientan hacia la sostenibilidad y la eficiencia en procesos. Además, Ingeniería de Sistemas aporta competencias en innovación digital, y Tecnología en Regencia de Farmacia e Ingeniería de Alimentos reflejan una vocación hacia la salud y la seguridad alimentaria. Esta diversidad de áreas académicas permite un ecosistema emprendedor robusto y con potencial para el desarrollo regional, donde cada disciplina aporta habilidades valiosas para impulsar el emprendimiento en múltiples sectores.

### Figura 5

*Clasificación de emprendedor y emprendedora*



*Fuente.* Autoría Propia a partir de la encuesta diseñada y aplicada por las autoras 2024.

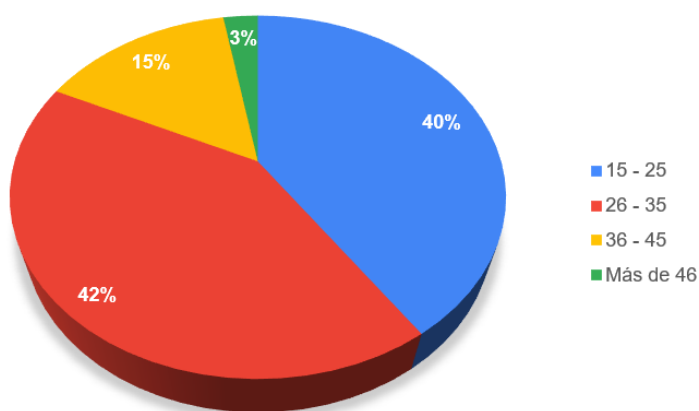
Análisis: De los emprendedores identificados se tiene que el 63% son emprendedoras (mujeres) y el 37% son emprendedores (hombres).

La predominancia femenina en el emprendimiento, con una diferencia significativa del 26% a favor de las mujeres, indica una fuerte inclinación de las mujeres Unadistas hacia el

emprendimiento. Esta tendencia podría estar relacionada con diversos factores, tales como el deseo de autonomía económica, flexibilidad laboral, o respuesta a barreras del mercado laboral tradicional. El emprendimiento puede estar brindando a estas mujeres una vía para el desarrollo profesional y personal en un contexto que tradicionalmente presenta desafíos de igualdad de oportunidades en el ámbito laboral. Además, este hallazgo abre una oportunidad para explorar cómo se puede seguir fomentando y apoyando el emprendimiento femenino, asegurando que estas iniciativas tengan el respaldo necesario para prosperar a largo plazo.

### Figura 6

*Rango de edad de la población encuestada*



*Fuente.* Autoría Propia a partir de la encuesta diseñada y aplicada por las autoras 2024.

De un total de 331 personas encuestas se puede analizar la distribución por rangos de edad muestra que:

El 42% de los encuestados tiene entre 15-25 años, siendo el segundo grupo más numeroso, el 40% está en el rango de 26-35 años, representando la mayor proporción, un 15% tiene entre 36-45 años y solo un pequeño porcentaje (menos del 3%) es mayor de 46 años.

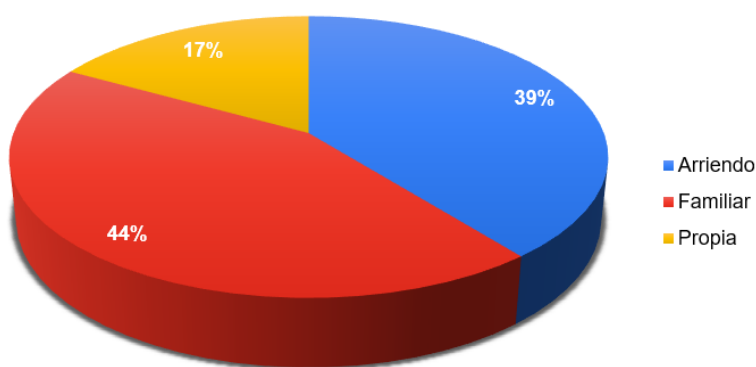
Estos datos permiten observar que la mayoría de los emprendedores en la comunidad Unadista del CCAV Pitalito se encuentran en una etapa temprana o media de su vida profesional,

específicamente en los grupos de 15 a 35 años. Este rango de edad es frecuentemente asociado con una mayor disposición a asumir riesgos, una apertura al aprendizaje y una inclinación por explorar oportunidades de emprendimiento, posiblemente debido a un interés en la independencia económica y el desarrollo profesional temprano.

Además, la menor representación de personas mayores de 46 años podría indicar que, en esta comunidad, el emprendimiento tiende a ser más atractivo para los jóvenes, quienes pueden enfrentar menos responsabilidades familiares o laborales consolidadas, lo cual les brinda una mayor flexibilidad para emprender.

### Figura 7

*Tipo de vivienda en la que reside*



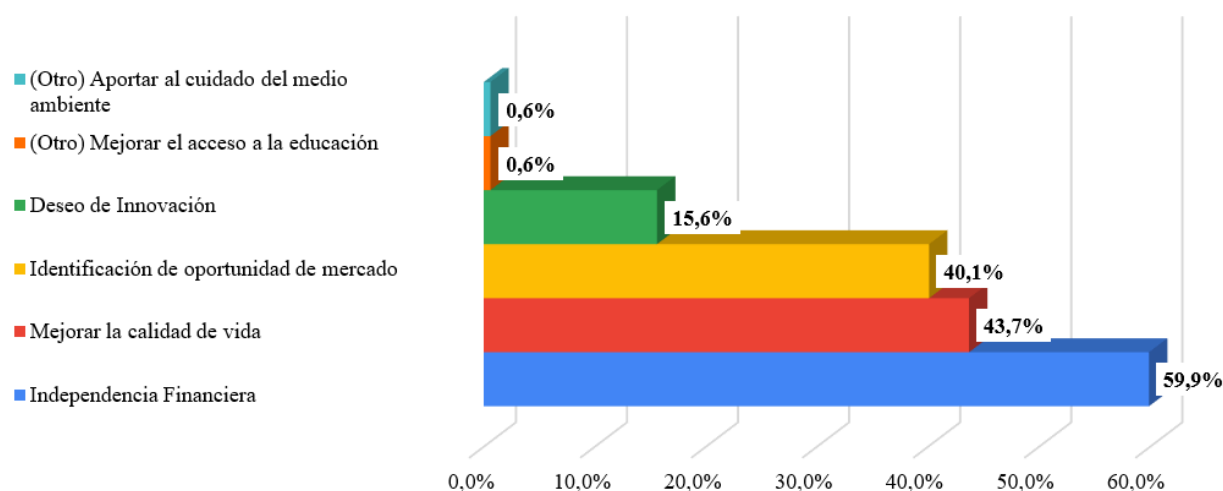
*Fuente.* Autoría Propia a partir de la encuesta diseñada y aplicada por las autoras 2024.

La mayoría de los encuestados reside en vivienda familiar (44%) o en arriendo (39%), mientras que solo el 17% tiene vivienda propia. Este dato muestra una limitación en la estabilidad económica para una gran parte de la comunidad emprendedora, dado que el acceso a vivienda propia es comúnmente un indicador de solidez financiera y puede facilitar la capacidad para invertir en iniciativas empresariales. Aquellos que viven en arriendo o en vivienda familiar pueden enfrentar desafíos adicionales para destinar recursos hacia su emprendimiento, debido a la posible inestabilidad en sus gastos de vivienda o la dependencia de otros.

Los emprendedores que residen en vivienda familiar pueden beneficiarse de un entorno de apoyo que facilita la reducción de costos, especialmente para los más jóvenes o aquellos en etapas tempranas de desarrollo empresarial. Sin embargo, quienes arriendan pueden estar sujetos a una mayor carga financiera, lo que podría afectar su capacidad para asumir riesgos o invertir en el crecimiento de sus negocios.

### Figura 8

*Principal razón que motivó a iniciar el emprendimiento*



*Fuente.* Autoría Propia a partir de la encuesta diseñada y aplicada por las autoras 2024.

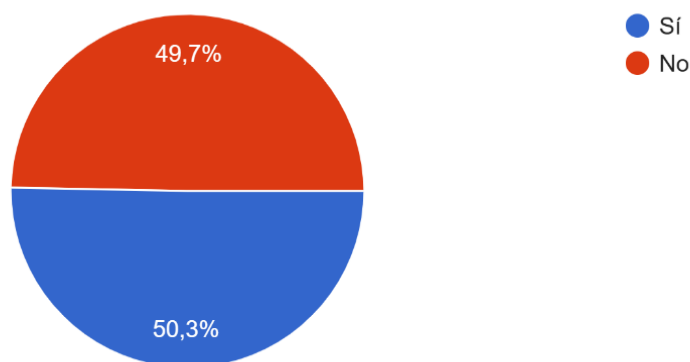
Análisis: Esta pregunta, de opción múltiple, permitió a los encuestados seleccionar más de una respuesta, lo que amplía la perspectiva sobre sus motivaciones para emprender. Los resultados individualizados muestran que la independencia financiera lidera las razones con un 59.9%, lo cual refleja una clara orientación hacia la autosuficiencia económica como motor principal para los emprendedores. La búsqueda de una mejor calidad de vida (43,7%) y la identificación de oportunidades en el mercado (40,1%) también son factores significativos, lo que indica que los emprendedores ven el emprendimiento como un medio para alcanzar un nivel de bienestar económico y personal superior. Sin embargo, el interés en la innovación (15,6%) es

bastante bajo, lo que indica que, en su mayoría, los emprendimientos están guiados por metas de corto plazo, priorizando beneficios individuales y financieros por encima de propuestas disruptivas o creativas.

En el caso de la opción "Otro", aunque con menor representación, se destacan motivaciones específicas como el interés en aportar al cuidado del medio ambiente (0.6%) y mejorar el acceso a la educación (0.6%). Estos resultados, aunque marginales, revelan que algunos emprendedores tienen una visión más social y comprometida con el entorno, lo que podría ser un indicador de oportunidades para fomentar un enfoque de emprendimiento más integral y sostenible en el futuro.

### Figura 9

*Participación en algún emprendimiento durante la vigencia 2020–2023*



*Fuente.* Autoría Propia a partir de la encuesta diseñada y aplicada por las autoras 2024.

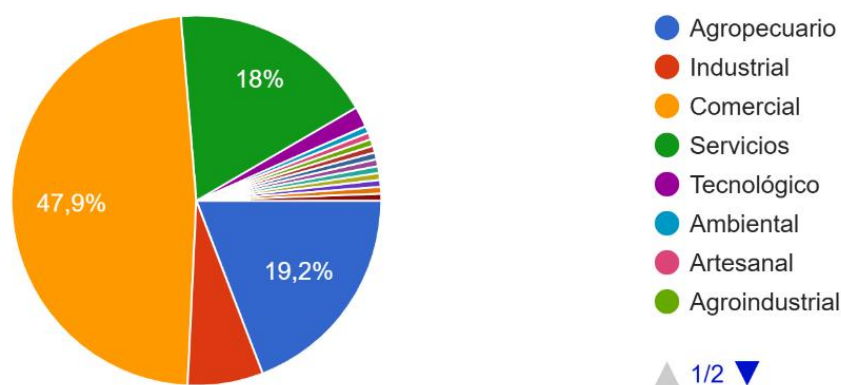
De acuerdo con la muestra aplicada, se evidencia que el 50.5% sí han iniciado o participado en emprendimientos, mientras que el 49.5% no han participado en emprendimientos durante la vigencia 2020-2023. La participación emprendedora en la comunidad Unadista muestra una tendencia significativa, con aproximadamente la mitad de los encuestados involucrados en iniciativas empresariales. Este alto nivel de actividad emprendedora coincide

con el período post-pandemia, una fase caracterizada por la reactivación económica y la búsqueda de alternativas laborales debido a la inestabilidad del mercado de trabajo tradicional. Este contexto ha impulsado a muchas personas, especialmente jóvenes y profesionales en formación, a optar por el emprendimiento como vía para lograr independencia económica o explorar nuevas oportunidades.

La presencia de una distribución tan cercana entre emprendedores y no emprendedores muestra un ambiente de alto interés y compromiso hacia el emprendimiento en el CCAV Pitalito. Este engagement puede estar influenciado por factores como la flexibilidad de la educación a distancia, que permite que estudiantes y egresados desarrollen proyectos paralelamente a sus estudios o empleos. Además, la situación económica global y local ha generado una motivación adicional para la creación de alternativas de ingresos.

### Figura 10

*Sector económico donde se desarrolla el emprendimiento*



*Fuente.* Autoría Propia a partir de la encuesta diseñada y aplicada por las autoras 2024.

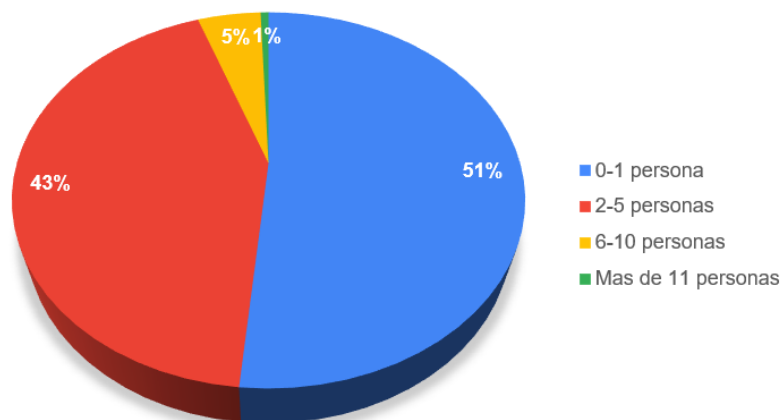
La información recolectada sobre el sector económico de los emprendimientos muestra que la mayoría se concentran en el sector comercial, que abarca el 47.9% de las iniciativas. Este

dato destaca el papel dominante del comercio en la economía emprendedora de la región. El sector agropecuario, con un 19.2%, sigue en importancia y refleja la fuerte presencia de actividades agrícolas en Pitalito y sus alrededores. Los servicios constituyen el 18% de los emprendimientos, indicando que hay un mercado creciente para servicios, aunque aún por debajo de la actividad comercial.

Sin embargo, se observa una limitada diversificación hacia sectores de mayor valor agregado, como el industrial, que se mantiene en un porcentaje bajo. A pesar de ello, la presencia de sectores emergentes, tales como el tecnológico, ambiental, artesanal y agroindustrial, aunque menos representados, señala el potencial para una futura diversificación económica. Estos sectores emergentes representan una oportunidad para el desarrollo de nuevas actividades con un enfoque en la innovación y sostenibilidad, lo cual podría ayudar a equilibrar y fortalecer la economía local.

### Figura 11

*Tamaño y empleo en los emprendimientos*



*Fuente.* Autoría Propia a partir de la encuesta diseñada y aplicada por las autoras 2024.

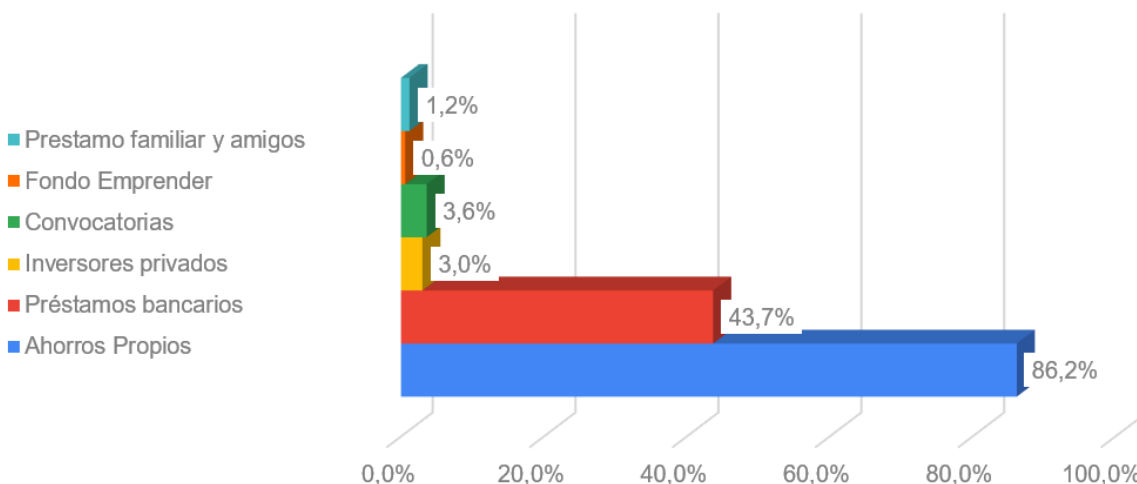
Los resultados indican que la gran mayoría de los emprendimientos son micro y pequeños negocios, representando un 94% del total. De este porcentaje, el 51% son

microemprendimientos unipersonales, lo que implica que funcionan con una sola persona a cargo, sin empleados adicionales. Por otro lado, el 43.1% corresponde a pequeños emprendimientos, que emplean entre 1 y 5 personas. Esto indica que estos negocios tienen una estructura organizacional limitada y una capacidad restringida para generar empleo.

El escaso porcentaje de empresas medianas refleja una fragilidad en el sector emprendedor de la Comunidad Unadista en términos de escalabilidad y sostenibilidad a largo plazo. Esta estructura limitada podría ser una barrera para el crecimiento económico y la creación de empleo formal en la región, ya que los emprendimientos unipersonales y pequeños enfrentan mayores desafíos en cuanto a estabilidad y expansión.

### Figura 12

*Principales fuentes de financiación utilizados para ejecutar el emprendimiento*



*Fuente.* Autoría Propia a partir de la encuesta diseñada y aplicada por las autoras 2024.

**Análisis:** Es importante destacar que esta pregunta se planteó como de opción múltiple, lo que permite a los encuestados seleccionar más de una respuesta.

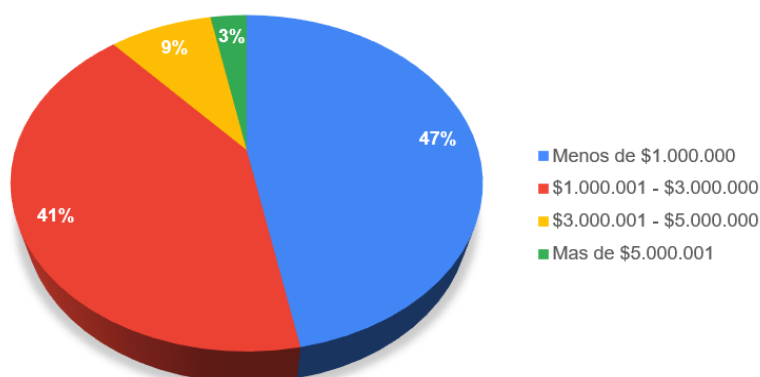
De acuerdo con los resultados, los ahorros propios son, con diferencia, la fuente de financiación más utilizada por los emprendedores, con un 86.2%, lo que refleja una alta dependencia de los recursos personales. Este dato indica una posible aversión al riesgo por parte

de los emprendedores, quienes prefieren usar sus propios fondos para evitar la deuda o compromisos financieros. Sin embargo, esta dependencia limita el crecimiento de los negocios, ya que los recursos propios suelen ser insuficientes para expandir el emprendimiento o cubrir los gastos operativos de forma sostenible.

Los préstamos bancarios, con un 43.7% representan la segunda fuente de financiamiento más importante, pero el acceso a esta opción podría estar restringido por varios factores, como requisitos de garantías o altos costos asociados, lo que limita su utilización. Este aspecto también refleja las barreras económicas que enfrentan los emprendedores, que a menudo tienen dificultades para acceder a los productos financieros tradicionales debido a la falta de garantías y la inseguridad percibida por las instituciones bancarias.

El porcentaje de emprendedores que recurren a inversores privados (3.0%) y convocatorias públicas (3.6%) es bajo, lo que refleja que el ecosistema emprendedor local aún carece de mecanismos sólidos para atraer estas alternativas de financiamiento. Esto podría deberse a la falta de conocimiento sobre estas opciones, a la baja disponibilidad de proyectos con modelos de negocio escalables o a la percepción de complejidad en los procesos de aplicación.

Finalmente, opciones como el Fondo Emprender (0.6%) y los préstamos familiares o de amigos (1.2%) tienen una representación marginal. Esto pone de manifiesto la necesidad de fortalecer los programas de apoyo gubernamentales y fomentar el acceso a redes de financiamiento alternativas, con el fin de diversificar las opciones disponibles para los emprendedores y reducir su dependencia exclusiva de recursos propios.

**Figura 13***Ingreso mensual en la ejecución del emprendimiento*

*Fuente.* Autoría Propia a partir de la encuesta diseñada y aplicada por las autoras 2024.

La distribución de ingresos mensuales de los emprendimientos muestra una alta concentración de negocios con ingresos menores a COP \$1.000.000 con un 47% del total. Este dato refleja que la mayoría de los emprendimientos en la comunidad unadista son unidades de negocio que aún no alcanzan una escala significativa, pero son esenciales para la economía local, ya que generan empleo y fomentan la innovación a nivel comunitario.

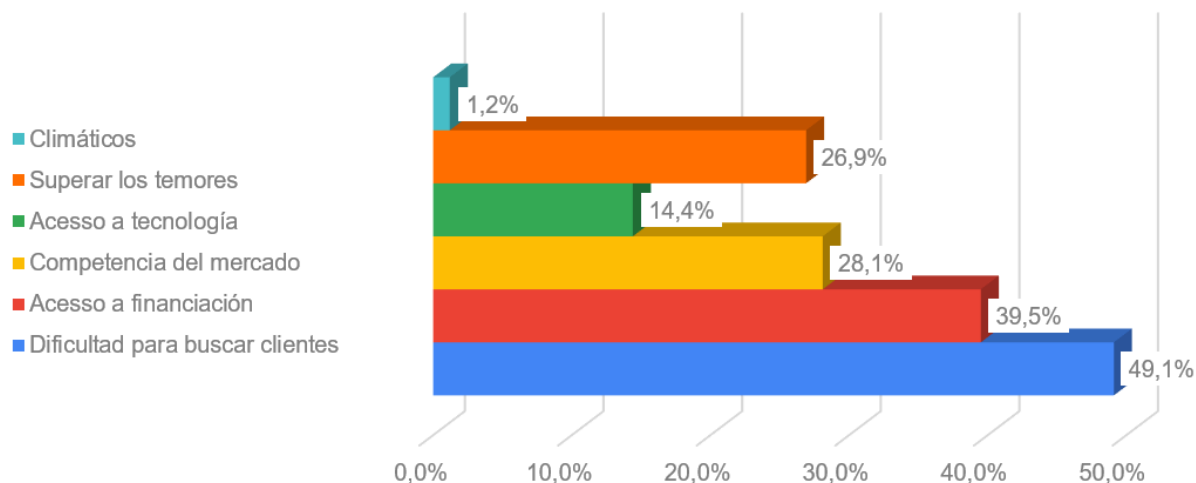
La categoría de ingresos entre COP \$1.000.001 y COP \$3.000.000 ocupa un 41% del total, lo que indica que existe una concentración significativa de empresas de tamaño mediano. Estas empresas desempeñan un papel vital en el crecimiento económico, actuando como puente entre las microempresas y las grandes empresas. Son las que tienen mayor capacidad para expandirse, pero aún enfrentan obstáculos para alcanzar una mayor estabilidad o escala.

En contraste, las categorías de ingresos más altos (COP \$3.000.001 – COP \$5.000.000 y más de COP \$5.000.001) representan el 12%, una porción muy pequeña del total, lo que indica una escasez de grandes empresas en el sector emprendedor. Esto puede deberse a la limitada capacidad de los emprendedores para escalar sus negocios, lo cual está relacionado con varios

factores como la falta de acceso a financiación, la escasez de conocimientos en gestión empresarial y la presencia de barreras de mercado.

### Figura 14

*Principales desafíos que enfrentan en el desarrollo del emprendimiento*



*Fuente.* Autoría Propia a partir de la encuesta diseñada y aplicada por las autoras 2024.

Los desafíos que enfrentan los emprendedores en su camino hacia el éxito son diversos y afectan distintas áreas clave de su actividad:

**Dificultad para buscar clientes (49.1%):** Este es el principal obstáculo para los emprendedores, lo que indica una clara falta de estrategias efectivas de marketing y una limitada capacitación en ventas. La capacidad para atraer y retener clientes es fundamental para la sostenibilidad de cualquier emprendimiento. Esto también puede reflejar una deficiencia en la visibilidad de los negocios, ya sea a través de canales tradicionales o digitales.

**Acceso a financiación (39.5%):** El acceso a capital es otro de los principales desafíos que enfrentan los emprendedores, reflejando una gran dificultad para obtener los fondos necesarios para el crecimiento de los negocios. Esta limitación está muy relacionada con la falta de garantías o el desconocimiento de las opciones de financiamiento alternativo. Además, la

desconfianza hacia las instituciones financieras tradicionales debido a los estrictos requisitos podría estar impidiendo que muchos emprendedores aprovechen las opciones disponibles.

Competencia del mercado (28.1%): La alta competencia en los mercados locales genera un entorno saturado que dificulta la diferenciación de los emprendimientos. Los emprendedores tienen que innovar continuamente para destacarse y atraer clientes en un mercado con mucha oferta.

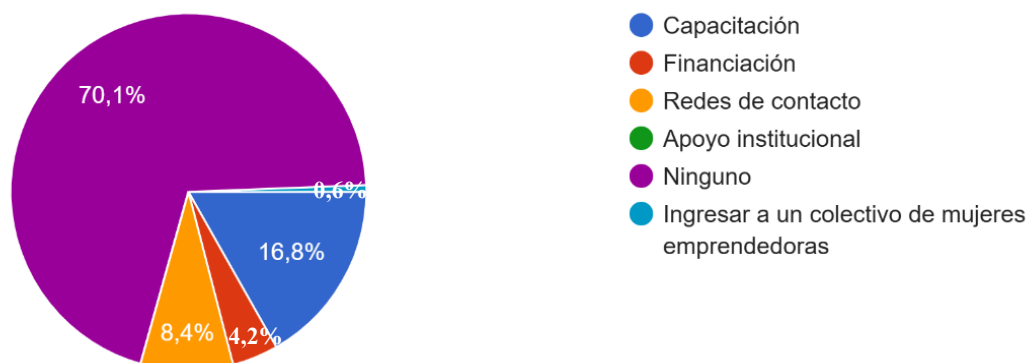
Factor psicológico (temores, inseguridad) (14.4%): La superación de miedos y la inseguridad que sienten los emprendedores acerca de su capacidad para manejar el riesgo y los fracasos son barreras significativas. Es importante que existan programas de apoyo emocional y mentoría que ayuden a los emprendedores a desarrollar una mentalidad más resiliente.

Acceso a tecnología (14.4%): Aunque este desafío tiene un impacto menor, es importante resaltar que la tecnología es clave para la competitividad y el crecimiento de los negocios. Muchos emprendedores podrían estar enfrentando dificultades para adoptar nuevas herramientas digitales que faciliten la gestión empresarial, el marketing o la operación de sus negocios.

Factores climáticos (1.2%): Los factores climáticos, aunque son mencionados por solo un pequeño porcentaje de los emprendedores, son especialmente relevantes para aquellos que están en el sector agropecuario. Estos factores pueden afectar gravemente la producción y las operaciones de los negocios, generando incertidumbre.

**Figura 15**

*Tipo de apoyo recibido para el desarrollo del emprendimiento*



*Fuente.* Autoría Propia a partir de la encuesta diseñada y aplicada por las autoras 2024.

Los emprendedores de la comunidad del CCAV Pitalito parecen estar enfrentando una gran brecha en el acceso a apoyo para el desarrollo de sus emprendimientos:

**Falta de apoyo (70.1%):** El dato más alarmante es que el 70.1% de los emprendedores no ha recibido ningún tipo de apoyo. Esto revela una falta de acompañamiento institucional y comunitario, lo que podría estar limitando el potencial de estos emprendedores. La falta de soporte en áreas como capacitación, redes de contacto, financiamiento e infraestructura es un obstáculo crítico.

**Capacitación (16.8%):** Aunque la capacitación es la segunda forma de apoyo más recibida, con un 16.8% de los emprendedores reportando haber participado en programas formativos, la accesibilidad y alcance de estos programas sigue siendo limitada. Muchos emprendedores no cuentan con formación adecuada en áreas como gestión empresarial, finanzas y estrategias de marketing.

Redes de contacto (8.4%): El apoyo relacionado con redes de contacto es bastante bajo (8.4%), lo que indica una falta de networking entre los emprendedores, lo cual es crucial para generar alianzas estratégicas, aprender de la experiencia de otros y acceder a nuevos mercados.

Financiación (4.2%) y apoyo institucional (0.6%): El apoyo institucional, así como el acceso a financiación pública o privada, es extremadamente limitado. Esto pone en evidencia la necesidad urgente de crear canales formales para que los emprendedores accedan a recursos financieros y a asesoría institucional. Esto es esencial para que los emprendedores puedan enfrentar de manera más efectiva los desafíos que enfrentan en su desarrollo.

## **Análisis Cumplimiento Objetivos de la Investigación**

### **Objetivo Específico 1: Identificar las variables socioeconómicas que inciden en los emprendedores Unadistas del CCAV Pitalito**

A través del análisis de los datos recolectados en las encuestas, se logró identificar un conjunto amplio de variables socioeconómicas que influyen en los emprendedores del CCAV Pitalito, reflejando una estrecha relación entre sus condiciones de vida, su formación académica y sus decisiones empresariales:

En la composición de la población objetivo se destaca que el 81.27% de los encuestados provienen de los diez programas académicos con mayor representación, entre los que sobresalen Agronomía, Administración de Empresas y Contaduría Pública. Este hallazgo refleja una predominancia de perfiles orientados hacia proyectos agropecuarios, de gestión y financieros, lo que evidencia la relación entre la formación académica y el tipo de emprendimientos desarrollados. El restante 18.73% está conformado por programas con una participación individual baja, lo que sugiere una alta diversidad de áreas de formación que enriquecen el ecosistema emprendedor, pero cuya heterogeneidad dificulta un análisis detallado.

En cuanto a las motivaciones para emprender, el deseo de independencia financiera lidera con un 59.9%, seguido de la mejora de la calidad de vida (43.7%) y la identificación de oportunidades de mercado (40.1%). Estas motivaciones indican una fuerte orientación hacia metas económicas individuales y bienestar personal. Sin embargo, es notable el bajo interés por la innovación (15.6%) y los valores vinculados al impacto social o ambiental, que apenas alcanzan un 1.2% en la categoría "otro". Este hallazgo señala la necesidad de promover una visión emprendedora más integral, que trascienda los objetivos económicos inmediatos.

En relación con la estructura económica y el empleo generado por los emprendimientos, predomina la microempresa, con actividades comerciales tradicionales y un uso parcial de la vocación agrícola regional. Aunque se evidencian algunas iniciativas en sectores emergentes, como tecnología y servicios especializados, el potencial de innovación tecnológica y diversificación sectorial sigue siendo limitado. Los principales desafíos económicos incluyen la dificultad para acceder al financiamiento, la limitada capacitación técnica y la falta de ecosistemas de apoyo robustos.

Respecto a las fuentes de financiamiento, los resultados muestran que el 86.2% de los emprendedores dependen de ahorros propios, seguido de préstamos bancarios (43.7%) y un uso marginal de alternativas como inversores privados (3.0%) o convocatorias públicas (3.6%). La alta dependencia de recursos personales refleja una aversión al riesgo y una preferencia por evitar compromisos financieros. Sin embargo, esta tendencia limita el potencial de expansión y sostenibilidad de los negocios.

En conjunto, estas variables socioeconómicas proporcionan una visión clara de los factores que moldean las decisiones empresariales de los emprendedores Unadistas, evidenciando tanto sus fortalezas como las áreas que requieren mayor atención para impulsar su desarrollo.

### **Objetivo Específico 2: Establecer los principales desafíos y obstáculos que enfrentan los emprendedores dentro de la comunidad académica Unadista**

Los principales desafíos y obstáculos identificados a partir del análisis reflejan las barreras estructurales, económicas y culturales que dificultan el desarrollo pleno de los emprendedores del CCAV Pitalito:

Los problemas más destacados son de índole comercial y financiero, con una notable brecha en habilidades técnicas y competencias comerciales, lo que reduce su competitividad en el mercado. Asimismo, se identifican limitaciones psicológicas, como el miedo al fracaso, que afectan la capacidad de los emprendedores para enfrentar los retos del entorno. La intensa competencia en ciertos sectores también sugiere una saturación del mercado, lo que exige estrategias más innovadoras para diversificar y fortalecer los negocios.

Por otro lado, se observa que el apoyo institucional y las redes de contacto están subutilizadas. La mayoría de los emprendedores opera de manera independiente, sin acceso significativo a programas de formación o recursos ofrecidos por instituciones públicas y privadas. Esto evidencia una desconexión crítica entre las necesidades de los emprendedores y las oportunidades disponibles, lo que dificulta el desarrollo de un ecosistema emprendedor integral en la región.

En síntesis, la investigación logra identificar las variables socioeconómicas más relevantes, como el perfil académico, las motivaciones personales y la estructura económica, y expone con claridad los desafíos que enfrentan los emprendedores Unadistas del CCAV Pitalito. Entre estos desafíos destacan la falta de acceso a financiamiento diversificado, la baja orientación hacia la innovación y la limitada conexión con ecosistemas de apoyo. Estos hallazgos aportan una base sólida para la formulación de estrategias que promuevan el desarrollo empresarial y la sostenibilidad de los emprendimientos en esta comunidad académica.

## **Estrategias que Apoyan el Desarrollo Empresarial de los Emprendedores Unadistas de la UNAD - CCAV Pitalito**

### **Estrategias para Mejorar la Capacitación y el Desarrollo de Habilidades**

Objetivo: Fortalecer las competencias emprendedoras y de gestión empresarial entre los emprendedores de la comunidad Unadista

#### ***Cursos de Formación Continua en Gestión Empresarial***

Organizar talleres y cursos prácticos en áreas clave como marketing digital, gestión financiera, liderazgo, innovación y modelos de negocio. Estos cursos deben ser diseñados específicamente para las necesidades de los emprendedores, considerando su nivel de conocimiento y las características del mercado local.

#### ***Mentoría y Coaching Empresarial***

Implementar un programa de mentoría donde emprendedores experimentados puedan guiar a los nuevos emprendedores en sus proyectos. Los mentores pueden ser profesionales de distintas áreas (finanzas, marketing, producción, etc.), y la mentoría puede ser presencial o virtual.

#### ***Fomento de la Capacitación Técnica en Sectores Emergentes***

Desarrollar programas de formación en áreas con alta demanda y potencial en la región, como la tecnología, la agroindustria y la economía verde. Esto permitirá a los emprendedores diversificar sus actividades y acceder a mercados más amplios.

## **Estrategias para Fortalecer la Red de Apoyo y el Networking**

Objetivo: Crear un ecosistema emprendedor sólido y colaborativo, donde los emprendedores puedan intercambiar conocimientos, experiencias y recursos.

### ***Crear una Plataforma Digital de Networking***

Desarrollar una plataforma en línea donde los emprendedores del CCAV Pitalito puedan conectarse, compartir recursos y buenas prácticas, buscar posibles socios y colaboradores, y acceder a oportunidades de inversión. Esta plataforma puede incluir un espacio para publicaciones, foros de discusión y eventos virtuales.

### ***Eventos y Ferias de Emprendimiento Locales***

Organizar ferias de emprendimiento y eventos de networking en los que los emprendedores puedan presentar sus productos o servicios, establecer alianzas estratégicas y aumentar su visibilidad. También se pueden incluir conferencias con expertos sobre temas relevantes para el desarrollo empresarial.

### ***Redes de Apoyo Institucional***

Establecer convenios con organizaciones locales e internacionales, como cámaras de comercio, incubadoras de empresas, universidades y organizaciones de apoyo al emprendimiento, para que los emprendedores del CCAV Pitalito puedan acceder a una amplia gama de recursos, desde formación hasta financiamiento.

## **Estrategias para Mejorar el Acceso a Mercados y Clientes**

Objetivo: Ayudar a los emprendedores a identificar y acceder a nuevos mercados y aumentar su base de clientes:

### ***Desarrollo de Estrategias de Marketing Digital***

Ofrecer formación en herramientas digitales como redes sociales, comercio electrónico y SEO, para que los emprendedores puedan promocionar sus productos o servicios en línea y acceder a mercados más amplios. También se pueden organizar talleres para la creación de páginas web y tiendas en línea.

### ***Crear una Plataforma de Comercialización para Productos de Emprendedores Locales***

Crear un espacio físico o virtual donde los emprendedores del CCAV Pitalito puedan vender sus productos. Esta plataforma puede ser una tienda en línea específica para los emprendedores locales o un mercado físico que se organice periódicamente.

### ***Promoción y Visibilidad en Medios de Comunicación Locales***

Establecer alianzas con medios de comunicación regionales para dar visibilidad a los emprendimientos más destacados, lo que ayudará a los emprendedores a atraer nuevos clientes y crear una base de consumidores leales.

### **Estrategias Para Mejorar el Acceso a Financiación**

#### ***Facilitar el Acceso a Recursos Financieros que Permitan a los Emprendedores Expandir y Fortalecer sus Proyectos***

Firmar acuerdos con bancos, cooperativas de crédito e inversores privados para proporcionar líneas de crédito especializadas para los emprendedores de la UNAD CCAV Pitalito. Estas alianzas pueden incluir condiciones preferenciales como tasas de interés más bajas o plazos más largos.

#### ***Asesoría en la Búsqueda de Fondos Públicos y Privados***

Crear programas de formación y asesoría sobre cómo acceder a financiamiento gubernamental y privado, incluyendo subsidios, fondos de capital de riesgo, y otras fuentes de

financiamiento. Estas capacitaciones pueden incluir talleres prácticos sobre la elaboración de proyectos para convocatorias y concursos de emprendimiento.

### **Estrategias para el Fortalecimiento del Bienestar Psicológico y la Superación Personal**

Objetivo: Apoyar el desarrollo personal de los emprendedores para que puedan superar barreras psicológicas y mejorar sus habilidades de toma de decisiones.

#### ***Talleres de Superación Personal y Manejo del Estrés***

Organizar programas de bienestar emocional, que incluyan talleres sobre manejo del estrés, resiliencia, motivación y superación de miedos. Estos talleres pueden ser realizados en colaboración con profesionales en psicología o coaching.

#### ***Fomento de la Autoestima y Confianza Emprendedora***

Implementar programas que refuercen la confianza en las capacidades emprendedoras de los participantes, fomentando una mentalidad de crecimiento y éxito. Se pueden organizar actividades de desarrollo personal, como charlas inspiracionales de emprendedores exitosos, y la promoción de testimonios de superación.

#### ***Red de Apoyo Emocional entre Emprendedores***

Crear espacios de interacción entre emprendedores donde puedan compartir experiencias, aprender de los desafíos comunes y ofrecerse apoyo mutuo. Estos grupos pueden ser presenciales o virtuales y estar facilitados por un psicólogo o coach.

### **Estrategias para Fomentar la Innovación y la Diversificación del Emprendimiento**

Objetivo: Impulsar la innovación en los emprendimientos, ayudando a los emprendedores a adaptarse a cambios del mercado y aprovechar nuevas oportunidades.

### ***Fomento de la Innovación a través de Incubadoras de Empresas***

Crear o fortalecer una incubadora de empresas dentro de la UNAD CCAV Pitalito, donde los emprendedores puedan desarrollar nuevas ideas de negocio con apoyo en la investigación, prototipado y modelos de negocio innovadores.

### ***Concursos de Innovación Empresarial***

Organizar concursos donde los emprendedores presenten proyectos innovadores, con premios como asesorías, espacio de trabajo gratuito o financiamiento para llevar su idea a cabo. Esto incentivaría la creatividad y la innovación dentro de la comunidad emprendedora.

### ***Alianzas con Universidades y Centros de Investigación***

Establecer colaboraciones con universidades y centros de investigación que permitan a los emprendedores acceder a avances tecnológicos, conocimientos sobre tendencias emergentes y nuevas oportunidades de negocio.

## Conclusiones

Se observa una evidente predominancia de encuestados que son estudiantes activos del CCAV Pitalito, lo que indica que la encuesta logró dirigirse efectivamente a la población objetivo. Esta representación significativa refuerza la validez de los datos recopilados y su pertinencia para el análisis correspondiente.

La participación de estudiantes y egresados del CCAV Pitalito en emprendimientos representa un indicador alentador del dinamismo de esta comunidad. No obstante, es imperativo llevar a cabo un esfuerzo colaborativo para transformar este interés en resultados concretos. Esto se puede lograr mediante la creación de un ecosistema emprendedor robusto y el desarrollo de programas de apoyo específicos que fomenten el crecimiento y la sostenibilidad de las iniciativas emprendedoras.

El análisis de las motivaciones de los participantes reveló un claro predominio de intereses económicos, con un fuerte deseo de autonomía financiera y mejora de la calidad de vida. Esta búsqueda se traduce en un enfoque en las oportunidades de mercado disponibles. Sin embargo, se observó una menor valoración de aspectos relacionados con el desarrollo, como la innovación, el impacto social y la sostenibilidad ambiental. Estos hallazgos indican que, si bien las motivaciones económicas son un motor importante, existe un espacio para fortalecer la conciencia sobre la importancia de un desarrollo más integral, que combine el crecimiento económico con la responsabilidad social y ambiental.

Es importante tener en cuenta una notable propensión hacia la autonomía financiera y el desarrollo personal, lo cual refleja una orientación práctica orientada al logro de metas individuales. No obstante, esta concentración en lo personal conlleva una limitada motivación hacia la innovación, el impacto social y la sostenibilidad ambiental. Esta tendencia muestra una

perspectiva más inmediata y centrada en beneficios individuales, en detrimento de una visión más amplia y estratégica que incluiría consideraciones de responsabilidad social y ambiental.

La estructura económica revela un predominio de actividades comerciales tradicionales y un aprovechamiento parcial de la vocación agrícola regional, junto con un desarrollo incipiente de sectores innovadores y un potencial no aprovechado en segmentos emergentes. En este contexto, las oportunidades de desarrollo se centran en la necesidad de diversificación sectorial, el potencial para agregar valor en el sector agropecuario, así como en la existencia de espacios para la innovación tecnológica y campos inexplorados en servicios especializados. Estas áreas representan un camino viable hacia un crecimiento sostenido y equilibrado.

La predominancia de micro y pequeños negocios en la estructura empresarial refleja una combinación de factores, incluyendo la falta de acceso al financiamiento, la limitada capacitación de los emprendedores y un entorno económico desafiante. Para fomentar el crecimiento empresarial, es necesario implementar políticas públicas que faciliten el acceso a recursos, promuevan la innovación y fortalezcan los ecosistemas emprendedores.

El análisis de los ingresos muestra una predominancia de empresas pequeñas y medianas en el mercado, sugiriendo la necesidad de políticas que impulsen el crecimiento de grandes empresas, lo que podría diversificar y fortalecer la estructura económica del sector.

Los emprendedores muestran una fuerte dependencia de sus propios ahorros como fuente principal de financiamiento. Esto indica que el acceso a otras fuentes de capital puede ser limitado o percibido como demasiado arriesgado.

La estructura de financiación de las empresas se caracteriza por un predominio del autofinanciamiento, una dependencia significativa del sector bancario tradicional, un escaso acceso a capital de riesgo y un bajo aprovechamiento de recursos gubernamentales. Estas

condiciones limitan la capacidad de crecimiento, incrementan el riesgo financiero personal y resultan en el desaprovechamiento de fuentes de financiación alternativas.

Los principales obstáculos en el ámbito emprendedor son de carácter comercial y financiero, relegando las dificultades técnicas a un segundo plano. Se identifica una notable disparidad entre las capacidades técnicas de los emprendedores y sus habilidades comerciales, lo que puede limitar su efectividad en el mercado. Adicionalmente, los factores psicológicos emergen como elementos significativos en el proceso de desarrollo emprendedor. Por último, la intensa competencia en ciertos sectores indica una posible saturación del mercado, lo que requiere una atención cuidadosa por parte de quienes buscan establecer nuevos negocios.

Finalmente, se evidencia un elevado nivel de emprendimiento autónomo e independiente, caracterizado por la ausencia de apoyo externo. Asimismo, se identifican debilidades significativas en el ecosistema de apoyo al emprendimiento, así como una desconexión crítica entre las instituciones que brindan apoyo y los emprendedores. La formación y capacitación presentan un alcance limitado, lo que, junto con la subutilización de redes de contacto como recurso de desarrollo, resalta la necesidad de una reestructuración que potencie la colaboración y el crecimiento del sector emprendedor.

## Recomendaciones

Tomando como precedente los resultados del estudio y la experiencia investigativa arrojada durante el proceso, se realizan las siguientes recomendaciones:

Considerar las estrategias y acciones establecidas en este documento, ya que estas contribuirán a fortalecer el ecosistema emprendedor de la UNAD CCAV Pitalito y a generar un impacto positivo en el desarrollo empresarial de los estudiantes y egresados. La implementación de dichas estrategias permitirá a la universidad posicionarse como un actor clave en el apoyo a emprendimientos sostenibles y en la promoción del desarrollo económico y social de la región, aumentando así el nivel de satisfacción de los emprendedores y consolidando su presencia en el mercado local.

Implementar un sistema de seguimiento para mantener contacto con los egresados, donde se cree una base de datos actualizada para conocer su desarrollo profesional y emprendedor.

Desarrollar capacitaciones específicas para estudiantes actuales interesados en emprendimiento creando redes de networking entre estudiantes y egresados emprendedores.

Establecer alianzas con empresas locales y crear espacios de práctica empresarial para estudiantes actuales

Invitar a egresados exitosos como mentores de estudiantes actuales y crear espacios de intercambio de experiencias entre egresados y estudiantes, que permitan ser evidencia de éxito.

Implementar talleres sobre ahorro y planificación financiera con orientación sobre programas de vivienda gubernamentales y asesoría bancaria sobre productos financieros para adquisición de vivienda.

Fomentar emprendimientos que generen ingresos adicionales, fortaleciendo los emprendimientos existentes, impulsando a nuevos emprendedores creando incubadoras de empresas dentro de la institución, estableciendo fondos semilla para nuevos proyectos.

Continuar fortaleciendo las ferias de emprendimiento y ofrecer cursos en áreas claves como modelo de negocio, marketing digital y finanzas, que permita desarrollar programas de innovación y creatividad.

Fortalecer diversos sectores económicos son fundamentales para impulsar el desarrollo sostenible. En el sector comercial se recomienda implementar estrategias de digitalización, desarrollar modelos de E-commerce, fomentar la innovación en los canales de distribución y crear programas de diferenciación comercial. Para el sector agropecuario se recomienda promover la tecnificación del campo, desarrollar cadenas de valor agregado, implementar prácticas sostenibles y fomentar la certificación de productos. En el sector servicios es crucial identificar nichos especializados, desarrollar servicios innovadores, implementar estándares de calidad y fomentar la profesionalización. Finalmente, para los sectores emergentes, se propone crear incubadoras especializadas, desarrollar programas de mentorías, facilitar el acceso a tecnología y fomentar la innovación sectorial.

Incluir en los emprendimientos unipersonales el desarrollo de programas de escalamiento, la implementación de sistemas de automatización, la creación de redes de colaboración y el fomento de alianzas estratégicas. En el caso de pequeños emprendimientos, se propone optimizar la gestión de recursos humanos, desarrollar programas de capacitación, implementar sistemas de gestión y fomentar la formalización laboral. Para el crecimiento empresarial, se propone crear programas de expansión, facilitar el acceso a financiamiento, desarrollar capacidades gerenciales e implementar mentorías especializadas.

Desarrollar un ecosistema emprendedor más sólido, que incluya incubadoras, aceleradoras, redes de mentores y fondos de capital semilla. Esto facilitaría el acceso a financiamiento, mentoría y networking para los emprendedores.

Contar con las herramientas y conocimientos necesarios para elaborar planes de negocio sólidos y acceder a diferentes fuentes de financiamiento. Es importante promover la colaboración entre universidades, centros de investigación, gobierno, sector privado y organizaciones de la sociedad civil para impulsar el desarrollo del ecosistema emprendedor.

Para el desarrollo integral de capacidades comerciales incluyen la implementación de talleres de marketing y ventas, así como capacitación en estrategias digitales y habilidades de networking. En el ámbito del apoyo financiero, es esencial crear programas de microcréditos y establecer fondos de capital semilla, complementados con asesoría en gestión financiera. Además, el fortalecimiento psicológico de los emprendedores puede lograrse mediante programas de mentoría y grupos de apoyo. Para fomentar la innovación, es crucial investigar el mercado, promover la diferenciación de productos y servicios y desarrollar estrategias innovadoras. Igualmente, el apoyo institucional debe enfocarse en fortalecer vínculos con entidades financieras y crear alianzas estratégicas, mientras que la capacitación tecnológica deberá ofrecer formación en herramientas digitales y facilitar el acceso a recursos tecnológicos.

Estas acciones deben ejecutarse de manera progresiva, priorizando las áreas más críticas identificadas en el análisis.

## Bibliografía

- Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits y actions: Dispositional prediction of behavior in social psychology. *Advances in Experimental Social Psychology*, 20(1), 1-63.  
[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60411-6](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60411-6)
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior. *Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.*
- Alcaldía de Pitalito. (2018). *Plan de Productividad y Competitividad de Pitalito (2018-2028)*.  
[https://pitalitohuila.micolombiadigital.gov.co/sites/pitalitohuila/content/files/000520/25978\\_desarrolloeconomico.pdf](https://pitalitohuila.micolombiadigital.gov.co/sites/pitalitohuila/content/files/000520/25978_desarrolloeconomico.pdf)
- Amorós, J., & Acha, A. (2014). Global Entrepreneurship Monitor. Reporte nacional de Chile 2013. *Universidad del Desarrollo*.  
<https://negocios.udd.cl/gemchile/files/2014/10/Reporte-GEM-Chile-2013-web.pdf>
- Angelelli, P. (2005). *Fomento de la actividad emprendedora en América Latina y el Caribe Sugerencias para la formulación de proyectos*. Washington D.C. Serie.  
<https://doi.org/https://publications.iadb.org/es/fomento-de-la-actividad-emprendedora-en-america-latina-y-el-caribe-sugerencias-para-la-formulacion>
- Arce, P. (2012). ¿Cuáles y cuántas empresas del sector financiero en Costa Rica realizan emprendedurismo social o tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlos? (Tesis de Maestría). *Universidad Latinoamericana de la Ciencia y Tecnología, San José, Costa Rica.*
- Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics Journal*, 24(3), 233-247. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-1984-x>
- Arias, F. (2016). *El proyecto de investigación*. Venezuela: Editorial Episteme.
- Audretsch, D. (2012). From the entrepreneurial university to the university for the entrepreneurial society. *Journal of Technology Transfer*, 1-9.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10961-012-9288-1>

- Autio, E., Kenney, M., Mustar, P., Siegel, D., & Wright, M. (2014). Entrepreneurial innovation ecosystems and context. *Research Policy*, 43, 1097-1108.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.01.015>
- Ávila, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Investigación y negocios*, 14(23), 32-48.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126>
- Bienkowska, D., & Klofsten, M. (2012). Creating Entrepreneur Networks: Academic Entrepreneurship, Mobility and Collaboration during PhD Education. *Higher Education*, 64, 207-222. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10734-011-9488-x>
- Blank, S. (n.d.). *Customer development*. <https://steveblank.com/tag/customer-development/>
- Brown, T., & Ulijn, J. (2004). (Eds). *Innovation, entrepreneurship and culture: The interaction between technology, progress and economic growth*. Cheltenham, (UK): Edward Elgar Publishing.
- Bustos, Y. (2020). Caracterización del perfil emprendedor de los estudiantes de la zona sur de la UNAD. <https://doi.org/https://repository.unad.edu.co/handle/10596/38882>
- Cabezas, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.
- CAF. (2013). *Corporación Andina de Fomento*. Emprendimientos en América Latina: desde la subsistencia hacia la transformación productiva.
- Calderón, G., Naranjo, J., & Álvarez, C. (2016). Emprendimiento Y Desarrollo: Análisis De Una Realidad. El Caso De Manizales. *Universidad Nacional de Colombia, Colombia*.
- Cámara de Comercio del Huila. (2019). *Plan de Productividad y Competitividad Pitalito 2029* .  
<https://www.cchuila.org/wp-content/uploads/Plan-de-Productividad-y-Competitividad-Pitalito-2029.pdf>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2022). *Estudio Económico de América Latina y el Caribe 2022: dinámica y desafíos de la inversión para impulsar una recuperación sostenible e inclusiva*.  
<https://repositorio.cepal.org/entities/publication/0d002d17-0b67-4568-870c-3bd74485262e>
- CONPES 4011. (2020). *Política Nacional de Emprendimiento* . <https://confecoop.coop/wp-content/uploads/2020/12/CONPES-4011.pdf>

- Crespo, P., Rosales, M., Contreras, C., & Bermeo, C. (2022). Variables que influyen en el emprendimiento en Ecuador. *UDA AKADEM*, 1(9), 110-141.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.33324/udaakadem.v1i9.478>
- Djankov, S., Qian, Y., Roland, G., & Zhuravskaya, E. (2006). *Who are China's entrepreneurs?* American Economic Review, 96 (2), pp. 348-352.
- Dupleix, M. (2021). La teoría efectual y el fracaso empresarial. *Innovar*, 31(81), 139-153.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.15446/innovar.v31n81.95581>
- Espiritu, R. (2011). Actitud emprendedora en los estudiantes universitarios: un análisis de factores explicativos en la comunidad de Madrid [tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. Repositorio Institucional de la UCM.  
<https://eprints.ucm.es/id/eprint/12803/>
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (1995). The Triple Helix University Industry Government Relations: A laboratory for Knowledge based Economic Development. *EASST Review*, 14(1), 14-19.
- Etzkowitz, H; Leydesdorff, L. (2000). The Dynamics of Innovation: from National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of University-Industry-Government Relations. Elsevier Science.
- Fandiño, L., & Bolivar, M. (2008). . Evaluación del Impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes de la carrera de administración de empresas de la pontificia universidad javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado. [Tesis de grado, Pontificia Universidad Javeriana]. *Repositorio Institucional Javeriana*.  
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9033/tesis32.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Ferrer, J. (2024). Sostenibilidad Empresarial: Beneficios, ejemplos y claves para implementarla. *EDEM*. <https://edem.eu/sostenibilidad-empresarial-beneficios-ejemplos-y-claves-para-implementarla/>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research. *Reading, MA: Addison-Wesley*, 27(1).  
[https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/233897090\\_Belief\\_attitude\\_intention\\_and\\_behaviour\\_An\\_introduction\\_to\\_theory\\_and\\_research](https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/233897090_Belief_attitude_intention_and_behaviour_An_introduction_to_theory_and_research)

- Fondo Emprender . (n.d.). *Emprendimiento: Otras Fuentes de Financiación*.  
<https://www.fondoemprender.com/SitePages/Emprendimiento.aspx>
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local* .  
<http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>
- Foss, J., Klein, G., Kor, Y., & Mahoney, T. (2020). Entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strategic Management Journal*, 41(7), 1117-1145.
- Franco, F., Prieto, R., Paz, A., & Meslier, D. (2017). Emprendimiento social. Mecanismo integrador de las empresas mixtas petroleras. *Perspectivas empresariales e inclusivas del emprendimiento*, 145-172. <https://doi.org/10.17081/bonga/2604.c5>
- Freeman, C. (1987). *Technology Policy and Economic Performance: Lessons from*. Pinter Publishers. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(88\)90131-8](https://doi.org/10.1016/0024-6301(88)90131-8)
- García, G. (2024). Especificación de un modelo de emprendedurismo social. *Revista Lasallista de Investigación*, 11(1), 110-118. <https://doi.org/http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69531554014>
- García, J., Paz, A., & Cardeño, E. (2018). Liderazgo ético. Una perspectiva en universidades públicas del estado Zulia. *Opción*, 34(86), 696-730.
- García, M., Zerón, M., & Sánchez, Y. (2018). Factores de entorno determinantes del emprendimiento en México. *Entramado*, 14(1), 88-103.  
<https://doi.org/10.18041/entramado.2018v14n1.2712>
- Gartner, W. (1988). Who is the entrepreneur? is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(1), 11-32.
- Godínez, J., & Canales, R. (2019). Desarrollo y emprendimiento universitario: la relevancia de las interrelaciones, una aproximación empírica. *Gestión y estrategia*(54), 53-69.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/gye/2018n54/Godinez>
- Guanipa, M. (2010). *Reflexiones básicas sobre investigación*. Editorial de la Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín.  
<https://www.bing.com/ck/a?!&&p=9290dc6d9320da7a2e3d3cbb99e8d6f6a745863d082045ae5f7bca03e436ab5cJmltdHM9MTczMDkzNzYwMA&ptn=3&ver=2&hsh=4&fclid=28a57f68-f008-629a-22b3->

- 6bbdf17f63b0&psq=Reflexiones+b%c3%a1sicas+sobre+investigaci%c3%b3n+-+Guanipa&u=alaHR0cHM6
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mc. Graw Hill Interamericana Editores, S.A.
- Herrera, C. (2012). Una investigación en emprendimiento: Caracterización del emprendedor. *Revista Económicas CUC*, 33(1), 191-204.
- Hui-Chen, C., Kuen-Hung, T., & Chen-Yi, P. (2014). The entrepreneurial process: and integrated model. *Entrep Manag J*, 10, 727–745. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11365-014-0305-8>
- Hynes, B., & Richardson, I. (2020). Entrepreneurship education: A mechanism for engaging and exchanging with the small business sector. *Education + Training*, 49, 732-744. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/00400910710834120>
- Isenberg, D. (2014). What an Entrepreneurship Ecosystem Actually Is. *Harvard Business Review*, 88(6), 40-50.
- Isenberg, D. (2016). Applying the Ecosystem Metaphor to Entrepreneurship: Uses and Abuses. *The Antitrust Bulletin*, 61(4), 564-573. <https://doi.org/10.1177/0003603X16676162>
- Iturriaga , M., Baniandrés, J., & Eizaguirre, A. (2016). Del emprendimiento individual a la capacidad emprendedora de nuestras organizaciones: un análisis de los factores que la definen. *Boletín de estudios económicos*, 71(217), 49-69. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5427471>
- Johns, G. (2006). The essential impact of context on organizational behavior. *Academy of Management Review*, 31(2), 386-408.
- Kantis, H., Ishida, M., & Komori, M. (2014). Empresarialidad en Economías Emergentes: creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el este de Asia. *Banco Interamericano de Desarrollo. México: Biblioteca* .
- Kantis, H., Ishida, M., & Komori, M. (2014). Empresarialidad en Economías Emergentes: creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el este de Asia. *Banco Interamericano de Desarrollo. México: Biblioteca Felipe Herrera*.
- Kirzner , I. (1979). *Perception, opportunity and profit. Studies in the theory of entrepreneurship*. The university of Chicago Press.

- Kirzner, I. (1979). Perception, opportunity and profit. Studies in the theory of entrepreneurship. The University of Chicago Press. <https://www.jstor.org/stable/1833323>
- Koellinger, P., & Minniti, M. (2006). Not for Lack of Trying: American Entrepreneurship in Black and White. *Small Business Economics Journal*, 27(1), 59-79.  
<https://doi.org/10.1007/s11187-006-0019-6>
- Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay. *Dimensión Empresarial*, 9(1), 28-40.  
<https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3797740>
- Krueger, N. F., Reilly, M., & Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5/6), 411-432.  
[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Laguía , A., Jaen, M., Topa, G., & Moriano, A. (2019). El entorno universitario y la intención emprendedora. *Revista de Psicología Social*, 34(1), 137-167.  
<https://doi.org/10.1080/02134748.2018.1542789>
- Lara, P. V. (2011). *El empresario innovador y su relación con el desarrollo económico*.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3782848.pdf>
- Lederma, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación. *Banco Mundial*.  
[https://doi.org/https://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/LAC/Empr\\_endimientoAmericaLatina\\_resumen.pdf](https://doi.org/https://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/LAC/Empr_endimientoAmericaLatina_resumen.pdf)
- Lévesque, M., Shepherd, D., & Douglas, E. (2002). *Employment or self-employment: a dynamic utility-maximizing model*. employment: a dynamic utility maximizing model.  
[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)00063-X](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00063-X)
- Ley 1014. (2006). De fomento a la cultura del emprendimiento.  
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=18924>
- Ley 2069. (2020). *Por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia* .  
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=160966>
- Ley 2125. (2021). *Por medio de la cual se establecen incentivos para la creación, formalización y fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres*.  
<https://www.bing.com/ck/a?!&&p=d3107b9791cbc24d73dbada394f3be71291deaf995210e70013274b2b45d2dc3JmltdHM9MTczMDE2MDAwMA&ptn=3&ver=2&hsh=4&fclid=>

28a57f68-f008-629a-22b3-

6bbdf17f63b0&psq=Ley+2125+de+2021&u=a1aHR0cHM6Ly93d3cuZnVuY2lvdnB1Y  
mxpY2EuZ292LmNvL2V2YS9

Ley 344 de 1996 . (n.d.). *Por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, se conceden unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones. D.O. No. 42.951.*

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=345>

Ley 590 de 2000. (n.d.). *Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. 12 de julio de 2000. D.O No. 44.078.*

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=12672>

Ley 905 de 2004. (n.d.). *Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones. 2 de agosto de 2004. D.O. No. 45.628.*

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=14501>

Licht, A., & Siegel, J. (2006). *The Social Dimensions of Entrepreneurship. In O. U. Press (Ed.), Oxford Handbook of Entrepreneurship. Oxford.*

Lin, C.-K., & Li, M.-F. (2016). Entrepreneurial the social enterprises with neo-fifth discipline- The emerging reciprocity organization. *American Journal of Industrial and Business Management*, 6(1), 45-59. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2016.61004>

Lundvall, B. (1998). ¿Why study national systems and national styles of innovation? .

*Technology Analysis & Strategic Management*, 10(4), 403–422.

<https://doi.org/10.1080/09537329808524324>

Martín, J. (2013). *¿Tú qué harías con la moda emprendedora?* Loogic Startups: [http://](http://loogic.com/tu-que-harías-con-la-moda-emprendedora/)

[loogic.com/ tu-que-harías-con-la-moda-emprendedora/](http://loogic.com/tu-que-harías-con-la-moda-emprendedora/)

Marulanda, C., Ávila, R., & Rojas, M. (n.d.). El fenómeno del emprendimiento: Una revisión histórica y teórica. *Estudios de Economía y Empresa*, 30(1), 45-67.

McClelland, D. C. (1965). *Toward a theory of motive acquisition* (Vol. 20). American

Psychologist. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/h0022225>

Méndez, C. (2013). *Metodología diseño y desarrollo del proceso de investigación*. Colombia: Editorial Limusa.

- Ministro de Protección Social. (2003). *Decreto 934 de 2003 Por el cual se reglamenta el funcionamiento del Fondo Emprender FE*. Bogotá D.C.: Ministro de Protección Social de Colombia. . <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=7596>
- Montiel, O., & Soto, A. (2020). Un marco exploratorio para el emprendimiento desde una perspectiva evolutiva. *Retos Revista de Ciencias de La Administración y Economía*, 10(20), 361-373. <https://doi.org/https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.10>
- Moriano, J., Trejo, E., & Palací, F. (2001). El Perfil Psicosocial del Emprendedor: Un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social*, 16(1), 229-242.
- Morris, S., Schifer, M., & Walsh, P. (2011). Entrepreneurship and economic growth: A multi-faceted approach. *Journal of Economic Behavior and Organization*. 80(3), 439-450.
- Ojeda, A. (2020). *El emprendimiento universitario*. (Facultad de Ciencias de la Salud. Escuela de Medicina, Ed.). Univesidad Técnica de Manami.
- ONU. (n.d.). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Organización de las Naciones Unidas: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2020). *Perspectivas sociales y del empleo en el mundo - Tendencias 2020*. <https://www.oitcinterfor.org/node/7706>
- Padilla, M., Loor, S., & Guamanquispe, V. (2019). Análisis del Emprendimiento Universitario desde la Perspectiva de la Universidad Pública, Caso Facultad de Ciencias Administrativas. *Ciencia Digital*, 9(2), 43-59. <https://doi.org/https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v9i2.374>
- Paz, A., Núñez, M., García, J., & Salóm, J. (2016). Rol del liderazgo ético en organizaciones académicas. *Opción*, 32(E-12), 148-168.
- Paz, A., Pinto, E., & Mendoza, C. (2015). Emprendimiento: Herramienta para la formación del emprendedor social en la Universidad de la Guajira. *Revista Boletín Redipe*, 4(8), 79-85. <https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/365>
- Poblete, C., Amorós, J., & Acha, A. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor. Reporte de la Región Metropolitana de Santiago 2013*. <https://negocios.udd.cl/gemchile/files/2016/01/GEM-RM-2013-21.pdf>
- Porter, M. (1991). *The Competitive advantage of nations*. Free Press.
- Ramírez, L., & Patiño, J. (2015). Caracterización de Emprendedores en el Huila. *Revista de Emprendimiento y Negocios*, 10(2), 67-85.

- Reynolds, P. (2005). Understanding business creation: Serendipity and scope in two decades of business creation studies. *Small Business Economics*, 24(4), 359-364.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., . . . Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003. *Journal of Small Business Economics*, 24(1), 205-231.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1007/s11187-005-1980-1>
- Rideout, E., & Gray, D. (2017). Does entrepreneurship education (E-ed) really work to create commercial enterprises? *Journal of Small Business Management*, 51(3), 329-351.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1111/jsbm.12021>
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business.  
[https://www.academia.edu/6418358/The\\_Lean\\_Startup\\_How\\_Today\\_s\\_Entrepreneurs\\_Use\\_Continuous\\_Innovation\\_to\\_Create\\_Radically\\_Successful\\_Businesses](https://www.academia.edu/6418358/The_Lean_Startup_How_Today_s_Entrepreneurs_Use_Continuous_Innovation_to_Create_Radically_Successful_Businesses)
- Rodríguez, M. (2010). *Métodos de investigación*. México: Editorial de la Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Sábato, J., & Botana, N. (1986). *La ciencia y la tecnología en el desarrollo futuro en América Latina*. The World Order Models Conference.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press.
- Semana. (2024). *Emprendimiento*. <https://www.semana.com/economia/emprendimiento/>
- Sharma, P., & Chrisman, S. (1999). Toward A Reconciliation of the Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship. *En Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 11-27. [https://doi.org/10.1007/978-3-540-48543-8\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-540-48543-8_4)
- Steffens, E., Ojeda, D., Martínez, O., García, J., Hernández, H., & Marín, F. (2017). Niveles de pensamiento crítico en estudiantes de universidades en Barranquilla (Colombia). *Revista Espacios*, 38(30), 5-19.
- Stradi, M. (2016). El emprendedurismo universitario en estudiantes de administración de empresas de la UNED de Costa Rica. *Revista Nacional de Administración*, 7(2), 81-102.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.22458/rna.v7i2.1574>

- Sung, S., & Duarte, S. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 11(2), 291-314. <https://doi.org/10.18004/riics.2015.diciembre.291-314>
- Sunta, H. (2021). Emprendimiento universitario. *Universidad Técnica de Manabí*.  
[https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/353581529\\_UNIVERSIDAD\\_TECNICA\\_DE\\_MANABI\\_EMPRENDIMIENTO\\_A\\_EMPRENDIMIENTO\\_UNIVERSITARIO](https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/353581529_UNIVERSIDAD_TECNICA_DE_MANABI_EMPRENDIMIENTO_A_EMPRENDIMIENTO_UNIVERSITARIO)
- Thurik, R., & Wennekers, S. (2004). *Entrepreneurship, small business and economic growth*. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11(1), 140-149.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/14626000410519173>
- Toutain, O., Fayolle, A., Pittaway, L., & Politis, D. (2017). Role and impact of the environment on entrepreneurial learning. *Entrepreneurship and Regional Development*, 29(1), 9-10, 869-888. <https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1376517>
- Turker, D., & Sonmes, S. (2009). Which factor affect entrepreneurial intention of university students. *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142-159.
- Universidad del Rosario. (2023). Emprendimiento, política pública en Colombia: Camino hacia la inclusión. *Revista Nova et Vetera*, 18, 1-12. <https://urosario.edu.co/en/node/4082>
- Urbano, D., & Alvarez, C. (2014). *Institutional dimensions and entrepreneurial activity: an international study* (Vol. 42(4)). *Small Business Economics*.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11187-013-9523-7>
- Van Praag, M., & Versloot, P. (2007). *What is the value of entrepreneurship? A review of recent research*. *Small Business Economics*, 27(4), 351–382.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11187-007-9074-x>
- Veciana, J. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3), 11-36.
- Vivel Búa, M., Santomil, P., López, S., & Pazos, D. (2008). *Las barreras al emprendimiento universitario femenino*, *Investigaciones de Economía de la Educación*, 3.  
<https://doi.org/https://docplayer.es/41876630-Las-barreras-al-emprendimiento-universitario-femenino.html>
- Weber, M. (1997). *Estructuras de poder*. La Pléyade.

Wompner, F. (2008). Educación superior para el emprendimiento. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*.

<https://doi.org/https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cl/2008/fhwg.htm>

## Apéndices

***Cuestionario aplicado a estudiantes y egresados de la UNAD CEAD Pitalito: El Cuestionario se aplicó por medio electrónico, este se envió a los E-mails de los estudiantes y egresados de la UNAD CCAV Pitalito.***

### ENCUESTA CARACTERIZACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS UNAD -CCAV PITALITO

Autorizo a la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD, a recolectar, almacenar, usar, circular y suprimir mis datos personales con el fin de caracterizarlos en la medición educativa a realizar para los emprendimientos socio económicos de la región. Esta autorización se otorga de conformidad con la Ley 1581 de 2012 y el artículo 15 de la Constitución Política de Colombia, que garantizan mi derecho a la intimidad personal y familiar.

yes.estefania@gmail.com [Cambiar de cuenta](#)

No compartido

Siguiente



Página 1 de 3
[Borrar formulario](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Nota: Link cuestionario: <https://forms.gle/ATQLsPXRa9mChKqg8>

Marca temporal	Puntuación	Nombre Completo	1. ¿En qué rango de edad se encuentra?	2. ¿Es estudiante actual del CCAV Pitalito?	3. Si es estudiante actual, ¿en qué programa?	4. ¿Es egresado del CCAV Pitalito?	5. Selección el programa del cual es egre.	6. ¿En qué tipo de emprendimiento se encuentra?
9/16/2024 18:05:34	0	Johan David Ortega	25 - 35	No	Graduado	SI	Ingeniería Ambiental	Propia
9/16/2024 18:23:37	0	NATALIA YANETH OLAZ	25 - 35	No	No ya cumpire por ahora no estudio	SI	Administración de Empresas	Arriendo
9/16/2024 18:26:30	0	Marijn yulieth chitto Gi	25 - 35	No	Agronomía	SI	Agronomía	Arriendo
9/16/2024 19:01:00	0	Faber Alejo Benavides	35 - 45	SI	Maestría en Gerencia de Proyectos	SI	Especialización en Gestión de Proyectos	Familiar
9/16/2024 19:13:33	0	Deito Wilson Sierra Roj	35 - 45	No	Licenciatura en Matemáticas	SI	Licenciatura en Matemáticas	Familiar
9/16/2024 21:38:07	0	Yolima Medina Herrera Más de 45		SI	Maestría	SI	Psicología	Familiar
9/16/2024 22:08:50	0	Vianney Trejos Murcia Más de 45		SI	Contaduría	SI	Administración de Empresas	Familiar
9/16/2024 22:52:04	0	Hanny Vnaessa Gonza	25 - 35	No	Curso MOOC	SI	Agronomía	Arriendo
9/17/2024 8:28:28	0	Maritza Elenith Lasso	35 - 45	No	No aplica	SI	Ingeniería Industrial	Arriendo
9/17/2024 9:06:36	0	LUIS CARLOS ORDOÑ	Más de 45	No	NO ESTUDIO ACTUALMENTE	SI	TECNOLOGIA EN GESTION DE TRANSPORT	Propia
9/17/2024 10:55:33	0	Wilson Meneses Sanchez	25 - 35	No	Ninguno	SI	Licenciatura en Lenguas Extranjeras con Ent	Familiar
9/17/2024 13:02:12	0	Manuela Castro Diaz	15 - 25	No	Ingeniería Industrial	SI	Ingeniería Industrial	Arriendo
9/17/2024 15:07:28	0	ALVARO LOPEZ RIVER	35 - 45	No	Administración de Empresas	SI	Administración de Empresas	Propia
9/17/2024 15:54:40	0	MARIELA MUÑOZ BOL	35 - 45	No	Agronomía	SI	Agronomía	Propia
9/17/2024 17:04:34	0	YERENA LEZAMA	25 - 35	SI	Ingeniería Industrial	SI	Ingeniería Industrial	Arriendo
9/17/2024 18:32:53	0	Sergio Andrés Peña C	35 - 45	No	Ingeniería Industrial	SI	Tecnología en sistemas Agroforestales	Familiar
9/17/2024 20:50:40	0	María Fernanda Morak	35 - 45	No	Ninguno	SI	Psicología	Propia
9/18/2024 9:21:07	0	HAUFA VERONICA GU	25 - 35	No	NINGUNO	SI	Ingeniería Ambiental	Arriendo
9/19/2024 9:56:42	0	Claudia Milena sapuy	35 - 45	No	Ninguno	SI	Psicología	Arriendo
9/19/2024 21:36:35	0	Vivian daniel tapiero	15 - 25	No	Licenciatura en Lenguas Extranjeras con Ent	SI	Licenciatura en Lenguas Extranjeras con Ent	Arriendo
9/19/2024 22:13:12	0	Nelson Javier Bolaños	15 - 25	No	Ingeniería Electrónica	SI	Ingeniería Electrónica	Familiar
9/23/2024 18:06:51	0	Luis Santiago Polo Faj	35 - 45	SI	Agronomía	SI	Agronomía	Familiar
9/23/2024 18:10:43	0	Didier Sanjuan Torres	35 - 45	SI	Maestría en Mediación Pedagógica para el A	SI	Licenciatura en Lenguas Extranjeras con Ent	Familiar
9/23/2024 18:14:33	0	Sandra Patricia Barnos	35 - 45	No	No aplica	SI	Ingeniería de Sistemas	LEASING
9/23/2024 18:15:09	0	Juan Camilo Morales H	25 - 35	SI	Maestría	SI	Ingeniería de Telecomunicaciones	Propia
9/23/2024 18:18:11	0	Paola Andrea Cudear	25 - 35	SI	Maestría en desarrollo rural	SI	Ingeniería Ambiental	Arriendo
9/23/2024 18:19:48	0	Maritza Argote Argote	35 - 45	SI	Ninguno	SI	Agronomía	Propia
9/23/2024 18:42:06	0	Wimar Ivan Cabrera A	25 - 35	SI	Maestría en Administración de Organizaciones	SI	Agronomía	Propia
9/23/2024 18:42:28	0	Danny Lorett Beltran R	15 - 25	No	Ninguno	SI	Psicología	Familiar
9/23/2024 18:46:47	0	Rodrigo Álvarez parra	25 - 35	No	Ninguno	SI	Ingeniería Industrial	Propia
9/23/2024 18:50:11	0	Viviana Valdegrana D	15 - 25	No	No aplica	SI	Ingeniería Industrial	Arriendo