

**Caracterización de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de la Zona  
Amazorinoquía**

Claudia Ximena Moncaleano Fajardo

Francy Natalia López Artunduaga

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios – ECACEN

Contaduría Pública

Mayo 2024

## Resumen

En este proyecto de investigación, se presenta la caracterización de la intención emprendedora de los estudiantes de la Zona Amazorinoquía. Hemos alcanzado nuestro objetivo general y tres objetivos específicos, lo que nos ha permitido identificar, analizar y establecer las principales causas y factores que intervienen en la intención emprendedora de los estudiantes.

A través de un enfoque metodológico mixto, hemos recopilado datos cuantitativos y cualitativos para obtener información sobre la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de la ZAO. Utilizamos un diseño de muestreo probabilístico, seleccionando un grupo aleatorio de estudiantes de la población (estudiantes de la UNAD Zona Amazorinoquía) a los cuales se les aplicó el instrumento de investigación. Los resultados se generalizaron a toda la población a partir de una encuesta enviada a cada uno de los correos institucionales, seguido de un seguimiento mediante llamadas.

Según la información recopilada y los resultados obtenidos, podemos analizar y enfocar el modelo de intención emprendedora. Identificamos el comportamiento de los estudiantes en cuanto a emprender una empresa, su viabilidad para crear un emprendimiento o la conveniencia que representa crear uno. Además, identificamos tres grupos de estudiantes: aquellos interesados en emprender o que ya están trabajando en un emprendimiento, los neutrales al tema y los que definitivamente no están interesados en emprender.

**Palabras Clave:** Emprendimiento, desarrollo económico, intención emprendedora.

### **Abstract**

In this research project, we present the characterization of the entrepreneurial intention of Unadistas students from the Amazonía Orinoquía Zone. We have achieved our general objective and three specific objectives, which allowed us to identify, analyze and establish the main causes and factors involved in the entrepreneurial intention of students.

Through a mixed methodological approach, we collected quantitative and qualitative data to obtain information on the entrepreneurial intention of ZAO university students. We used a probabilistic sampling design, selecting a random group of students from the population (UNAD Amazorinoquía Zone students) to whom the research instrument was applied. The results were generalized to the entire population through a survey sent to each of the institutional e-mails, followed by a follow-up call.

According to the information collected and the results obtained, we can analyze and focus the entrepreneurial intention model. We identified the behavior of students in terms of starting a business, their viability to create a venture or the convenience of creating one. In addition, we identified three groups of students: those interested in entrepreneurship or who are already working on a venture, those who are neutral on the subject and those who are definitely not interested in entrepreneurship.

## Tabla de contenido

Introducción.....	10
Planteamiento del problema .....	12
Justificación.....	13
Aporte social.....	14
Aporte institucional.....	14
Objetivos .....	16
Objetivo general .....	16
Objetivos específicos.....	16
Marco teórico y conceptual.....	17
Visión del emprendimiento en estudiantes de educación superior .....	17
Análisis del emprendimiento en la Amazorinoquía. ....	18
<i>Importancia del emprendimiento en la educación superior</i> .....	19
<i>Spin-Offs Universitarias (SOU)</i> . ....	19
<i>Ejemplos de Spin Off Universitarias</i> .....	20
<i>Análisis de SOUs en la región Amazorinoquía</i> .....	21
Normatividad sobre el emprendimiento .....	22
Tendencias del emprendimiento. ....	25
<i>Actividad emprendedora por necesidad</i> . ....	25
<i>Actividad emprendedora por Oportunidad</i> . ....	26
<i>Motivos del emprendedor</i> .....	26
Metodología.....	28
Línea de Investigación .....	29
Instrumento de recolección de información .....	29
Resultados.....	30
Intención emprendedora desde el ámbito académico.....	30
Resultados según información básica de los estudiantes.....	32
Resultados relacionados con información académica profesional.....	36
Decisiones de los estudiantes frente al emprendimiento .....	40

Percepción de los estudiantes sobre la cultura del emprendimiento y la UNAD.....	44
Percepción de los estudiantes frente al apoyo de terceros .....	57
Percepción de los estudiantes de la cultura del emprendimiento en la región .....	60
Percepción personal sobre capacidades y habilidades de los estudiantes de la ZAO .....	64
Aspectos relevantes para los estudiantes Unadistas a la hora de emprender.....	74
Afirmaciones personales de los estudiantes a la hora de crear empresa .....	82
Intención emprendedora a nivel familiar .....	99
Evaluación de la empresa familiar .....	104
Intención emprendedora en la empresa familiar .....	107
Conclusiones .....	111
Referencias bibliográficas .....	115

### Lista de figuras

Figura 1 Motivación de los empresarios TEA en Colombia (2019 – 2022) .....	27
Figura 2 Actividad considerada por el estudiante al concluir sus estudios .....	30
Figura 3 Actividad profesional considerada tras 5 años de concluir los estudios .....	31
Figura 4 Intención emprendedora en ECACEN y ECAPMA .....	32
Figura 5 Intención emprendedora por género .....	32
Figura 6 Intención emprendedora por edad .....	33
Figura 7 Intención emprendedora de acuerdo con el estado civil .....	34
Figura 8 Intención emprendedora por estrato económico .....	35
Figura 9 Tipo de colegio del cual es egresado .....	35
Figura 10 Año de ingreso a la UNAD .....	36
Figura 11 Avance en carrera universitaria .....	37
Figura 12 Porcentaje encuestados por programa académico .....	38
Figura 13 Intención emprendedora por Centro - UNAD .....	39
Figura 14 Decisión 1 .....	40
Figura 15 Decisión 2 .....	41
Figura 16 Decisión 3 .....	41
Figura 17 Decisión 4 .....	42
Figura 18 Decisión 5 .....	43
Figura 19 Decisión 6 .....	43
Figura 20 Desarrollo de la innovación .....	44
Figura 21 Ambiente para el emprendimiento .....	45
Figura 22 Motivación hacia el emprendimiento .....	46
Figura 23 Conocimiento de los emprendedores .....	47
Figura 24 Conocimiento acerca de cómo crear empresa .....	48
Figura 25 Habilidades para la creación de empresa .....	49
Figura 26 Habilidades para crear redes de contacto .....	50
Figura 27 Habilidades para identificar oportunidades de negocio .....	51

Figura 28 Asistencia a curso optativo de emprendimiento.....	52
Figura 29 Asistencia a un curso de emprendimiento .....	52
Figura 30 Asistencia a curso de emprendimiento obligatorio.....	53
Figura 31 Elección de la UNAD por reputación en emprendimiento .....	54
Figura 32 Estudio actual en emprendimiento .....	54
Figura 33 Percepción hacia la UNAD en el desarrollo de la cultura emprendedora .....	55
Figura 34 Percepción hacia la UNAD y su colaboración en la proporción de empleo .....	56
Figura 35 Apoyo de la familia más cercana .....	57
Figura 36 Apoyo de los amigos .....	58
Figura 37 Apoyo de los compañeros de estudios .....	59
Figura 38 Favorabilidad de la actividad emprendedora en la región .....	60
Figura 39 Valor del papel del emprendedor en la economía .....	61
Figura 40 Apreciación de la actividad emprendedora.....	62
Figura 41 Apreciación hacia los directivos de negocios .....	63
Figura 42 Percepción 1.....	64
Figura 43 Percepción 2.....	65
Figura 44 Percepción 3.....	66
Figura 45 Percepción 4.....	67
Figura 46 Percepción 5.....	68
Figura 47 Percepción 6.....	68
Figura 48 Percepción 7.....	69
Figura 49 Percepción 8.....	70
Figura 50 Percepción 9.....	71
Figura 51 Percepción 10.....	72
Figura 52 Percepción 11.....	73
Figura 53 Tener independencia/autonomía .....	74
Figura 54 Obtener reconocimiento y status social .....	75
Figura 55 Inversión del patrimonio.....	75

Figura 56 Dirección de una organización.....	76
Figura 57 Percepción de la rentabilidad .....	77
Figura 58 Creación de empresa como reto personal .....	78
Figura 59 Tradición familiar para emprender.....	78
Figura 60 Dificultad para encontrar trabajo .....	79
Figura 61 Ejecutar ideas propias.....	80
Figura 62 Actividad actual del estudiante encuestado.....	81
Figura 63 Afirmación 1.....	82
Figura 64 Afirmación 2.....	83
Figura 65 Afirmación 3.....	84
Figura 66 Afirmación 4.....	85
Figura 67 Afirmación 5.....	86
Figura 68 Emprendimiento en marcha .....	87
Figura 69 Emprendimiento como principal ocupación.....	88
Figura 70 Origen de la iniciativa emprendedora .....	88
Figura 71 Creación de empresa como consecuencia de la pandemia COVID - 19.....	89
Figura 72 Actividad económica del emprendimiento.....	90
Figura 73 Actividad realizada para crear empresa .....	91
Figura 74 Percepción de habilidades .....	92
Figura 75 Percepción de conocimientos.....	93
Figura 76 Percepción acerca de los recursos económicos .....	94
Figura 77 Creación de empresa .....	94
Figura 78 Año de creación de empresa .....	95
Figura 79 Creación de empresa como consecuencia del COVID-19.....	95
Figura 80 Sector económico de la empresa creada.....	96
Figura 81 Capital de la empresa creada.....	97
Figura 82 Cantidad de socios en la empresa creada.....	98
Figura 83 Número de empleados .....	99

Figura 84 Padres independientes con empresa propia .....	100
Figura 85 Padres mayoristas de la empresa .....	100
Figura 86 Padres directores de la empresa .....	101
Figura 87 Trabajo con los padres empresarios .....	102
Figura 88 Años de la empresa familiar .....	102
Figura 89 Sector económico de la empresa familiar .....	103
Figura 90 Número de empleados .....	103
Figura 91 Desempeño de la empresa familiar frente a la competencia.....	104
Figura 92 Aspectos que destaca la empresa en comparación con la competencia .....	105
Figura 93 Intención de ser sucesor en la empresa familiar .....	106
Figura 94 Decisión 7 .....	107
Figura 95 Decisión 8 .....	108
Figura 96 Decisión 9 .....	108
Figura 97 Decisión 10 .....	109
Figura 98 Decisión 11 .....	109
Figura 99 Decisión 12 .....	110

## Introducción

La presente investigación se fundamenta en la relevancia creciente del emprendimiento entre los estudiantes universitarios, especialmente en la Zona Amazorinoquía (ZAO). Este interés se sustenta en una serie de antecedentes que revelan el impacto positivo del emprendimiento en el desarrollo económico y social de las comunidades. Por lo tanto, el propósito de este trabajo es comprender en profundidad el fenómeno del emprendimiento estudiantil en la ZAO, identificando sus motivaciones, desafíos y perspectivas futuras.

En este contexto, la exposición general del tema se centra en el análisis de los resultados obtenidos de una encuesta realizada entre estudiantes universitarios en la ZAO, con el objetivo de proporcionar una visión panorámica de la iniciativa emprendedora en esta región. A través de una exploración detallada, se examinan aspectos como el origen de la iniciativa emprendedora, el impacto de la pandemia COVID-19 en la creación de empresas, las actividades realizadas para emprender, la percepción de habilidades y conocimientos para emprender, entre otros.

El documento se estructura en varias partes que abordan estos aspectos de manera sistemática y analítica. Se incluyen secciones dedicadas a la caracterización de los encuestados, el análisis de los resultados, las conclusiones obtenidas y las implicaciones para futuras investigaciones en el campo del emprendimiento estudiantil en la ZAO.

Además, las conclusiones de este estudio destacan la importancia de fomentar el espíritu emprendedor entre los estudiantes universitarios como una vía prometedora para impulsar el desarrollo económico y social en la Zona Amazorinoquía. Se subraya la necesidad de implementar políticas y programas educativos que fortalezcan las habilidades empresariales y

brinden apoyo integral a los jóvenes emprendedores. Asimismo, se resalta la relevancia de continuar investigando este tema para comprender mejor los factores que influyen en el emprendimiento estudiantil y promover un ecosistema emprendedor más dinámico y sostenible en la región.

### Planteamiento del problema

El emprendimiento se define como una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Constituye una forma de razonar y proceder centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado; su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, a la economía y a la sociedad (Ley 1014 de 2006, Artículo 1°, numeral C, República de Colombia).

Partiendo de un proyecto Macro "Intención emprendedora en los estudiantes de pregrado de la región Amazorinoquía " proyecto de investigación PIE 020-2022 de la UNAD y dada la importancia que le damos a la necesidad de entender la caracterización de dicha intención, a través de un grupo de estudiantes de las escuelas ECACEN y ECAPMA buscamos investigar su comportamiento y visión en pos del emprendimiento, mediante sus conocimientos, sus necesidades, sus aspiraciones para contribuir a nivel personal, familiar, profesional y al avance económico y social del país, así mismo como la UNAD aporta o puede aportar en su paso por la Universidad , Para ello, nos basamos en ciertas cualidades o características del emprendedor mencionadas en el documento "Ser Empresario" de Pantoja, O., & Delgado Argotty, J. (2007), así como en las teorías del emprendimiento mencionadas en "Teorías del Emprendimiento" de Gómez, L. (2012). También hemos utilizado una serie de herramientas de investigación que nos han permitido llevar a cabo este proyecto con éxito.

**Pregunta problema:** ¿Cómo se puede analizar la intención emprendedora de los estudiantes universitarios en la Zona Amazorinoquía, a partir de los factores más influyentes y las características de los estudiantes con intención emprendedora?

## Justificación

El Emprendimiento es aquel proceso cuyo fin es diseñar, lanzar, implementar, crear, administrar e innovar un nuevo negocio, cuyo comienzo nace como una pequeña empresa o una emergente, ofreciendo a la venta un producto, servicio o proceso iniciando desde cero y su principal objetivo es la obtención de un rendimiento económico en un plazo determinado. Como lo expone Joseph Schumpeter, quien propone las invenciones e innovaciones (Schumpeter, 1950; Castillo, 1999; Ocampo, 2008; Mccaffrey, 2009) como la clave del crecimiento económico. De esta forma cambia el rol del entrepreneur o emprendedor, quien deja de ser solo un tomador de riesgos económicos, para convertirse en un innovador de productos y servicios (Rodríguez & Jiménez, 2005), el éxito del emprendedor no solo es importante para él como individuo, sino también para toda la sociedad, un país capacitado principalmente de comerciantes, industriales y agricultores será más próspero que uno en el que prevalezcan individuos dedicados al arte o a la ciencia según el economista francés Jean Baptiste Say (Burnett, 2000). EN el siglo XXI el reconocido investigador y conferencista Rodrigo Varela (2008), ve a la humanidad como una entidad que busca de su bienestar a partir de tres importantes bases el cambio, la acción y el emprendimiento, que se asocia a principios de la historia humana siendo el principal artista de todas las innovaciones y modificaciones que hoy conocemos buscando una mejor calidad de vida y de sus expectativas enfocadas en el progreso, desarrollo, bienestar y superación.

En Colombia tenemos varios actores que reconocen al emprendimiento como una importante opción de vida para una gran población de nuestro país.

### **Aporte social**

La implementación de nuevos emprendimientos, fuertes, estables y con futuro prometedor, genera crecimiento económico a un individuo, a una comunidad, a un país, aumentado las oportunidades de empleo y negocios, disminuyendo la pobreza y el hambre, contribuyente así a las ODS, promoviendo la cultura de emprendimiento a través de todos los niveles educativos en Colombia según la (Ley 1014 de 2006 y Ley 1450 de 2011), mediante cátedras desde el preescolar (Ministerio de Educación, 2011). y a nivel Universitario (Gámez, 2008). por su parte la UNAD a través de la Red de Emprendimiento busca contribuir al desarrollo de emprendimientos regionales aportando al crecimiento económico de las comunidades de los emprendedores desde cada zona.

Política de innovación La Vicerrectoría de Innovación y Emprendimiento VIEM tiene con el objeto de dinamizar sistemas y redes de innovación en las regiones.

### **Aporte institucional**

Nuevas empresas contribuyen de forma directa en el desarrollo local a través de la generación de empleo, la diversificación y modernización del tejido económico, la canalización de las energías creativas de la sociedad, la consolidación de las estructuras productivas y cadenas de valor regionales, la introducción de innovaciones y el desarrollo de capacidades endógenas y saber hacer (know how) local.

Por otro lado, entre las externalidades positivas se verifica una contribución a la distribución de la riqueza implementando los Objetivos de Desarrollo Sostenible para proteger el medio ambiente, disminuir el hambre y la pobreza y aumentar las oportunidades e igualdad.

Dado lo anterior, se resalta la importancia de la presente investigación ya que los resultados aportan a la identificación de estudiantes Unadistas que tienen intención emprendedora, ideas innovadoras y que con sus características y cualidades puedan contribuir al fortalecimiento emprendedor desde el enfoque universitario que contribuyen al desarrollo económico, social y ambiental del país.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Caracterizar la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de la Zona Amazorinoquía de las Escuelas ECACEN y ECAPMA.

### **Objetivos específicos**

Identificar los estudiantes que están enfocados en el tema o intención de emprendimiento en la Zona Amazorinoquía.

Establecer cuáles son los factores que influyen en el interés de emprender en los estudiantes universitarios y como la UNAD hace parte de esta dicha zona.

Analizar las principales características y cualidades de los estudiantes Unadistas en el enfoque emprendedor y hacia dónde van proyectadas.

## **Marco teórico y conceptual**

### **Visión del emprendimiento en estudiantes de educación superior**

Según las diferentes teorías que estudian el emprendimiento, la mayoría de los emprendedores cuentan con unas cualidades y propiedades talentosas tanto personales como profesionales, es por ello por lo que es importante moverse en un ambiente motivacional que ayude al desarrollo de su identidad Dheter, M. (Marzo de 2004). Un ejemplo claro de ello se observa actualmente en los colegios, instituciones, universidades incluso en el trabajo donde permiten espacios que implementan actividades enfocadas al desarrollo motivacional y emprendedor, que le permite adquirir al individuo una serie de características y habilidades direccionadas al emprendimiento.

Estos componentes externos van desde el campo de la economía, la psicología, la administración de empresas, la política y muy importante la Academia entre otros ambientes (Shane & Venkataraman, 2000; Terán-Yépez, 2018).

Mediante este proyecto de investigación se busca identificar las diferentes características que abarca el emprendimiento mediante un grupo de estudiantes de educación superior de la UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD, y su visión emprendedora y como la parte académica puede aportar al desarrollo como emprendedores.

Para la realización de esta investigación se realizará un estudio de la población con estudiantes de educación superior en la Zona de Amazorinoquía (APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO).

Lo anterior permitirá identificar la visión del emprendimiento que tienen los estudiantes de pregrado y como la universidad puede contribuir a su crecimiento. Y según el resultado de la

aplicación del instrumento podremos identificar qué características cumplen los estudiantes de pregrado de la UNAD teniendo en cuenta cualidades tales como:

- Ven al emprendedor como un portador de riesgo lo que les permite lidiar con la incertidumbre Knight, F. H. (1921), poseen un estado de alerta Kirzner, I. (1973)., y solucionador de problemas Schumpeter, J. (1934).
- Coordinadores y organizadores Say, J. B. (1803)
- Llenadores de “huecos” Leibenstein, H. (1966)
- Líderes e innovadores Schumpeter, J. (1934). o imitadores creativos Coon, D. (2004).
- Tienen imaginación (Casson, 1982)
- Son optimistas Coon, D. (2004).
- Los motivan las oportunidades Coon, D. (2004).
- Son buenos administradores en cuanto a la producción y distribución de bienes y servicios, saben competir en el mercado Say, J. B. (1803); Coon,D. (2004).

Partiendo de este tipo de característica, cualidades y habilidades es posible identificar y analizar a los estudiantes Unadistas de las Escuelas ECACEN y ECAPMA de la Zona Amazorinoquía.

### **Análisis del emprendimiento en la Amazorinoquía.**

Las cualidades de los estudiantes emprendedores constituyen un factor decisivo en la creación de empresa desde la universidad, se destacan entre ellas que son personas en capacitación para ser profesionales, innovadoras, optimistas, líderes y motivados por las oportunidades que ven en el mercado. De la mano del apoyo que brinda la academia ya sea por medio de ferias de exposición de emprendimientos con beneficio de financiación o aprobación

de ideas de emprendimientos como proyectos de grado, se podrían ver resultados muy positivos de empresas legalmente constituidas y que van creciendo de tal manera que aporten al sector económico del país.

### *Importancia del emprendimiento en la educación superior*

Como contribución al desarrollo y crecimiento económicos del país, la Academia por medio de las llamadas Spin-Offs Universitarias (SOU) están generando emprendimiento, el cual juega un papel muy importante, puesto que genera riqueza, empleo y tejido empresarial. La nación colombiana está compuesta por diversidad cultural y de individuos, donde el conjunto de estos últimos y sus interacciones en espacios geográficos determinados junto con unas actividades económicas forma una región (Sarmiento de la valle, 2008, pág. 20). A Colombia la conforman las regiones de Amazonía, Andina, Caribe, Insular, Orinoquía y Pacífico. De las cuales, la región Amazorinoquía es de interés en la presente investigación y la integran los departamentos de Arauca, Vichada, Guainía, Meta, Casanare, Caquetá, Amazonas, Vaupés, Putumayo y Guaviare.

### *Spin-Offs Universitarias (SOU).*

Como resultado de la investigación en las universidades, ya sea en el ámbito económico, contable o empresarial, se han creado empresas que han ido creciendo con el paso del tiempo y han aportado al desarrollo del país, a estas empresas de base tecnológica se les denominan Spin-Off Universitarias (SOU), que han sido generadas desde espacios como laboratorios, grupos o semilleros de investigación (Ley 1838, 2017, pág. 1). Estas empresas de tipo tecnológico e innovador que son parte de las Instituciones de Educación Superior de acuerdo con la Ley 1838 de 2017 pueden ser financiadas por medio de recursos del tesoro público y los

docentes investigadores que estén a ellas vinculados tienen derecho a recibir beneficios económicos que estas generen como también por medio de alianzas con empresarios inversionistas.

### *Ejemplos de Spin Off Universitarias*

Un ejemplo de Spin Off lo encontramos en el proyecto BOUNAD que se encuentra en la actualidad adscrito en el municipio de Dos quebradas en el departamento de Risaralda ante la Superintendencia de Industria y Comercio. Este proyecto pertenece al Centro de Innovación y Productividad en Agricultura y Biotecnología (CIP Dosquebradas), adscrito a la Vicerrectoría de Innovación y Emprendimiento (VIEM) de la UNAD y es resultado de la fusión entre la investigación y la innovación enfocados en la búsqueda del mejoramiento de la productividad agrícola de manera sostenible. Dentro de sus productos creados se destaca la fabricación de un fertilizante de síntesis orgánico mineral en gel hidrosoluble para uso agrícola y jardinería, son pioneros como spin-off universitaria solidaria en el área de la biotecnología (UNAD Noticias, 2023).

Un segundo ejemplo es como resultado de 15 años de investigación de la fruta exótica medicinal conocida como madroño, en la Universidad de Antioquia nace en el 2017 el emprendimiento Bioingred Tech, alianza entre el Grupo de investigación GIBS de la UdeA y el grupo empresarial TIG como inversionistas. En la actualidad producen diversos ingredientes naturales de plantas y frutas exóticas colombianas para fabricación de alimentos, cosméticos y medicinas. Es un emprendimiento que fusionó la ciencia, la tecnología y la innovación impulsando el desarrollo del agro, además ya abrieron su primera planta en Itagüí, Antioquia y han firmado proyectos con empresas multilaterales ([www.bioingred.co](http://www.bioingred.co)). Gracias al

descubrimiento de un componente activo en el madroño que ayuda a la prevención de enfermedades cardiovasculares y del alzheimer, Bioingred Tech es una empresa consolidada, que exporta productos a Estados Unidos y Europa, aportando a la productividad del país y generando empleo.

Por un lado, esto muestra el resultado que la transversalidad de la materia de emprendimiento ha impactado en las Instituciones de Educación Superior del país (IES), en los estudiantes y en la sociedad gracias al cumplimiento de buenas prácticas de Desarrollo Sostenible, por otro lado, la transferencia de conocimiento gestada en los alumnos por parte de docentes, investigadores y otros roles para la creación de empresa asociada con un alto nivel de innovación.

#### *Análisis de SOUs en la región Amazorinoquía*

Esta zona del país es amplia pues ocupa el 31% de cobertura nacional, el nivel de SOU es bastante bajo con un 2% del reporte total en el país en área empresarial, esto ocurre dado el bajo nivel de Instituciones de Educación Superior, donde las mayorías se encuentran en el departamento del Meta con un 50% del total y el Casanare con un 25%, esto ya que estos departamentos presentan mejor nivel de infraestructura vial y red en toda la región (Benítez & Quiñonez, 2022). De acuerdo con los mismos autores, la normatividad universitaria en cuanto a las Spin-Offs juega un papel vital para su creación, así como el acompañamiento de personal de las Oficinas de Transferencia de Investigación o de Tecnología (OTRIs), oficinas creadas por las IES para el apoyo de los universitarios en la creación de empresas como resultado de la investigación y “a la hora de animar a los miembros de la comunidad universitaria a emprender en la medida en que dicho personal ya posee experiencia en realizar análisis de mercado,

elaborar planes de empresa o conseguir financiación externa” (Rodeiro, López, & Otero, 2010, p.51), estos son procesos vitales para el sostenimiento, avance y competitividad de las empresas nuevas. En la actualidad las IES de la Zona Amazorinoquía cuentan con un 2% de OTRIs.

### **Normatividad sobre el emprendimiento**

En el año 2006 se implementó la Ley 2014 que Expide la Ley de cultura del emprendimiento. Determina la integración de la Red Nacional para el Emprendimiento, adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, o quien haga sus veces; así mismo designa la integración de la Red Regional para el Emprendimiento, adscrita a la Gobernación Departamental, o quien haga sus veces, cuyo objeto es el de establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento; formular un plan estratégico nacional para el desarrollo integral de la cultura referida; conformar las mesas de trabajo de acuerdo al artículo 10 de esta ley; ser articuladoras de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el país; desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos empresariales, la cual sería reformada en el año 2020 mediante la ley de emprendimiento 2069.

Mediante la Ley 1780 de 2016 se busca promover la creación de nuevas empresas jóvenes, entendiendo que una empresa joven es aquella conformada por personas naturales o jurídicas que cumplan con ser pequeñas empresas, aquí se entiende por pequeñas empresas aquellas cuyo personal no supere los 50 trabajadores y cuyos activos totales no superen los 5.000 Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes.

Con el fin de apoyar el emprendimiento y motivar las iniciativas e ideas de los emprendedores en Colombia, incluyendo aquellos que se están formando profesionalmente a el gobierno implementa la Ley de emprendimiento 2069 de 2020 con el objetivo de crear un marco regulatorio que favorezca el emprendimiento así mismo el crecimiento que genere sostenibilidad a los emprendimientos con el fin de incrementar el bienestar social y a su vez genere equidad, que se enfoque socioeconómicamente en las diferentes regiones del país, mediante cinco importantes objetivos:

1. Busca reforzar el desarrollo de habilidades e incentivar la cultura emprendedora
2. Mejorar las oportunidades de financiación y el buen uso de estos recursos.
3. Forjar todo tipo de mecanismos y redes, las estrategias de comercialización.
4. Permitir las herramientas de desarrollo tecnológico e innovación en los emprendimientos.
5. Fortalecer la arquitectura institucional –oferta pública articulada, eficiente, oportuna basada en evidencia– que brinde condiciones habilitantes al ecosistema emprendedor. Su implementación requiere la sinergia de varias entidades públicas y se espera que su desarrollo se consolide en un horizonte de 5 años contados a partir del 2021 y su costo indicativo total es de \$212.961 millones.

Por su parte la UNAD tiene un espacio para el emprendimiento que se direcciona en pos a fomentar la cultura del emprendimiento y el espíritu emprendedor en la comunidad Unadista realizando acompañamiento y asesoría de manera virtual que busca influenciar de manera positiva y apoyar la idea innovadora de los estudiantes en los diferentes ambientes: cultural,

social/regional, tecnológico, que propicie el desarrollo económico (Medina, G. F. & Barrera, A. (2019). Emprendimiento En La UNAD. [Podcast]) con una serie de herramientas a través VIEM.

La Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) adopta la Política de Innovación y Emprendimiento mediante el Acuerdo 001 del 26 de enero de 2021, busca promover la implementación de iniciativas creativas, viables y sustentables mediante incubadoras y centros de desarrollo tecnológico, centros de innovación y productividad, así como unidades de emprendimiento que evolucionan mediante alianzas con otros actores gubernamentales y no gubernamentales, en el marco de su proyecto educativo fomentando a través de la ciencia, la tecnología y la innovación.

Entidades que apoyan y financian el emprendimiento en Colombia:

- Servicio Nacional de Aprendizaje
- Siigo
- Fondo Emprender
- Bancoldex
- Cámara de Comercio
- Cultura E
- CONNECT Bogotá Región
- La ANDI del Futuro
- HubBog
- Endeavor
- INNpulsa
- Opinno

## **Tendencias del emprendimiento.**

Con el paso del tiempo, diversos autores que han investigado acerca del emprendimiento han venido delimitando sus ideas en dos tendencias. En los últimos años gracias a los informes obtenidos por la Global Entrepreneurship Monitor (GEM), órgano de investigación académica en emprendimiento que tiene en cuenta la relación entre el emprendimiento y el desarrollo económico de una nación monitoreando y evaluando las economías a través de indicadores como la tasa de actividad emprendedora (TEA), se obtiene para Colombia la TEA por necesidad y la TEA por oportunidad (González, Muñoz & Muñoz, 2022). En Colombia la mayoría de los emprendimientos son creados por necesidad y no por oportunidad, y aunque la TEA sea alta, son emprendimientos que no perduran en el tiempo indicando que son pocos los que se sostienen llegando a ser empresas consolidadas y competitivas.

### *Actividad emprendedora por necesidad.*

Dadas las condiciones económicas del país donde es mayor la informalidad y el desempleo, donde los colombianos buscan obtener mejores ingresos y ser independientes, se observa una tendencia a la creación de *emprendimientos por necesidad* (Siglas en inglés OEA: Opportunity Entrepreneurship Activity), los cuales son originados por la escasez de recursos económicos, se crean sin mucha planeación, estudio de mercado, se realizan de manera rápida y de igual manera se espera así sea rentabilidad.

De estos proyectos la mayoría no son perdurables por lo que generan empleo e ingresos a corto plazo, son propensos a cerrar ante los obstáculos y adversidades, los ingresos percibidos no se reinvierten, sino que se emplean para el gasto, el nivel de innovación es nulo más bien

son llevados a cabo por la creatividad. Pero se ha evidenciado que los emprendimientos donde el motor es la innovación no tanto por la creatividad son perdurables, rentables e impactan la economía de los países.

#### *Actividad emprendedora por Oportunidad.*

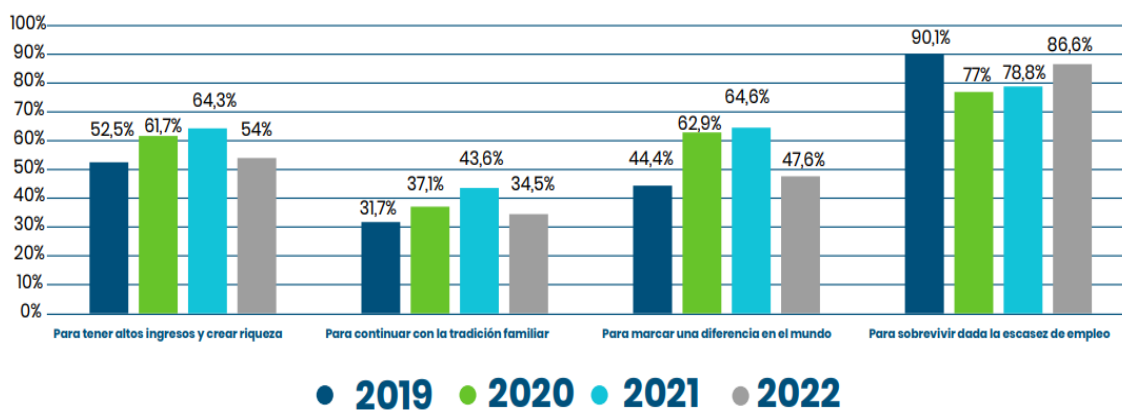
Por otro lado, la segunda tendencia es a la creación de *emprendimientos por oportunidad* (NEA: Necessity Entrepreneurship Activity), se da más por poseer una cultura y mentalidad de ver oportunidades latentes donde hay necesidades y problemáticas en la sociedad, aunque ello implique un riesgo (Rodríguez, 2008). Un factor determinante en esta tendencia es la innovación, lo que conlleva a proyectos que perduran en el mediano y largo plazo generando valor agregado junto con aprovechamiento de las oportunidades que el mercado ofrece.

#### *Motivos del emprendedor*

Con los resultados de los informes obtenidos por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es posible evaluar la motivación para crear empresa desde cuatro categorías más allá de la necesidad y la oportunidad. Lo anterior, a partir del 2019 y las categorías son las siguientes: para tener altos ingresos, para continuar con la tradición familiar, para marcar una diferencia en el mundo y para sobrevivir dada la escasez de empleo. En la tabla a continuación se muestra el comportamiento con cada una de las categorías en los últimos cuatro años:

**Figura 1**

*Motivación de los empresarios TEA en Colombia (2019 – 2022)*



Fuente: Martínez et al. (2023).

Es posible deducir que con la situación económica en Colombia la categoría con mayor porcentaje como motivación para crear empresa es para sobrevivir dada la escasez de empleo, en segundo lugar, para tener altos ingresos y crear riqueza, siguiente el motivante para marcar una diferencia en el mundo y por último con porcentajes más bajos, para continuar la tradición familiar. En vista que el desempleo ha ido aumentando cada vez más, el costo de vida para los colombianos es más alto, el mercado laboral es competitivo lo que dificulta el obtener un empleo, se entiende que los colombianos emprenden por necesidad mayormente y en segundo lugar por oportunidad.

## Metodología

Esta investigación es descriptiva con enfoque metodológico mixto puesto que sugiere la recopilación de datos cuantitativos y cualitativos para obtener información acerca de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de la ZAO.

Diseño de muestreo: El tipo de muestreo es probabilístico ya que se tomará un grupo aleatorio de estudiantes de la población (estudiantes de la UNAD Zona Amazorinoquía), al cual se le aplicará el instrumento de investigación y los resultados se generalizarán a toda la población.

Método de recolección de datos: Encuestas en línea enviadas al correo institucional de los estudiantes. Por medio de llamadas telefónicas se les hará conocer su participación en la investigación.

Análisis de datos: Se analizará la información recolectada por medio del análisis cualitativo y la estadística descriptiva.

La muestra que analizamos es una muestra homogénea puesto que los individuos del grupo a investigar presentan características similares.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

**Población**

Total Zona Amazorinoquía: 8.489 estudiantes

Escuela ECACEN: 1.459

Escuela ECAPMA: 1.186

Población: 2.645 n= 114 Encuestas logradas: 129

**Línea de Investigación**

Gestión de la innovación y del conocimiento

**Instrumento de recolección de información**

Encuesta

<https://forms.office.com/r/24Cbh9h2f4>

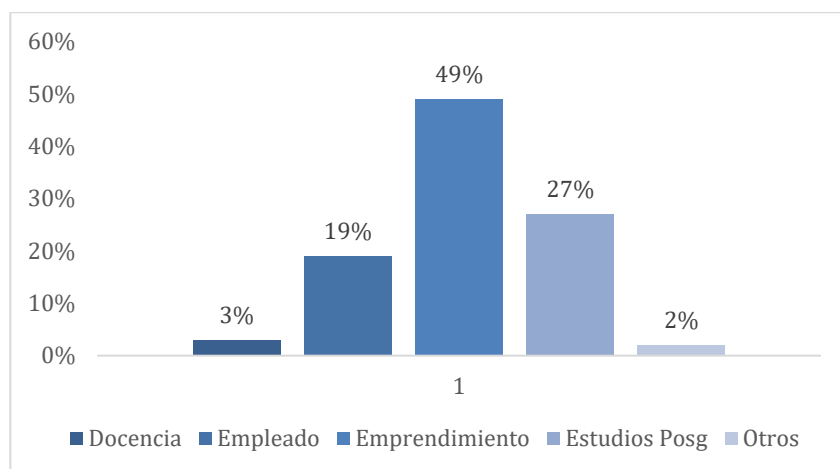
## Resultados

### Intención emprendedora desde el ámbito académico

Al aplicar la encuesta como instrumento de investigación en 129 estudiantes de la escuela ECACEN y ECAPMA de la Zona Amazorinoquía de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, se obtuvieron los siguientes resultados:

**Figura 2**

*Actividad considerada por el estudiante al concluir sus estudios*

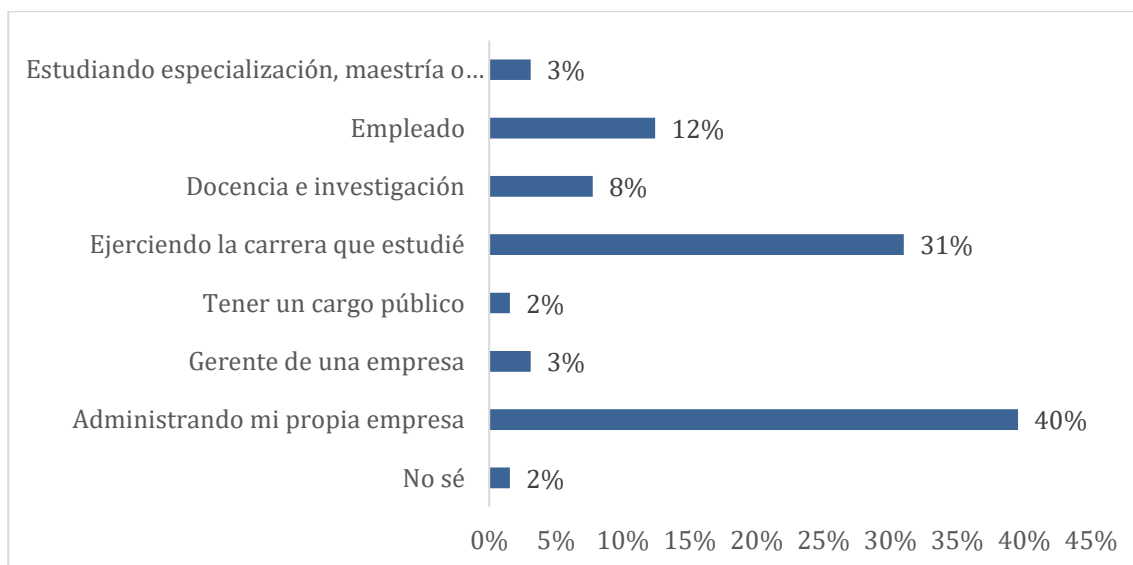


*Fuente. Autor*

Al preguntar qué actividad desean realizar al concluir sus estudios, el 49% de los estudiantes afirmó tener interés en realizar un proyecto de emprendimiento frente a un 51% que no desean emprender porque planean realizar otra actividad. Dentro de las actividades planeadas el 27% afirma realizará un estudio de posgrado, el 19% buscará un trabajo y será empleado, el 3% ejercerá la docencia y el 2% hará otra actividad no definida. Con este resultado, se deduce que la mayor parte de los estudiantes está interesada en crear, innovar y ejecutar un plan de negocio y no depender de un tercero para ser empleado sino ser empleador.

**Figura 3**

*Actividad profesional considerada tras 5 años de concluir los estudios*



*Fuente. Autor*

Con el mayor porcentaje, el 40% de los estudiantes considera como actividad profesional en desarrollo después de 5 años culminado sus estudios de pregrado estar administrando su propio negocio, en segundo lugar, el 31% indica ejercerá la carrera que estudió, en tercer lugar, con el 12% considera estar trabajando como empleado. Con menor porcentaje del 2% aspira tener un cargo público y otro 2% no sabe.

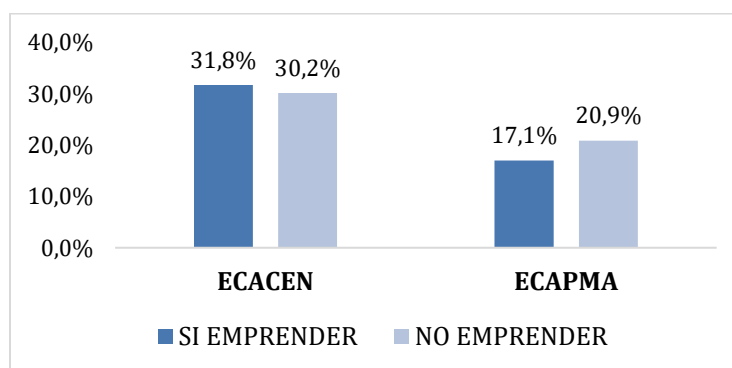
Del total de las encuestas aplicadas (129), 80 corresponde a estudiantes de las diferentes carreras de la escuela ECACEN (Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios) y 49 a estudiantes de la escuela ECAPMA (Escuela de Ciencias Agrícolas, Pecuarias y del Medio Ambiente).

Al calcular los resultados por las escuelas en mención se obtiene que, el 31,8% de los estudiantes ECACEN tienen interés emprendedor y el 30,2% no. De la escuela ECAPMA, con un

menor porcentaje de 17,1% afirma tener interés emprendedor y con 20,9% quienes desean realizar otra actividad.

**Figura 4**

*Intención emprendedora en ECACEN y ECAPMA*



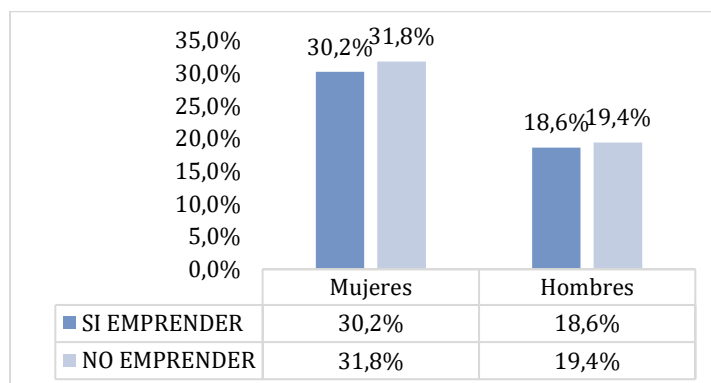
*Fuente. Autor*

De acuerdo con lo anterior, la escuela ECACEN tiene mayor tendencia a emprender con respecto a la escuela ECAPMA, sin embargo, al analizar solo esta escuela, la diferencia entre el porcentaje de quienes desean emprender con quienes no es bajo, siendo 1,6%.

### Resultados según información básica de los estudiantes

**Figura 5**

*Intención emprendedora por género*

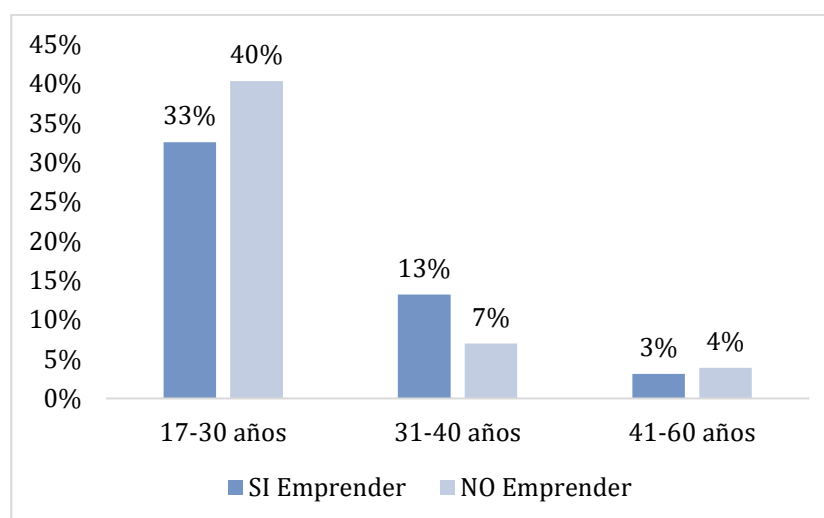


*Fuente. Autor*

En cuanto a género, en total fueron encuestados 49 hombres y 80 mujeres. Según los resultados, con un 30,2%, son las mujeres quienes tienen un mayor espíritu emprendedor frente a un 18,6% de los hombres. Esto de acuerdo con Rodríguez (2008), en los últimos años la tendencia al emprendimiento ha estado aumentando más en las mujeres que en los hombres, las mujeres tienden a emprender por necesidad mientras que los hombres por oportunidad.

**Figura 6**

*Intención emprendedora por edad*



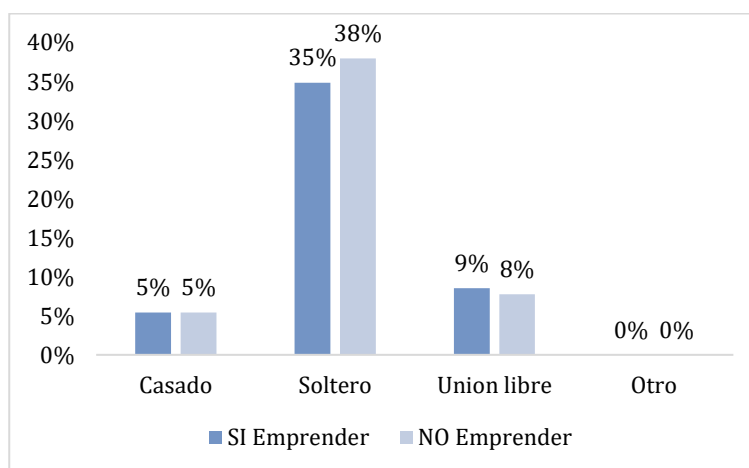
*Fuente. Autor*

La mayor cantidad de estudiantes encuestados se encuentra dentro del rango de 17-30 años. De estos, el 40% afirmó no tener interés emprendedor y el 33% sí. Sin embargo, al comparar el interés de Si Emprender entre las edades, el rango con más alto porcentaje de intención emprendedora está comprendido entre los 17 y 30 años con un 33% de un total de 94 encuestados; en segundo lugar, entre 31 y 40 años con el 13% total 26 encuestados y, por último, entre 41 y 60 años con el 3% total 9 encuestados. El rango con mayor porcentaje de Si Emprendedor se tiene que es una población potencial hacia el emprendimiento, son jóvenes

soñadores, con aspiraciones, con un fuerte deseo de ser sus propios jefes ya que la realidad del mercado laboral es complicada pues es difícil obtener empleo en el país.

### Figura 7

*Intención emprendedora de acuerdo con el estado civil*

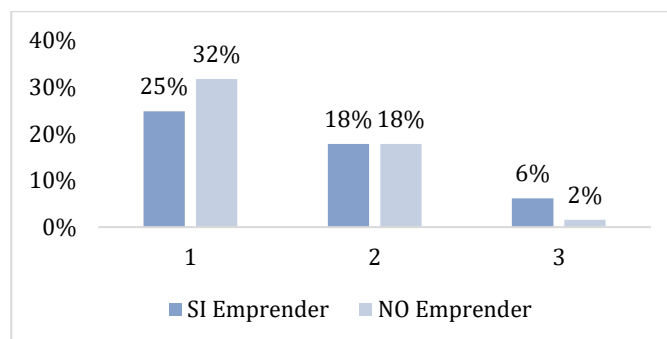


*Fuente.* Autor

Según los resultados, el mayor porcentaje respondió No tener deseo de emprender (38%) y son estudiantes de estado civil soltero. Al analizar la intención emprendedora, con un 35% los estudiantes solteros afirmaron tener interés de emprender y están entre el rango de edad de 17-30 años. A su vez, dentro de esta categoría, el 64% son mujeres y el 36% son hombres. De los estudiantes en unión libre el 9% afirmó tener interés emprendedor y los casados tan solo el 5%.

**Figura 8**

*Intención emprendedora por estrato económico*

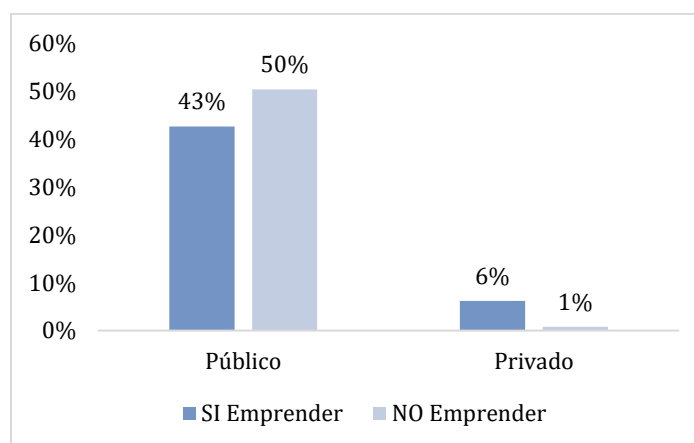


*Fuente. Autor*

De acuerdo con la encuesta, de los estudiantes que pertenecen al estrato 1, el 25% SI desea emprender y el 32% NO desea siendo estos la mayoría. Del estrato 2, se encuentra en igual porcentaje del 18% el espíritu emprendedor de quienes si lo tienen y quienes no. En cuanto al estrato 3 con un porcentaje menor respecto a todos los estratos, con un porcentaje del 6% desean emprender y 2% que NO. Estudiantes de estrato 1, son los que tienen mayor espíritu emprendedor.

**Figura 9**

*Tipo de colegio del cual es egresado*



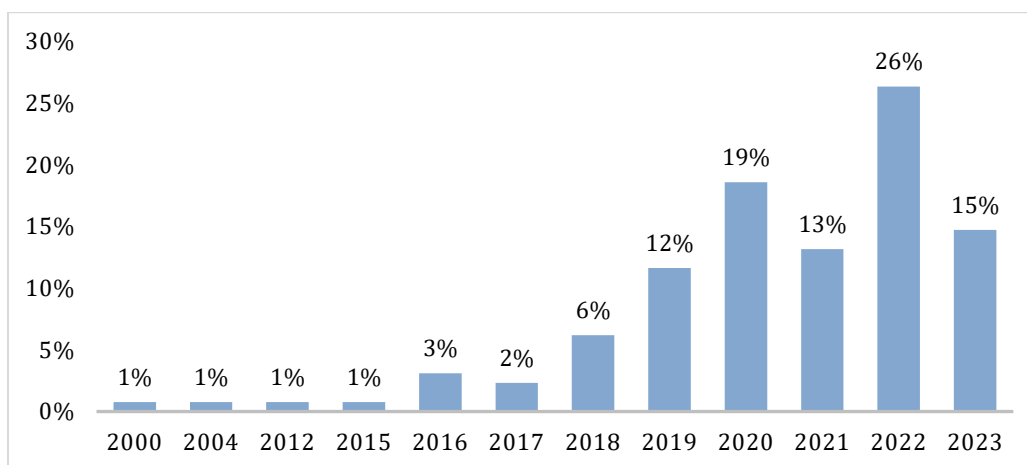
*Fuente. Autor*

El 93% de los encuestados son egresados de colegios públicos y el 7% de colegios privados. De los estudiantes egresados de colegios públicos, el 43% tienen intención emprendedora y el 50% no. De los estudiantes egresados de colegios privados, el 6% tienen espíritu emprendedor y el 1% no.

### Resultados relacionados con información académica profesional

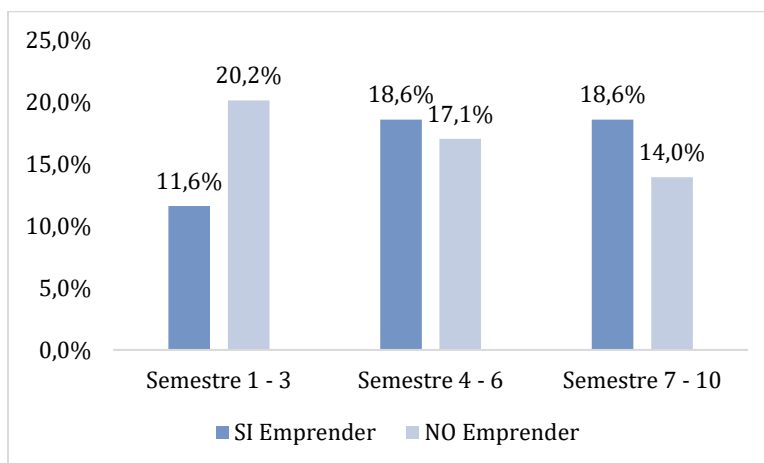
**Figura 10**

*Año de ingreso a la UNAD*



*Fuente. Autor*

De los estudiantes encuestados de las escuelas ECACEN y ECAPMA de la ZAO, la mayoría son estudiantes que ingresaron a la Universidad Nacional Abierta y a Distancia en el año 2022 con un porcentaje del 26%, en segundo lugar, con el 19% estudiantes que iniciaron en el año 2000 y en tercer lugar con el 15% en el año 2023. Con un menor porcentaje ingresaron en el 2000, 2004, 2012 y 2015 con un porcentaje del 1% de estudiantes cada uno de estos años.

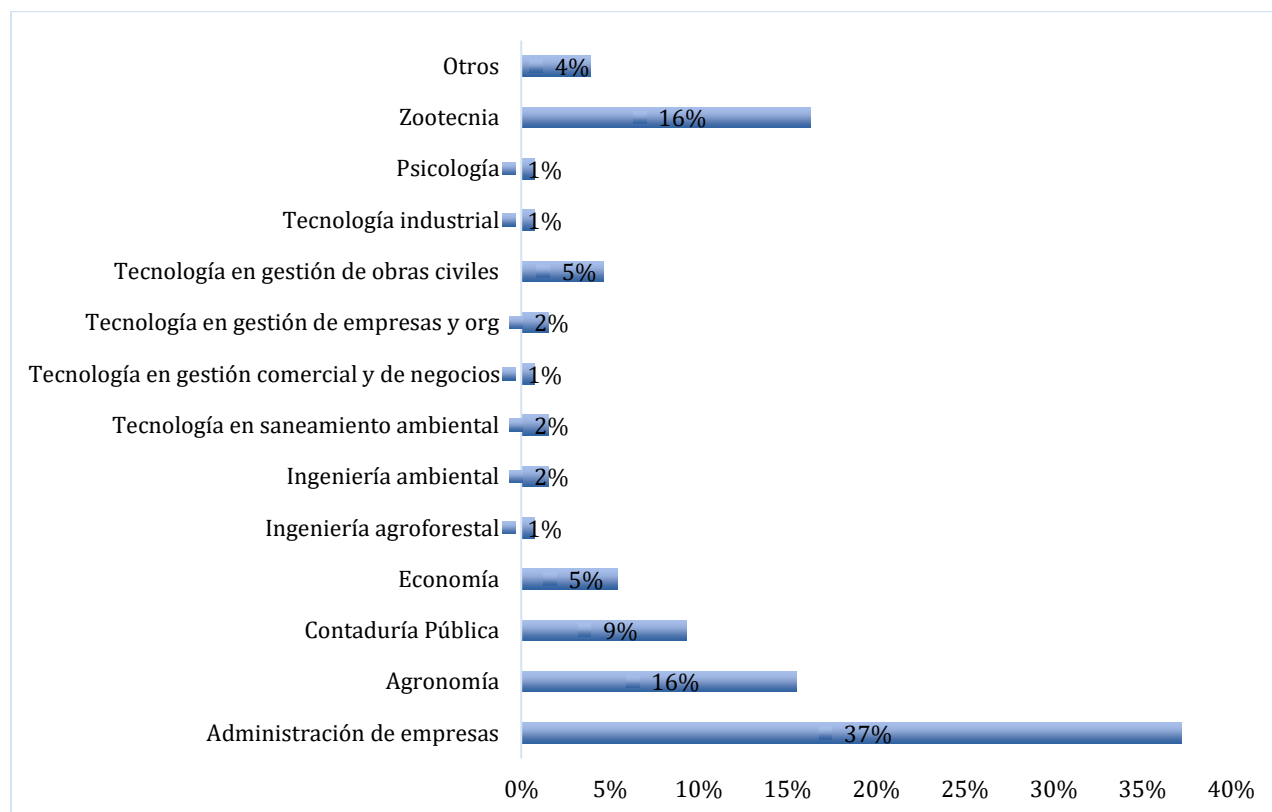
**Figura 11***Avance en carrera universitaria*

*Fuente. Autor*

La mayoría de los emprendedores están en etapa media o final de su carrera profesional. Sumado a esto, los universitarios con deseo de emprender son egresados de escuelas y colegios públicos que de colegios privados de la zona Amazorinoquía, lo que puede indicar que el enfoque de la educación pública hacia la cultura del emprendimiento se está fortaleciendo. De acuerdo con los resultados quienes desean emprender se han visualizado iniciando sus emprendimientos al finalizar su carrera profesional, denotando la importancia de capacitarse en primer lugar para ofrecer un bien o un servicio a la comunidad y poder tener el tiempo necesario para dedicarlo a ello. Se proyectan a 5 años tener su propio negocio, ser independientes y gerenciar un emprendimiento acorde a su carrera de estudio profesional.

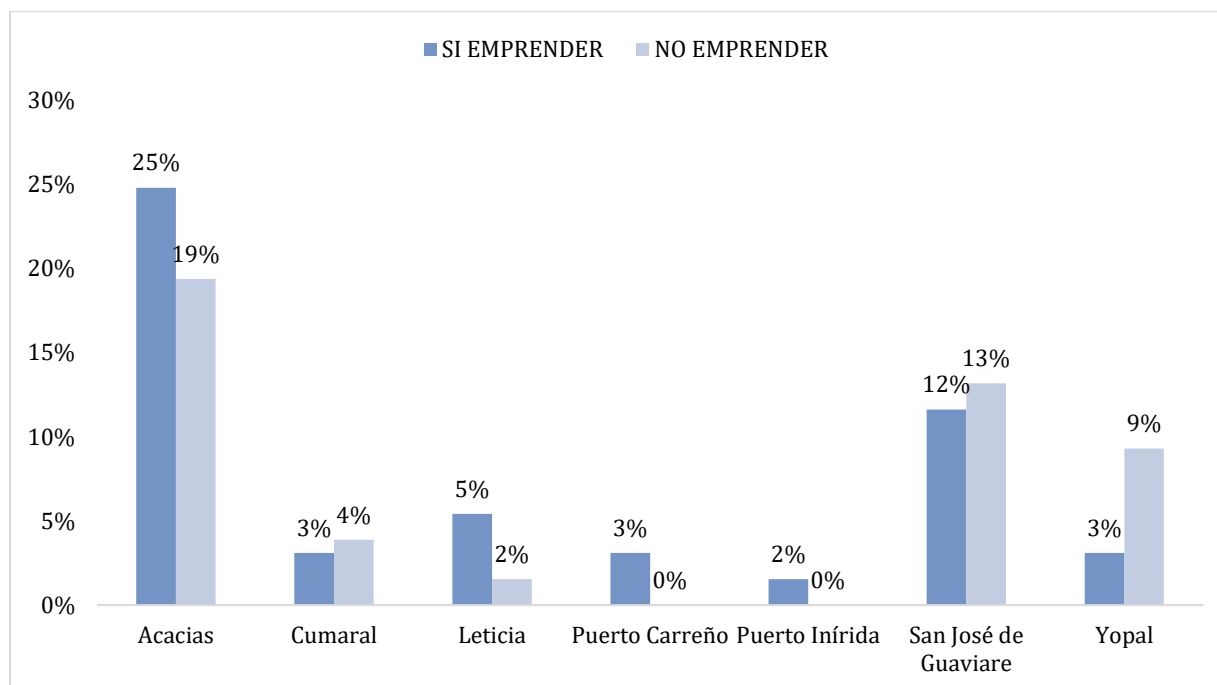
**Figura 12**

*Porcentaje encuestados por programa académico*



*Fuente. Autor*

De los estudiantes encuestados de las escuelas ECACEN y ECAPMA de la ZAO, con el mayor porcentaje del 37% corresponde a estudiantes de la carrera de Administración de empresas, en segundo y tercer lugar con porcentaje del 16% cada una, las carreras de Agronomía y Zootecnia, y en cuarto lugar con el 9% la carrera de Contaduría Pública.

**Figura 13***Intención emprendedora por Centro - UNAD**Fuente. Autor*

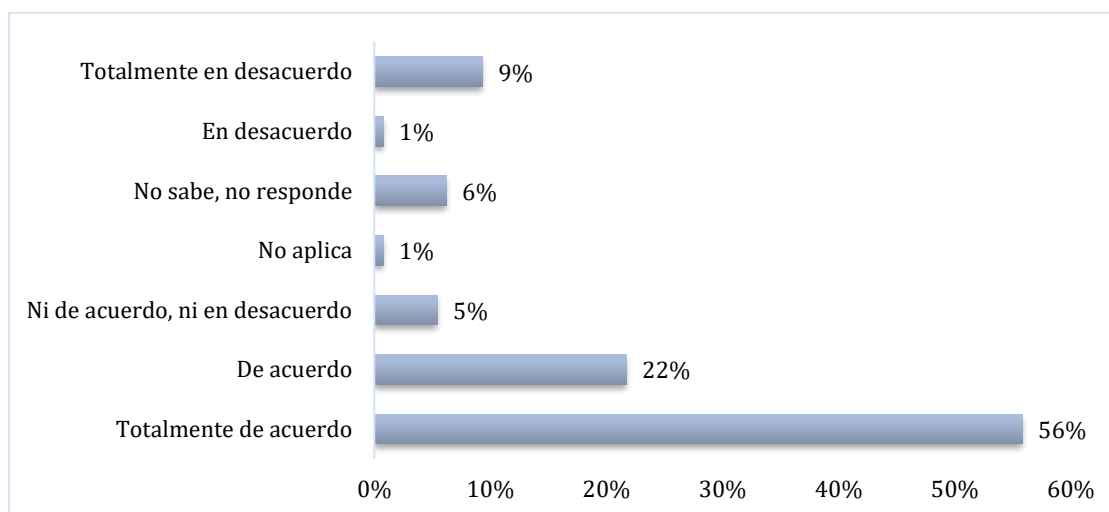
Los centros de la UNAD que pertenecen a la Zona Amazorinoquía en los cuales se aplicó la encuesta son: Acacias, Cumaral, Leticia, Puerto Carreño, Puerto Inírida, San José de Guaviare y Yopal. La mayor cantidad de estudiantes encuestados pertenecen al centro de Acacias, San José del Guaviare y Yopal. Según los resultados, el centro con mayor cantidad de estudiantes con intención emprendedora es del centro de Acacias con el 25%, en segundo lugar, de San José del Guaviare con el 12% y la menor cantidad de emprendedores del centro de Puerto Inírida el 2%.

## Decisiones de los estudiantes frente al emprendimiento

Las siguientes respuestas hacen referencia a preguntas relacionadas con la decisión de los estudiantes de ser emprendedores.

### Figura 14

*Decisión 1 Tengo la firme intención de crear una empresa algún día.*

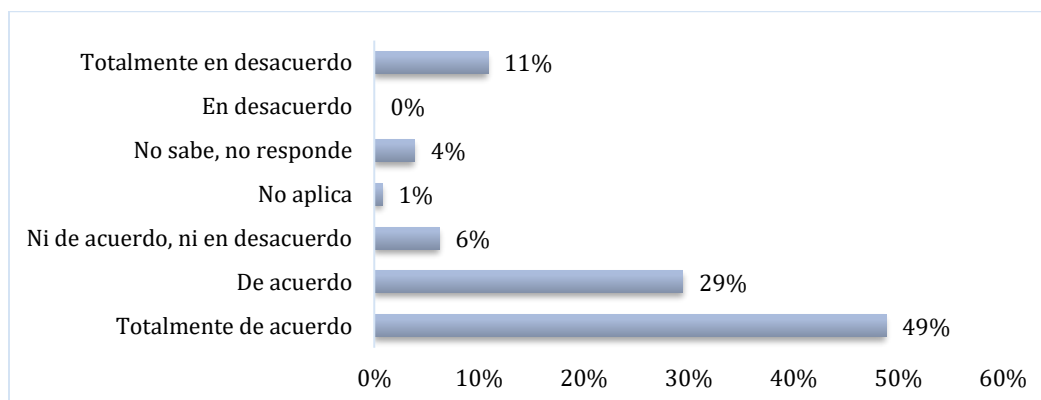


*Fuente. Autor*

El 56% de los estudiantes ha pensado seriamente en iniciar una empresa, se han determinado a crear y harán cualquier cosa por ser emprendedores; el 22% tienen deseos de emprender, pero no están totalmente de acuerdo en crearla a corto plazo; el 6% no está interesado en temas relacionados al emprendimiento, su opinión es neutra; el 1% no tiene intención de emprender y el 9% está convencido de que no va a emprender ya sea por estudiar un postgrado o ser empleado. A su vez, está en desacuerdo que la universidad provea un ambiente para ser emprendedor.

**Figura 15**

*Decisión 2 Haré todo lo posible por iniciar y dirigir mi propia empresa*

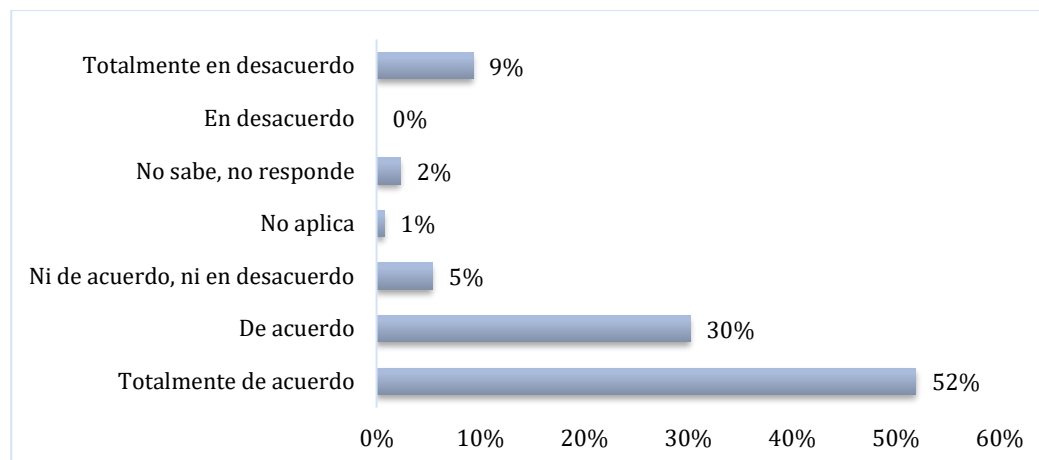


*Fuente. Autor*

De los resultados obtenidos, se tiene que el 49% de los estudiantes de la ZAO está totalmente de acuerdo que hará todo lo posible por iniciar y dirigir su propia empresa, el 29% está de acuerdo y el 11% totalmente en desacuerdo.

**Figura 16**

*Decisión 3 Estoy determinado a crear una empresa en el futuro*

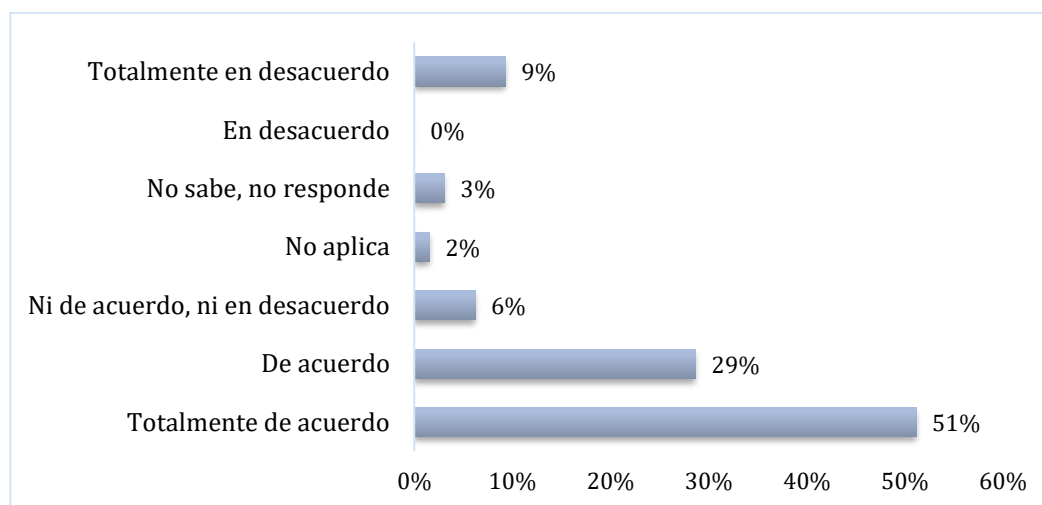


*Fuente. Autor*

De acuerdo con los resultados obtenidos, el 52% de los estudiantes está totalmente de acuerdo que están determinados en crear una empresa en el futuro, el 30% está de acuerdo, el 9% están totalmente en desacuerdo y el 5% ni de acuerdo ni en desacuerdo, tienen una opinión neutra del tema. Con estos datos, se puede deducir que la más de la mitad de los estudiantes tienen la determinación en crear empresa, por tanto, son potenciales emprendedores.

**Figura 17**

*Decisión 4 Mi meta profesional en convertirme en emprendedor*

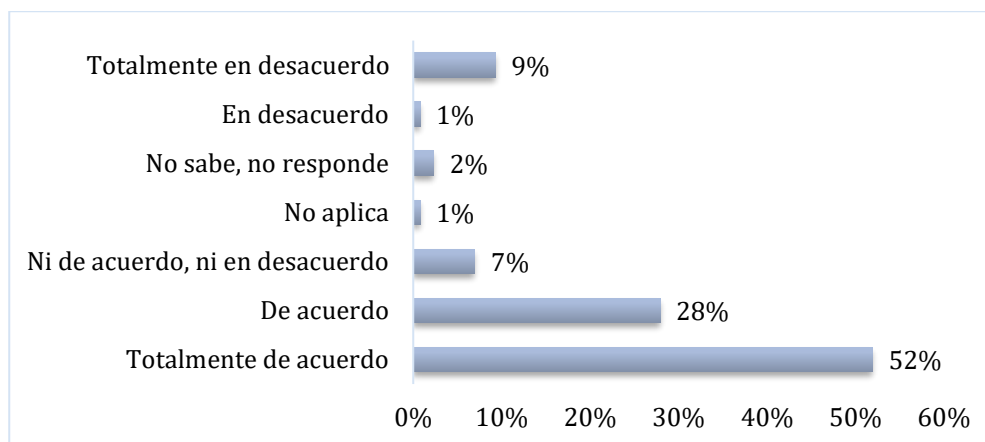


*Fuente. Autor*

El 51% de los estudiantes de la ZAO, están totalmente de acuerdo en que su meta profesional es convertirse en emprendedor, el 29% está de acuerdo, el 9% totalmente en desacuerdo y el 6% ni de acuerdo ni desacuerdo. La mayor parte de los estudiantes tienen la meta de ser emprendedores.

**Figura 18**

*Decisión 5 He pensado seriamente en iniciar una empresa*

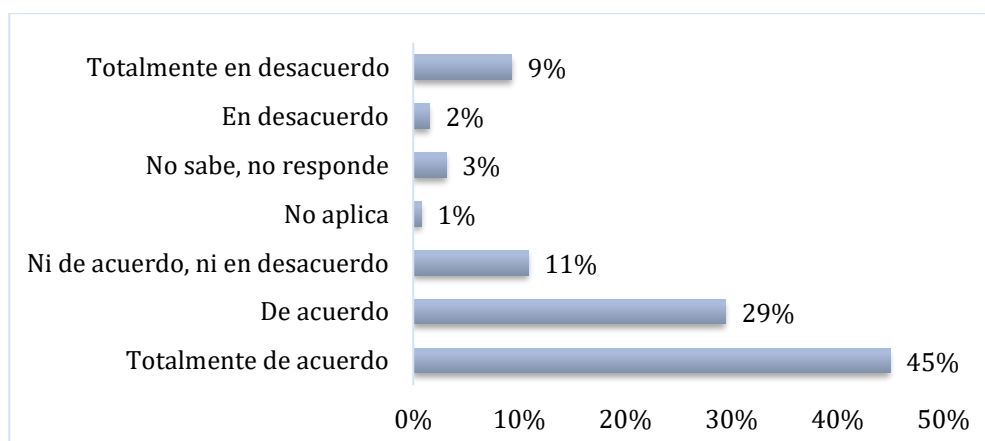


*Fuente. Autor*

El 52% de los estudiantes de las escuelas ECACEN y ECAPMA de la ZAO ha pensado seriamente en iniciar una empresa, el 28% está de acuerdo, el 9% totalmente en desacuerdo y el 1% no aplica. De lo anterior, es posible deducir que más de la mitad de los estudiantes de la ZAO tienen intención emprendedora.

**Figura 19**

*Decisión 6 Haría cualquier cosa para ser emprendedor*



*Fuente. Autor*

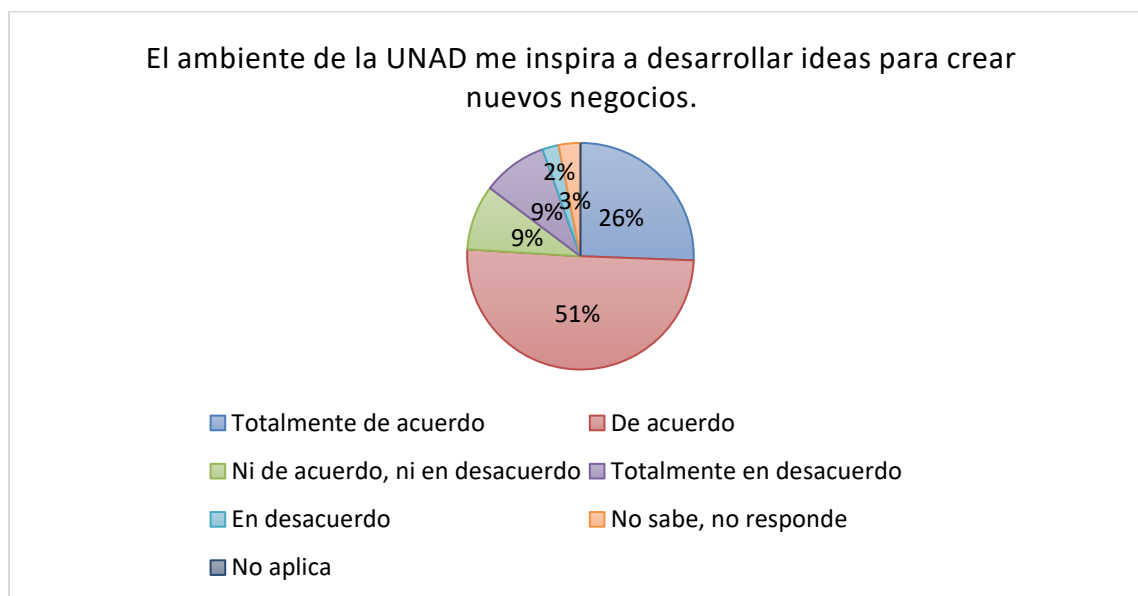
El 45% de los estudiantes de la ZAO está totalmente de acuerdo que hará cualquier cosa para ser emprendedor, el 29% está de acuerdo, el 11% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 9% totalmente en desacuerdo, el 2% en desacuerdo y 1% no aplica.

### Percepción de los estudiantes sobre la cultura del emprendimiento y la UNAD

Las siguientes respuestas hacen referencia a la percepción de los estudiantes respecto a la implementación de espacios para desarrollar y fortalecer habilidades relacionadas con la cultura del emprendimiento por parte de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia:

**Figura 20**

*Desarrollo de la innovación*



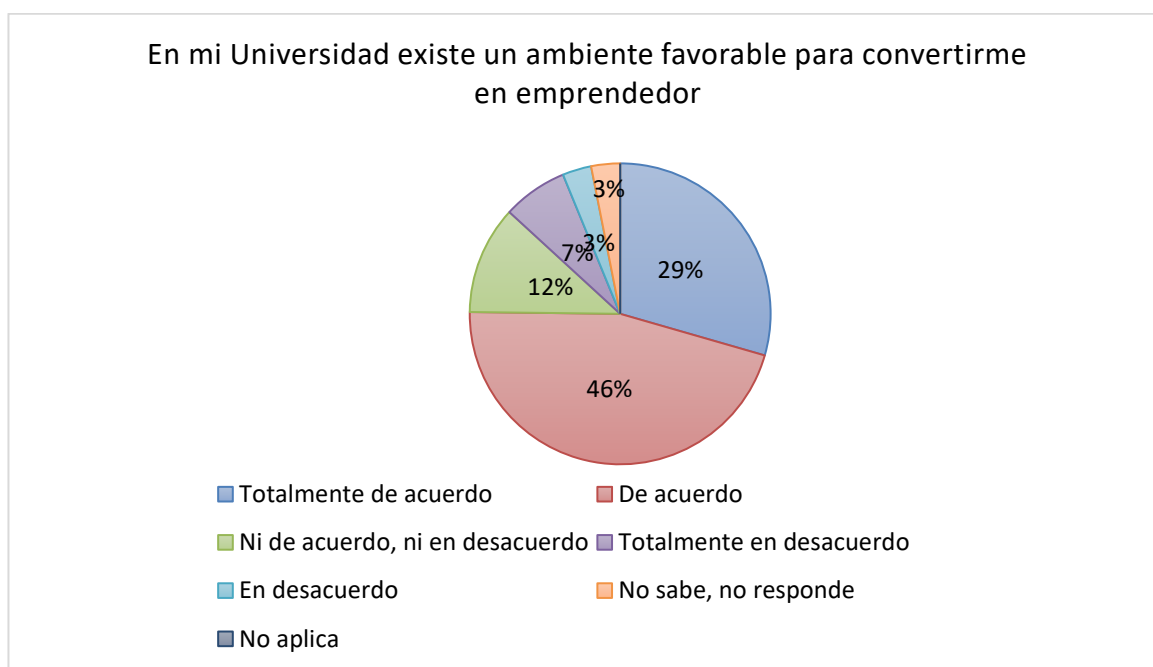
*Fuente. Autor*

Se observa que 65 estudiantes que corresponde a un 51% de la encuesta respondieron estar de acuerdo lo que nos permite interpretar que la mayoría de los Estudiantes Unadistas identifican a la UNAD como un ambiente inspirador que permite desarrollar ideas para la creación de nuevos negocios, por el contrario 12 de los Estudiantes que conforman el 9% están

Totalmente en desacuerdo, 12 estudiantes que componen el 9% de la encuesta están ni de acuerdo, ni en desacuerdo, lo que nos permite analizar que ideas puede implementar la UNAD para reducir o llegar a la totalidad de estudiantes que logren ver en la UNAD un ambiente inspirador.

### Figura 21

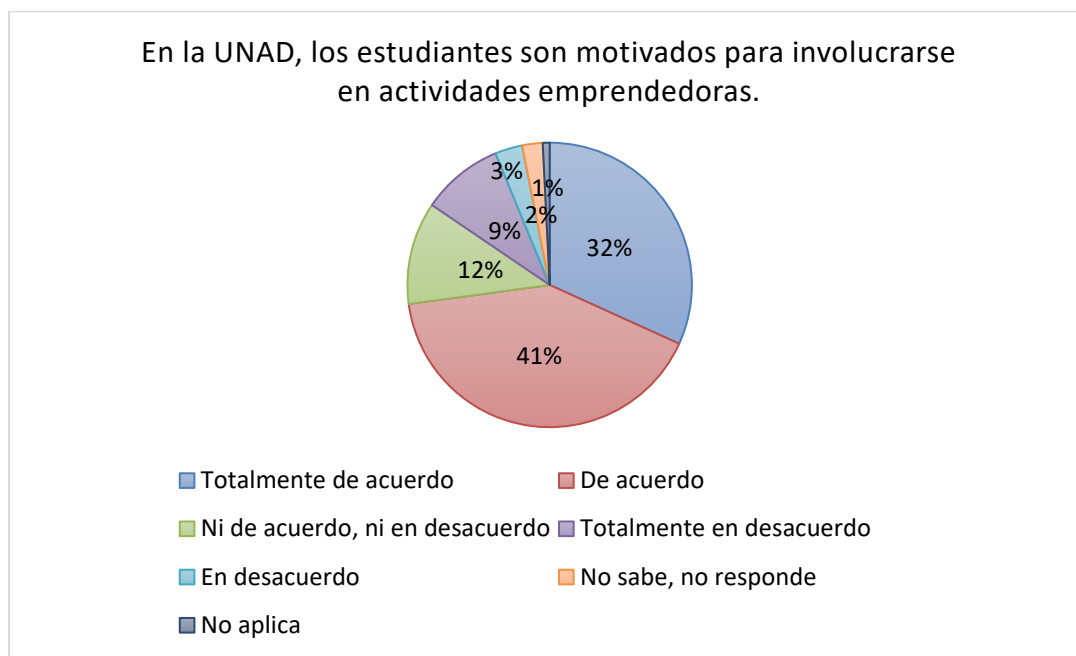
#### *Ambiente para el emprendimiento*



*Fuente.* Autor

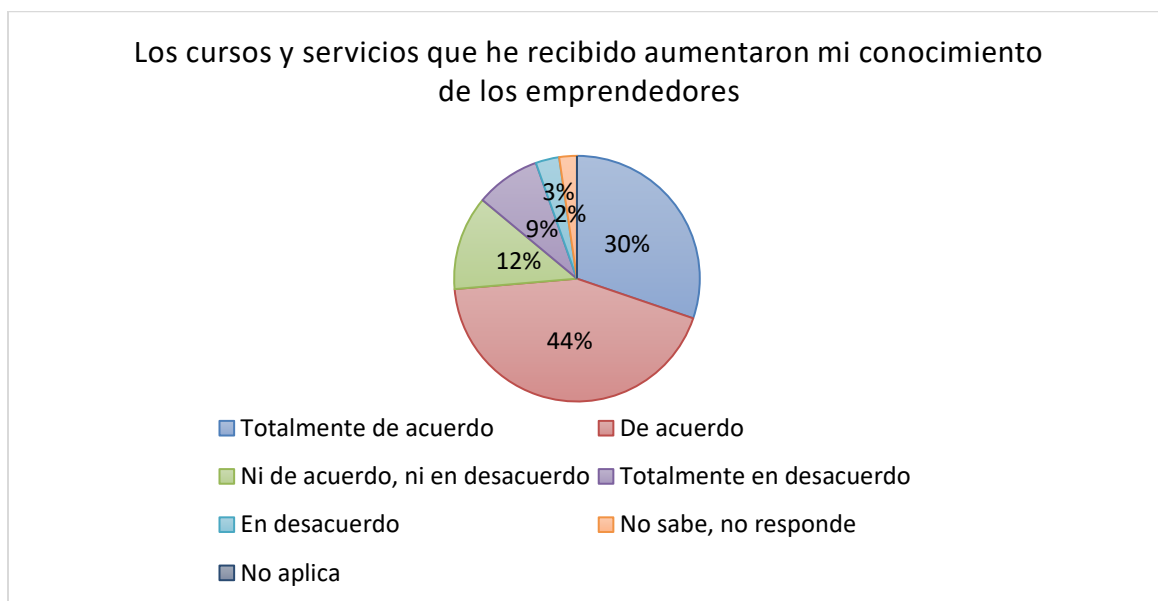
59 estudiantes que corresponde a un 46 % de la encuesta respondieron de acuerdo, lo que se puede interpretar que la mayoría de los Estudiantes Unadistas ven la UNAD como un ambiente favorable para convertirse en emprendedor fortaleciendo así el desarrollo de lo que puede ser nuevos empresarios, por el contrario 9 Estudiantes que conforman el 7 % de la encuesta están totalmente en desacuerdo, 15 estudiantes que componen el 12% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, se debe fortalecer las bases de un ambiente favorable.

Figura 22

*Motivación hacia el emprendimiento*

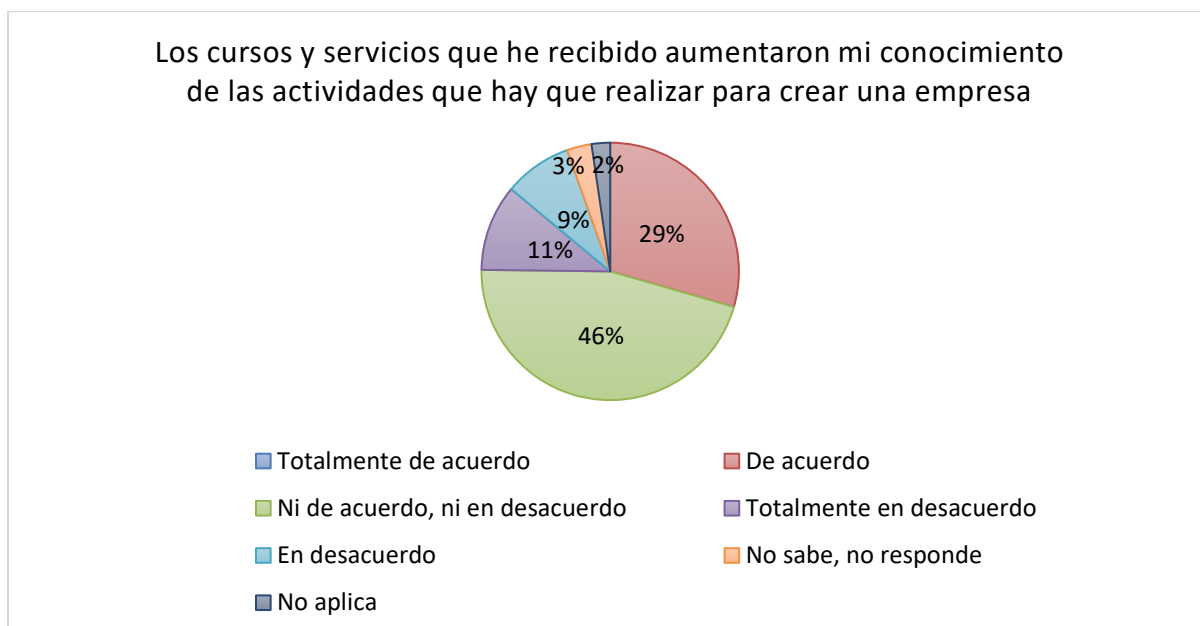
*Fuente.* Autor

Es posible deducir que 53 estudiantes, que corresponde a un 41% de la encuestas respondieron estar de acuerdo, lo que quiere decir que la mayoría de los Estudiantes Unadistas se ven motivados por la UNAD al sentirse involucrados en actividades emprendedoras lo que les permiten crear bases que los enfoque y anime a la posibilidad de generar empresa, por el contrario 12 Estudiantes que conforman el 9% de la encuesta están totalmente en desacuerdo, 15 estudiantes no están ni de acuerdo ni desacuerdo y aunque es mayor el número de estudiantes que están de acuerdo y que se ve de manera positiva para la UNAD es importante realizar actividades novedosas que puedan integrar el 100% de los estudiantes.

**Figura 23***Conocimiento de los emprendedores*

*Fuente. Autor*

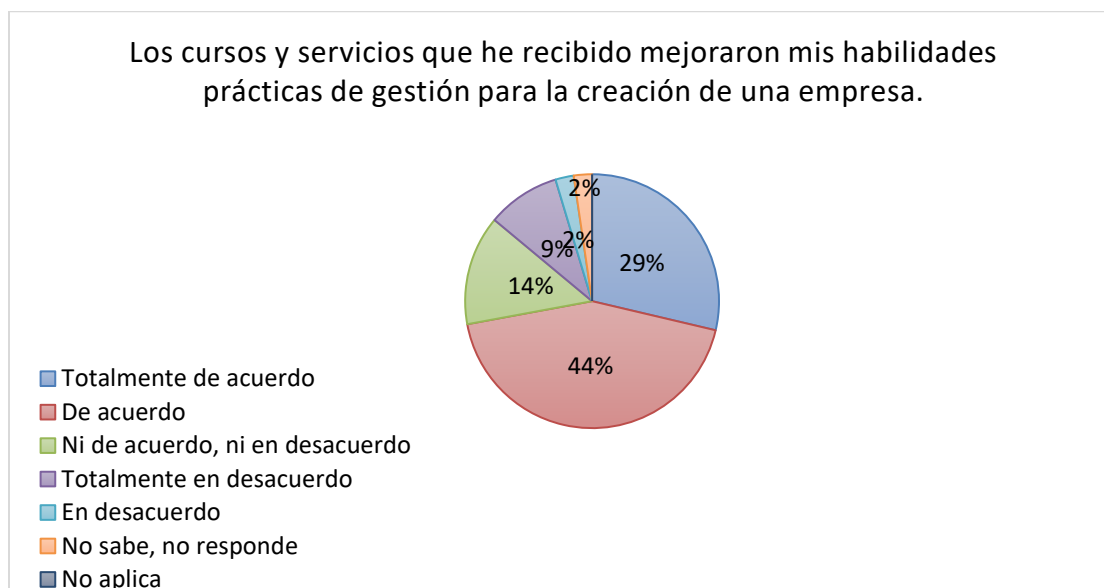
Se identifica que 56 estudiantes, que corresponde a un 43% de la encuesta respondieron estar de acuerdo, lo que nos permite interpretar que la mayoría de los Estudiantes Unadistas mediante los cursos y servicios que recibieron por parte de la UNAD aumentaron el conocimiento de los emprendedores lo que permite generar nuevas ideas de emprendimiento, por el contrario 11 Estudiantes que conforman el 9% de la encuesta están totalmente en, 16 estudiantes están ni de acuerdo, ni en desacuerdo, es importante evaluar este porcentaje de estudiantes con el fin de verificar nuevas ideas en las actividades que se desarrollan mediante los cursos y servicios que presenta la UNAD sobre el emprendimiento.

**Figura 24***Conocimiento acerca de cómo crear empresa*

*Fuente.* Autor

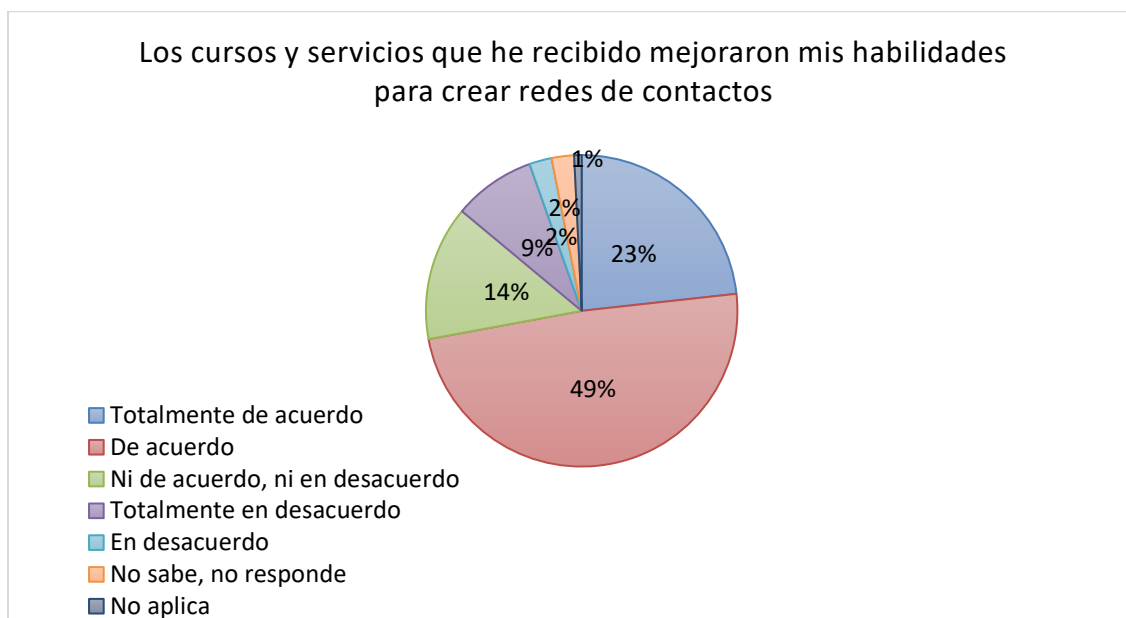
Identificamos una población de 59 estudiantes, que corresponde a un 46% de la encuesta, esta mayor número de estudiantes Unadistas están de acuerdo con las actividades que se desarrollan a través de los cursos y servicios realizados por la UNAD que les permite tener una ampliación de conocimiento en la realización para la creación de empresa, 11 Estudiantes que conforman el 9 % de la encuesta están totalmente en desacuerdo, 14 estudiantes que componen el 11% no tienen claridad ya que no están de acuerdo ni desacuerdo, aunque es un % mínimo es importante crear actividades que puedan ajustarse a la totalidad de estudiantes

Figura 25

*Habilidades para la creación de empresa*

*Fuente.* Autor

Identificamos una población de 56 estudiantes, que corresponde a un 44% de la encuesta esta mayor número de estudiantes Unadistas están de acuerdo con los cursos y servicios que desarrolla la UNAD, optimizando las habilidades direccionadas a la práctica de gestión para la creación de empresa, por otro lado podemos referenciar una mínima de porcentaje del 9% de estudiantes de la encuesta están totalmente en desacuerdo, 18 estudiantes que componen el 14% no tienen claridad ya que están ni de acuerdo ni en desacuerdo, aunque es un % mínimo es importante buscar estrategias y habilidades que lleguen a la totalidad de estudiantes

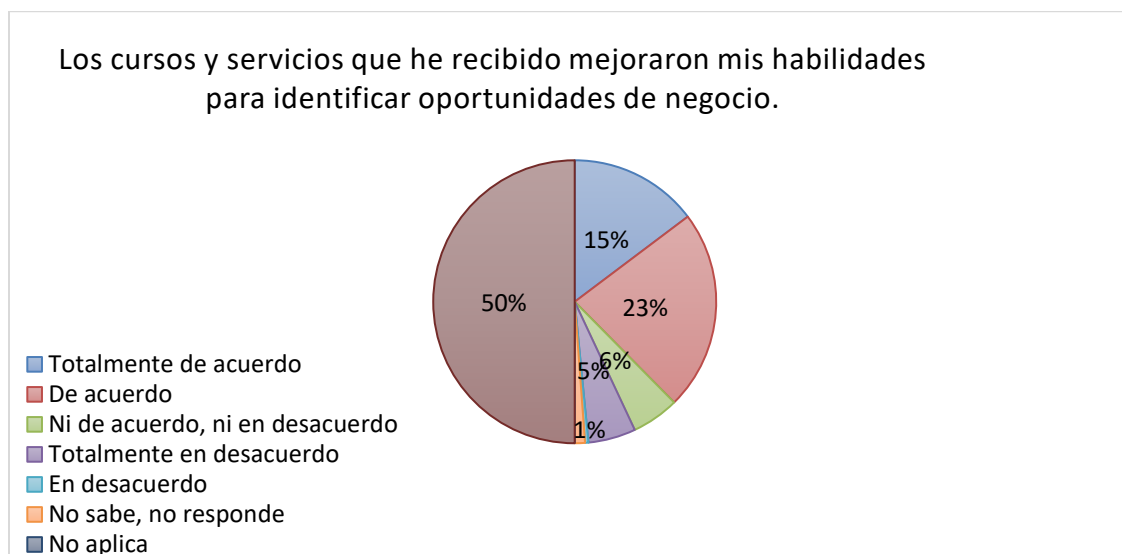
**Figura 26***Habilidades para crear redes de contacto*

*Fuente.* Autor

Identificamos una población de 63 estudiantes, que corresponde a un 49% de la encuesta de estudiantes Unadistas están de acuerdo con los cursos y servicios que desarrolla la UNAD, optimizando las habilidades direccionadas a la creación de redes de contacto que les permite identificar los diferentes gremios, clientes, proveedores y asociaciones que pueden influir en desempeño por otro lado podemos referenciar una mínima de porcentaje del 11% de estudiantes de la encuesta que están totalmente desacuerdo, 18 estudiantes que componen el 14% no tienen claridad ya que están ni de acuerdo, ni en desacuerdo, aunque es un % mínimo es importante buscar estrategias y habilidades que puedan influir positivamente en la totalidad de estudiantes.

**Figura 27**

*Habilidades para identificar oportunidades de negocio*

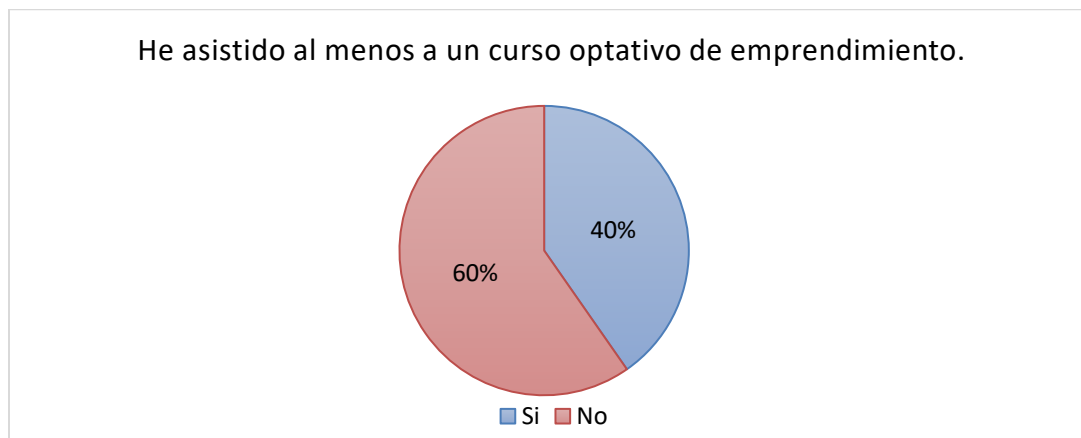


*Fuente. Autor*

Identificamos una población de 59 estudiantes, que corresponde a un 46% de la encuesta esta mayor número de estudiantes Unadistas están de acuerdo con los cursos y servicios que desarrolla la UNAD, optimizando las habilidades direccionadas a la identificación de oportunidades de negocio, lo que permite dar claridad al estudiante que tipo de emprendimiento quiere emprender, por otro lado podemos referenciar una mínima de porcentaje del 11% de estudiantes encuestados están en desacuerdo, 11% no tienen claridad ya que no están de acuerdo ni desacuerdo, aunque la encuesta tiene un porcentaje importante para la UNAD, es importante implementar actividades que les permita desarrollar habilidades.

**Figura 28**

*Asistencia a curso optativo de emprendimiento*

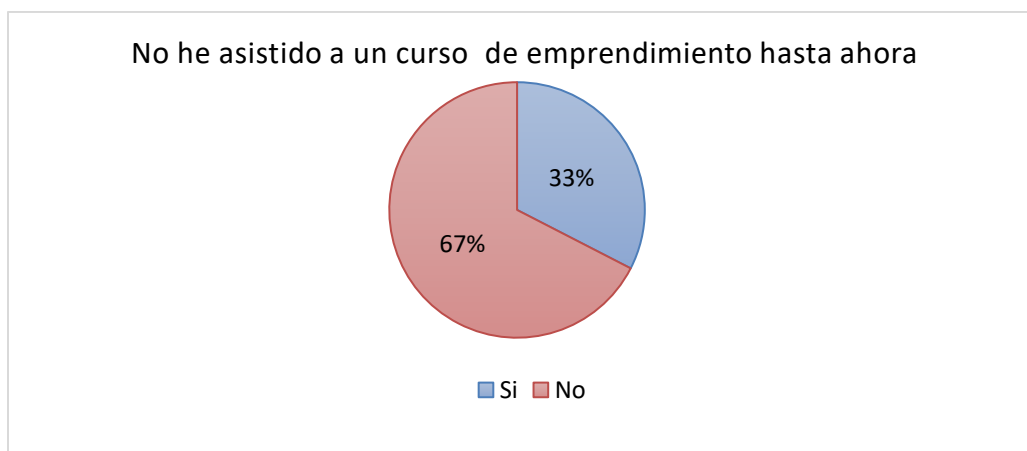


*Fuente. Autor*

Podemos determinar según los encuestados un 60% de los estudiantes NO han participado al menos en un curso Optativo de emprendimiento, así mismo podemos evidenciar un 40% de los estudiantes Unadistas que por el contrario han asistido a un curso Optativo de emprendimiento.

**Figura 29**

*Asistencia a un curso de emprendimiento*

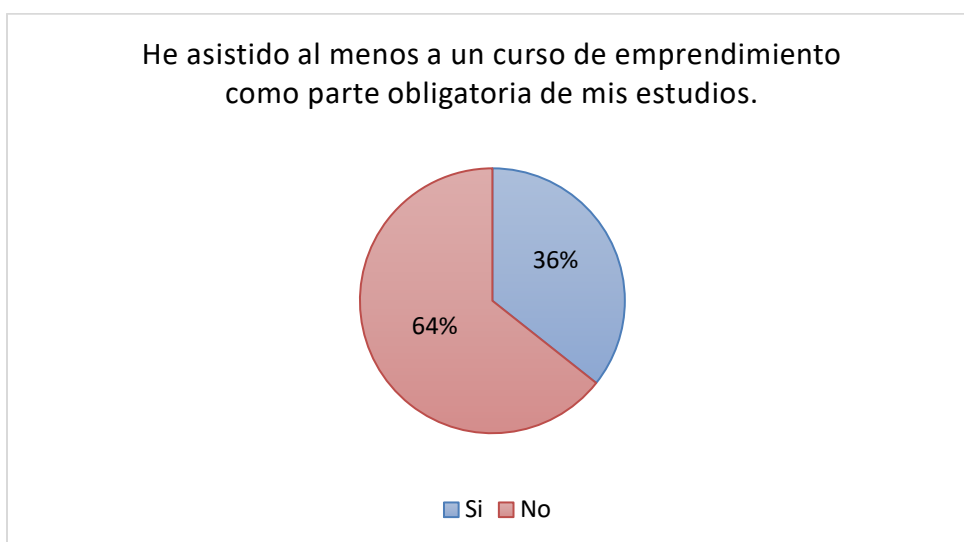


*Fuente. Autor*

Podemos determinar según los encuestados un 67% de los estudiantes NO han participado en un curso de emprendimiento, así mismo podemos evidenciar un 33% de los estudiantes Unadistas que por el contrario SI han asistido a un curso Optativo de emprendimiento.

### Figura 30

*Asistencia a curso de emprendimiento obligatorio*

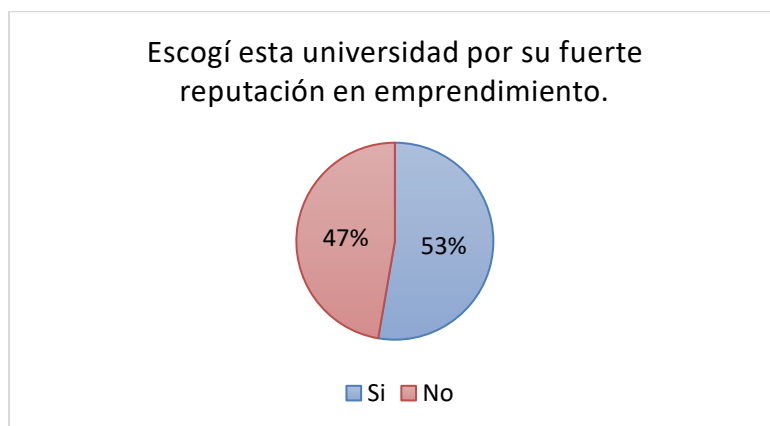


*Fuente. Autor*

Podemos identificar que 83 estudiantes Unadistas correspondientes al 64% de la encuesta NO han asistido al menos a un curso de emprendimiento como parte obligatoria de mis estudios, esto puede deberse a que un 32% de los estudiantes cursan entre el 1 y 3 semestre y todavía no han visto el curso de emprendimiento según la malla curricular, mientras que 36% de los estudiantes Sí asistido a un curso de emprendimiento.

**Figura 31**

*Elección de la UNAD por reputación en emprendimiento*



*Fuente. Autor*

Determinamos que con un 53% de estudiantes que contestaron la encuesta de manera afirmativa, ven la UNAD como una fuerte reputación de emprendimiento siendo uno de los importantes motivos de elección para estudiar en esta prestigiosa universidad, con un 47% de estudiantes que contestaron de manera Negativa, lo que podemos deducir que no ven la UNAD como la universidad de fuerte reputación en cuanto al emprendimiento.

**Figura 32**

*Estudio actual en emprendimiento*

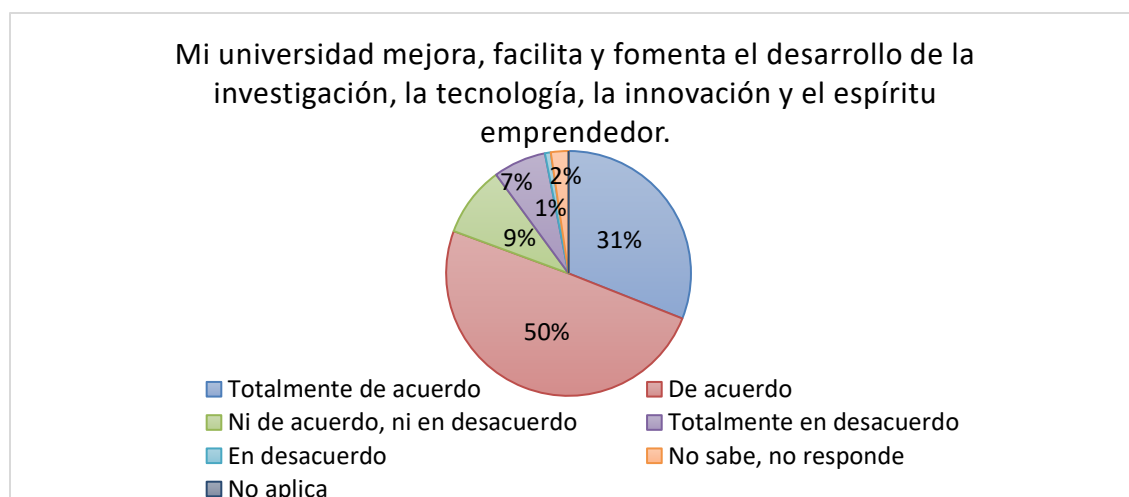


*Fuente. Autor*

En similitud de un 50 % de estudiantes que participan en un programa específico en emprendimiento, contra un 50% de estudiantes que no asistente a un curso actualmente, identificamos a ese 50% que no participa de ningún programa, lo que indica que debemos llegar a este 50% para fomentar o desarrollar nuevas estrategias motivacionales y que sean de interés con el fin de que sea mayor la participación de estudiantes que deseen interesarse por este tipo de actividades encaminadas al desarrollo y habilidades en el sector emprendedor.

### Figura 33

*Percepción hacia la UNAD en el desarrollo de la cultura emprendedora*



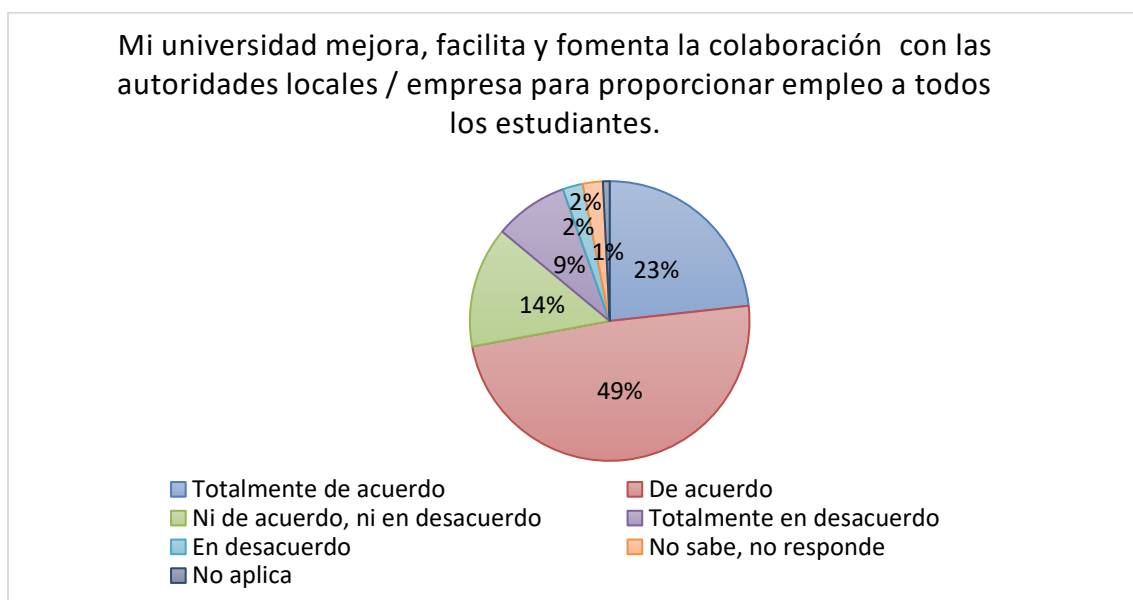
*Fuente. Autor*

Determinamos una población de 64 estudiantes, que corresponde a un 50% de la encuesta, este mayor número de estudiantes Unadistas están de acuerdo con que la UNAD optimizar, simplificar y promueve el desarrollo de la investigación, la tecnología, la innovación y el espíritu emprendedor, lo que permite al estudiante las habilidades y herramientas para emprender, por otro lado podemos referenciar una mínima de porcentaje del 7% de estudiantes encuestados están totalmente en desacuerdo, 12% no tienen claridad ya que no

están de acuerdo ni en desacuerdo, aunque la encuesta tiene un porcentaje importante para la UNAD, es importante verificar las opciones para que el 19% de los encuestados sientan este tipo de acompañamiento de la UNAD en cuanto a este tipo de herramientas.

### Figura 34

*Percepción hacia la UNAD y su colaboración en la proporción de empleo*



*Fuente. Autor*

Determinamos una población de 63 estudiantes, que corresponde a un 49% de la encuesta, este mayor número de estudiantes Unadistas están de acuerdo con que la UNAD optimiza, simplifica y promueve la colaboración de autoridades locales y empresas para proporcionar empleo a los estudiantes, lo cual disminuye el desempleo y permite a los estudiantes ubicarse a actividades remuneradas, por eso es de importancia la creación de empresas (emprendimientos y emprendedores) que permitan aumento de empleo, disminuye la pobreza y ayuda a la economía de un país, por otro lado podemos referenciar una mínima de porcentaje del 9% de estudiantes encuestados que están Totalmente en desacuerdo, 14% de

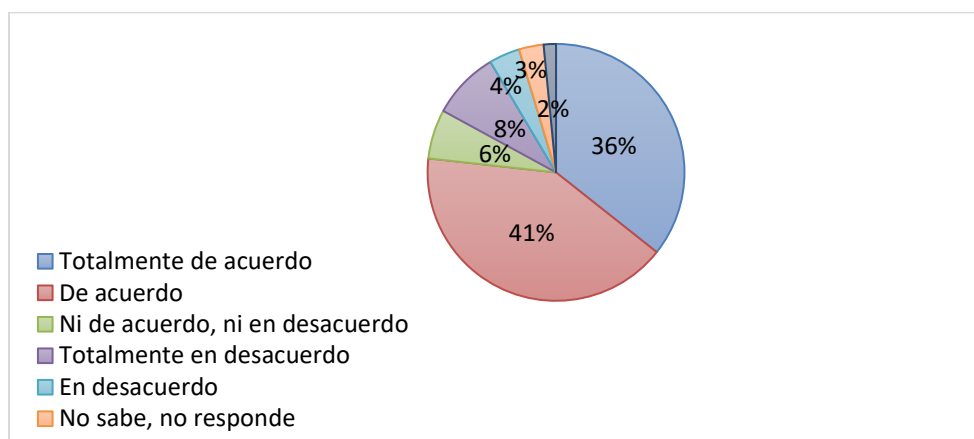
los estudiantes están ni de acuerdo, ni en desacuerdo, aunque la encuesta tiene un porcentaje importante para la UNAD, es importante verificar las opciones para que la totalidad de los encuestados sientan este mismo apoyo y beneficio que la UNAD suministra.

### Percepción de los estudiantes frente al apoyo de terceros

Se indagó a los estudiantes por parte quién reciben apoyo incondicional para adelantar sus proyectos personales de investigación y/o emprendimiento, y estos son los resultados:

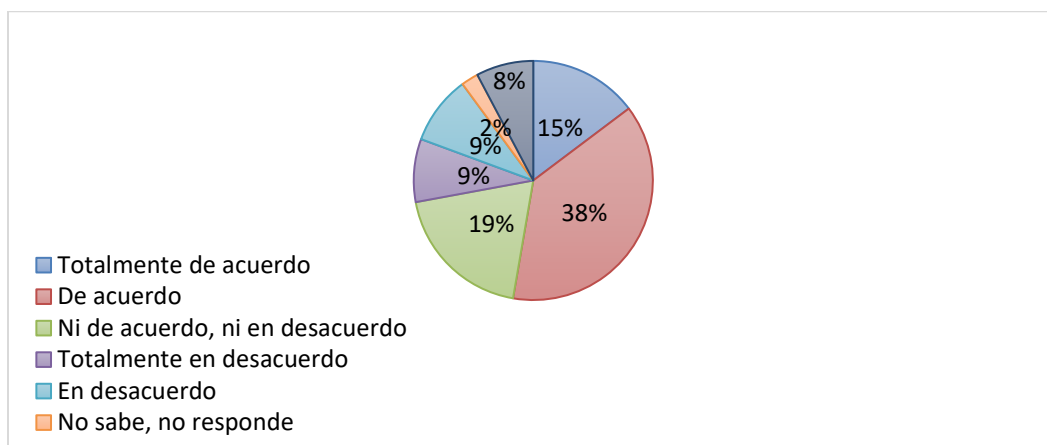
#### Figura 35

*Apoyo de la familia más cercana*



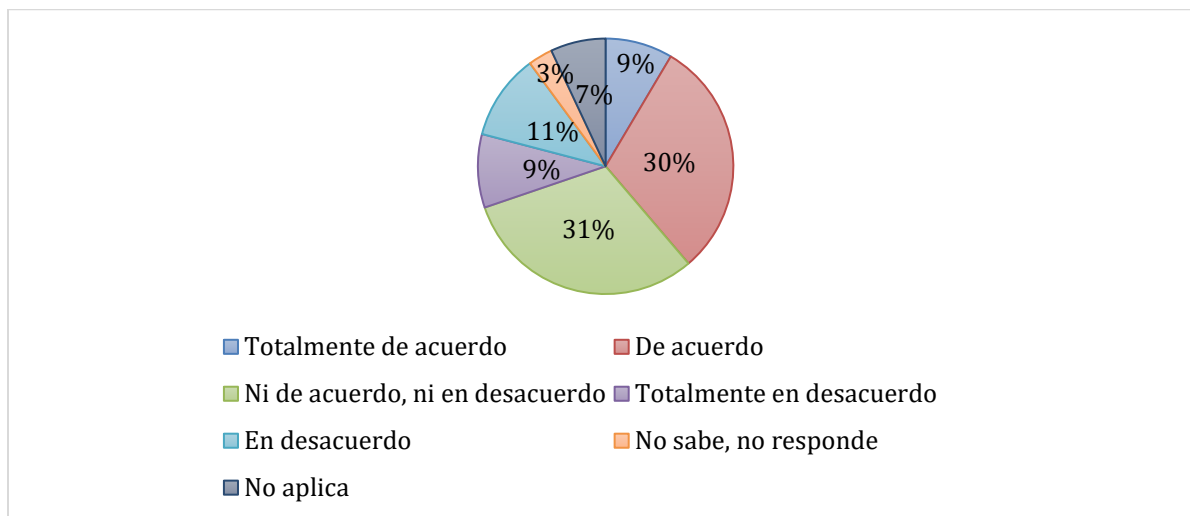
*Fuente. Autor*

Identificamos que 53 estudiantes, que corresponde a un 41% de la encuesta, este mayor número de estudiantes Unadistas están de acuerdo al manifestar que reciben el apoyo incondicional de su familia más cercana a la hora de adelantar sus proyectos personales entre los que se encuentra la investigación y el emprendimiento, por otro lado podemos determinar una mínima de porcentaje del 11% de estudiantes encuestados están totalmente desacuerdo, 8% encuestados están ni de acuerdo, ni en desacuerdo, los estudiantes no sienten el apoyo de su familia más cercana.

**Figura 36***Apoyo de los amigos*

*Fuente.* Autor

Identificamos que 49 estudiantes, que corresponde a un 38% de encuestados, este mayor número de estudiantes Unadistas están de acuerdo al manifestar que reciben el apoyo incondicional de su amigos a la hora de adelantar sus proyectos personales entre los que se encuentra la investigación y el emprendimiento, por otro lado podemos determinar una mínima de porcentaje del 11% de estudiantes encuestados están totalmente en desacuerdo, 19% están ni acuerdo, ni en desacuerdo, lo que implica que no siente el apoyo de sus amigos en cuanto a sus proyectos personales entre ellos el emprendimiento.

**Figura 37***Apoyo de los compañeros de estudios*

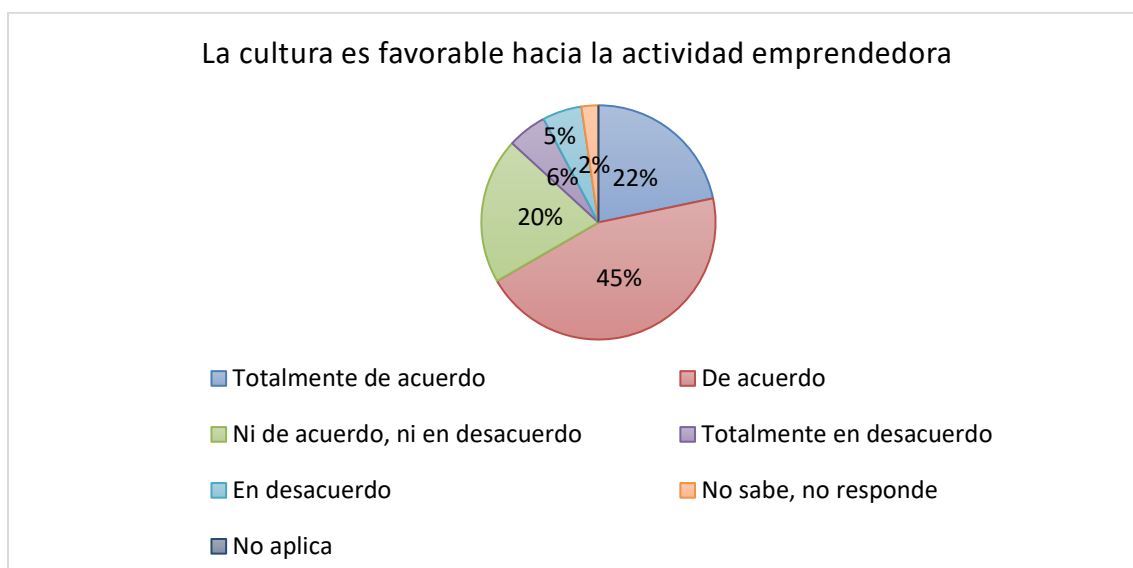
*Fuente. Autor*

Determinamos que 39 estudiantes, que corresponde a un 30% de encuestados, este mayor número de estudiantes Unadistas están de acuerdo al manifestar que reciben el apoyo incondicional de parte de sus compañeros de estudio a la hora de adelantar sus proyectos personales entre los que se encuentra la investigación y el emprendimiento, por otro lado podemos determinar una mínima de porcentaje del 11% de estudiantes encuestados están en desacuerdo, 31% están ni de acuerdo, ni en desacuerdo, los estudiantes no responden de manera positiva lo que implica que no siente el apoyo de sus compañeros de estudio en cuanto a sus proyectos personales entre ellos el emprendimiento.

## Percepción de los estudiantes de la cultura del emprendimiento en la región

**Figura 38**

*Favorabilidad de la actividad emprendedora en la región*

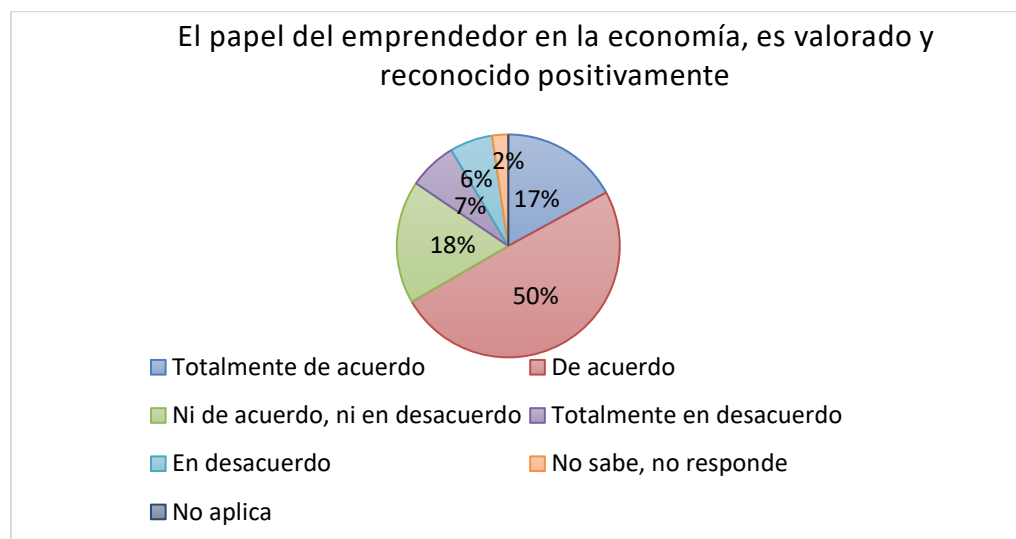


*Fuente. Autor*

Determinamos que 86 estudiantes, que corresponde a un 67% de encuestados, este mayor número de estudiantes Unadistas están de acuerdo en que en su región o comunidad la cultura es favorable hacia la actividad emprendedora, por otro lado podemos determinar una mínima de porcentaje del 10% de estudiantes encuestados están en desacuerdo, 22% no tienen claridad ya que no están de acuerdo ni desacuerdo o no saben, no responde... es importante entender los conceptos por los cuales hay un 33% de los estudiantes no responden de manera positiva y cómo influye las expectativas sobre el emprendimiento

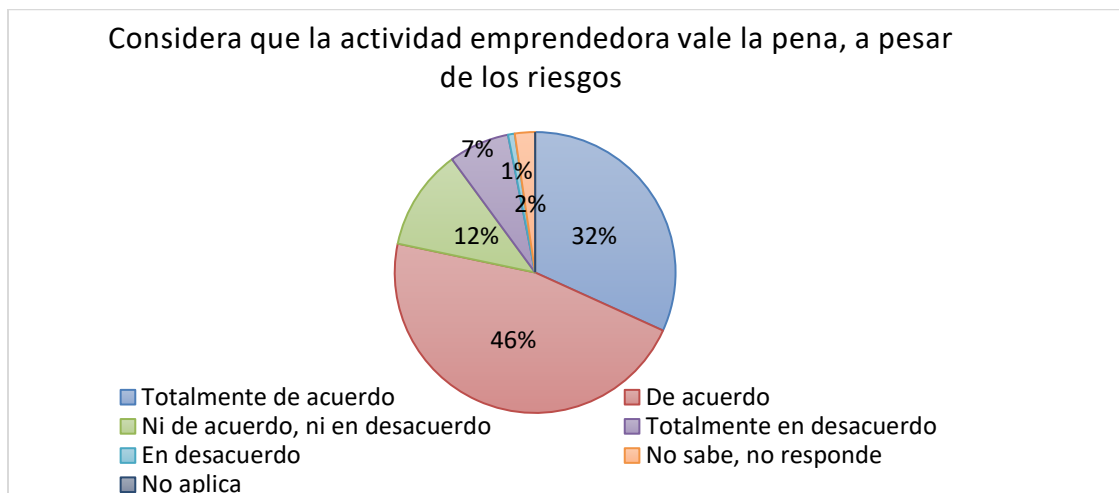
**Figura 39**

*Valor del papel del emprendedor en la economía*



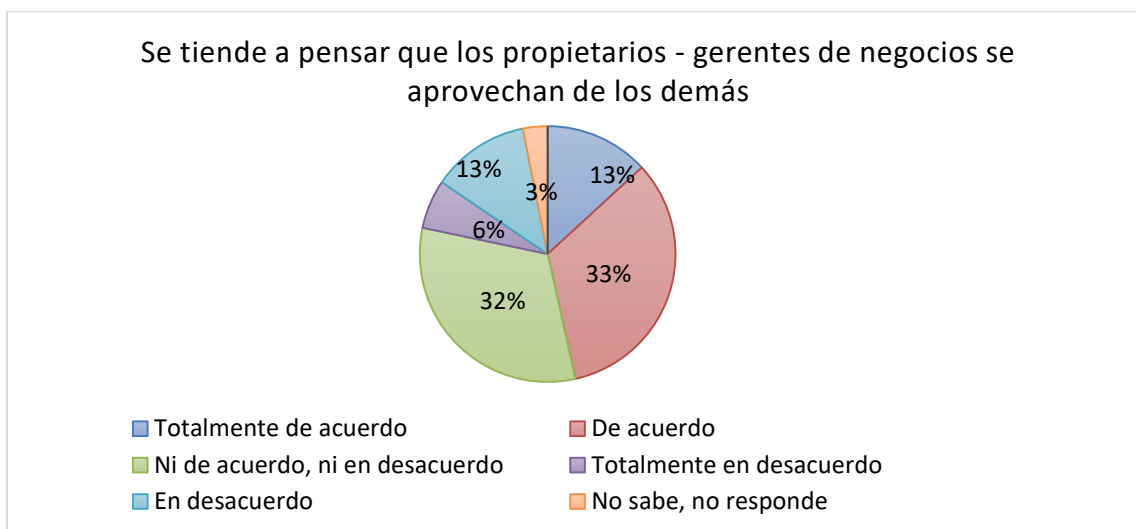
*Fuente. Autor*

Identificamos que 64 estudiantes, que corresponde a un 50% de encuestados, este mayor número de estudiantes Unadistas están de acuerdo, reconocen que en su región o comunidad, el papel de emprendedor en la economía es valorado y reconocido positivamente, por otro lado, podemos determinar una mínima de porcentaje del 7% de estudiantes encuestados respondieron estar totalmente en desacuerdo con esta pregunta, el 18 % no tienen claridad ya que no están de acuerdo ni en desacuerdo.

**Figura 40***Apreciación de la actividad emprendedora*

*Fuente.* Autor

Identificamos que 60 estudiantes, que corresponde a un 47% de encuestados, este mayor número de estudiantes Unadistas están de acuerdo en considerar que la actividad emprendedora vale la pena, a pesar de los riesgos, es importante conocer que tipos de riesgos se pueden presentar para evaluarlos y tener un plan de contingencia, por otro lado podemos determinar una mínima de porcentaje del 7% de estudiantes encuestados respondieron estar totalmente en desacuerdo con esta pregunta, el 12% no tienen claridad ya que no están de acuerdo, ni en desacuerdo, cuando vi el interdisciplinar básica común de Emprendimiento solidario nos permite identificar los tipos de riesgos que se pueden presentar al momento de tomar la decisión de emprender, todo conlleva a que se presente un Riesgo y es importante conocer las herramientas o un plan que nos pueda proporcionar el mitigar el Riesgo.

**Figura 41***Apreciación hacia los directivos de negocios*

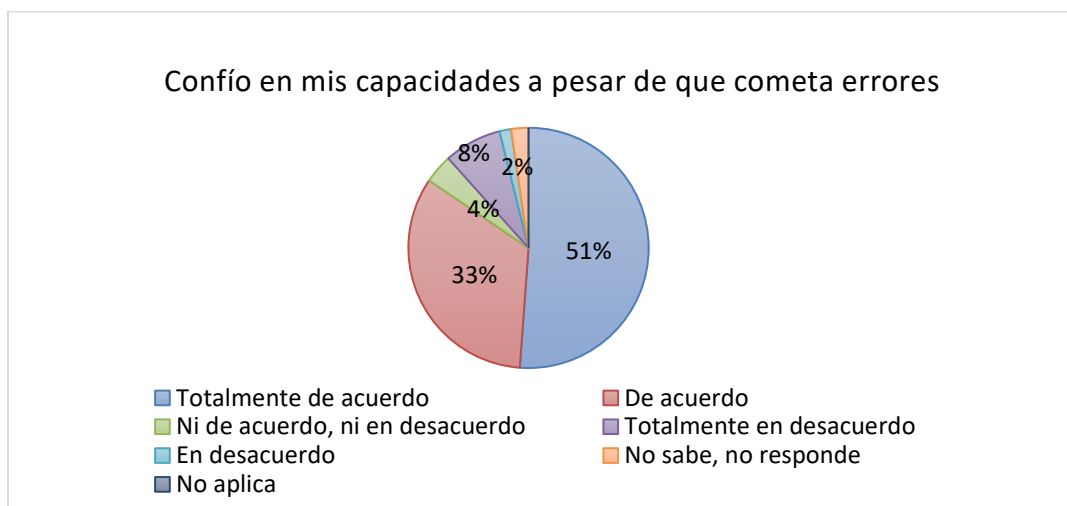
*Fuente.* Autor

Identificamos que 43 estudiantes de la UNAD, siendo el 33% de encuestados están de acuerdo al considerar que su región o comunidad, se tiende a pensar que los propietarios - gerentes de negocio se aprovechan de los demás, 12% de los estudiantes están en desacuerdo con la pregunta en mención y un 32% de los estudiantes que no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo, En mi opinión personal, Aunque ha sucedido que nos encontramos con abusos laborales, también hay buenos jefes y empresarios que dan el lugar y los beneficios a sus empleados.

## Percepción personal sobre capacidades y habilidades de los estudiantes de la ZAO

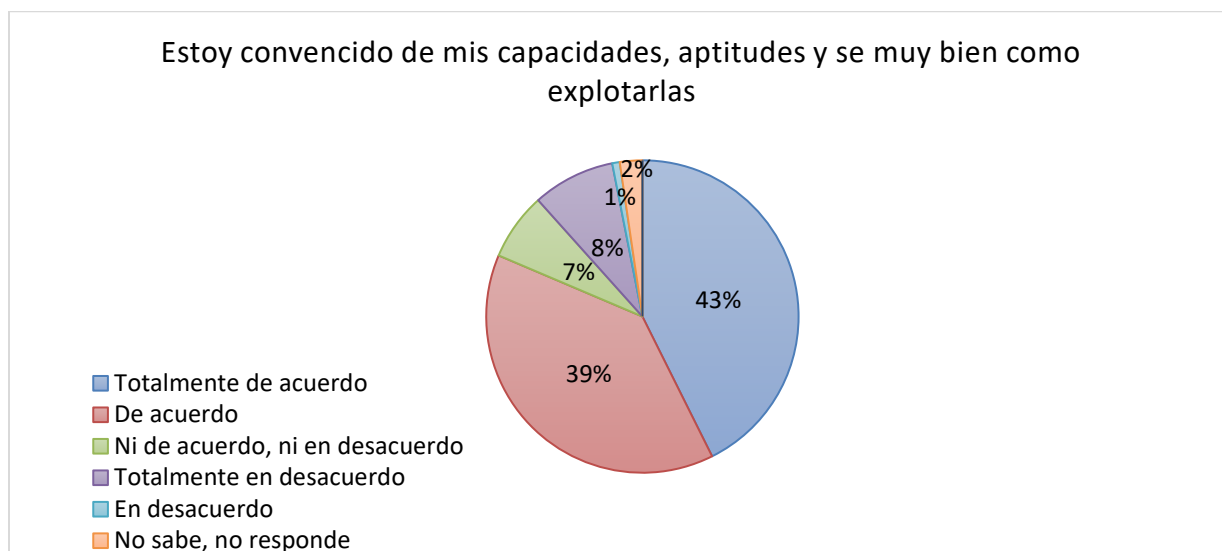
**Figura 42**

Percepción 1



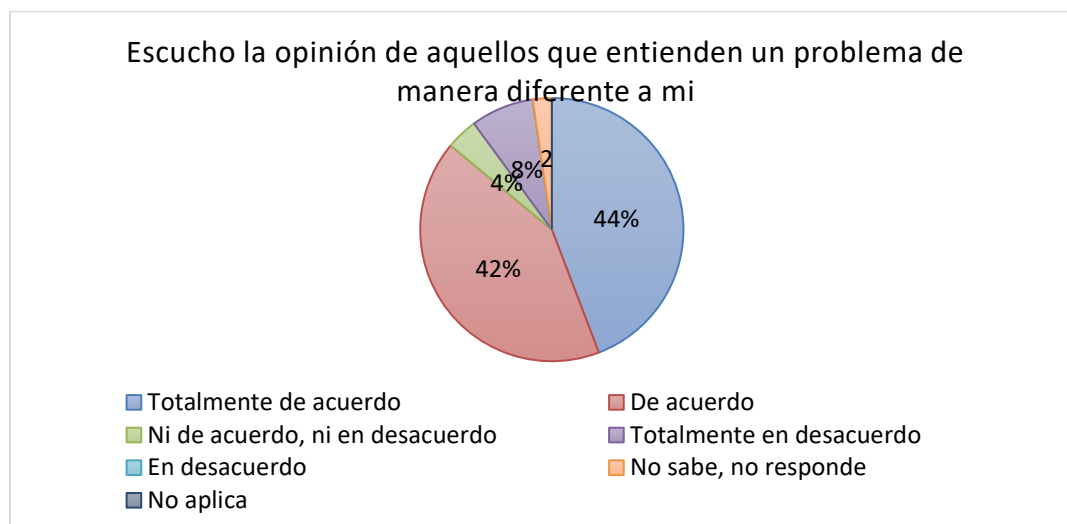
*Fuente.* Autor

Identificamos que 66 estudiantes de la UNAD, siendo el 51% de encuestados están de acuerdo con el confiar en sus capacidades a pesar de que se puedan cometer errores, 8% de los estudiantes están totalmente en desacuerdo con la pregunta en mención y un 4% de los estudiantes no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Es primordial fortalecer las capacidades sabiendo que se corre el riesgo de cometer errores por eso es importante la preparación o capacitación para poder enfrentar los errores y poder mejorar sobre ello.

**Figura 43***Percepción 2*

*Fuente. Autor*

Poder aportar con este tipo de habilidades, así mismo el 9% de los estudiantes están totalmente en desacuerdo con la pregunta en mención y un 7% de los estudiantes no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Es muy importante que los estudiantes puedan creer en sí mismo, en sus capacidades y aptitudes, cuando ello se dificulta es importante construir herramientas que les permita desarrollar estas habilidades que generen confianza en sí mismos.

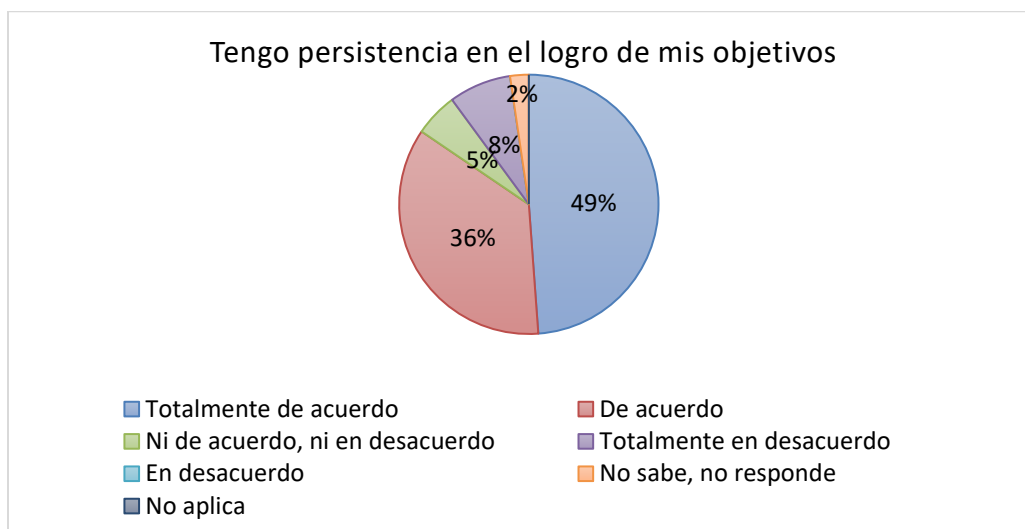
**Figura 44***Percepción 3*

*Fuente.* Autor

Identificamos que 57 estudiantes de la UNAD siendo el 44% de encuestados están totalmente de acuerdo y 54 estudiantes que conforman el 42% de encuestados están de acuerdo al escuchar la opinión de aquellos que entienden un problema diferente a mí, es una cifra muy positiva, es importante atender las opiniones que sean posibles y que nos puedan ayudar a identificar el problema, por otro lado un pequeño porcentaje del 8% de los estudiantes encuestados están totalmente en desacuerdo con la pregunta en mención y un 4% de los estudiantes no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

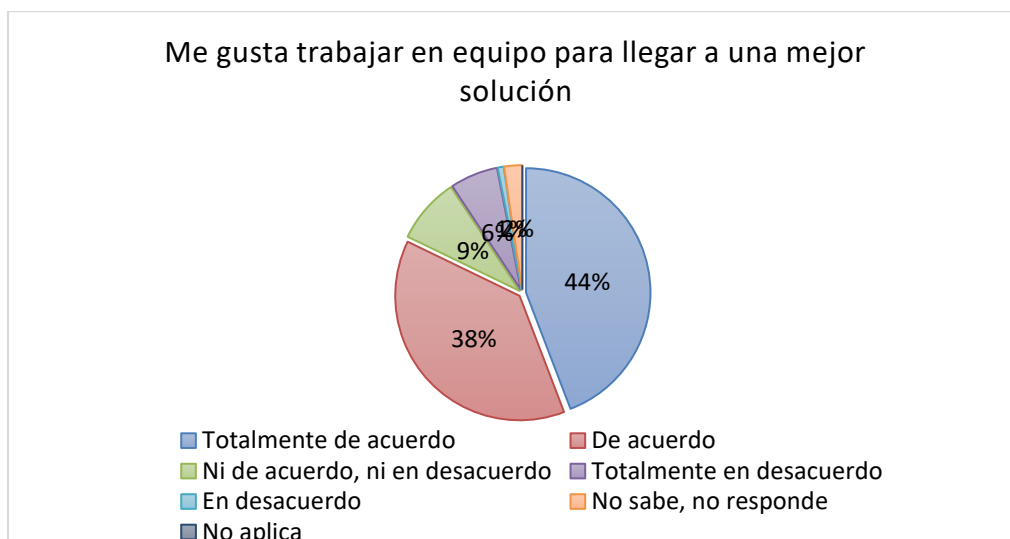
Figura 45

## Percepción 4



Fuente. Autor

Identificamos que 63 estudiantes de la UNAD siendo el 49% de encuestados están totalmente de acuerdo y 46 estudiantes que conforman el 36% de encuestados están de acuerdo en ser persistente al lograr sus objetivos es una cifra muy positiva para la encuesta la persistencia permite lograr objetivos que pueden ser fáciles o difíciles, por otro lado un pequeño porcentaje del 8% de los estudiantes encuestados están totalmente en desacuerdo con la pregunta en mención y un 5% de los estudiantes no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo, es relevante que todos los estudiantes puedan fortalecer bases que les permite no solo persistir sino que también logren sus objetivos.

**Figura 46***Percepción 5*

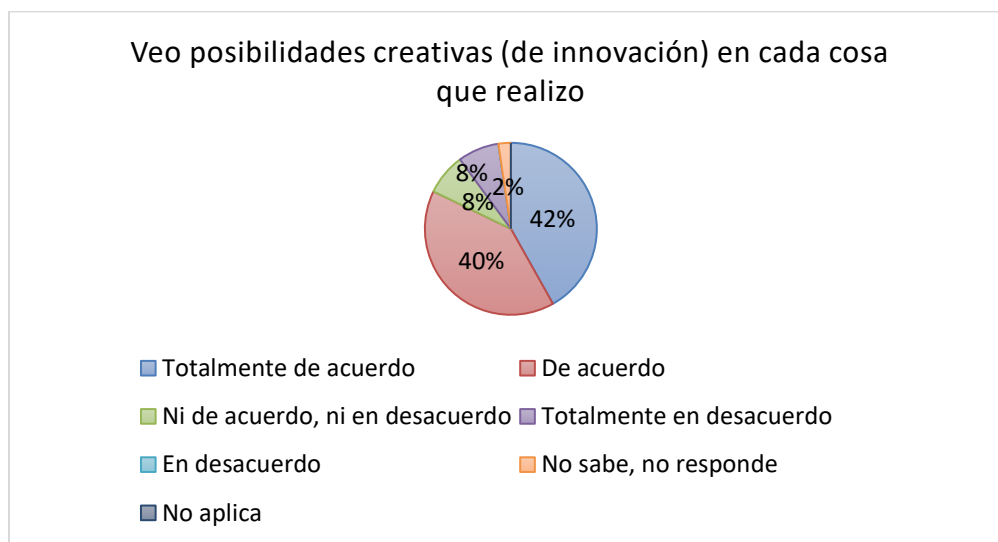
*Fuente. Autor*

Identificamos que 57 estudiantes de la UNAD siendo el 44% de encuestados están totalmente de acuerdo y 49 estudiantes que conforman el 38% de encuestados están de acuerdo, ya que les **gusta trabajar en equipo para llegar a una mejor solución**, por otro lado, un pequeño porcentaje del 6% de los estudiantes encuestados están totalmente en desacuerdo con la pregunta en mención y un 9% de los estudiantes no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

**Figura 47***Percepción 6*

Identificamos que 54 estudiantes de la UNAD siendo el 42% de encuestados están totalmente de acuerdo y 52 estudiantes que conforman el 40% de encuestados están de acuerdo en ver posibilidades creativas (de innovación) en cada cosa que realiza, esta es una cifra interesante y positiva la confianza de cada estudiante en cuanto a sus habilidades creativas

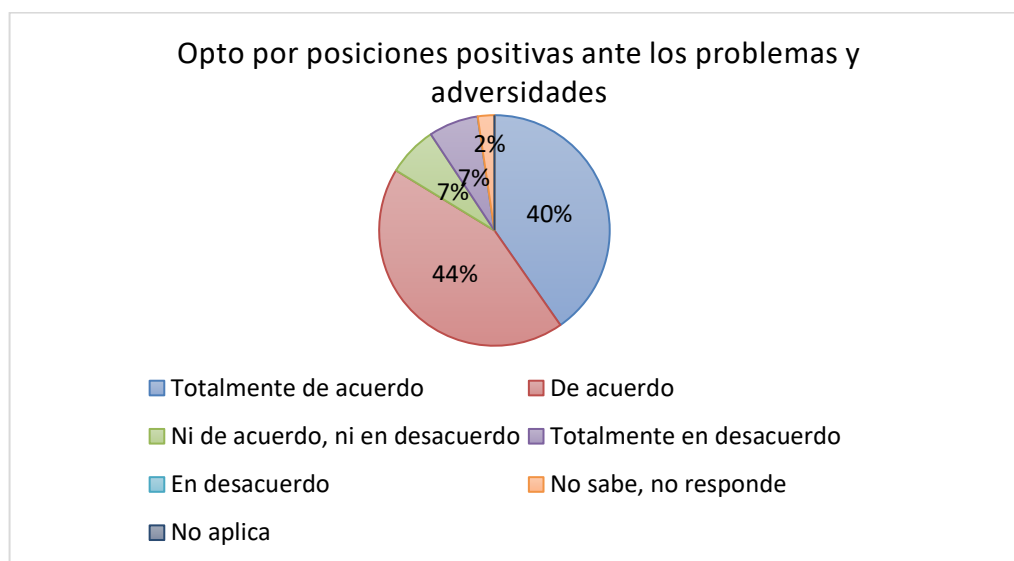
e innovadoras al momento de realizar alguna actividad, por otro lado un pequeño porcentaje del 8% de los estudiantes encuestados están totalmente en desacuerdo con la pregunta en mención y un 8% de los estudiantes no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo.



*Fuente. Autor*

### **Figura 48**

*Percepción 7*

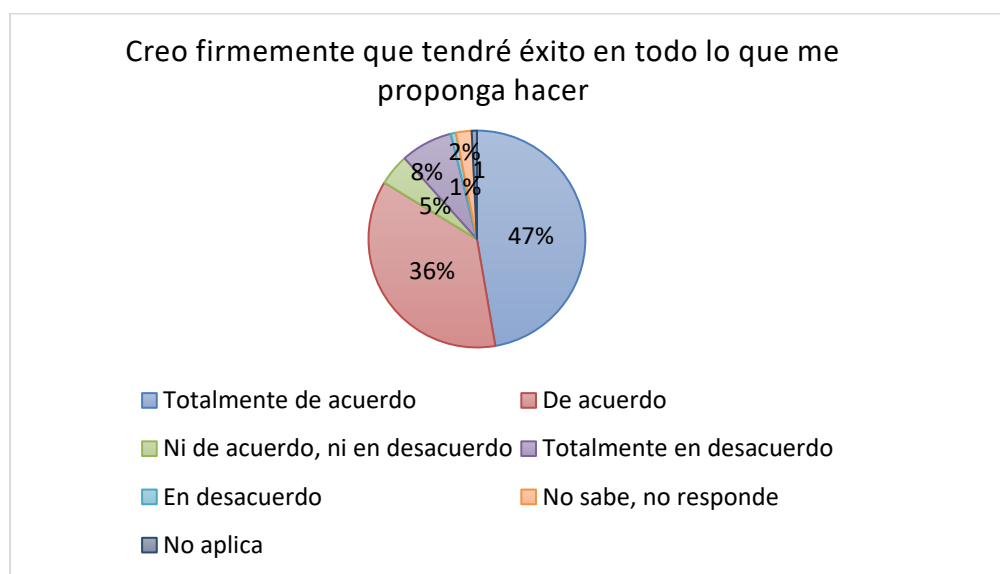


*Fuente. Autor*

Identificamos que 52 estudiantes de la UNAD correspondientes al 40% de encuestados están totalmente de acuerdo y 56 estudiantes que conforman el 43% de encuestados están de acuerdo en optar por posiciones positivas ante los problemas y adversidades, es una cifra muy interesante para la encuesta mantener una actitud positiva a pesar de los problemas y adversidades que permiten encontrar soluciones para resolver problemas , por otro lado un pequeño porcentaje del 7% de los estudiantes encuestados están totalmente en desacuerdo con la pregunta en mención y un 7% de los estudiantes no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo, los estudiantes que están en desacuerdo o que no tienen claridad deben crear bases que les permita la herramienta o habilidad de enfrentar situaciones, esto puede verse en los cursos de emprendimiento de la UNAD

**Figura 49**

*Percepción 8*

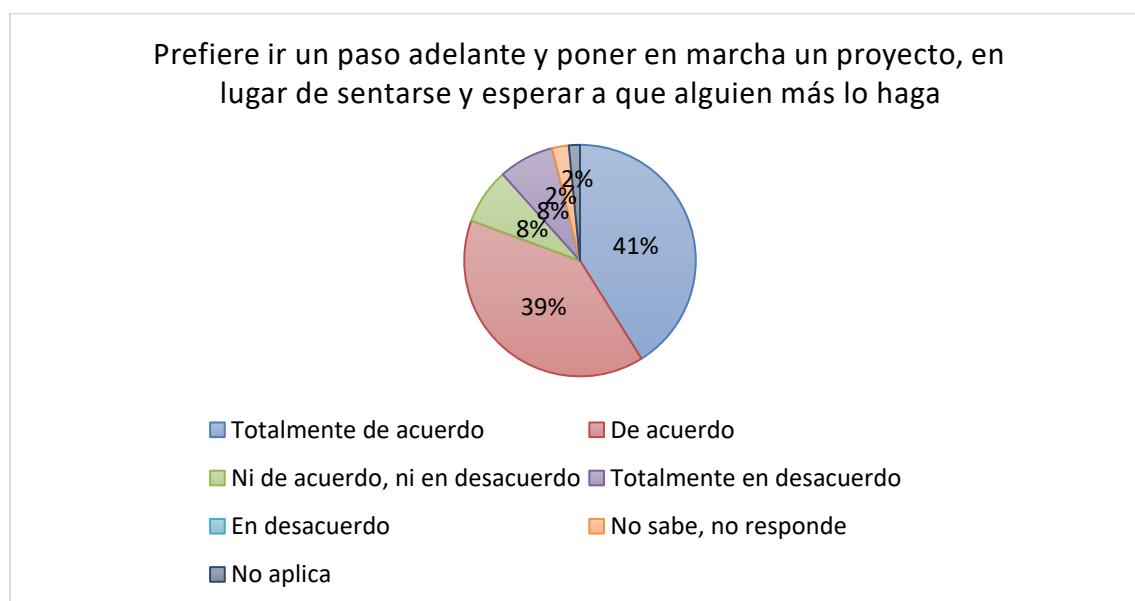


*Fuente. Autor*

Identificamos que 61 estudiantes de la UNAD correspondientes al 47% de encuestados están totalmente de acuerdo y 47 estudiantes que conforman el 36% de encuestados están de acuerdo en creer firmemente que tendrán éxito en todo lo que se propongan hacer, es una cifra muy interesante para la encuesta ya que podemos analizar una actitud positiva, de confianza y de seguridad en la mayoría de los estudiantes, por otro lado un pequeño porcentaje del 8% de los estudiantes encuestados están totalmente en desacuerdo con la pregunta en mención y un 7% de los estudiantes no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo, es importante analizar factores que puedan influir de manera positiva a este número pequeño de estudiantes con el fin de crear bases que les permita generar confianza en sí mismo.

### Figura 50

#### Percepción 9



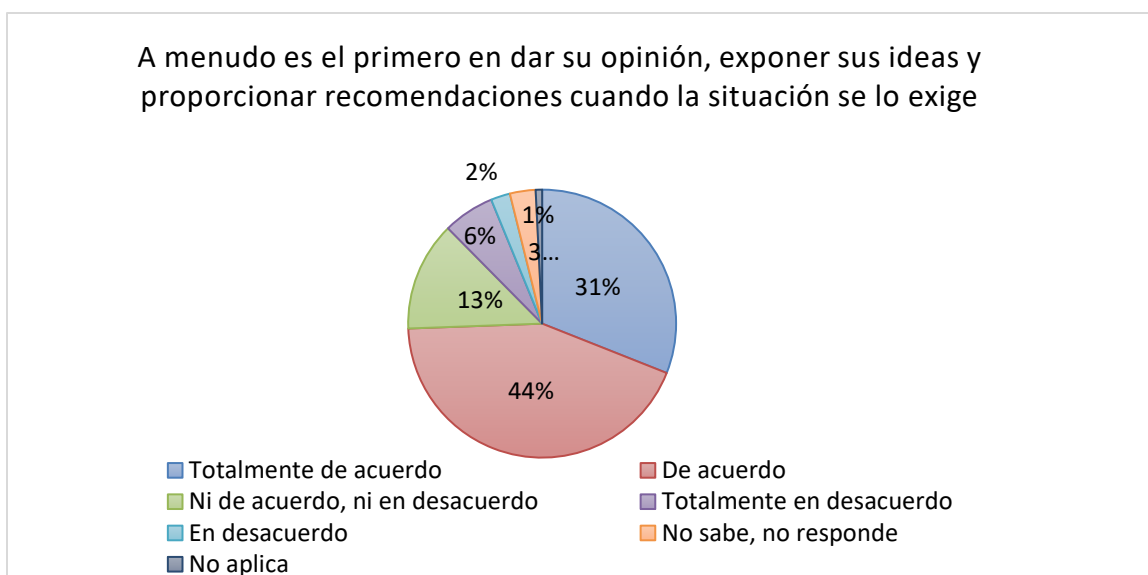
Fuente. Autor

Identificamos que 53 estudiantes de la UNAD correspondientes al 41% de encuestados están totalmente de acuerdo y 51 estudiantes que conforman el 40% de encuestados están de

acuerdo, es una cifra muy interesante para la encuesta ya que podemos visualizar que un gran mayoría de los estudiantes encuestados prefieren ir un paso adelante y poner en marcha un proyecto, en lugar de sentarse y esperar a que alguien más lo haga, eso les permite un vínculo entre la idea y la puesta en marcha de la misma, por otro lado un pequeño porcentaje del 8% de los estudiantes encuestados están totalmente en desacuerdo con la pregunta en mención y un 8% de los estudiantes no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

### Figura 51

#### Percepción 10



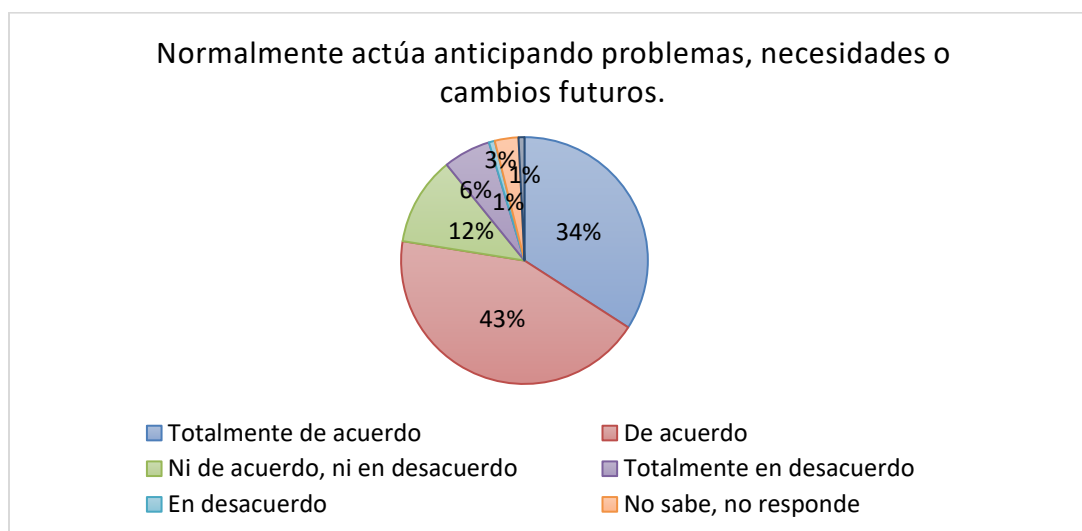
Fuente. Autor

Identificamos que 40 estudiantes de la UNAD correspondientes al 31% de encuestados están totalmente de acuerdo y 56 estudiantes que conforman el 43% de encuestados están de acuerdo, es una cifra muy interesante para la encuesta ya que podemos visualizar que un gran mayoría de los estudiantes encuestados prefieren ser a menudo los que primero dan su opinión, exponer sus ideas y proporcionar recomendaciones cuando la situación se lo exige,

por otro lado un pequeño porcentaje del 6% de los estudiantes encuestados están totalmente en desacuerdo con la pregunta en mención y un 13% de los estudiantes no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo

**Figura 52**

*Percepción 11*



*Fuente. Autor*

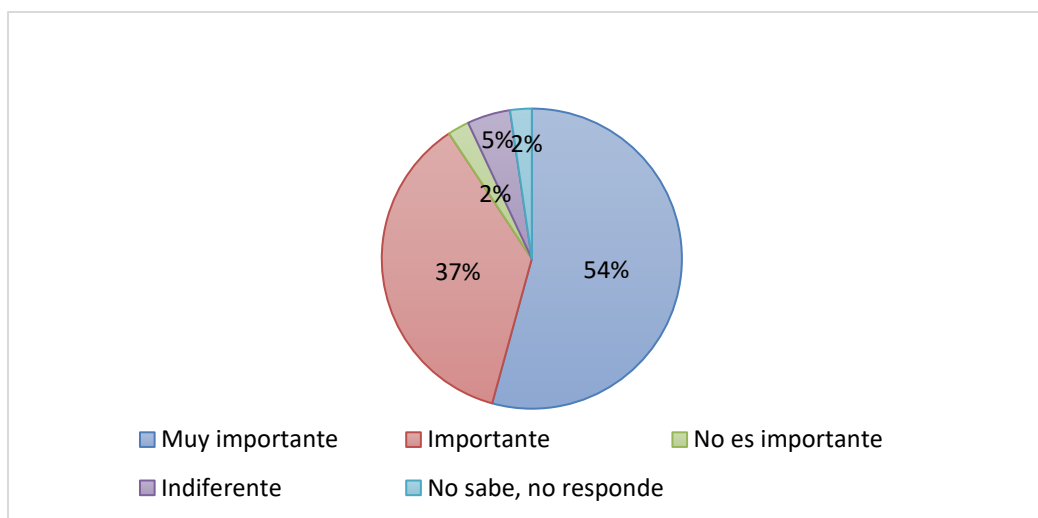
Identificamos que 44 estudiantes de la UNAD correspondientes al 34% de encuestados están totalmente de acuerdo y 56 estudiantes que conforman el 43% de estudiantes encuestados están de acuerdo, es una cifra muy interesante para la ya que podemos visualizar que un gran mayoría de los estudiantes encuestados prefieren anticiparse a los problemas, necesidades o cambios a futuros, eso les permite identificar el riesgo y buscar opciones para resolver posibles problemas que se puedan generar, por otro lado un pequeño porcentaje del 6% de los estudiantes encuestados están totalmente en desacuerdo con la pregunta en mención y un 12% de los estudiantes no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo, sería bueno para esta minoría de estudiantes poder identificar los diferentes tipo de riesgos con el fin de

crear estrategias que les permita crear un plan para los problemas, las necesidades o posibles cambios que se puedan generar.

### Aspectos relevantes para los estudiantes Unadistas a la hora de emprender

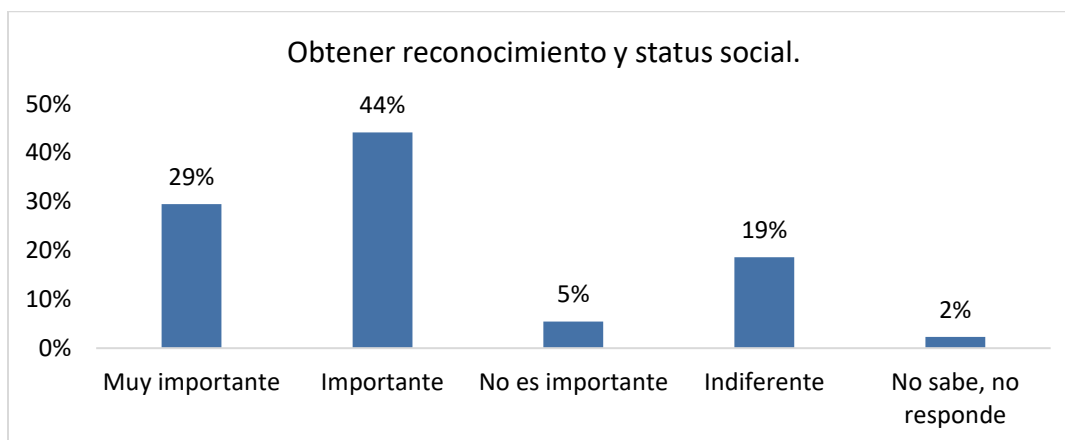
**Figura 53**

*Tener independencia/autonomía*



*Fuente.* Autor

Identificamos que 70 estudiantes de la UNAD correspondientes al 54% de los estudiantes encuestados respondieron que es muy importante y 47 estudiantes que corresponden al 36% respondieron que es importante, esta cifra mayoritaria de porcentaje de encuestados nos permite analizar que una característica importante del emprendedor es la independencia y autonomía, así mismo podemos identificar que una minoría del 2% de los estudiantes encuestados no les parece importante tener independencia y autonomía a la hora de emprender, para un 5% de los estudiantes les es indiferente, 2% no saben no responden.

**Figura 54***Obtener reconocimiento y status social*

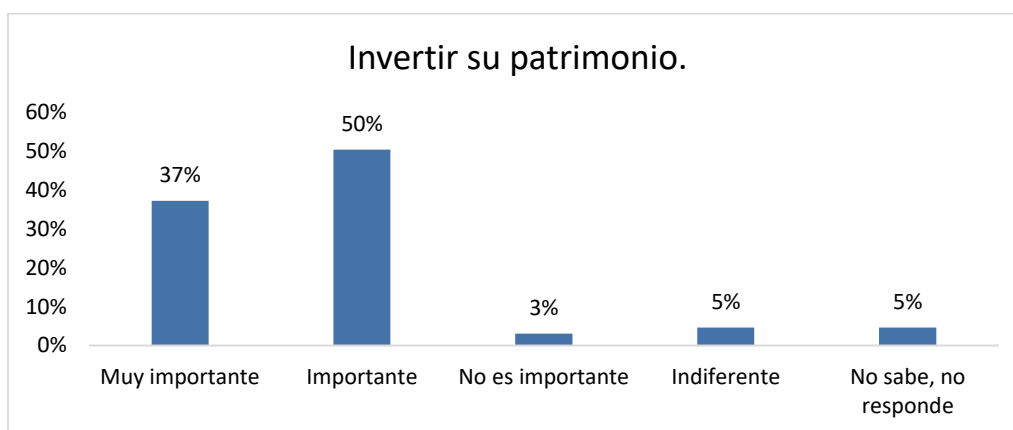
*Fuente. Autor*

Identificamos que 38 estudiantes de la UNAD correspondientes al 29% de los estudiantes encuestados respondieron que es muy importante y 57 estudiantes que corresponden al 44% respondieron que es importante, esta cifra mayoritaria de porcentaje de encuestados nos permite analizar que puede ser una característica importante del emprendedor obtener reconocimiento y status social a la hora de emprender, así mismo podemos identificar que una minoría del 5% de los estudiantes encuestados no les parece importante obtener reconocimiento y estatus social a la hora de emprender, para un 19% de los estudiantes les es indiferente, 2% no saben no responden

**Figura 55***Inversión del patrimonio*

Identificamos que 48 estudiantes de la UNAD correspondientes al 37% de los estudiantes encuestados respondieron que es muy importante y 65 estudiantes que corresponden al 50% respondieron que es importante, este porcentaje mayoritario de

encuestados nos permite analizar que a la hora de emprender es importante invertir su Patrimonio, así mismo podemos identificar que una minoría del 3% de los estudiantes encuestados no les parece importante invertir su patrimonio y para un 5% de los estudiantes les es indiferente, 5% no saben no responden.



*Fuente. Autor*

**Figura 56**

*Dirección de una organización*



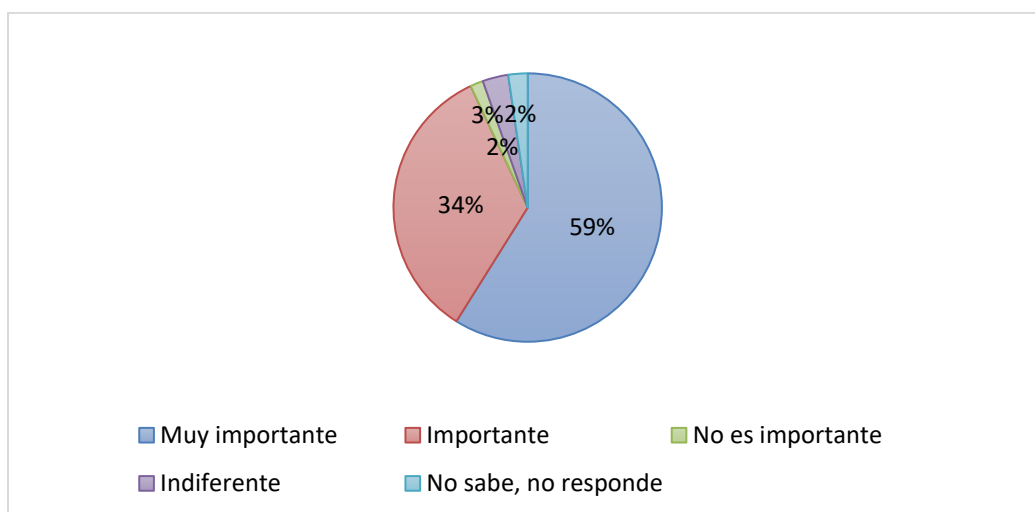
*Fuente. Autor*

Identificamos que 56 estudiantes de la UNAD correspondientes al 2% de los estudiantes encuestados respondieron que es muy importante y 57 estudiantes que corresponden al 44% respondieron que es importante, esta cifra mayoritaria de porcentaje de encuestados nos

permite analizar que puede ser una característica importante del emprendedor obtener reconocimiento y status social a la hora de emprender, así mismo podemos identificar que una minoría del 5% de los estudiantes encuestados no les parece importante obtener reconocimiento y estatus social a la hora de emprender, para un 19% de los estudiantes les es indiferente, 2% no saben no responden

**Figura 57**

*Percepción de la rentabilidad*



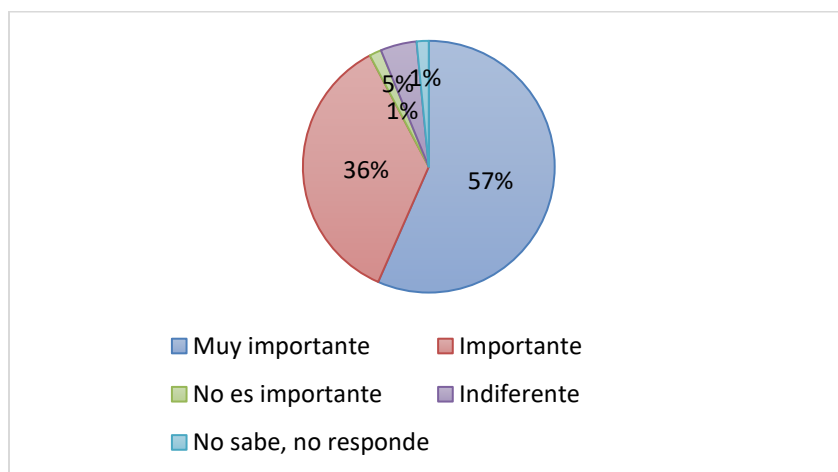
*Fuente. Autor*

Identificamos que 76 estudiantes de la UNAD correspondientes al 59% de los estudiantes encuestados respondieron que es muy importante y 44 estudiantes que corresponden al 34% respondieron que es importante, esta cifra importante de encuestados nos permite analizar que a la hora de emprender es importante la Rentabilidad puesto que es importante el beneficio que se obtiene de la inversión, así mismo podemos identificar que una minoría del 2% de los estudiantes encuestados no les parece importante el tema de la

rentabilidad la hora de emprender, para un 3% de los estudiantes les es indiferente, 2% no saben no responden.

**Figura 58**

*Creación de empresa como reto personal*



*Fuente. Autor*

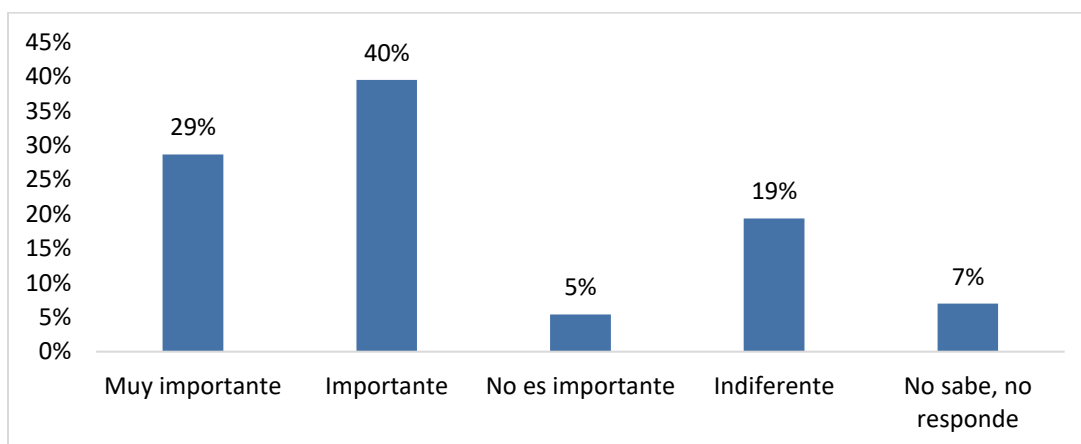
Identificamos que 73 estudiantes de la UNAD correspondientes al 57% de los estudiantes encuestados respondieron que es muy importante y 46 estudiantes que corresponden al 36% de encuestados respondieron que es importante, este resultado de la encuesta nos permite analizar que es reto personal a la hora de emprender es importantes, así mismo podemos identificar que una minoría del 2% de los estudiantes encuestados no les que para emprender es importante que sea un reto personal, para un 5% de los estudiantes les es indiferente, 2% no saben no responden.

**Figura 59**

*Tradición familiar para emprender*

Identificamos que 37 estudiantes de la UNAD correspondientes al 29% de los estudiantes encuestados respondieron que es muy importante y 51 estudiantes que

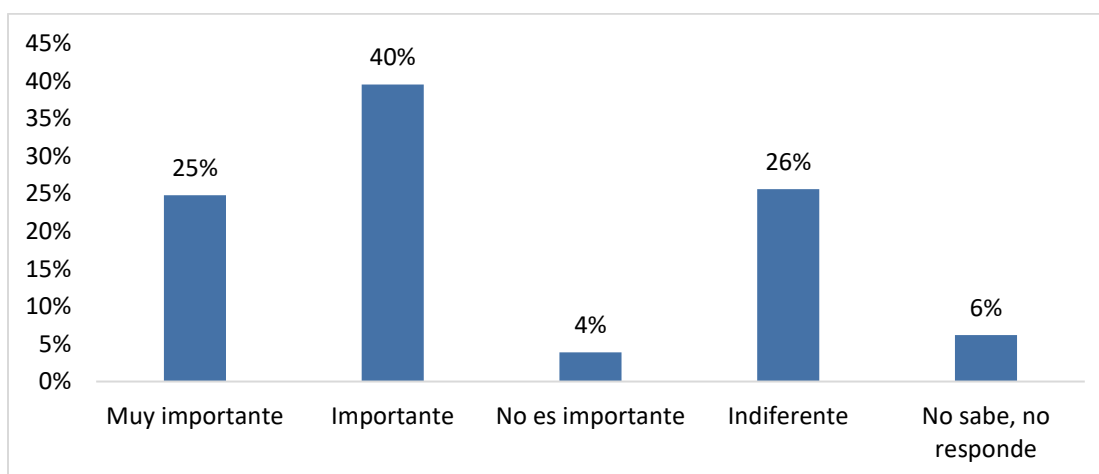
corresponden al 40% de encuestados respondieron que es importante, este resultado de la encuesta nos permite analizar la importancia de la tradición familiar a la hora de emprender, así mismo podemos identificar que una minoría del 5% de los estudiantes encuestados no dan importancia a la tradición familiar a la hora de emprender, para un 19% de los estudiantes les es indiferente, 7% no saben no responden.



*Fuente. Autor*

### **Figura 60**

#### *Dificultad para encontrar trabajo*

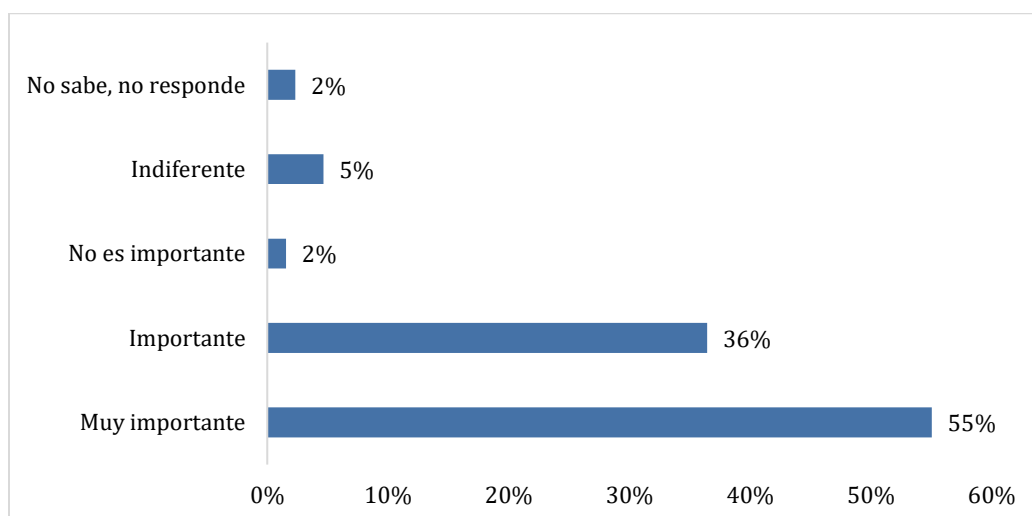


*Fuente. Autor*

Identificamos que 32 estudiantes de la UNAD correspondientes al 25% de los estudiantes encuestados respondieron que es muy importante y 51 estudiantes que corresponden al 40% de encuestados respondieron que es importante, este resultado de la encuesta nos permite analizar la importancia que le da los estudiantes sobre la dificultad de encontrar trabajo a la hora de emprender puede ser por la experiencia que uno adquiere, así mismo podemos identificar que una minoría del 4% de los estudiantes encuestados no piensa que la dificultad de encontrar trabajo sea un aspecto relevante a la hora de emprender, para un 26% de los estudiantes les es indiferente, 6% no saben no responden.

**Figura 61**

*Ejecutar ideas propias*



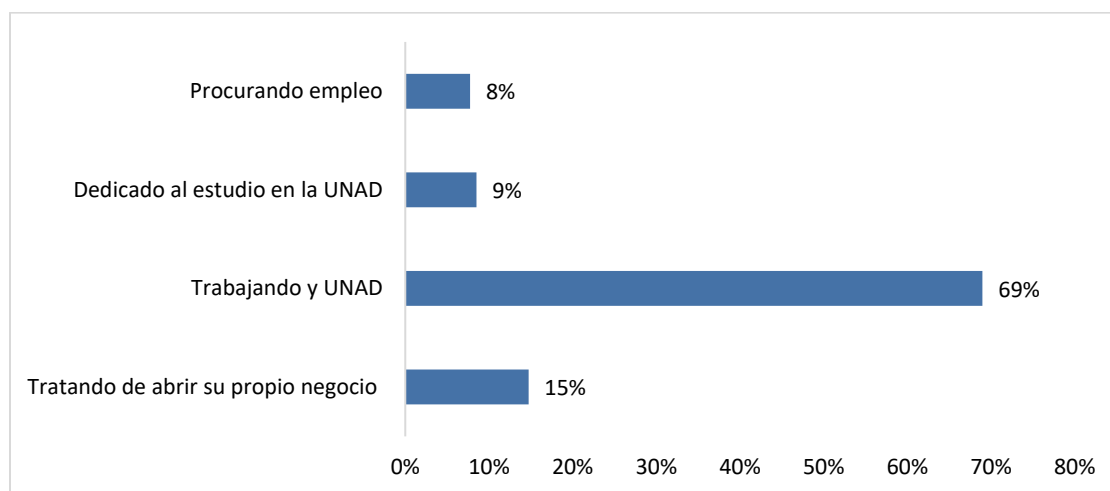
*Fuente. Autor*

Identificamos que 71 estudiantes de la UNAD correspondientes al 55% de los estudiantes encuestados respondieron que es muy importante y 47 estudiantes que corresponden al 36% de encuestados respondieron que es importante, este resultado de la encuesta nos permite analizar la importancia que le da los estudiantes sobre sobre ejecutar

ideas propias a lo hora de emprender, así mismo podemos identificar que una minoría del 2% de los estudiantes encuestados no piensa que ejecutar de ideas propias relevante a la hora de emprender, para un 5% de los estudiantes les es indiferente, 2% no saben no responden.

**Figura 62**

*Actividad actual del estudiante encuestado*



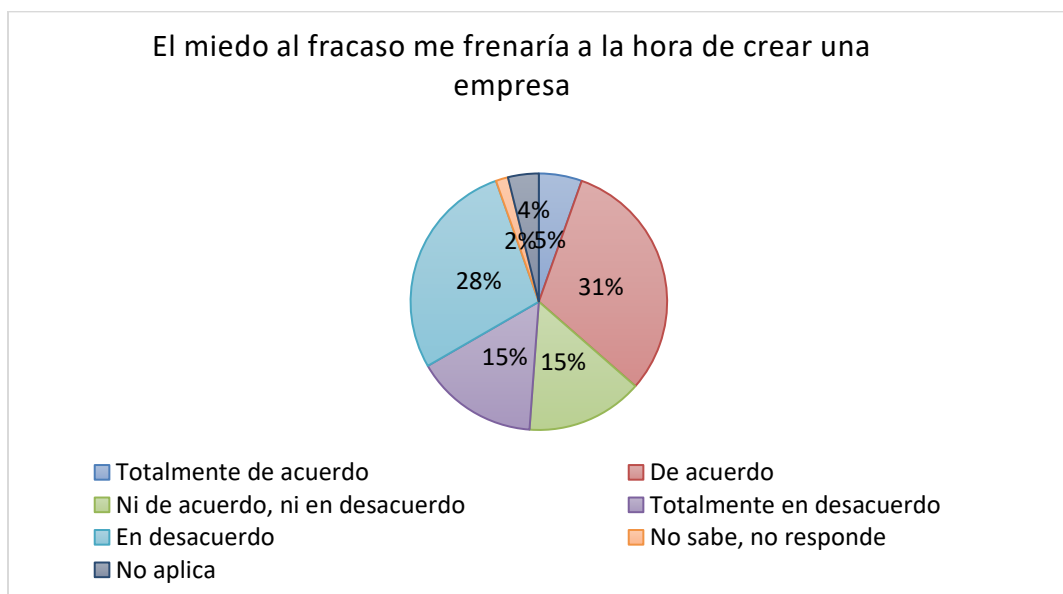
*Fuente. Autor*

Identificamos que 89 estudiantes de la UNAD correspondientes al 69% de los estudiantes encuestados respondieron que actualmente están trabajando y estudiando en la UNAD, 19 estudiantes que corresponden al 15% de encuestados respondieron que están tratando de abrir su propio negocio, 11 estudiantes correspondientes a el 9% de estudiantes encuestados actualmente están dedicados al estudio en la UNAD, y finalmente 8% de los estudiantes están procurando empleo.

## Afirmaciones personales de los estudiantes a la hora de crear empresa

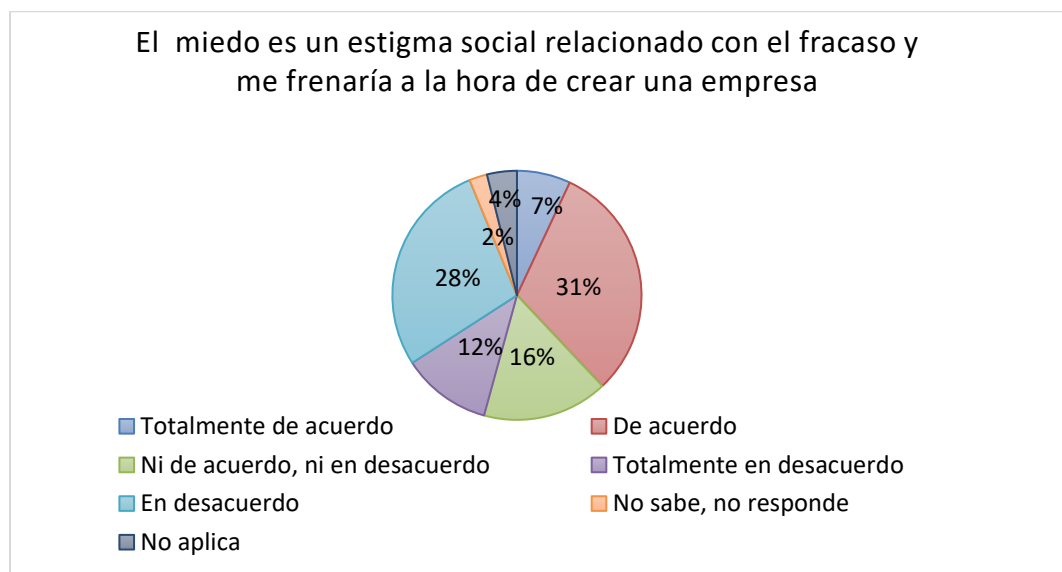
**Figura 63**

### Afirmación 1



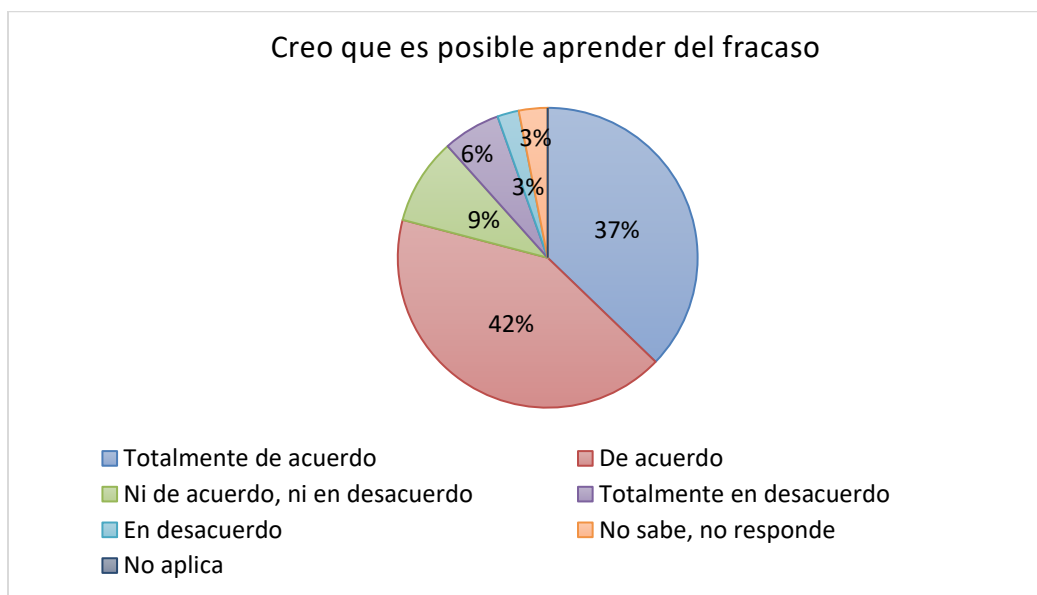
*Fuente. Autor*

Identificamos que 7 estudiantes de la UNAD correspondientes al 5% de encuestados están totalmente de acuerdo y 40 estudiantes que conforman el 31% de estudiantes encuestados están de acuerdo, respondieron que el miedo al fracaso los frenaría a la hora de crear una empresa a diferencia de 36 estudiantes correspondientes al 28% de la encuesta están en desacuerdo y 20 estudiantes correspondientes al 16% están totalmente en desacuerdo con esta afirmación para este porcentaje de estudiantes identifican que el miedo al fracaso no sería un impedimento a la hora de crear una empresa.

**Figura 64***Afirmación 2*

*Fuente. Autor*

Identificamos que 9 estudiantes de la UNAD correspondientes al 7% de encuestados están totalmente de acuerdo y 40 estudiantes que conforman el 31% de estudiantes encuestados están de acuerdo, respondieron a la siguiente afirmación "El miedo es un estigma social relacionado con el fracaso y me frenaría a la hora de crear una empresa" a diferencia de 36 estudiantes correspondientes al 28% de la encuesta están en desacuerdo y 15 estudiantes correspondientes al 12% están totalmente en desacuerdo con esta afirmación, para este porcentaje de estudiantes identifican que el miedo es un estigma social No relacionado con el fracaso y me frenaría a la hora de crear una empresa.

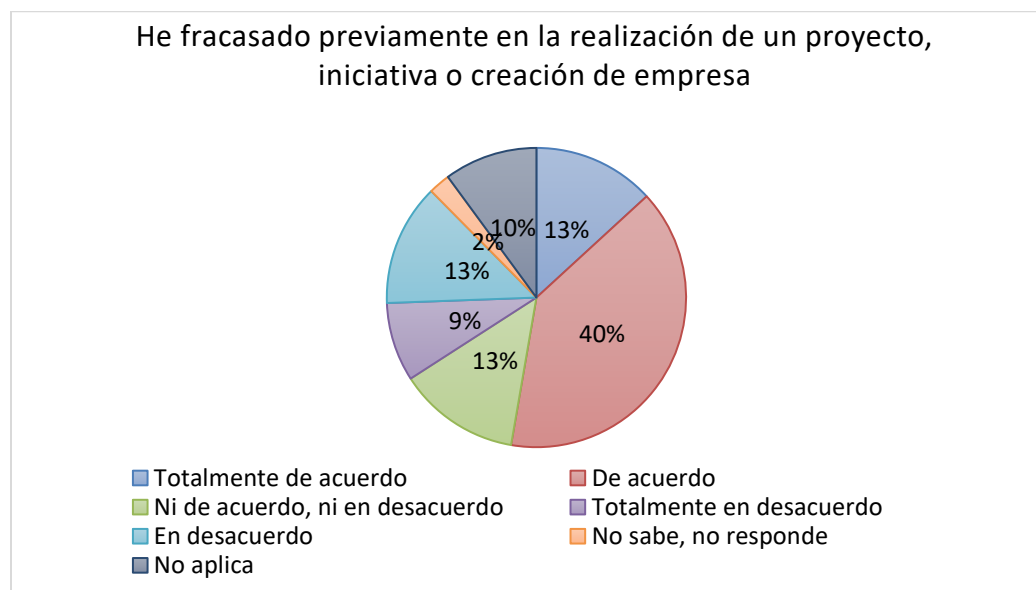
**Figura 65***Afirmación 3*

*Fuente.* Autor

Identificamos que 48 estudiantes de la UNAD correspondientes al 37% de encuestados están totalmente de acuerdo y 54 estudiantes que conforman el 42 % de estudiantes encuestados están de acuerdo, respondieron a la siguiente afirmación "Creo que es posible aprender del fracaso" a diferencia de 8 estudiantes correspondientes al 6 % de la encuesta están en totalmente en desacuerdo con esta afirmación y 9% de los estudiantes están en ni de acuerdo, ni en desacuerdo con dicha afirmación.

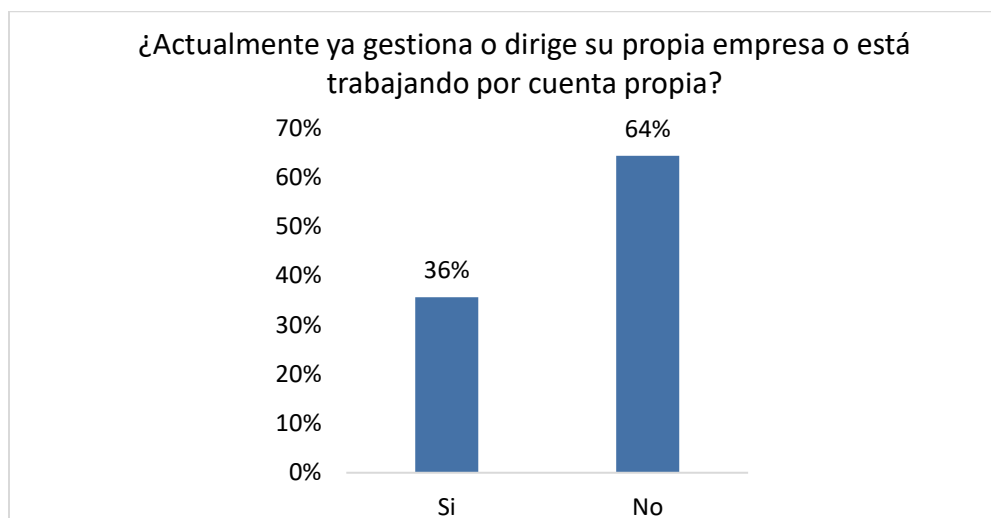
Figura 66

## Afirmación 4



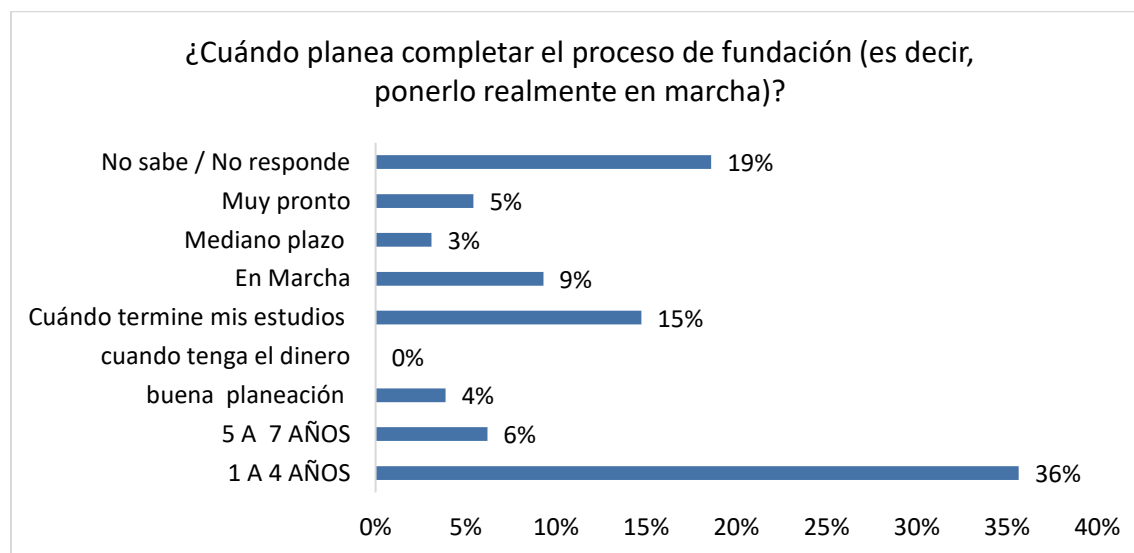
*Fuente.* Autor

Identificamos que 51 estudiantes de la UNAD correspondientes al 40% de encuestados están de acuerdo, al responder a la siguiente afirmación "He fracasado previamente en la realización de un proyecto, iniciativa o creación de empresa" a diferencia de 17 estudiantes correspondientes al 13% de la encuesta están en desacuerdo con esta afirmación y con la misma cantidad y porcentaje de estudiantes 13% de los estudiantes están en ni de acuerdo, ni en desacuerdo con dicha afirmación.

**Figura 67***Afirmación 5*

*Fuente.* Autor

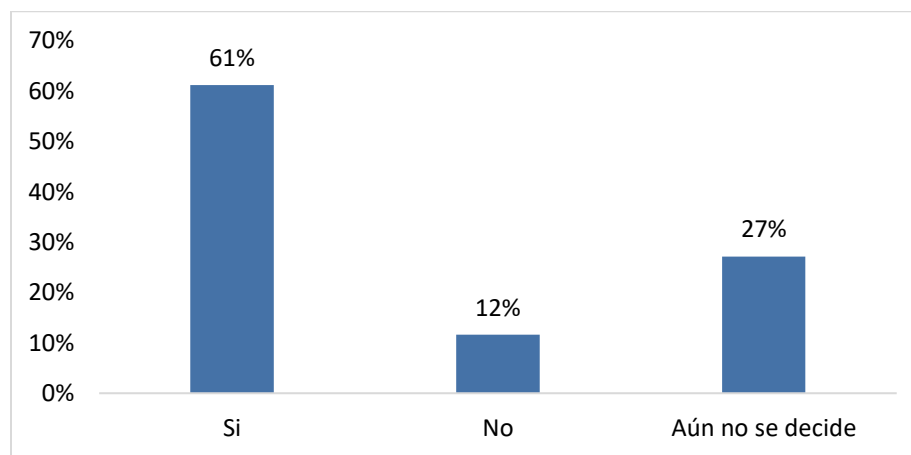
Identificamos 83 Estudiantes correspondientes al 64% de la encuesta respondieron "NO" a esta pregunta y 46 estudiantes correspondientes a el 36% de estudiantes encuestados respondieron "SI", lo que nos indica que aproximadamente la tercera parte sí han emprendido, han creado empresa y son sus propios jefes. Sin embargo, es mayoría quienes no trabajan por cuenta propia.

**Figura 68***Emprendimiento en marcha*

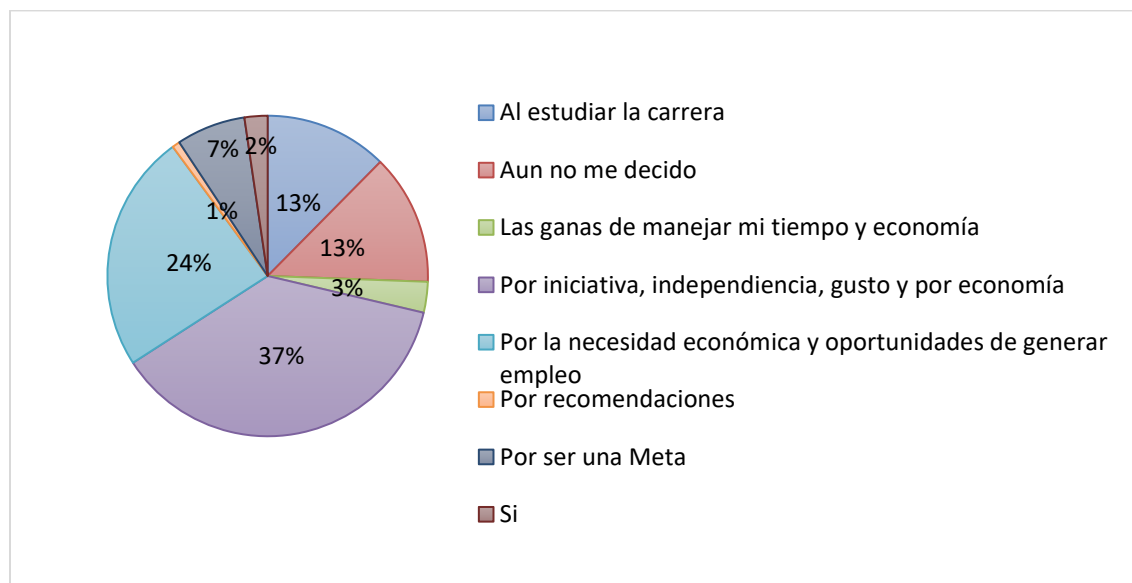
*Fuente. Autor*

Identificamos que a la pregunta ¿Cuándo planea completar el proceso de fundación (es decir, ponerlo realmente en marcha)? 36% de los estudiantes encuestados de la UNAD respondió que, de 1 a 4 años, 19% No sabe/ no responde, 15% respondieron cuando termine mis estudios, 9% contestaron estar en marcha, 6% contestaron de 5 a 7 años, 5 %respondieron muy pronto, 4% buena planeación, 3% Mediano plazo

Identificamos 15 Estudiantes correspondientes al 12% de la encuesta respondieron "NO" a la pregunta ¿Quiere que este negocio se convierta en su principal ocupación tras graduarse? y 79 estudiantes correspondientes al 61% de estudiantes encuestados respondieron "SI" a la pregunta ¿Quiere que este negocio se convierta en su principal ocupación tras graduarse?, un 27% de los estudiantes respondieron a dicha pregunta, que aún no se decide.

**Figura 69***Emprendimiento como principal ocupación*

Fuente. Autor

**Figura 70***Origen de la iniciativa emprendedora*

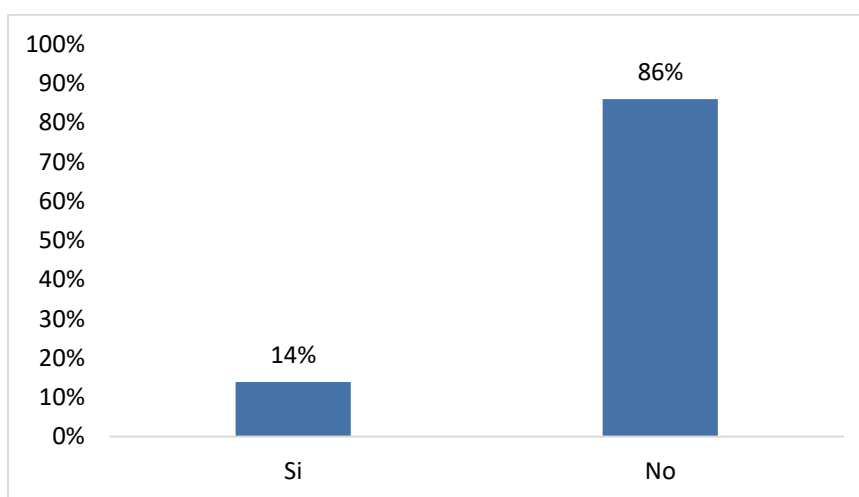
Fuente. Autor

Identificamos que a la pregunta ¿Cómo se originó la iniciativa emprendedora? 37% de los estudiantes encuestados de la UNAD contestaron Por iniciativa, independencia, gusto y por

economía, el 24 % respondió Por la necesidad económica y oportunidades de generar empleo, 13% respondieron Aun no me decido, 12% contestaron al estudiar la carrera, 7% respondieron Por ser una meta, el 3% respondieron a la pregunta qué son las ganas de manejar mi tiempo y economía cuando termine mis estudios, 9% contestaron estar en marcha, 6% contestaron de 5 a 7 años, 5 %respondieron muy pronto, 4% buena planeación y 3% mediano plazo.

### Figura 71

*Creación de empresa como consecuencia de la pandemia COVID - 19*



*Fuente. Autor*

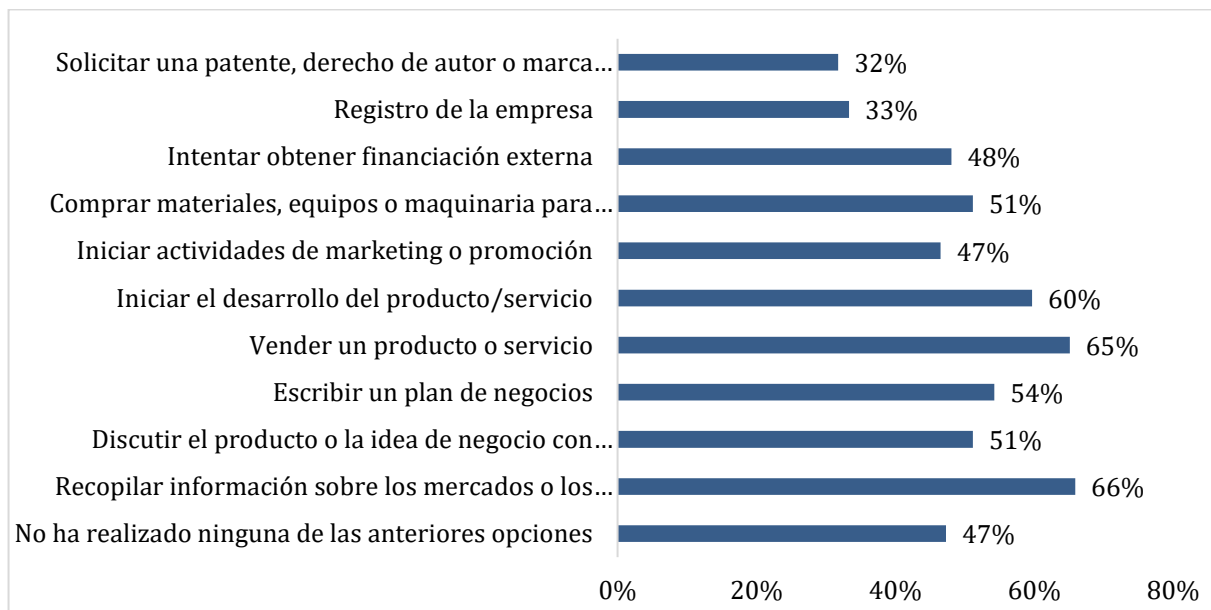
Identificamos 111 Estudiantes correspondientes al 86% de la encuesta Respondieron "NO" a la pregunta ¿Planea crear esta empresa principalmente como consecuencia de la pandemia COVID - 19? y 18 estudiantes correspondientes a el 14% de estudiantes encuestados respondieron "SI" a la pregunta ¿Planea crear esta empresa principalmente como consecuencia de la pandemia COVID - 19?

**Figura 72***Actividad económica del emprendimiento*

*Fuente.* Autor

El 29% de los estudiantes de la ZAO no tienen una idea de emprendimiento bien definidas en qué sector desarrollarse, si servicios, comercio o industrial, mencionan un tema global como por ejemplo leche, cosas nuevas, comidas, aceros, canasta familiar, fertilizantes, entre otros. El 18% no sabe qué actividad desarrollar en su emprendimiento. El 13% de los estudiantes de la ZAO visualizan su emprendimiento desarrollando actividades de producción agropecuaria, insumos y abonos orgánicos, el 10% en actividades comerciales de venta de alimentos, de productos de belleza, licores, helados, joyas, entre otros.

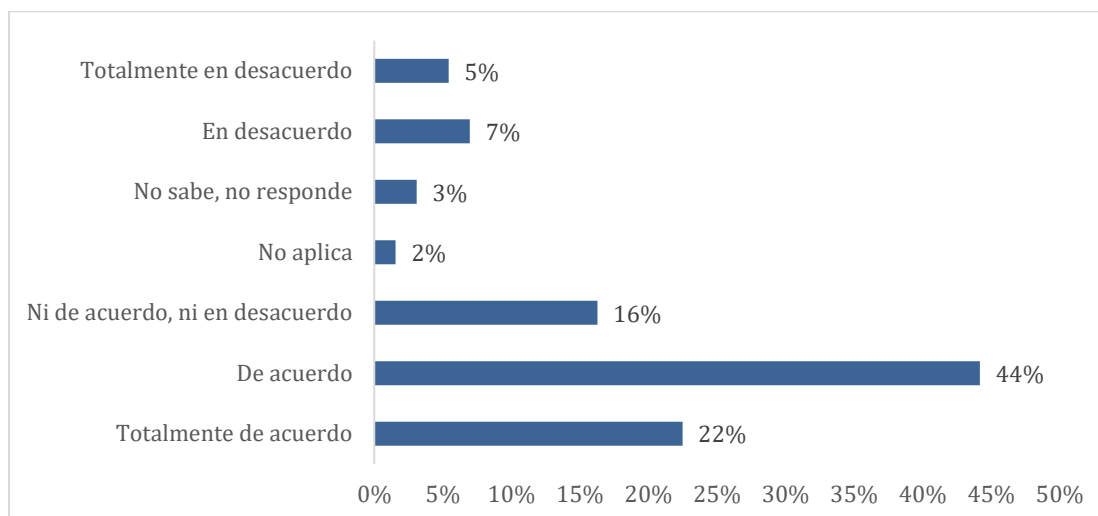
Al preguntar a los estudiantes si ha realizado las siguientes actividades para iniciar su propia empresa, estos son los resultados:

**Figura 73***Actividad realizada para crear empresa*

*Fuente.* Autor

Para iniciar su empresa la mayoría con el 66% de estudiantes de la ZAO ha realizado recopilación de información sobre los mercados o los competidores, el 65% directamente vender un producto o servicio, en tercer lugar, con un 60% han iniciado el desarrollo del producto/servicio. La actividad con menor porcentaje realizado por los estudiantes es solicitar una patente, derecho de autor o marca comercial con el 32% y el registro de la empresa con el 33%.

Se preguntó a los estudiantes si considera que actualmente cuenta con las habilidades suficientes para llevar adelante su emprendimiento, esta es la percepción de los estudiantes:

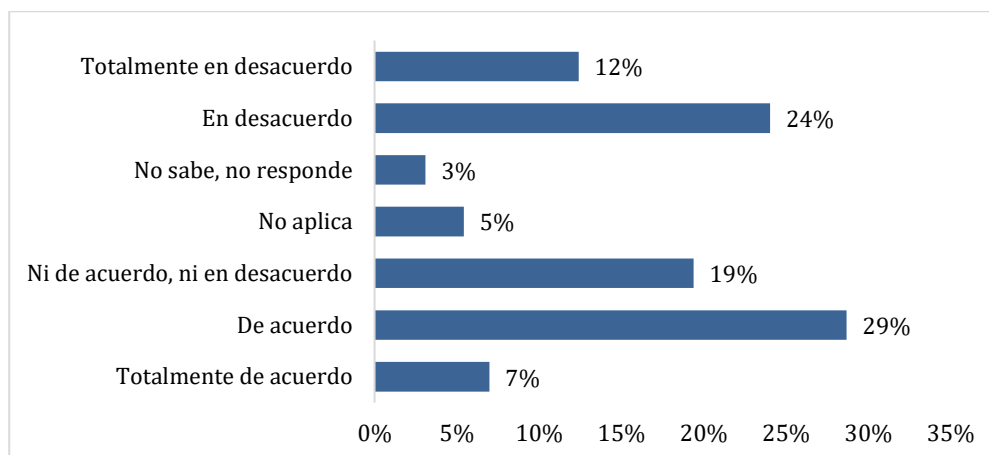
**Figura 74***Percepción de habilidades*

*Fuente. Autor*

El 22% de los estudiantes consideran que está totalmente de acuerdo en tener las habilidades para llevar adelante su emprendimiento. El 44% siendo de estudiantes respondió que está de acuerdo, el 16% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 2% no aplica, el 3% no sabe no responde, tiene una posición neutral. El 7% y el 5% de los estudiantes no consideran tener las capacidades para llevar adelante su proyecto.

La mayoría de los estudiantes consideran tener habilidades para llevar a cabo un emprendimiento, lo que indica que, aunque no tiene un alto interés en hacerlo si hay habilidades que han adquirido a lo largo de su vida.

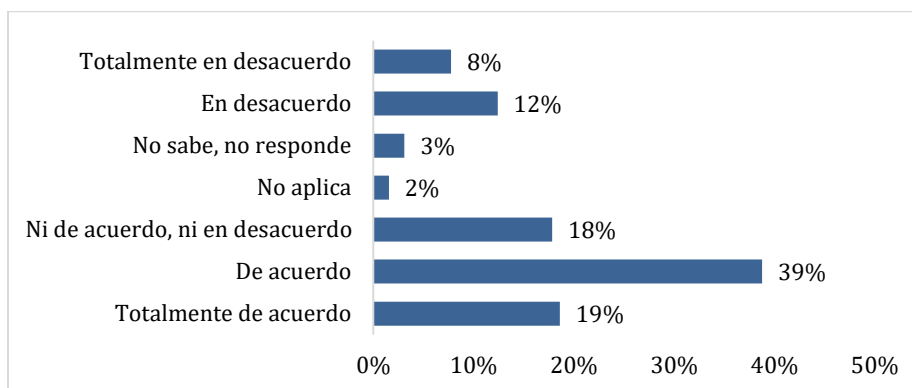
Respecto a la pregunta, si considera que actualmente cuenta con los conocimientos suficientes para gestionar su empresa, los estudiantes respondieron:

**Figura 75***Percepción de conocimientos*

*Fuente.* Autor

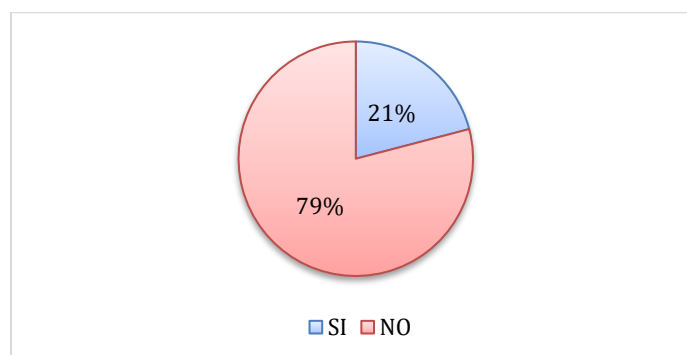
Con un 29% totalmente de acuerdo y 7% de acuerdo, un poco más de la tercera parte de los estudiantes considera tener conocimientos adecuados para llevar a cabo un proyecto de emprendimiento, lo cual es base para poder iniciar y poner en práctica los saberes adquiridos. En considerable el porcentaje de los estudiantes que su opinión frente a este tema es neutral con un 19%, 5% y 3% no sabe, no responde. Y finalmente, con un 24% y 12% de estudiantes consideran no tener ningún conocimiento y pueden ser son focos en los cuales colocar la mirada para brindar capacitación respecto a la cultura del emprendimiento.

Al preguntar si considera que actualmente cuenta con los recursos suficientes para llevar adelante su empresa, respondieron:

**Figura 76***Percepción acerca de los recursos económicos*

*Fuente.* Autor

El 19% de los estudiantes considera que sí cuentan totalmente con recursos económicos para llevar a cabo su proyecto, un 39% está de acuerdo, el 18% está en una posición neutral, no sabe no responde, el 12% está en desacuerdo y el 8% está en total desacuerdo de tenerlos. Como resultado la mayoría de los estudiante cuentan con recursos para gestionar su empresa, lo cual indica el nivel de intención emprendedora que hay por la seguridad económica de financiar con recursos propios y no acudir tanto a terceros o endeudamiento.

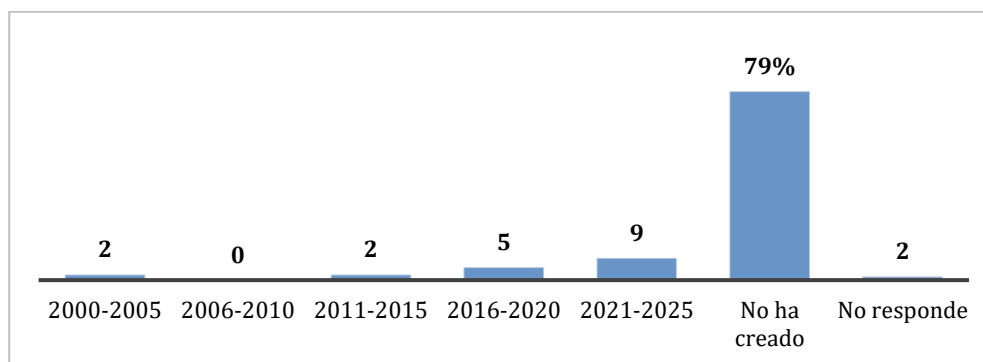
**Figura 77***Creación de empresa*

*Fuente.* Autor

De acuerdo con la pregunta, usted ha creado una empresa, el 79% de los estudiantes respondió que no y el 21% sí. Se destaca que son pocos los que han llevado a la realidad una idea de negocio y consideran que sus proyectos cuentan con un buen desempeño en la actualidad.

### Figura 78

*Año de creación de empresa*



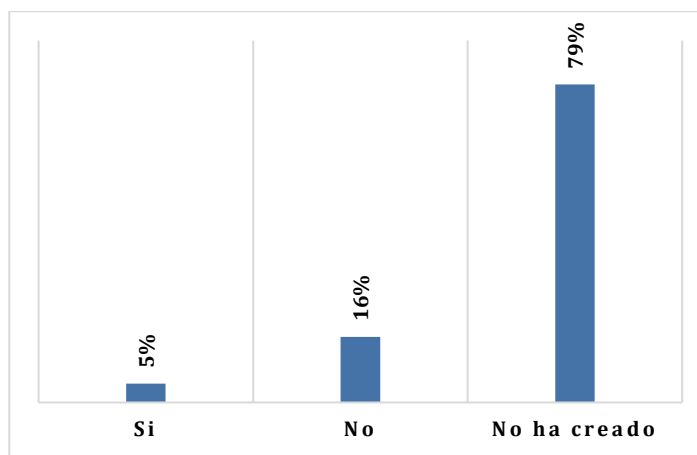
*Fuente. Autor*

De acuerdo con la gráfica es posible afirmar que la mayoría de los estudiantes no ha creado empresa al ser este porcentaje del 79%. El 21% restante son estudiantes que han creado empresa, de estos el 1,6% no respondió en qué año la creó, más de quienes proporcionaron el dato se obtiene que entre el año 2000 y 2024 han creado empresa, principalmente entre los años 2016-2020 con un 5,4% y entre 2021-2025 con un 9,3%.

De los estudiantes que ha creado empresa, el cual comprende el 21% de encuestados, el 5% lo ha realizado como consecuencia de la pandemia del COVID-19 y el 16% no. Con la escasez de empleo existente muchos optan por reinventar, innovar y crear empresa, como se observa en la Zona Amazorinoquía la mayoría de los estudiantes no lo hicieron como consecuencia de la pandemia.

**Figura 79**

*Creación de empresa como consecuencia del COVID-19*

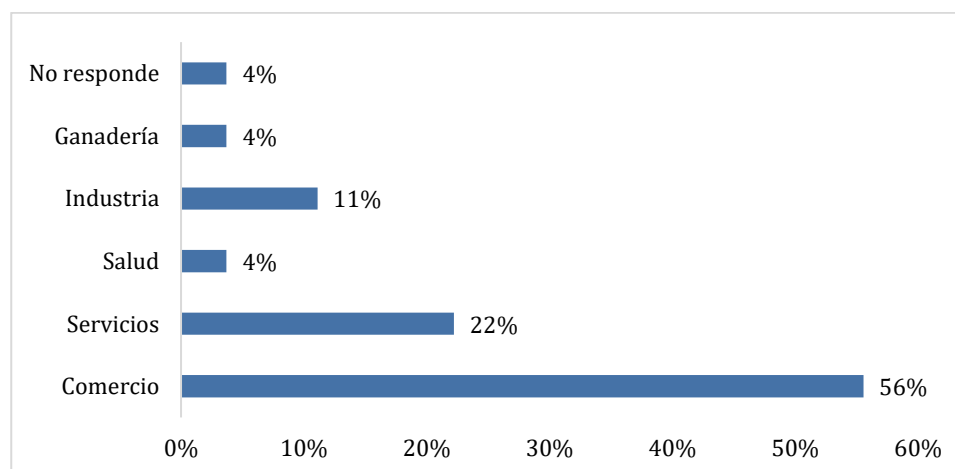


*Fuente. Autor*

Al preguntar ¿a qué sector económico pertenece principalmente la empresa (Comercio, servicios, salud, educación, etc.)? los estudiantes que conforman el 21% que han creado empresa respondieron:

**Figura 80**

*Sector económico de la empresa creada*

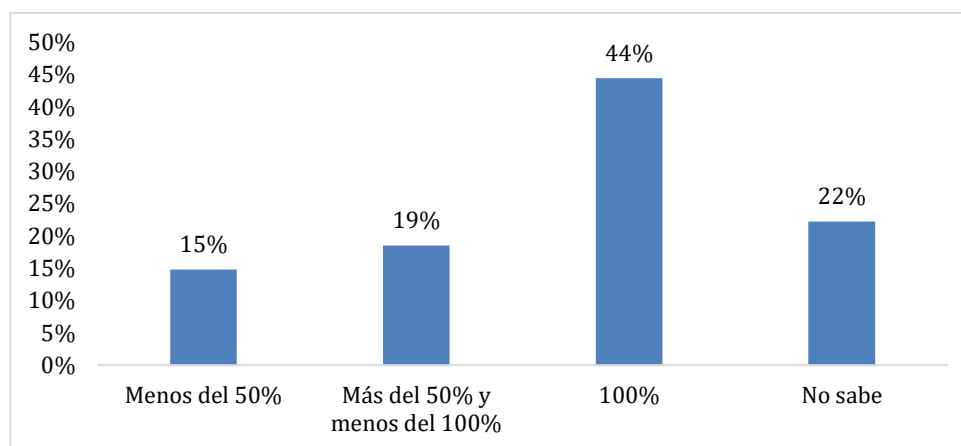


*Fuente. Autor*

De las empresas creadas por los estudiantes de las escuelas ECACEN y ECAPMA de la ZAO, el sector económico más representativo con el 56% es el comercio (comercio de alimentos, de productos de belleza, productos para construcción), en segundo lugar, el sector de servicios (salud, farmacéutica, belleza canina) y en tercer lugar el sector de industria (producción de alimentos, producción pecuaria).

**Figura 81**

*Capital de la empresa creada*

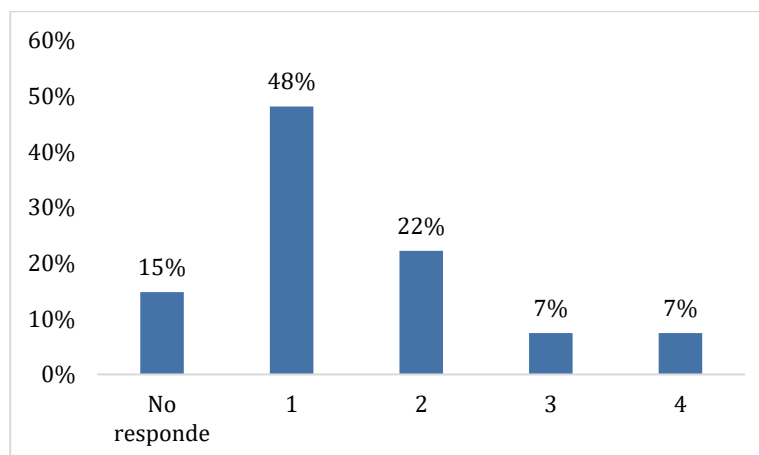


*Fuente. Autor*

Del 21% de los estudiantes que ha creado empresa, el 44% es propietario de la totalidad del capital, el 19% de estudiantes más del 50% y menos del 100% de capital, el 15% posee menos del 50% y el 22% no sabe cuánto le pertenece. Se deduce que la mayoría de los estudiantes es dueño de la empresa en su totalidad.

**Figura 82**

*Cantidad de socios en la empresa creada*



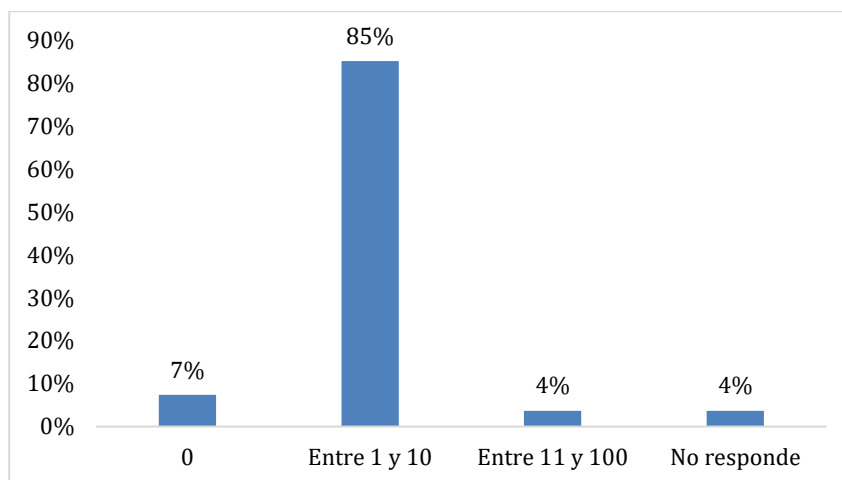
*Fuente. Autor*

A la pregunta ¿cuántos socios incluyéndose tiene su empresa? Del 21 % de las empresas creadas por estudiantes, el 48% solo tienen un socio quien es el estudiante emprendedor propietario del 100% de capital, el 22% tienen 2 socios, el 7% tienen 3 socios. La mayor cantidad de socios en las empresas creadas son de 4 personas corresponde al 7%. El 15% de los estudiantes que ha creado empresa no respondió esta pregunta.

El 85% de las empresas creadas por los estudiantes de la ZAO corresponde a microempresas cuya cantidad de empleados oscilan entre 1 y 10 personas. El 7% no cuenta con empleados lo que indica que como emprendedor y propietario realiza todas las actividades de su proyecto y el 4% corresponde a empresas que tienen entre 11 y 100 empleados lo que indica que son pequeñas empresas. El 4% no respondió.

**Figura 83**

*Número de empleados*

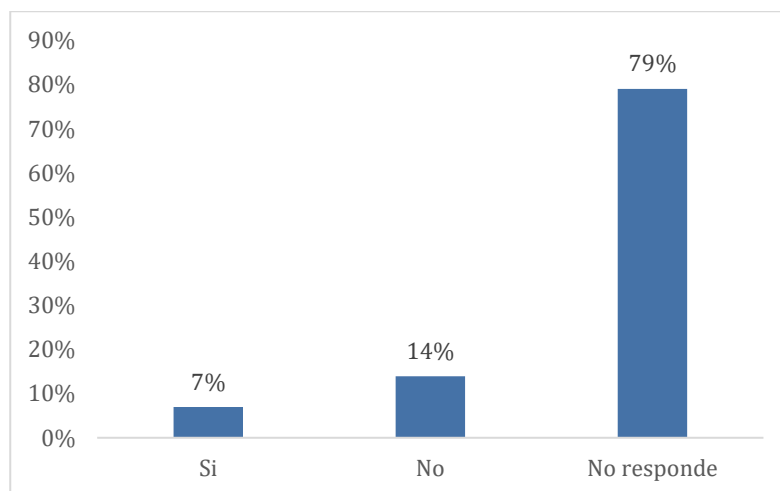


*Fuente. Autor*

Al evaluar el desempeño de su empresa en comparación con sus competidores, los estudiantes emprendedores consideran que el desempeño de su proyecto de negocio es bueno, excelente, ofrecen el mejor servicio, hasta el momento se ha sostenido por la razón de calidad y servicio, considera que debe hacer mayor inversión para mayor rentabilidad.

#### **Intención emprendedora a nivel familiar**

Al preguntar si los padres de los estudiantes trabajan por cuenta propia y son propietarios de una empresa, se obtuvieron los siguientes resultados:

**Figura 84***Padres independientes con empresa propia*

*Fuente. Autor*

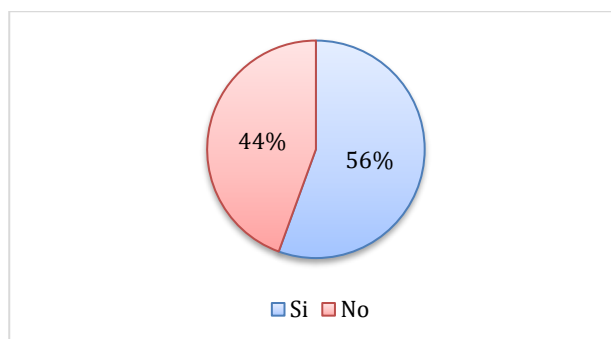
Del 21% de los estudiantes de la ZAO que han creado empresa, del 14% sus padres no han sido emprendedores ni trabajan por cuenta propia frente a un 7% de los estudiantes emprendedores que si tienen padres que lo son. El 79% restante que conforman la totalidad de encuestados no respondió esta pregunta.

Las siguientes preguntas de la encuesta fueron respondidas por el 7% de los estudiantes cuyos padres son creadores de empresa e indagan acerca de su participación en ellas, el tiempo de existencia de sus proyectos, si el estudiante ha trabajado en las empresas familiares, a qué sector pertenece y cuántos empleados tienen a cargo.

El 56% de los padres emprendedores son propietarios mayoristas de la empresa frente al 44% que no lo son.

**Figura 85**

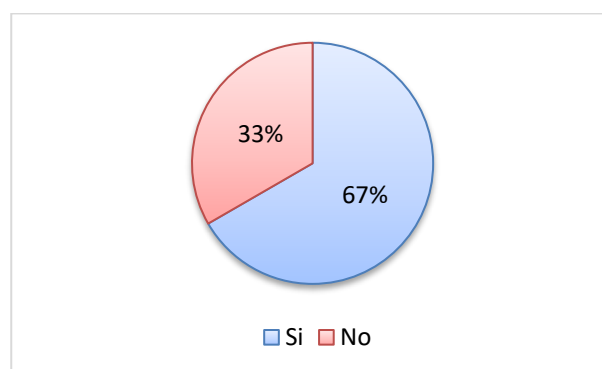
*Padres mayoristas de la empresa*



*Fuente. Autor*

**Figura 86**

*Padres directores de la empresa*



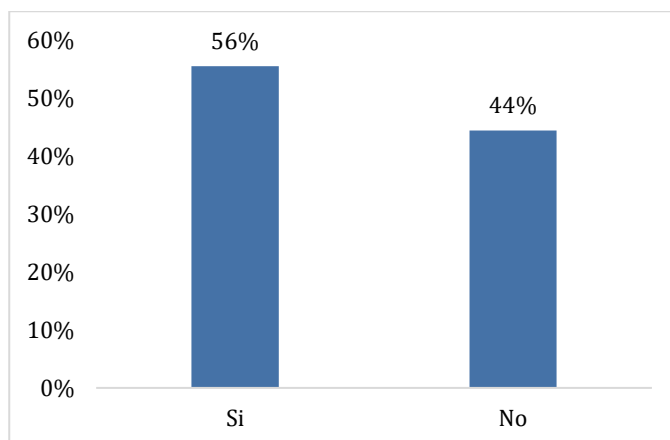
*Fuente. Autor*

El 67% de los padres emprendedores son los directores o CEO de la empresa y el 33% no lo son, entonces la mayoría de ellos dirigen una empresa y los estudiantes aquí relacionados tienen alta probabilidad de heredar estas compañías.

Al indagar a los estudiantes que conforman el 7% si han trabajado en la empresa de sus padres, se obtiene que el 56% si lo ha hecho y el 3% no.

**Figura 87**

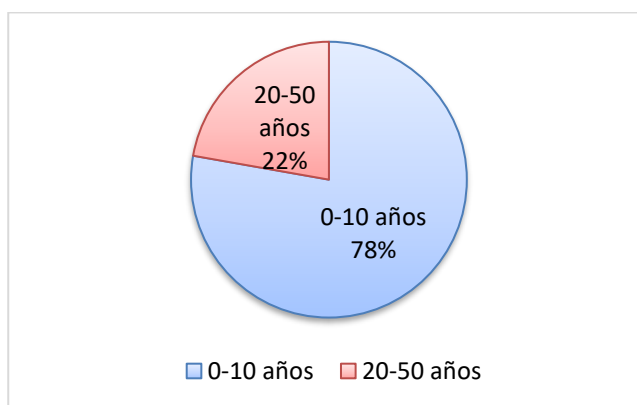
*Trabajo con los padres empresarios*



*Fuente. Autor*

**Figura 88**

*Años de la empresa familiar*



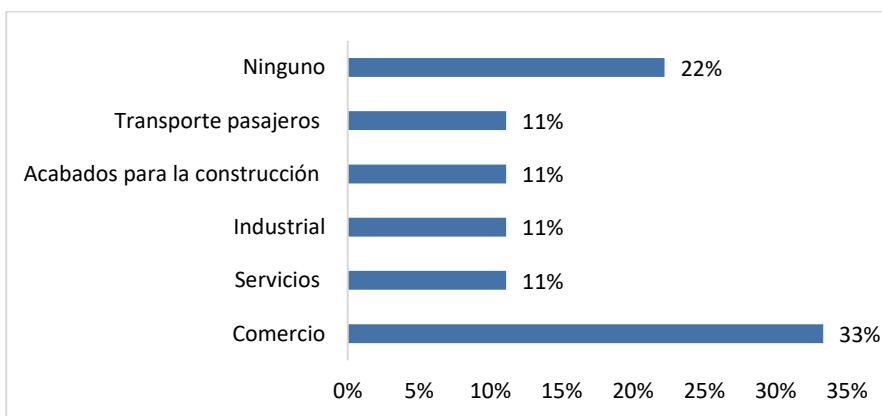
*Fuente. Autor*

De los estudiantes cuyos padres son propietarios de una empresa, el 78% corresponde a empresas que llevan funcionando entre 0 y 10 años, estas son mayoría frente al 22% de empresas familiares que llevan entre 20 y 50 años. La mayoría son empresas nuevas que inician

como proyectos familiares que van creciendo y afianzándose en el mercado con el paso de los años.

**Figura 89**

*Sector económico de la empresa familiar*

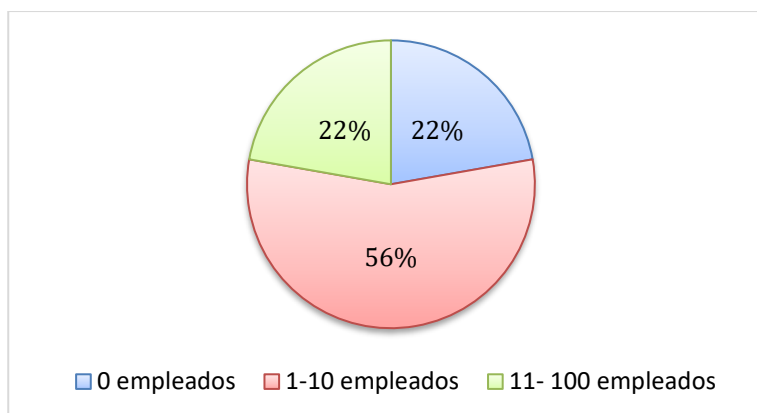


*Fuente. Autor*

El 33% de las empresas familiares pertenece al sector comercio, con igual porcentaje del 11% pertenece al sector de servicios, industrial, acabados para la construcción y transporte de pasajeros. El 22% respondió que no pertenece a ningún sector descrito como respuesta.

**Figura 90**

*Número de empleados*



*Fuente. Autor*

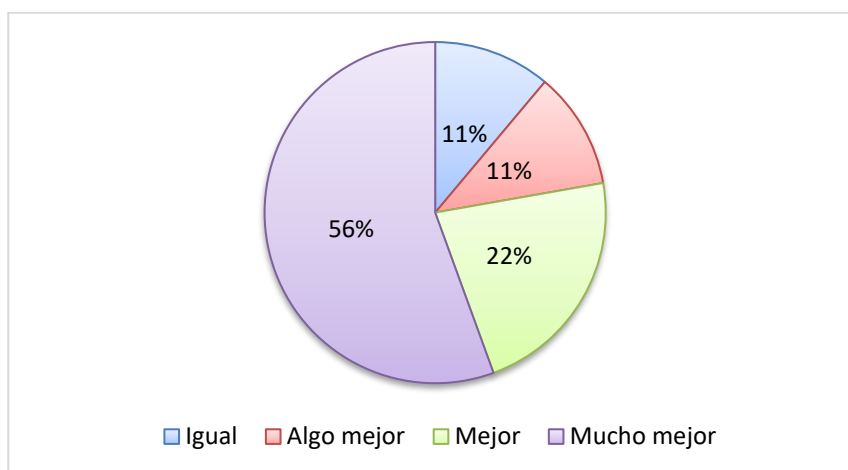
El 56% de las empresas familiares de la ZAO corresponde a microempresas que tienen entre 1 a 10 empleados y el 22% de 11 a 100 empleados siendo estas pequeñas y medianas empresas. El 22%, porcentaje significativo está relacionado a empresas que no tienen trabajadores, lo que indica que los padres son quienes realizan todas las actividades desde el rol de propietarios.

### **Evaluación de la empresa familiar**

A continuación, se relacionan los resultados obtenidos acerca de la percepción de los estudiantes sobre el desempeño de la empresa de sus padres, su competitividad y la intención del estudiante de ser sucesor.

#### **Figura 91**

*Desempeño de la empresa familiar frente a la competencia*



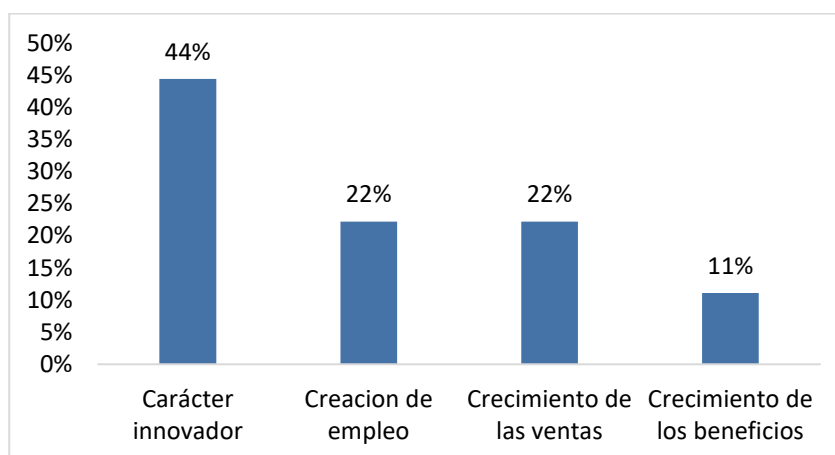
*Fuente.* Autor

Los estudiantes cuyos padres poseen una empresa propia evalúan el desempeño de estas de la siguiente manera: el 56% considera que es mucho mejor el desempeño de la empresa familiar frente a la competencia, el 22% algo mejor y tan solo el 11% considera que es

el desempeño es igual a la competencia. Entonces, la mayoría considera que las empresas familiares si son competitivas.

**Figura 92**

*Aspectos que destaca la empresa en comparación con la competencia*

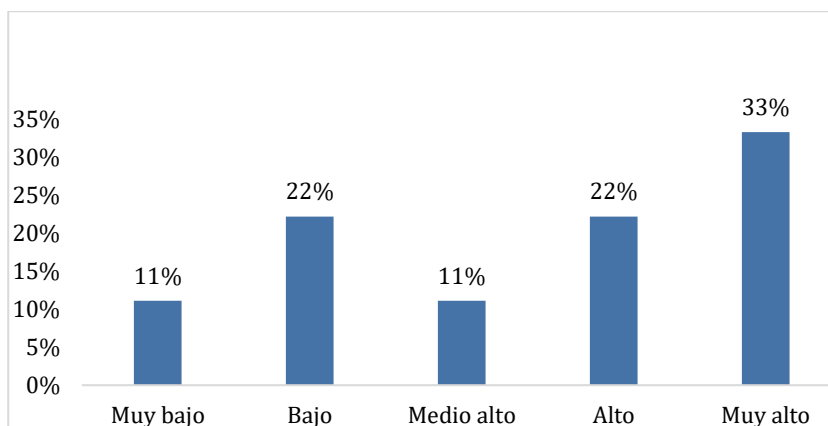


*Fuente. Autor*

La mayoría de los estudiantes cuyos padres tienen empresa propia considera que el aspecto distintivo frente a la competencia es el carácter innovador con un 44%, en segundo lugar, con el 22% consideran que es la creación de empleo, en tercer lugar, el crecimiento de las ventas y en cuarto lugar el crecimiento de los beneficios con el 11%. Se deduce que la innovación es el principal aspecto de los emprendimientos familiares en la zona Amazorinoquía, lo cual es un aspecto muy importante en la sostenibilidad de los proyectos.

**Figura 93**

*Intención de ser sucesor en la empresa familiar*



*Fuente. Autor*

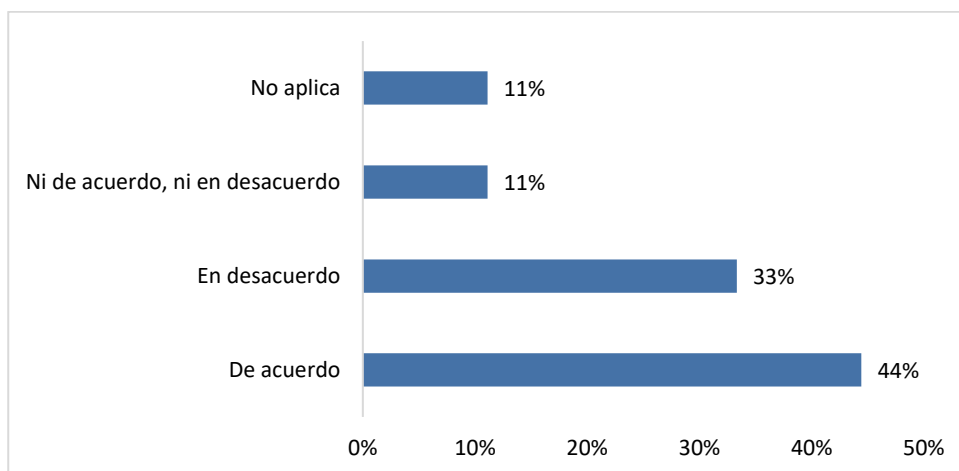
La mayoría con el 33% de los estudiantes cuyos padres tienen empresa tienen muy alto interés de ser sucesores y continuar con el proyecto familiar, el 22% tiene alto interés, otro 22% bajo interés y el 11% muy bajo interés. Lo que indica que la intención emprendedora de los estudiantes cuyos padres tienen empresa es mayormente con motivación para continuar con la tradición familiar.

## Intención emprendedora en la empresa familiar

Las últimas preguntas relacionadas en el instrumento de investigación hacen referencia a la decisión del estudiante de ser sucesor en la empresa familiar.

### Figura 94

*Decisión 7 Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa con el fin de tomar control de la empresa de mis padres.*

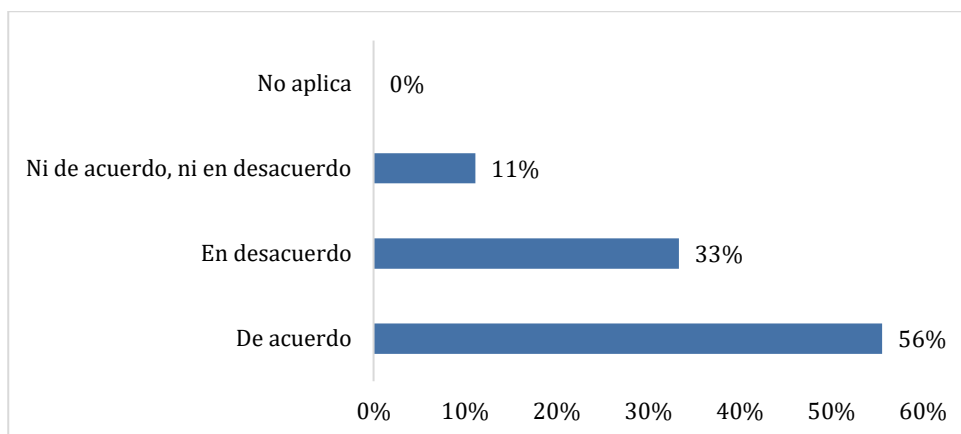


*Fuente.* Autor

El 44% de los estudiantes que pertenecen a una empresa familiar está de acuerdo que hará cualquier cosa con el fin de tomar el control de la empresa de sus padres, el 33% en desacuerdo, el 11% tiene una posición neutral, ni en acuerdo ni en desacuerdo, y el 11% no aplica para responder.

**Figura 95**

*Decisión 8 Mi meta profesional es llegar a ser el sucesor de mis padres en la empresa.*

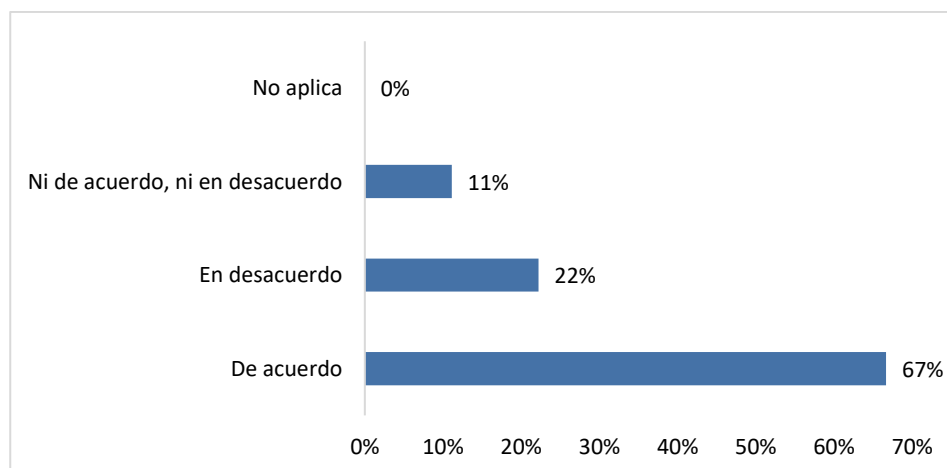


*Fuente. Autor*

El 56% de los estudiantes tiene como meta profesional el llegar a ser el sucesor de sus padres en la empresa familiar, el 33% está en desacuerdo y el 11% ni en acuerdo ni en desacuerdo. Se deduce entonces, que la mayoría de los estudiantes tienen intención emprendedora con motivación el continuar con la empresa familiar.

**Figura 96**

*Decisión 9 Tengo la firme intención de convertirme en el sucesor de mis padres algún día.*

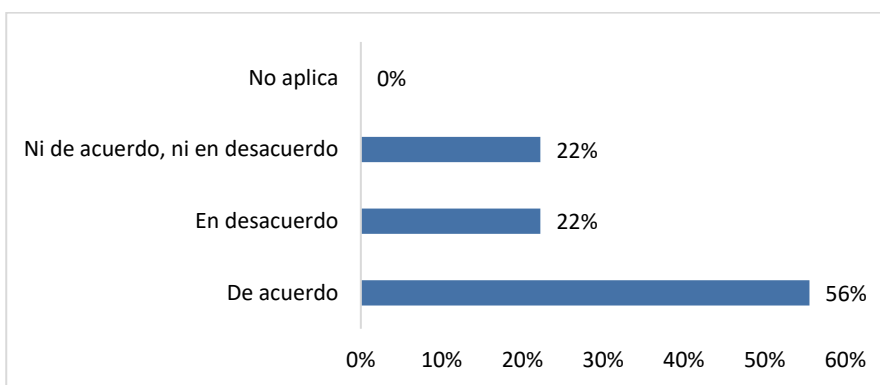


*Fuente. Autor*

Se observa como resultado que el 67% de los estudiantes con empresa familiar tienen la firme intención de ser sucesor de sus padres, el 22% está en desacuerdo y el 11% ni de acuerdo ni en desacuerdo, tienen una posición neutral respecto a este tema.

**Figura 97**

*Decisión 10 Haré todo lo posible para convertirme en el sucesor de mis padres en la empresa.*

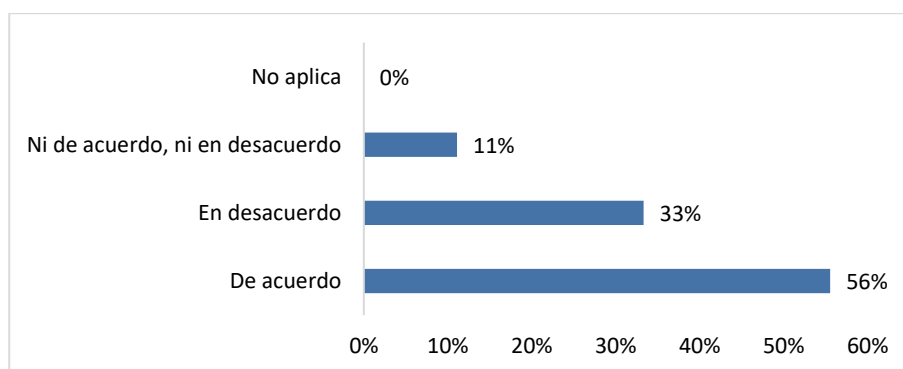


*Fuente. Autor*

El 56% de los estudiantes de la ZAO que son parte de una empresa familiar harán todo lo posible para convertirse en sucesores de sus padres en el proyecto, el 22% está en desacuerdo y el otro 22% tienen una posición neutral, ni en acuerdo ni en desacuerdo.

**Figura 98**

*Decisión 11 Estoy decidido a convertirme en el sucesor de mis padres en la empresa*

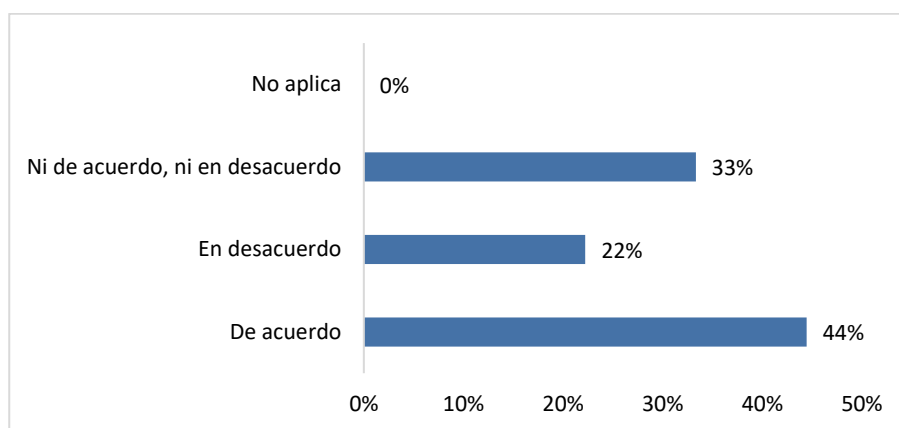


*Fuente. Autor*

El 56% de los estudiantes de la ZAO con empresa familiar de sus padres está decidido en convertirse en el sucesor de sus padres, el 33% en desacuerdo y el 11% tienen una posición neutral, ni de acuerdo ni en desacuerdo. Existe una fuerte tendencia de los estudiantes estar decididos en continuar con el proyecto de emprendimiento familiar.

### Figura 99

*Decisión 12 He pensado muy seriamente en tomar el control de la empresa de mis padres*



*Fuente. Autor*

El 44% de los estudiantes ha pensado muy seriamente en tomar el control de la empresa de sus padres, el 22% está en desacuerdo en esta decisión y el otro 33% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

## Conclusiones

Basándonos en los resultados obtenidos de la encuesta sobre emprendimiento en la Zona Amazorinoquía (ZAO), podemos extraer varias conclusiones significativas:

En primer lugar, los diversos motivos que impulsan la iniciativa emprendedora entre los estudiantes de la ZAO revelan un panorama multifacético en el que confluyen aspiraciones personales y realidades económicas. Desde la iniciativa propia hasta la necesidad económica, los estudiantes encuentran en el emprendimiento una vía para materializar sus objetivos y responder a demandas del entorno laboral y social.

A pesar del impacto de la pandemia COVID-19 en el tejido empresarial global, solo un pequeño porcentaje de estudiantes planea crear una empresa como respuesta directa a esta crisis. Esto sugiere una resiliencia relativa en el espíritu emprendedor de la comunidad estudiantil, que sigue buscando oportunidades y soluciones incluso en tiempos de adversidad.

El predominio del sector comercial entre los emprendedores estudiantiles señala una preferencia por actividades comerciales y de servicios en la ZAO. Este hallazgo refleja la percepción de oportunidades en estos sectores y sugiere una tendencia hacia modelos de negocio más accesibles y versátiles para los estudiantes.

Aunque muchos estudiantes se sienten capacitados para emprender, un porcentaje significativo duda de poseer los conocimientos necesarios. Esto destaca la importancia de programas educativos que fortalezcan las habilidades empresariales y fomenten la confianza en la capacidad para gestionar empresas. Es fundamental cerrar esta brecha de conocimiento para impulsar aún más el espíritu emprendedor en la comunidad estudiantil.

La creación de empresas sigue siendo un desafío para la mayoría de los encuestados, con un porcentaje relativamente bajo de estudiantes que han logrado establecer sus propios negocios. Esto indica la necesidad de apoyo adicional, tanto en términos de recursos financieros como de capacitación empresarial. Es crucial desarrollar políticas y programas que faciliten el acceso a financiamiento y brinden asistencia técnica a los aspirantes a emprendedores.

La alta proporción de estudiantes cuyos padres son emprendedores y la voluntad de muchos de ellos de continuar con el legado familiar empresarial subrayan la influencia positiva de los entornos familiares en el fomento del espíritu emprendedor. Este arraigo de la tradición familiar emprendedora destaca la importancia de promover modelos de negocio sostenibles y exitosos que puedan ser heredados y desarrollados por las generaciones futuras. En este sentido, se debe fomentar el diálogo intergeneracional y el intercambio de conocimientos entre emprendedores experimentados y jóvenes aspirantes a empresarios.

Los resultados de la encuesta sobre emprendimiento en la Zona Amazorinoquía ofrecen una visión integral del panorama emprendedor entre los estudiantes, revelando una combinación de motivaciones, desafíos y aspiraciones. Si bien existe un sólido interés en el emprendimiento y un reconocimiento de las oportunidades económicas que ofrece, también se identifican áreas de mejora en términos de capacitación, acceso a recursos y apoyo institucional. Para impulsar aún más el espíritu emprendedor en la comunidad estudiantil, es necesario implementar medidas que fortalezcan las habilidades empresariales, faciliten el acceso a financiamiento y promuevan el intercambio de conocimientos y experiencias entre emprendedores de distintas generaciones. De esta manera, se podrá crear un ecosistema

emprendedor más sólido y dinámico, capaz de generar impacto económico y social positivo en la región.

Se observa un aumento a lo largo de los años en cuanto a la creación de empresas en la ZAO. Los estudiantes han demostrado entusiasmo e interés para desarrollar y fortalecer habilidades en cuanto a todo el tema que abarca el emprendimiento aprovechando los recursos que la Universidad promueve en el transcurso de su carrera.

Es posible deducir que los factores que más influyen en el interés emprendedor de los estudiantes de la zona ZAO es la necesidad de tener unos ingresos con los cuales solventar todas las necesidades básicas. Dada la baja tasa de empleo en el país, los estudiantes optan por crear sus propios negocios para ser además sus propios jefes y generar mayor riqueza. Por otro lado, dar continuidad con la tradición familiar juega un papel importante, la mayoría de los estudiantes cuyos padres poseen empresa, aspiran ser sucesores de ellos para gerenciar estos proyectos. También hay planeación a futuro de crear empresa, donde al tener un empleo los estudiantes tienen como meta el ahorro para a mediano y largo plazo, invertir estos recursos en un proyecto de negocio y no tener que recurrir a financiación externa.

Las características de los estudiantes frente al emprendimiento son diversas, se analiza que dentro del perfil emprendedor se encuentra que son personas planeadoras; que se proyectan con recursos propios formar empresa, entusiastas, realistas; frente a la situación económica de la región en cuanto a opciones de empleo y generación de riqueza, por ello optan por generar mayores ingresos buscando oportunidades en el mercado. El desarrollo profesional es una cualidad importante, los estudiantes optan por emprender en el área de sus conocimientos académicos y aspiran hacerlo al concluir sus estudios universitarios.

La percepción que deja el desarrollo de este proyecto, es la búsqueda de fomentar el interés del emprendimiento que llegue a todos los estudiantes Unadistas del ZAO, así mismo continuar forjando bases mediante el desarrollo de programas y actividades que fortalezcan habilidades, analizando y reflexionando sobre los diferentes escenarios del emprendimiento en cuanto a lo social, político, cultural y regional que permitan reforzar en Plan de Desarrollo de la UNAD, así como lo propone en el Acuerdo 001 26 de Enero de 2021 Política de Innovación y Emprendimiento de la Universidad Nacional en el artículo 4 del Acuerdo 0014 del 23 de julio de 2018: Política de Innovación y Emprendimiento de la Universidad Nacional

*«Por el cual se expide el Estatuto General de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)», define la misión de la Universidad: «La Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) tiene como misión contribuir a la educación para todos a través de la modalidad abierta, a distancia, y en ambientes virtuales de aprendizaje, mediante la acción pedagógica, la proyección social, el desarrollo regional y la acción comunitaria, la inclusión, la solidaridad, a investigación, la internacionalización y la innovación en todas sus expresiones, con el uso intensivo de las tecnologías, en particular de la información y de las comunicaciones, para fomentar y acompañar el aprendizaje autónomo, significativo y colaborativo, generador de cultura y espíritu emprendedor que en el marco de la sociedad global y del conocimiento propicie el desarrollo económico, social y humano sostenible de las comunidades locales, regionales y globales con calidad, eficiencia y equidad social».*»

### Referencias bibliográficas

- Acuerdo 001 del 26 de enero de 2021. Política de Innovación y Emprendimiento de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)A  
[https://sgeneral.unad.edu.co/images/documentos/consejoSuperior/acuerdos/2021/COSU\\_ACUE\\_001\\_26012021.pdf](https://sgeneral.unad.edu.co/images/documentos/consejoSuperior/acuerdos/2021/COSU_ACUE_001_26012021.pdf)
- Aguinis, H., Villamor, I., Lazzarini, S., Vassolo, R., Amorós, J., & Allen, D. (2020). Realización de investigaciones en gestión en América Latina: ¿Por qué y qué hay para ti?. *Revista de Gestión*, 46, 615-636. <https://doi.org/10.1177/0149206320901581>
- Aparicio, S., Urbano, D., & Gómez, D. (2016). El papel del emprendimiento innovador dentro de los escenarios del ciclo de negocios colombianos: Un enfoque de dinámica de sistemas. *Futuros*, 81, 130-147. <https://doi.org/10.1016/J.FUTURES.2016.02.004>
- Arocena, R., & Sutz, J. (2001). Cambios en la producción de conocimiento y universidades latinoamericanas. *Política de Investigación*, 30, 1221-1234.  
[https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(00\)00143-8](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(00)00143-8)
- Benítez Ramírez, M. D. & Quiñonez Mosquera, G. A. (2022). *Factores institucionales y su relación con las spin-offs universitarias en la Amazorinoquía Colombiana*.  
<https://revistas.curn.edu.co/index.php/aglala/article/view/2068>
- Bioingred Tech. (Sin fecha). Página Inicio. <https://bioingred.co/>
- Boutilier, R. (2009). Globalización y las carreras de trabajadores del conocimiento mexicanos: Un estudio exploratorio de adaptaciones de empleadores y trabajadores. *Ética Empresarial*, 88, 319-333. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3204881>

- Castro, D., Daing, C., & Ramos, R. (2023). Rendimiento académico y actitud hacia la educación empresarial entre estudiantes de grado doce. *Revista Americana de Desarrollo Social y Emprendimiento*. <https://doi.org/10.54536/ajsde.v1i1.1103>
- Coon, D. (2004). *Introduction to Psychology* (9th ed). Minneapolis: West Publishing Company
- Coon, D. (2004). *Introduction to Psychology* (9th ed). Minneapolis: West Publishing Company
- Dheter, M. (Marzo de 2004). Factores para el surgimiento emprendedor: enfoque de las identidades, la intencionalidad y la actuación. Obtenido de [http://www.mariodehter.com/publi/factores\\_emprendedores.pdf](http://www.mariodehter.com/publi/factores_emprendedores.pdf)
- González Espitia, I. Muñoz Torrez, L. & Muñoz Torres, L. (2022). *Estado del arte del emprendimiento en Colombia, una aproximación desde lo contable*. *Revista Conrado*, 18(89), 8-17. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/2700>
- Johansen, V. (2014). Educación empresarial y rendimiento académico. *Revista Escandinava de Investigación Educativa*, 58, 300-314. <https://doi.org/10.1080/00313831.2012.726642>
- Kirzner, I. (1973). The entrepreneur. *Competition and entrepreneurship*, 30-87.
- Knight, F. H. (1921). *Risk, Uncertainty, and Profit*. New York: Houghton Mifflin.
- Leibenstein, H. (1966). Allocative efficiency vs. 'x-efficiency'. *American Economic Review*, 56, 392-415.
- Ley 1838. (Julio de 06 de 2017). Colombia. Obtenido de <https://www.colciencias.gov.co/normatividad/ley-1838-2017>

- Machado, P., Porto-Martins, P., Vosgerau, D., & Viacava, J. (2022). Potencial emprendedor y compromiso académico en estudiantes universitarios. *Paidéia (Ribeirão Preto)*.  
<https://doi.org/10.1590/1982-4327e3226>
- Mannke, F. (2012). Fomentando la transferencia internacional de tecnología a través de redes de tecnología climática entre universidades europeas y latinoamericanas. *Revista de Negocios Latinoamericanos*, 13, 171-197.  
<https://doi.org/10.1080/10978526.2012.730018>
- Martínez, A., Moreno, J., Pereira, F., Osorio, F., López, M., Schmutzler, J., Gómez, L., Santiago, V., Parra, L., Orozco, J. (2023). *Actividad empresarial en Colombia 2022 - 2023: En camino hacia la reactivación*. Cali: Editorial Universidad Icesi.
- Montiel-Campos, H. (2018). Creación de spin-offs universitarias en la región latinoamericana. *Revista de Emprendimiento en Economías Emergentes*. <https://doi.org/10.1108/JEEE-02-2018-0011>
- Nasrullah, S., Khan, M., Khan, I., & Khan, I. (2016). La educación empresarial y el rendimiento académico. *Revista de Educación y Práctica*, 7, 1-4. Fuente: [www.unad.edu.co](http://www.unad.edu.co)
- Rodeiro, D., Lopez, S., & Otero, L. (Enero de 2010). *Factores determinantes de la creación de spin-offs universitarias*. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 19(1), 47-68. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3118449>
- Rodríguez Ramírez, A. (2008). *El emprendimiento en Colombia*. Entramado, vol. 4, núm. 2, julio-diciembre, 2008, pp. 20-37. Universidad Libre. Cali, Colombia.  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265420459003>

- Roman-Martinez, I., Gómez-Miranda, M., & García-Muñoz, T. (2020). Contribución económica de las spin-off universitarias. , 215-240. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-0174-0.ch012>
- Saeed, S., Yousafzai, S., Yani-De-Soriano, M., & Muffatto, M. (2015). El papel del apoyo percibido de la universidad en la formación de la intención emprendedora de los estudiantes. *Revista de Gestión de Pequeñas Empresas*, 53, 1127-1145. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12090>
- Sarmiento de la valle, S. (Febrero de 2008). *Competitividad Regional*. Dimensión Empresarial, 6(1), 19-37. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3990114>
- Say, J. B. (1803). *Tratado de política económica*. Méjico: Fondo de Cultura Económica.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of economic developments*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Sutz, J. (2000). Las relaciones universidad-industria-gobierno en América Latina. *Política de Investigación*, 29, 279-290. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00066-](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00066-)
- Tekin, E. (2021). El efecto del emprendimiento y la innovación en el rendimiento académico de las universidades. *Revista de Educación Superior*. <https://doi.org/10.2399/yod.20.744643>
- Unad Noticias. (2023, 18 de julio). *BIOUNAD: Primera Spin Off Universitaria Solidaria en Biotecnología Registrada por la UNAD*. <https://noticias.unad.edu.co/index.php/unad-noticias/todas/6030-biounad-primera-spin-off-universitaria-solidaria-en-biotecnologia-registrada-por-la-unad>

Walter, A., Auer, M., & Ritter, T. (2006). El impacto de las capacidades de red y la orientación emprendedora en el rendimiento de las spin-off universitarias. *Venturamiento de Empresas*, 21, 541-567. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSVENT.2005.02.005>