

**El Emprendimiento como Estrategia de Dignificación de Vida en Poblaciones Vulnerables:
Desafíos y Oportunidades en el barrio San Francisco de la ciudad de Cartagena –
Colombia.**

Juliette Beltrán Andrade

Hector Enrique Diaz Campillo

Asesor

Amalio Segundo Otero Tapia

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Economicas y de Negocios ECACEN

Administracion de Empresas

2025

Resumen

El presente estudio analiza los desafíos que enfrentan los habitantes del barrio San Francisco en Cartagena para desarrollar emprendimientos como estrategia de dignificación de vida. Los resultados muestran que los estudiantes del Colegio San Francisco perciben barreras económicas, sociales y culturales significativas, como la falta de recursos familiares y capital externo, el desconocimiento sobre costos de emprendimiento y la ausencia de programas de apoyo visibles en la comunidad. A pesar de estas limitaciones, se evidencia una actitud positiva hacia el emprendimiento: los jóvenes manifiestan interés en generar sus propios negocios, motivación para emprender cuando reciben apoyo, capacidad de adaptación, creatividad, visión a futuro y disposición para asumir riesgos. El estudio destaca la importancia del acompañamiento familiar, comunitario e institucional como factor clave para fortalecer la cultura emprendedora y promover la sostenibilidad de los proyectos. Los hallazgos sugieren que, aunque los recursos son limitados, existe un capital humano con potencial para transformar su realidad mediante el emprendimiento.

Palabras clave: Emprendimiento juvenil, barreras económicas, barreras sociales, creatividad, motivación emprendedora.

Abstract

This study analyzes the challenges faced by residents of the San Francisco neighborhood in Cartagena in developing entrepreneurial ventures as a strategy for improving their quality of life. The results show that students at San Francisco School perceive significant economic, social, and cultural barriers, such as a lack of family resources and external capital, a lack of knowledge about the costs of entrepreneurship, and the absence of visible support programs in the community. Despite these limitations, there is evidence of a positive attitude toward entrepreneurship: young people express interest in starting their own businesses, motivation to become entrepreneurs when they receive support, adaptability, creativity, vision for the future, and willingness to take risks. The study highlights the importance of family, community, and institutional support as a key factor in strengthening the entrepreneurial culture and promoting the sustainability of projects. The findings suggest that, although resources are limited, there is human capital with the potential to transform their reality through entrepreneurship.

Keywords: Youth entrepreneurship, economic barriers, social barriers, creativity, entrepreneurial motivation.

Tabla De Contenido

Introducción	9
Planteamiento Del Problema	11
Justificación	13
Objetivos	14
Objetivo General.....	14
Objetivos Específicos	14
Marco Conceptual.....	15
Marco Teórico.....	24
Marco Geográfico	46
Estado del Arte.....	48
Metodología	52
Resultados.....	54
Identificar las barreras económicas, sociales y culturales que perciben los estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena para desarrollar iniciativas emprendedoras.	54
Describir las capacidades, conocimientos e intereses en emprendimiento que manifiestan los estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena.....	73
Describir el acceso a recursos financieros, redes de apoyo y capacitación que tienen los habitantes del barrio San Francisco de la ciudad de Cartagena.	89
Proponer estrategias para fortalecer el emprendimiento en la comunidad como mecanismo de desarrollo sostenible.....	92
Discusión.....	98

Conclusiones	101
Referencias Bibliográficas	103

Lista De Figuras

Figura 1. <i>Ubicación</i>	47
Figura 2. <i>Percepción de los Estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena sobre la Disponibilidad de Recursos Económicos Familiares para Apoyar un Negocio.</i>	54
Figura 3. <i>Acceso Percibido por Los Estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena a Ayudas o Préstamos Para Emprender.</i>	55
Figura 4. <i>Percepción sobre los Costos de Emprender</i>	56
Figura 5. <i>Disponibilidad de Materiales y Herramientas para Emprender</i>	56
Figura 6. <i>Programas Económicos en el Barrio para apoyar a Jóvenes Emprendedores</i>	57
Figura 7. <i>Prioridad de las Familias en la Inversión de ideas de Emprendimiento</i>	59
Figura 8. <i>Programas Económicos en el Barrio para Jóvenes Emprendedores</i>	61
Figura 9. <i>Prioridad de la Familia en otras Necesidades</i>	62
Figura 10. <i>Disponibilidad de Materiales y Herramientas para Emprender</i>	63
Figura 11. <i>Percepción sobre el Costo de Emprender</i>	64
Figura 12. <i>Acceso a Ayudas o Préstamos para Emprender</i>	65
Figura 13. <i>Apoyo Familiar para Iniciar un Negocio</i>	65
Figura 14. <i>Emprender es Seguro para mi Futuro</i>	66
Figura 15. <i>En mi Comunidad se Prefiere Conseguir Empleo Que Crear Un Negocio</i>	67
Figura 16. <i>Tengo Miedo de Fracasar si Emprendo</i>	68
Figura 17. <i>Me Siento Capaz de Ser Emprendedor</i>	69
Figura 18. <i>En Mi Casa no se Habla de Tener un Negocio</i>	70
Figura 19. <i>Siento que el Emprendimiento no es para Personas Como Yo</i>	71
Figura 20. <i>Me Gustaría Tener mi Propio Negocio en el Futuro.</i>	73

Figura 21. <i>Me Siento Motivado/A a Emprender si Recibo Apoyo</i>	74
Figura 22. <i>Me Siento Motivado/A a Emprender si Recibo Apoyo</i>	75
Figura 23. <i>Proactividad</i>	76
Figura 24. <i>Proactividad</i>	78
Figura 25. <i>Visión</i>	80
Figura 26. <i>Trabajo En Equipo</i>	82
Figura 27. <i>Liderazgo</i>	83
Figura 29. <i>Análisis De Sentido De Riesgo</i>	84
Figura 30. <i>Manejo De Cambio</i>	86
Figura 31. <i>Experiencia Familiar En Negocios</i>	89
Figura 32. <i>Apoyo Institucional O Social</i>	90

Lista de Tablas

Tabla 1. Estrategias para Fortalecer el Emprendimiento en la Comunidad del Barrio San Francisco de Cartagena como Mecanismo de Desarrollo Sostenible	93
Tabla 2. Áreas De Acción y Estrategias Específicas para Impulsar el Emprendimiento Juvenil y Comunitario Hacia el Desarrollo Sostenible.....	96

Introducción

El emprendimiento juvenil se ha convertido en un pilar fundamental para el desarrollo económico y social de las comunidades, especialmente en contextos urbanos con limitaciones de recursos y oportunidades. La capacidad de los jóvenes para generar iniciativas productivas no solo contribuye al crecimiento económico, sino que también fortalece la cohesión social, promueve la creatividad y fomenta el desarrollo de habilidades de liderazgo y toma de decisiones. En este sentido, entender las percepciones, motivaciones y obstáculos que enfrentan los jóvenes emprendedores es crucial para diseñar políticas públicas y estrategias institucionales que apoyen la consolidación de proyectos sostenibles.

En barrios como San Francisco, en la ciudad de Cartagena, los jóvenes enfrentan múltiples barreras al momento de emprender. Estas barreras pueden ser de naturaleza económica, como la falta de capital o el limitado acceso a créditos; de tipo educativo, debido a la carencia de programas formativos orientados a la gestión empresarial; o de carácter cultural, relacionadas con normas sociales, estigmas y la falta de apoyo familiar o comunitario. Estas limitaciones generan un entorno complejo donde, a pesar del interés y la creatividad de los jóvenes, la viabilidad de los proyectos se ve afectada, limitando el potencial de desarrollo local y personal.

No obstante, la investigación también evidencia factores que favorecen el emprendimiento juvenil. La motivación intrínseca, la iniciativa personal y la influencia positiva de modelos a seguir, tanto familiares como comunitarios, fortalecen la capacidad de los jóvenes para asumir riesgos calculados y llevar adelante sus ideas. Además, la sensibilización y acompañamiento de instituciones educativas y organizaciones locales son determinantes para que los jóvenes accedan a conocimientos prácticos de gestión, financiamiento y estrategias de mercado, lo que incrementa las probabilidades de éxito de sus emprendimientos.

Este estudio se centra en los estudiantes del Colegio San Francisco, explorando sus percepciones, actitudes y experiencias frente al emprendimiento, así como los factores que actúan como barreras o facilitadores. La investigación busca ofrecer un panorama integral de la realidad emprendedora juvenil en el contexto específico del barrio, contribuyendo al diseño de estrategias que promuevan la autonomía económica, la innovación y la sostenibilidad de los proyectos productivos. De esta manera, se pretende generar conocimiento aplicable tanto a nivel académico como comunitario, fortaleciendo la cultura emprendedora y potenciando el desarrollo integral de los jóvenes en Cartagena.

Planteamiento Del Problema

En Cartagena la pobreza y la desigualdad siguen siendo una realidad que se siente todos los días, sobre todo en los barrios y comunidades más vulnerables, donde las oportunidades para salir adelante son mínimas y lo que más predomina es la informalidad laboral (Otero & Rodríguez, 2021). Según el DANE (2023), más del 40% de la población vive en condición de pobreza y el desempleo juvenil supera el 15%, lo que hace que muchas personas no tengan más opción que buscar el sustento en trabajos informales o actividades de subsistencia. En medio de esto, el emprendimiento se ha convertido en una alternativa que permite a las personas generar sus propios ingresos y mejorar, en algo, su calidad de vida (Pérez, Del Valle & Martínez, 2017). Sin embargo, en barrios de Cartagena estos emprendimientos se encuentran con muchas barreras: no hay fácil acceso al crédito, la mayoría de las personas no cuenta con formación en manejo de negocios y las redes de apoyo son débiles (ResearchGate, 2019). Aunque hay programas y esfuerzos de distintas instituciones, todavía hay problemas estructurales que frenan que los negocios puedan crecer y sostenerse en el tiempo.

Investigaciones como la de Fajardo et al. (2022) muestran que más del 60% de los microemprendimientos en zonas vulnerables no duran más de dos años, en gran parte por la falta de capital semilla, el bajo nivel de educación financiera y la poca formalización de los negocios. Y aunque desde Innpulsa Colombia (2023) se reconoce que el emprendimiento social ha tenido buenos resultados para mejorar las condiciones de vida en comunidades marginadas, también se advierte que se necesitan políticas más claras y programas de acompañamiento más constantes. Por eso, en este contexto, surge la necesidad de investigar cuáles son los principales desafíos que enfrenta una comunidad para sacar adelante emprendimientos que sean sostenibles, con la

intención de plantear estrategias que permitan que el emprendimiento sea realmente una herramienta para dignificar y mejorar la vida de las personas.

Formulación Del Problema

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta esta comunidad para desarrollar emprendimientos sostenibles?

Justificación

Este trabajo es importante porque no solo aporta información para la academia, sino que también puede servir como base para acciones concretas en la comunidad. Desde lo académico, va a permitir entender qué factores limitan el emprendimiento en un barrio vulnerable de Cartagena, no solo desde lo económico, sino también desde lo social y lo cultural, que muchas veces pesan igual o más que la falta de recursos. Así, los resultados pueden orientar políticas públicas, proyectos institucionales y procesos de formación que estén realmente adaptados a la realidad de las personas (Otero & Rodríguez, 2021).

Objetivos

Objetivo General

Describir los desafíos que enfrentan los habitantes del barrio San Francisco en Cartagena de india para desarrollar emprendimientos como estrategia de dignificación de vida.

Objetivos Específicos

Identificar las barreras económicas, sociales y culturales que perciben los estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena para desarrollar iniciativas de emprendimiento.

Describir las capacidades, conocimientos e intereses en emprendimiento que manifiestan los estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena.

Evaluar el acceso a recursos financieros, redes de apoyo y capacitación que tienen los habitantes del barrio San Francisco de Cartagena.

Proponer estrategias orientadas a fortalecer el emprendimiento en la comunidad, promoviendo un desarrollo sostenible.

Marco Conceptual

Emprendimiento en Contextos Vulnerables

Concepto y Enfoques del Emprendimiento

El emprendimiento se suele entender como el proceso por el cual personas o grupos detectan una oportunidad, movilizan recursos y crean valor (ya sea económico, social o ambos) Como menciona Suárez (2017) de manera más simple, es hacer algo nuevo o diferente, asumir riesgos y generar productos o servicios. Estos autores también consideran que, desde la perspectiva económica, el emprendimiento se conecta con la creación de empresas, empleo y productividad, pero también con dimensiones humanas: creatividad, autonomía, cambio personal.

Por otro lado, en poblaciones vulnerables, el emprendimiento puede adquirir un matiz distinto: más de supervivencia, de autonomía y de dignificación.

Este enfoque reconoce que los emprendimientos no sólo buscan lucro, sino que pueden responder a necesidades de comunidad, de inclusión social, de empoderamiento (Mongui Pinentel, 2023).

Emprendimiento Social y Sostenible

El emprendimiento social se refiere a iniciativas que, además de generar ingresos, tienen un propósito de mejora social, inclusión o ambiental (Araque, 2016). En Colombia hay experiencias crecientes que lo aplican en comunidades vulnerables. Por ejemplo, se señala que el 100 % de los emprendimientos sociales generan beneficios para poblaciones vulnerables (Guzmán et al., 2022).

La sostenibilidad en emprendimientos significa que la actividad debe mantenerse en el tiempo, implicar la comunidad, y tener conexiones con su entorno (Araque, 2016). Cuando el

emprendimiento se inserta en contextos vulnerables, esas características de sostenibilidad y de impacto social son aún más relevantes.

En barrios como el San Francisco (Cartagena), porque hablamos de zonas con limitaciones estructurales, un emprendimiento social y sostenible puede servir de puente entre lo informal y lo estructurado, entre la vulnerabilidad y la dignidad de la vida cotidiana.

Emprendimiento como Estrategia de Inclusión Productiva

La inclusión productiva es la incorporación de personas vulnerables al mercado de trabajo o a la economía formal, mediante formas de empleo, autoempleo o emprendimiento (Departamento para la Prosperidad Social, 2019). El emprendimiento se convierte así en una estrategia de inclusión porque permite que quienes están excluidos generen sus propios ingresos, tomen control sobre parte de su vida económica.

En Colombia, por ejemplo, el programa “Mi Negocio” apoyó más de 12 000 emprendimientos de población vulnerable con el fin de avanzar en equidad e ingreso (Departamento para la Prosperidad Social, 2019). Esto evidencia que el Estado ve el emprendimiento como instrumento de política social.

Para un barrio de Cartagena con condiciones de vulnerabilidad, aplicar la perspectiva de emprendimiento como inclusión productiva significa reconocer que detrás de cada microactividad productiva está una persona, una familia, un proyecto de vida; no es sólo negocio, es dignificación.

Factores que Favorecen o Dificultan el Emprendimiento en Poblaciones Vulnerables

Los contextos vulnerables suelen presentar tanto barreras como recursos específicos. Por las barreras se encuentran: falta de capital, informalidad, redes débiles, ausencia de formación técnica o empresarial. Por el otro lado, los recursos pueden estar en el capital social, en la

comunidad, en la cultura local, en la creatividad de los emprendimientos de base.

Según una revisión, los emprendimientos sociales en Colombia enfrentan retos en la formalización, en la sostenibilidad, en la vinculación al mercado y en la escalabilidad (Bernal, 2023). Es importante considerar estos factores en el diseño de cualquier iniciativa en barrios vulnerables: no basta con crear el negocio, hay que pensar en su continuidad, en el entorno, en los apoyos institucionales.

En el caso de barrio San Francisco, Cartagena, se deberán examinar condiciones específicas: infraestructura urbana, redes de apoyo comunitarias, acceso al mercado local o turístico, y posiblemente vínculos con la economía informal. Estas condiciones pueden actuar tanto como impulsores como como obstáculos al emprendimiento.

Emprendimiento y Dignificación de la Vida

La dignificación de la vida se refiere a que las personas puedan vivir con autonomía, con posibilidad de desarrollo, con respeto, con esperanza. En estudios latinoamericanos se ha vinculado el emprendimiento con la mejora de la calidad de vida y por ende con la dignidad (Suárez Galvis, 2017). El emprendimiento no solo genera ingresos, sino que puede aportar a la autoestima, a la movilidad social, al reconocimiento personal y colectivo.

Cuando hablamos de poblaciones vulnerables, la posibilidad de emprender se vuelve un mecanismo de empoderamiento: hacer por sí mismo, ser actor de su propio desarrollo, lo cual conecta directamente con la idea de dignidad. Suárez Galvis (2017) afirma que “la calidad de vida es parte de la dignidad de la persona”.

Por otro lado, dignificar la vida implica trascender lo meramente económico: implica inclusión, participación, acceso a derechos, reconocimiento social. Un emprendimiento exitoso

en ese sentido no solo mejora el ingreso, sino que mejora la condición social del emprendedor y de su comunidad.

Vulnerabilidad, Territorio y Contextos Locales

Definición de Vulnerabilidad y Dimensiones Relevantes

La vulnerabilidad social se entiende como la situación en que las personas, hogares o comunidades tienen mayor probabilidad de sufrir efectos negativos ante choques, carencias estructurales o exclusión económica-social (Serrano, 2019). En Colombia, se advierte que citas del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) indican que las cabeceras municipales y barrios urbanos presentan altos índices de vulnerabilidad.

Las dimensiones suelen incluir ingreso, empleo informal, educación, acceso a servicios públicos, salud, tejido social, redes comunitarias (Suárez Galvis, 2017). No es solo pobreza monetaria, sino también pobreza multidimensional, que engloba múltiples privaciones. En el contexto del barrio San Francisco de Cartagena hay que ver la vulnerabilidad como combinación de factores: urbano, histórico, social y económico. Tal mirada permite entender mejor los desafíos y oportunidades en emprendimientos allí.

Territorio, Barrio y Contextos Urbanos Vulnerables

El territorio urbano marginal presenta características propias: densidad, acceso limitado a infraestructura, informalidad de negocios, tejido social complejo, escasas oportunidades formales (Peralta et al., 2017). Barrios vulnerables de ciudades costeras como Cartagena tienen además dinámicas de turismo, migración, informalidad que los hacen singulares.

Los emprendimientos en estos espacios deben adaptarse al contexto territorial: acceso a clientes, movilidad, competencia informal, reglamentación municipal, redes de abastecimiento, visibilidad local. Estos factores territoriales pueden limitar o habilitar el emprendimiento.

En el barrio San Francisco, es esencial mirar la historia del barrio, la composición de sus habitantes, el nivel educativo, la cultura local —porque un emprendimiento que no conecta con el territorio tiene menos probabilidades de éxito. Además, la dignificación de vida desde el emprendimiento requiere que éste esté arraigado en el territorio.

Poblaciones Vulnerables: Características y Retos En Cartagena

Las poblaciones vulnerables en Colombia incluyen mujeres cabeza de familia, jóvenes, desplazados, comunidades afrodescendientes, personas en informalidad, entre otras (Serrano, 2019). En Cartagena, por su historia y composición socio-étnica, se presentan retos de segregación urbana, acceso desigual a servicios e informalidad laboral.

El reto de emprender para estas poblaciones es doble: por un lado, superar barreras estructurales; por otro, generar iniciativas que sean viables en contextos de alta competencia informal, bajos ingresos, limitada formación. Es decir, no basta con una idea de negocio, hace falta acompañamiento, acceso a redes, clientes, financiación.

Para el caso del barrio San Francisco, reconocer que estamos ante una población vulnerable es importante no para estigmatizar sino para diseñar el emprendimiento desde la realidad local: entender qué tipo de actividades productivas tienen sentido en ese espacio, qué redes de soporte existen, qué motivaciones tienen los habitantes para emprender.

Servicios de Apoyo, Políticas Públicas y Ecosistemas de Emprendimiento

Las políticas públicas de inclusión productiva reconocen el emprendimiento como instrumento para superar la vulnerabilidad. Por ejemplo, el programa “Mi Negocio” del DPS impulsó más de 12 000 emprendimientos de población vulnerable (Departamento para la Prosperidad Social, 2019). También los negocios verdes en Colombia se orientan a mejorar

condiciones de vida de poblaciones vulnerables (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2022).

Un ecosistema de emprendimiento implica formación, redes, asesoría, financiamiento, mercados, infraestructura, institucionalidad. En contextos vulnerables, estos componentes muchas veces están débiles o fragmentados, lo cual exige un enfoque de intervención diferente, más participativo, comunitario.

Para el barrio San Francisco resulta clave considerar qué servicios de apoyo ya existen (universidades, entidades gubernamentales, ONGs, incubadoras), cómo se pueden articular con los emprendimientos locales, y qué falencias hay para proyectar la estrategia de dignificación de vida desde el emprendimiento.

Oportunidades Territoriales para el Emprendimiento en Contextos Vulnerables

Aunque hay barreras importantes, también hay oportunidades que los emprendimientos pueden aprovechar. Por ejemplo, la cultura local, el turismo, la economía informal, la proximidad a redes comunitarias, la creatividad, la resiliencia de los habitantes. En Colombia se señala que el emprendimiento tiene un papel protagónico para responder a pobreza y hambre (Bancolombia, 2024) —lo que abre una ventana para los contextos vulnerables.

Por otro lado, las iniciativas de negocios verdes conectan con poblaciones vulnerables, ofreciendo que comunidades urbanas tradicionalmente marginadas participen en la economía (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2022). Esto muestra que la orientación del emprendimiento puede alinearse con nichos especiales de mercado y valor social.

En el caso del barrio San Francisco, las oportunidades podrían estar en el turismo cultural, en productos artesanales, en servicios vinculados al entorno urbano-costero, en la

economía creativa o naranja. Por tanto, el emprendimiento no es solo responder a la carencia sino generar valor desde la especificidad del territorio y población.

Inclusión Productiva

La inclusión productiva se concibe como el proceso mediante el cual personas o grupos en situación de vulnerabilidad son integrados al mercado laboral o a la economía formal, ya sea mediante empleo, autoempleo o emprendimientos. Este concepto no se limita solo a generar ingresos, sino que busca que los individuos desarrollen capacidades, autonomía y participación activa en su entorno económico, contribuyendo así a la reducción de desigualdades sociales y a la promoción de la equidad (Departamento para la Prosperidad Social, 2019).

Además, la inclusión productiva se relaciona con la capacidad de los emprendedores de establecer redes de apoyo, acceder a financiamiento y aprovechar oportunidades del entorno, promoviendo que las personas no dependan únicamente de ayudas externas sino que puedan generar su propio proyecto de vida y mejorar sus condiciones materiales y sociales (Suárez Galvis, 2017) muestran que la inclusión productiva también se manifiesta en la mejora de habilidades técnicas y sociales, en la integración de las personas a redes de economía local, y en el fortalecimiento de la resiliencia frente a contextos de pobreza o exclusión.

Vulnerabilidad

La vulnerabilidad social se entiende como la condición en la que individuos, hogares o comunidades presentan una mayor probabilidad de verse afectados por choques externos, carencias estructurales o falta de acceso a derechos básicos, lo cual impacta directamente su desarrollo y bienestar (Serrano, Tiuzo, & Martínez,).

Esta condición no solo se refleja en bajos ingresos económicos, sino que se extiende a múltiples dimensiones, como educación, empleo informal, salud, acceso a servicios públicos y

cohesión social (Suárez, 2017). La vulnerabilidad, además, condiciona la capacidad de los individuos para emprender, ya que limita los recursos disponibles, dificulta la integración a redes de apoyo y reduce la resiliencia frente a fracasos o cambios en el entorno económico, lo que hace necesario que cualquier estrategia de emprendimiento considere estos factores y diseñe mecanismos de acompañamiento adecuados (Peralta et al., 2017)

Territorio

El concepto de territorio comprende el espacio geográfico donde se desarrollan relaciones sociales, económicas y culturales que condicionan la actividad productiva de sus habitantes. Este espacio no solo se define por límites físicos, sino también por sus características culturales, históricas y sociales, que influyen en la forma en que los emprendimientos pueden establecerse y sostenerse (Mongui et al., 2023) Por otro lado, el territorio determina oportunidades y limitaciones para el emprendimiento: el acceso a clientes, la infraestructura disponible, la proximidad a mercados y la densidad de redes comunitarias son elementos que condicionan la viabilidad de las iniciativas productivas.

Igualmente, se reconoce que las oportunidades del territorio, como el turismo cultural o la economía creativa, pueden potenciar el emprendimiento y vincularlo con la comunidad, fomentando que las actividades productivas no solo generen ingresos sino que contribuyan al desarrollo social local (Bancolombia, 2024)

Dignificación de la Vida

Según Suárez (2017) la dignificación de la vida se entiende como el proceso mediante el cual las personas adquieren mayor autonomía, reconocimiento social, participación y posibilidades de desarrollo personal. Este concepto va más allá de la generación de ingresos, ya que implica mejorar la autoestima, la percepción de valor propio y la capacidad de influir en el

entorno, Además, la dignificación se relaciona con la capacidad de los emprendedores para tomar decisiones, asumir riesgos, crear valor y convertirse en agentes activos de su propio desarrollo, lo que tiene efectos positivos sobre la movilidad social y el empoderamiento comunitario (Araque, 2016) En este sentido, no basta con que el emprendimiento genere ganancias económicas; debe contribuir a la participación, inclusión social y fortalecimiento de la identidad y el tejido social .

Políticas Públicas y Ecosistemas De Emprendimiento

Las políticas públicas relacionadas con el emprendimiento buscan facilitar recursos, capacitación, financiamiento y acceso a mercados para los emprendedores, particularmente en contextos vulnerables, de manera que puedan superar barreras estructurales y consolidar sus iniciativas (Departamento para la Prosperidad Social, 2019). Por su parte, un ecosistema de emprendimiento comprende la interacción de redes comunitarias, incubadoras, instituciones públicas, financiamiento y mercados, que en conjunto permiten que los proyectos sean sostenibles y tengan impacto social (Mongui et al., 2023)

Además, cuando estas políticas y ecosistemas están bien articulados, los emprendedores pueden lograr no solo crecimiento económico sino también mejoras en la calidad de vida y fortalecimiento de la comunidad, convirtiendo el emprendimiento en un instrumento de desarrollo local más que en un simple negocio.

Marco Teórico

Emprendimiento y su Rol en el Desarrollo Social

En América Latina, tanto el emprendedor como el emprendimiento social se encuentran aún en una fase inicial de investigación, lo que ha impedido alcanzar un consenso conceptual sólido. Esto hace necesario el desarrollo de trabajos que permitan unificar definiciones y servir como base para futuros estudios. En este sentido, por Saavedra-García, Camarena-Adame y Vargas-Saenz (2020) mencionan que “es un fenómeno ampliamente reconocido por su capacidad de generar valor social”

La empresa social es un tipo de organización que logra combinar de forma equilibrada objetivos económicos con una clara finalidad social, tal como explican Saavedra-García et al. (2020) estas empresas no solo ofrecen bienes y servicios de manera constante, sino que también toman decisiones de forma autónoma y reinvierten sus ganancias para cumplir su misión social. Esta característica es precisamente la que las distingue de las organizaciones sin ánimo de lucro, dado que en esencia, su propósito es atender problemáticas sociales aplicando innovación y asegurando su sostenibilidad financiera, uniendo así lo económico y lo social dentro de un mismo modelo de negocio.

El emprendedor social es, en esencia, un agente de cambio que mezcla capacidades empresariales con un fuerte compromiso hacia lo social. De acuerdo con Saavedra-García et al. (2020) se trata de una persona que impulsa valores tanto sociales como económicos, aporta soluciones a problemas comunitarios y actúa con creatividad, perseverancia y ética. Lo que lo distingue es su habilidad para transformar recursos limitados en propuestas innovadoras que fortalecen la economía y promueven la cohesión social. Así, su labor no se limita a crear empresas, sino que contribuye a construir y fortalecer el tejido social de su entorno.

El estudio del emprendimiento ha venido tomando un papel cada vez más importante dentro del ámbito académico, llamando la atención de investigadores de diferentes disciplinas que lo analizan desde perspectivas culturales, contextuales y también metodológicas (Gómez, 2019). Esta condición multidisciplinaria ha hecho que existan muchas definiciones del tema, las cuales dependen en gran parte de la formación y experiencia de cada autor, así como del contexto donde desarrollan sus trabajos.

En este sentido, los conceptos de “emprendedor” y “emprendimiento” se encuentran bastante relacionados y han sido motivo de varios debates que intentan precisar su definición. Aunque no es fácil llegar a una sola definición, sí se pueden reconocer elementos comunes como la innovación, la generación de valor, la identificación de oportunidades y la coordinación de recursos, que en distintos estudios aparecen como rasgos característicos del emprendedor (Gómez, 2019). Todo esto deja ver que el emprendimiento no se limita solo al aspecto económico, sino que incluye también valores, actitudes y visiones que anteceden la acción emprendedora, lo que hace que su análisis sea más amplio y un campo en constante cambio y evolución.

Diferencia entre Emprendimiento por Necesidad y por Oportunidad.

Cuando se habla de emprendimiento, inevitablemente se piensa en la creación de empresas, pero al revisar los modelos económicos que explican ese proceso, Yagual y Pico (2017) retoman las ideas de Brunet y mencionan varias rutas teóricas: el modelo emprendedor de Gartner, la relación entre el emprendedor y la teoría de la firma, la visión del emprendedor como buscador de oportunidades y el marco del GEM, sin embargo todas ellas, el individuo es el eje

central, con la innovación como pieza clave en los escenarios donde surgen los emprendimientos.

En casos como el de Ecuador, se hace énfasis en una distinción importante: el emprendimiento por oportunidad y el emprendimiento por necesidad. El primero nace de una decisión voluntaria para desarrollar una idea de negocio; el segundo, de la falta de alternativas laborales. Según Yagual y Pico (2017) la predominancia de uno u otro muestra la realidad económica y social del país. Como lo son, los niveles más altos de educación y formación que suelen impulsar el emprendimiento por oportunidad, que a su vez es más visible en zonas urbanas, también resaltan que la planificación como la elaboración de un plan de negocios y la formación continua son factores que aumentan las probabilidades de éxito.

El emprendimiento por oportunidad es un factor determinante para el crecimiento económico de un país, lo cual lleva a distinguir además el tipo de empresas que crean los emprendedores por oportunidad, que en principio deben ser empresas intensivas en tecnología y/o con alto valor agregado: el emprendimiento por oportunidad se presenta como un elemento clave para dinamizar la economía y orientar el desarrollo hacia un modelo productivo más diversificado e innovador. Como señalan Maya-Carrillo, Cevallos-Recalde, Raura-Ruiz y Cejas-Martínez (2016) “El emprendimiento por oportunidad es un factor determinante para el crecimiento económico de un país, lo cual lleva a distinguir además el tipo de empresas que crean los emprendedores por oportunidad, que en principio deben ser empresas intensivas en tecnología y/o con alto valor agregado” Entonces, este tipo de emprendimiento no se limita a la mera generación de ingresos, sino que busca aprovechar las ventajas competitivas del país, incorporando conocimiento y tecnología en la creación de empresas con alto valor agregado, lo que implica que los emprendedores no solo detectan y explotan una oportunidad, sino que

además introducen innovaciones que pueden incidir en la competitividad a nivel nacional e internacional.

Como lo indican Maya-Carrillo, Cevallos-Recalde, Raura-Ruiz y Cejas-Martínez (2016), este tipo de emprendimiento no solo se enfoca en generar ingresos, si no también en aprovechar las ventajas competitivas que tiene el país, integrando conocimiento y tecnología en la creación de empresas con mayor valor agregado. Esto quiere decir que los emprendedores no solamente ven y usan una oportunidad, sino que incluyen innovaciones que pueden afectar la competitividad tanto nacional como internacional. Para los autores, el emprendimiento por oportunidad es un motor que ayuda al cambio estructural de la economía, al promover actividades productivas que generan empleo de calidad, facilitan la transferencia tecnológica y disminuyen la dependencia de productos primarios.

Características del Emprendedor en Contextos Vulnerables.

Como lo explican Ruiz Sanchez, M. D. C., Peña Guerrero, J. V., & Prieto Cubillos, B. L. (2020) este tipo de emprendimiento no solo es para generar ingresos, sino que también busca aprovechar las ventajas competitivas que tiene el país, incorporando el conocimiento y la tecnología para crear empresas con mayor valor agregado. Esto quiere decir que los emprendedores no solamente ven y aprovechan una oportunidad, sino que también hacen innovaciones que pueden influir en la competitividad nacional e internacional. Los autores mencionan que el emprendimiento por oportunidad se convierte en un motor para cambiar la estructura de la economía, ya que promueve actividades productivas que pueden generar empleo de calidad, favorecer la transferencia tecnológica y disminuir la dependencia de productos primarios.

Teorías sobre el Emprendimiento

David McClelland y la Necesidad de Logro: Factores Psicológicos del Emprendimiento.

David McClelland, psicólogo estadounidense fue muy reconocido, y postulo que la motivación de logro se puede comprender como la motivacion para lograr cosas, pero más que todo movidos por un deseo interno de “hacer algo mejor”. Este concepto deja ver que aunque las personas pueden buscar el logro por razones externas, como la aprobación de otros, evitar críticas o recibir algún tipo de recompensa, en realidad lo más importante de la motivación de logro está en la satisfacción personal que se obtiene al mejorar constantemente el propio desempeño. McClelland (1989), citado por Astorga y dos Anjos (2016), también estudió cómo la capacidad de innovar forma parte de esta necesidad, resaltando que quienes tienen alta motivación de logro tienden a evitar la rutina, prefieren tareas que sean un reto moderado y siempre están buscando maneras más eficientes de alcanzar lo que se proponen.

De acuerdo con los hallazgos de McClelland, las personas con una gran necesidad de logro tienen una actitud activa para buscar información, probar métodos nuevos y asumir la responsabilidad por los resultados que obtienen. Este comportamiento no solo ayuda al éxito de la persona como tal, sino que también tiene efectos importantes en lo social y lo económico. Astorga y dos Anjos (2016) señalan que, para McClelland, el logro es un factor de suma importancia en el desarrollo económico de un país, debido a que las personas que buscan mejorar continuamente aportan a la innovación, ay a la productividad. Además, este tipo de personas suelen tener más movilidad social hacia arriba y valoran el trabajo como una actividad enriquecedora que se puede equilibrar con las demás áreas de la vida.

McClelland (1989), citado por Astorga y Dos Anjos (2016), estudió también la capacidad de innovar dentro de esta necesidad y resaltó que las personas con alta motivación

de logro evitan la rutina, prefieren tareas que sean moderadamente retadoras y buscan maneras más eficientes de cumplir con sus objetivos.

Por otro lado, los hallazgos de McClelland muestran que quienes tienen una alta necesidad de logro son más activos en la búsqueda de información, en probar métodos nuevos y en asumir la responsabilidad de sus resultados.

Teoría del Capital Social (Bourdieu, 1986): Redes y Apoyo Comunitario en el Emprendimiento.

Según Bourdieu (1986, citado por Ramírez, Sánchez y Ruiz, 2008) el capital social es el conjunto de recursos que pueden ser reales o también potenciales, y que se obtienen por tener una red estable de relaciones, donde exista conocimiento y reconocimiento entre las personas. Estas redes no son solo contactos sueltos, sino que son vínculos que se mantienen en el tiempo y que permiten generar confianza y apoyo mutuo. En este sentido, el capital social ayuda a que las personas tengan más posibilidades para acceder a oportunidades, información o ayuda en diferentes situaciones, incluyendo cuando se quiere iniciar un emprendimiento.

En el emprendimiento, este capital social es importante porque las relaciones que se tienen, tanto con personas como con instituciones, sirven para compartir información, cooperar y recibir apoyo en momentos clave. Como explican Ramírez, Sánchez y Ruiz (2008) la socialización es la base que permite a los emprendedores aprender, compartir experiencias y también conseguir recursos gracias a su red de contactos. Por eso, las conexiones que hay en la comunidad o en los espacios profesionales se vuelven un activo importante, ya que pueden ayudar a que el emprendimiento tenga más posibilidades de sostenerse, conseguir aliados, reducir la incertidumbre y abrir puertas en nuevos mercados.

Según CLADEA (2019), Bourdieu (1985) dice que el capital social es el conjunto de recursos que pueden ser reales o potenciales y que están relacionados con pertenecer a una red estable de relaciones, donde hay conocimiento y reconocimiento entre las personas. Estas redes permiten a sus miembros tener acceso a recursos que pueden aprovechar en algún momento, y para Bourdieu esto se ve desde lo individual, como un bien privado, porque el tamaño y la calidad de la red pueden dar beneficios en el futuro. CLADEA (2019) también explica que para Coleman (1988) el capital social es un bien público que viene de las estructuras sociales y que ayuda a que exista cooperación y confianza, lo que facilita que las personas puedan cumplir objetivos dentro de una estructura. Putnam (1993), citado por CLADEA (2019) lo ve más desde lo socio-cultural, incluyendo redes, normas, confianza y compromiso cívico, ya que todo esto fortalece la cohesión social y el desarrollo.

En el emprendimiento, CLADEA (2019) muestra que el Banco Mundial (1998) y el informe *The Well-Being of Nations* (2001) amplían el concepto, viendo que el capital social tiene que ver con las instituciones, las relaciones y las normas que determinan la calidad de las interacciones sociales. Para ellos, la cohesión social es clave para que el desarrollo sea sostenible. Esto quiere decir que pertenecer a redes, ya sea en la comunidad o de forma profesional, no solo ayuda a conseguir recursos materiales, sino también a aprender, a trabajar en cooperación y a tener apoyo de otros. Así, el capital social se convierte en un recurso que mezcla relaciones, confianza y normas que ayudan a que un emprendimiento crezca y pueda sostenerse en el tiempo.

Emprendimiento como Estrategia de Superación de la Pobreza

Relación entre Emprendimiento y Mejora en la Calidad de Vida.

Como dicen Cepeda Valero, Bernal Orozco, Neira González y Rodríguez Gaitán (2019) la gente muchas veces ve el emprendimiento como una forma de mejorar su vida. En su estudio, el 94% de las personas dijeron que si tuvieran los recursos y el conocimiento montarían un negocio o empresa. Eso quiere decir que hay una motivación grande para emprender, pero también que no siempre es el dinero lo único que hace falta, sino que las redes y el capital social pueden ayudar mucho, porque ahí es donde se consiguen apoyos, ideas y recursos que no siempre se tienen de manera individual.

En ese mismo trabajo, el 88% dijo que el emprendimiento es una forma de mejorar su calidad de vida y el 63% que eso también aumentaría lo que pueden ganar. Esto demuestra que cuando hay condiciones difíciles, como en poblaciones vulnerables, el capital social se vuelve muy importante, porque las relaciones, la cooperación y la confianza entre personas ayudan a que un proyecto salga adelante. Así, emprender no es solo una meta personal, también es algo que se construye con la ayuda de otros, como dice Bourdieu (1986), ya que las conexiones y las redes permiten acceder a beneficios y oportunidades que pueden sostener un emprendimiento por más tiempo.

El emprendimiento es una de las formas que tienen las personas para poder salir adelante cuando no hay suficientes oportunidades de trabajo, sobre todo en comunidades vulnerables.

Según Peralta y Araque (2017) el desarrollo es el ejercicio de las libertades individuales y colectivas, entonces es importante que la gente pueda tener opciones para actuar con autonomía y dignidad. En este sentido, emprender no solo significa ganar dinero, también es una manera de

empoderarse y de sentirse capaz de tomar decisiones sobre la propia vida, además de ayudar a la comunidad. Esto se vuelve clave cuando las alternativas laborales son pocas o inestables, porque el emprendimiento abre caminos donde antes no había.

Por otro lado, el emprendimiento social sostenible no se trata solamente de abrir un negocio, sino de hacerlo con valores como la cooperación, el respeto y la solidaridad, que ayudan a fortalecer el capital social que muchas veces se ha perdido en estos contextos. Peralta y Araque (2017) también dicen que el trabajo digno y la creación de oportunidades amplían las capacidades de las personas y sus opciones para elegir. Así, un proyecto productivo no solo sirve para mejorar los ingresos, sino también para unir más a la comunidad y reforzar su identidad, lo que a la larga contribuye a tener territorios más fuertes y sostenibles que combinen cohesión social y competitividad.

En varios estudios se ha visto que el emprendimiento es como una alternativa que ayuda a que las personas puedan salir adelante cuando no tienen muchas oportunidades, sobre todo en comunidades vulnerables. Por ejemplo, Bossio (2017, citado por **Calle, 2020**) muestra que en Cartagena de Indias entre 2005 y 2017 el 29,1% de la gente estaba en pobreza y el 5,5% en pobreza extrema, y que la educación y el emprendimiento se vuelven claves para mejorar la vida de las familias. Igualmente Alean, Cortina, Sinancas y Rodríguez (2016) señalan que el emprendimiento genera empleo y estabilidad económica, lo que ayuda a que las familias mejoren y no dependan siempre de ayudas.

También a nivel nacional Armijo (2019, citado por Calle, 2020) dice que el emprendimiento no solo mejora el ingreso, sino que hace que haya innovación y más empresas, lo que ayuda a que se generen más trabajos y menos pobreza. Alvarez y Cáceres (2017, citado por Calle, 2020) encontraron que las mujeres muchas veces emprenden no solo por la plata, sino

también porque quieren aprender cosas nuevas y superarse. En la misma línea Torres (2017) comenta que el marketing digital puede ayudar mucho a las mujeres con sus negocios, para que puedan mantenerse y ganar más ingresos.

Población Vulnerable y su Relación con el Emprendimiento

Definición de Población Vulnerable

En el contexto colombiano, la población vulnerable es esa que, por diferentes situaciones que pueden ser sociales, económicas, culturales o incluso por todo eso al mismo tiempo, termina enfrentando más barreras para acceder a oportunidades, y por eso mismo se ve más expuesta a condiciones como la pobreza, la exclusión o la desigualdad (citados por Serrano, Tiuzo y Martínez, 2019). Ahí entran distintos grupos, como adultos mayores, comunidades indígenas, mujeres, personas con discapacidad, migrantes y víctimas del conflicto armado, que aunque no son iguales entre sí, sí tienen en común que sus posibilidades son limitadas y que la estabilidad que deberían tener muchas veces no está garantizada.

Ahora, dentro de ese escenario, el emprendimiento aparece como una salida, no solo porque puede ayudar a generar ingresos, sino porque también se ve como una forma de que estas personas puedan mejorar su calidad de vida y no quedarse dependiendo siempre de apoyos externos, que muchas veces son temporales y no solucionan de fondo (citados por Serrano, Tiuzo y Martínez, 2019). Sin embargo, todavía se ven cifras que muestran desigualdades grandes entre lo urbano y lo rural, y eso deja claro que no basta con tener la idea de emprender, sino que también se necesitan las condiciones y el acompañamiento para que esas iniciativas realmente se mantengan y crezcan en el.

Conceptos Según el DANE y la CEPAL.

Factores de Vulnerabilidad (Desplazamiento, Pobreza, Exclusión Social).

En Colombia la vulnerabilidad se nota más en la gente que ha tenido que salir desplazada, que vive en pobreza y que encima enfrenta exclusión social, y todo eso como que se va juntando y hace que sea difícil salir adelante. Según Díaz y Ortiz (2013) citando a DNP (2006a), “la pobreza es una situación que afecta la calidad de vida de las personas y las familias, que recorta sus posibilidades en la salud, empleo, ingresos, educación, crédito, vivienda y activos” y cuando a eso se le suma el desplazamiento pues las cosas se ponen peor porque dejan atrás sus tierras, sus trabajos y las redes de apoyo que tenían, entonces llegan a barrios donde todo es precario y muchas veces se enfrentan a trabajos mal pagos o a no tener servicios básicos.

También hay que decir que no solo pierden cosas materiales, sino que se rompe la vida en comunidad, la familia se desestabiliza y la forma de vivir que tenían ya no se puede mantener. Díaz y Ortiz (2013) citando a Serrano (2007) dicen que “los desplazados forzados manifiestan que aunque antes del desplazamiento no generaban excedentes de dinero, no sentían la carencia de ninguna necesidad básica”, y eso deja claro que el problema no es solo de plata sino de cómo se desarma todo un modo de vida. Esto hace que la gente quede más vulnerable y sin oportunidades, y ahí es donde uno piensa que el emprendimiento podría servir como opción para mejorar, pero claro, solo si hay apoyo y recursos de verdad.

Desafíos que Enfrentan los Emprendedores en Comunidades Vulnerables

El emprendimiento en comunidades vulnerables, y más en zonas rurales, termina siendo como la única forma que tienen muchas familias para buscar el sustento diario, porque no hay empleo fijo o las oportunidades son muy pocas y a veces ni siquiera alcanzan para cubrir lo

básico. En la región Caribe pasa mucho que estos microemprendimientos son liderados por mujeres, la mayoría desplazadas por la violencia, que han tenido que empezar de cero y se meten en cosas como criar gallinas, sembrar, o hacer porcicultura, pero todo a pequeña escala y con muchas limitaciones para competir con empresas grandes que tienen más recursos y mejores condiciones. A eso se le suma que no pueden acceder a créditos formales, entonces terminan acudiendo a prestamistas o pagadarios con intereses altísimos, que aunque les sirven para arrancar, los dejan más endeudados. Como dicen Bernal, Chang, Sánchez y Sánchez (2018) “el establecimiento propio como parte de un proyecto empresarial es, en estos casos, percibido como una conquista”, y eso deja claro que para ellos ya tener algo propio es un logro, aunque no siempre eso alcance para salir de la pobreza.

También es que hay muchas barreras internas y externas que no les dejan crecer. Por dentro, la mayoría de estos negocios funcionan de manera informal, sin registros contables ni una planeación real de costos, muchas veces se guían solo por lo que se vende o por lo que les piden, y dependen del trabajo de la familia que no recibe pago. Y por fuera, se enfrentan a problemas como el mal estado de las vías, la falta de tecnología, poca formación académica y programas del gobierno que no se ajustan a lo que realmente necesitan. Entonces, aunque sí reciben capacitaciones, muchas veces no pueden aplicarlas porque no tienen los recursos o las condiciones. Por eso, si no hay cambios y no se fomenta más que trabajen en conjunto, lo que va a pasar es que estos microemprendimientos se queden siendo de pura subsistencia, atrapados en esa “trampa” que mencionan, donde hay mucha creación de negocios pero sin estabilidad ni permanencia en el tiempo.

Modelos y Estrategias de Emprendimiento para la Inclusión Social

Modelos de Emprendimiento Inclusivo

Los desafíos que enfrentan los emprendedores en comunidades vulnerables no son solo por la falta de capital para empezar, sino que se vuelven más grandes porque los créditos tradicionales les ponen tantas trabas que es casi imposible que puedan acceder. Como explica Loaiza (2015) estas barreras los meten en una especie de trampa de pobreza, donde la inestabilidad laboral, la informalidad y las malas condiciones de salud no les permiten llegar a un bienestar mínimo. Un ejemplo claro es el caso de Bangladés en los años setenta, donde Muhammad Yunus, al ver esta situación, decidió empezar con el Banco Grameen, ofreciendo microcréditos sin pedir garantías ni historial crediticio, confiando en que las personas pobres podían salir adelante si se les daba la oportunidad. Él mismo decía que había que “eliminar las normas y las leyes absurdas que tratan a los pobres como si no existieran” (Yunus, 2008, citado por Loaiza, 2015, p. 74).

Ahora, aunque el microcrédito ha mostrado casos de éxito y se reconoce su aporte, Loaiza (2015) también deja claro que solo con dinero no se garantiza que un negocio sea estable a largo plazo. Por eso, insiste en que se deben sumar otros apoyos como mejorar la educación, la salud, el transporte y tener canales de distribución más eficientes. Además, una de las estrategias más efectivas del Banco Grameen fue formar grupos de apoyo donde todos se cuidaban entre sí para pagar los préstamos, lo que fomentaba el trabajo en equipo y la responsabilidad colectiva. En este sentido, el microcrédito no solo se veía como un préstamo, sino como una herramienta para que las personas se organizaran, confiaran más en sus capacidades y buscaran salir de la pobreza con su propio esfuerzo, aunque siempre con el riesgo de que sin un entorno favorable ese esfuerzo no sea suficiente.

Emprendimiento Social: Su Impacto en Comunidades Vulnerables.

El emprendimiento social desde los negocios inclusivos busca ir más allá de solo ganar dinero, es más como una opción para abrir oportunidades a la gente que está en situación vulnerable y que casi siempre queda fuera de todo. Como dicen Palma, H. H., Coronado, A. J., & Redondo, R. P. (2018) esto se conecta con lo que llaman “base de la pirámide” que es ver a la población con menos ingresos, pero con capacidad para integrarse a proyectos que les ayuden a salir de la pobreza. Aquí es clave la innovación social, que según la OCDE (2011) son “cambios conceptuales, de proceso, de producto; cambios organizacionales, cambios de financiamiento... para nuevas relaciones con grupos de interés y territorios” porque con eso se pueden crear estrategias que den acceso a bienes y servicios como un derecho y no como un lujo, así mejorando la vida y moviendo la economía local.

Pero no todo es tan fácil, porque este tipo de emprendimiento igual tiene muchos retos. Como dice Chell (2007, citado por Palma, H. H., Coronado, A. J., & Redondo, R. P, 2018) “todo proceso de emprendimiento conlleva un balance de comportamiento social y comportamiento económico que, a su vez, permite la generación de valor social y valor económico” o sea que hay que mantener un equilibrio entre ayudar y que el proyecto se mantenga. El problema es que casi siempre manda la lógica de mercado y ahí, como dice Souza (2007, citado por Palma, H. H., Coronado, A. J., & Redondo, R. P, 2018) “no favorece al emprendimiento social... porque hace a los emprendedores rehenes de la razón de mercado”. Por eso, los modelos para la inclusión social tienen que pensar más en la transformación real de la comunidad que en la plata, y hacer que la gente que siempre ha estado excluida pueda ser parte activa del desarrollo.

Economía Solidaria: Cooperativismo y Microempresas Comunitarias.

En la economía de hoy, que anda tan cambiante, las cooperativas y sobre todo las microcooperativas, se ven como una opción que ayuda a sostener y hasta crear empleo, incluso en momentos de crisis. Este tipo de organizaciones trabajan con valores de participación y unión, y se han adaptado bien en comunidades y sectores pequeños. Según Pozo (2024) las microcooperativas tienen la ventaja de que se crean con pocos socios, a veces solo dos, y que el proceso es rápido porque hay modelos ya listos, lo que hace más fácil que las personas se animen a emprender. Esto es importante cuando lo que se quiere es incluir a gente que normalmente no tiene tantos recursos, porque así pueden organizarse y empezar algo propio para mejorar su situación.

También Pozo (2024) dice que las microcooperativas no son un tipo nuevo de cooperativa, sino una forma más pequeña que sigue los mismos principios como la propiedad compartida y la gestión democrática. Pero al ser más reducidas tienen la facilidad de adaptarse rápido y trabajar más cerca con la comunidad. Por eso son una estrategia real de emprendimiento inclusivo, porque permiten que personas con ideas pero con poco capital puedan iniciar sin tantas trabas. De esa manera no solo ayudan a mover la economía social, sino que también aportan a crear empleo estable en lugares donde más se necesita.

Estrategias para Fomentar el Emprendimiento en Poblaciones Vulnerables

En muchos lugares donde la gente vive con pocas oportunidades, la formación para el trabajo se ha convertido en una forma real de abrir camino al emprendimiento. No siempre se trata de crear grandes empresas, sino de empezar con actividades pequeñas pero que tienen sentido para la comunidad. Como se menciona en Gochicoa (2017), *“no se trata del desarrollo*

de grandes negocios, sino de dar cauce a la posibilidad que tienen los cursos de tomar diversos emprendimientos que repercuten en el bienestar social y económico de las personas”, y esto es clave porque muchas veces con recursos mínimos, como un pizarrón o prestando sillas, la gente empieza a aprender algo que luego le sirve para generar ingresos. Así, en comunidades donde los programas grandes casi nunca llegan, las personas se apoyan unas a otras para iniciar desde lo básico, y poco a poco eso se convierte en oportunidades de trabajo y hasta en microempresas.

Además, algo que resalta Gochicoa (2017) es que la capacitación no solo debe ser enseñar un oficio y ya, sino que tiene que estar acompañada de apoyos y vínculos con otras instituciones para que lo aprendido tenga un impacto real. Por ejemplo, muchas experiencias muestran cómo, a partir de un curso de repostería o corte y confección, las personas empiezan a vender sus productos desde el primer día, y con lo que ganan van comprando su equipo básico. Esto no solo mejora la economía familiar, sino que también cambia la forma en que se ven a sí mismos, porque dejan de depender totalmente de otros y empiezan a construir algo propio. En estos contextos, aunque el ingreso sea pequeño, el significado es grande porque les da independencia, seguridad y una esperanza de que sí se puede salir adelante desde lo que tienen a la mano.

El Emprendimiento en Cartagena: Contexto Local

Caracterización Socioeconómica de Cartagena

En Cartagena el clúster de fundaciones tiene 4.915 beneficiarios y de esos, 1.161 son jóvenes entre 15 y 17 años, que son los que se han trabajado en las estrategias de emprendimiento social (Espinel y Osorio, 2014). Pero la realidad socioeconómica es bastante limitada, ya que el 45% de las familias vive con un salario mínimo y un 35% con uno o dos salarios mínimos, lo que no les deja muchas opciones para pagar estudios superiores. Además,

solo un 40% de los hogares terminó la secundaria y un 35% ha podido hacer estudios técnicos, en su mayoría en el SENA. Esto muestra que las condiciones económicas y educativas siguen siendo un freno grande para que estos jóvenes logren independencia económica o puedan sacar adelante ideas de negocio.

También el estudio muestra que el 65,2% de los jóvenes no quiere emprender, contra un 34,8% que sí lo piensa hacer. En cinco años, de 511 egresados de seis fundaciones, solo 16 lograron iniciar algo, incluso en 2012 no hubo ninguna iniciativa, lo que deja ver que la cultura emprendedora es muy baja. Esto no solo es por los jóvenes, sino también porque muchos tutores no tienen suficiente fuerza para motivarlos y enseñarles a emprender (Espinel y Osorio, 2014). Por eso, en Cartagena el reto es lograr que el emprendimiento juvenil deje de ser algo esporádico y se convierta en una opción real para las comunidades más vulnerables.

En Cartagena, el emprendimiento social se ha ido posicionando como una opción real para enfrentar las desigualdades y las condiciones de pobreza que todavía se viven en varios sectores de la ciudad. No es solo un tema de buscar ingresos, sino de transformar la manera en que las comunidades participan en su propio desarrollo. En este sentido, la idea es que las iniciativas surjan desde las mismas necesidades y problemáticas del territorio, aprovechando los recursos y capacidades locales para generar soluciones que perduren en el tiempo y que también fortalezcan los lazos comunitarios.

Bossio Bermúdez (2017) menciona que muchos de estos emprendimientos nacen como respuesta a la falta de oportunidades laborales, especialmente en zonas donde acceder a un empleo formal es casi imposible. Por eso, varios emprendedores han diseñado modelos productivos que combinan la viabilidad económica con objetivos sociales claros, como mejorar la calidad de vida, reducir la pobreza y formar capacidades técnicas. Esto permite que la

comunidad deje de depender exclusivamente de ayudas externas y se convierta en protagonista de su propio desarrollo.

De igual forma, el impacto del emprendimiento social no se puede medir solo por la rentabilidad que logre, sino por su capacidad de cambiar realidades y mentalidades. Bossio Bermúdez (2017) resalta que fortalecer el sentido de pertenencia, crear redes de apoyo y promover la innovación social son factores claves para que estas estrategias funcionen. Así, el emprendimiento social en Cartagena no solo apunta a superar la pobreza, sino a construir un modelo de desarrollo más humano e inclusivo.

En el contexto del emprendimiento social en Cartagena, Camila Báez (2021) analiza cómo este se ha orientado especialmente hacia el sector cultural como una estrategia para impulsar el desarrollo social y generar oportunidades sostenibles en comunidades vulnerables. Este enfoque busca no solo preservar y promover las manifestaciones culturales propias de la ciudad, sino también aprovecharlas como motor económico, permitiendo a los emprendedores articular actividades productivas con identidad local. De esta manera, se reconoce que el sector cultural posee un potencial importante para generar ingresos, cohesión social y sentido de pertenencia, lo que lo convierte en un campo estratégico dentro del emprendimiento social. Además, se resalta que estas iniciativas requieren del fortalecimiento de capacidades, el acceso a recursos y la articulación con actores públicos y privados para garantizar su sostenibilidad y alcance en el tiempo, respondiendo así a la necesidad de soluciones creativas que integren lo económico, lo social y lo cultural en la dinámica de desarrollo local.

Relación del Emprendimiento con la Dignificación de la Vida

Concepto de Dignificación de Vida

La dignificación de la vida se relaciona mucho con poder tener las oportunidades y recursos que permitan a las personas, sobre todo a las mujeres que están en condiciones de vulnerabilidad, decidir sobre su propia vida y tener control de lo que pasa con ellas. En ese sentido, el emprendimiento no solo es una forma de generar ingresos, sino también de fortalecer capacidades personales, sociales y económicas, que ayudan a que la mujer tenga más autonomía y liderazgo. Como lo mencionan Finke, Osorio-Tinoco y Laverde (2021), este proceso permite mejorar la autoestima, ampliar la participación en redes comunitarias y ganar reconocimiento en la sociedad, lo que ayuda a equilibrar las relaciones de poder y abrir caminos hacia la igualdad. Por eso, montar un negocio no es solo cuestión de ganar dinero, también es una forma de verse a sí mismas como personas que pueden transformar su vida y la de otros.

Además, cuando una mujer se empodera a través de su propio emprendimiento, no solo cambia su realidad, sino que ese cambio se expande a su familia y comunidad, generando bienestar en más personas. Muchas veces invierten en educación, salud y mejoras para su hogar, creando un efecto que se multiplica con el tiempo. Aunque todavía hay barreras, como la dificultad para acceder a financiamiento o a programas de formación, el emprendimiento enfocado en el empoderamiento femenino se vuelve una herramienta clave para reducir la pobreza y promover un desarrollo más justo, donde no solo se piensa en el dinero, sino también en mejorar las capacidades y oportunidades para vivir con dignidad.

La dignificación de la vida se ve cuando las personas pueden acceder a mejores oportunidades, recursos y condiciones para salir de la pobreza y la exclusión, teniendo más

control sobre sus decisiones y su propio futuro. En ese sentido, el emprendimiento se convierte en una herramienta clave, porque no solo ayuda a generar ingresos, sino que también permite que las personas ganen autonomía y fortalezcan su capacidad para enfrentar su realidad. Como dicen Finke, Osorio-Tinoco y Laverde (2021), en contextos con pobreza y desigualdad el emprendimiento abre la puerta a recursos materiales, humanos y sociales, que además de mejorar la economía del hogar, ayudan al desarrollo personal y comunitario. Incluso, cuando se accede a microcréditos o programas de apoyo, aunque sean pequeños, ya es una forma de que quienes antes estaban excluidos del sistema financiero puedan iniciar algo propio y pasar de depender de otros a ser parte activa en su comunidad.

Sin embargo, dignificar la vida por medio del emprendimiento no se trata solo de dinero, también tiene que ver con cómo la persona se ve a sí misma, con su autoestima, su sentido de pertenencia y su capacidad para reconocerse como alguien que puede cambiar las cosas. Según Finke, Osorio-Tinoco y Laverde (2021), esto se nota mucho en mujeres, jóvenes o personas desplazadas, que cuando logran superar barreras como la falta de financiamiento o de capacitación, no solo crean un negocio, sino que también ganan confianza, participan más en lo social y fortalecen su liderazgo. Esto genera un efecto que se multiplica, porque los cambios no solo se sienten en la persona, sino también en su familia y en toda la comunidad.

Impacto del Emprendimiento en la Calidad de Vida

Generación de empleo y autoempleo.

En Colombia el emprendimiento social en mujeres no es solo una forma de trabajar, también es una manera de vivir mejor, de ir saliendo de la pobreza y de sentirse valoradas. No es únicamente vender o producir algo, es sentirse capaces, tener independencia y sobre todo

recuperar la confianza que muchas veces se pierde cuando no hay oportunidades. Como dice Leon Franco (2019), cuando una mujer empieza su propio emprendimiento no solo gana ingresos, también gana voz, gana respeto y empieza a participar más en su comunidad, creando redes que ayudan a que no solo ella, sino también su familia y su barrio puedan mejorar.

La dignificación de la vida va más allá de tener plata en el bolsillo. Es poder pensar en un futuro distinto, en estudiar, en darles algo mejor a los hijos y en no depender siempre de otros. Las experiencias que presenta Leon Franco (2019) muestran que, cuando hay apoyo y la mujer tiene voluntad, se logran cambios reales. No solo en la casa, sino en toda la comunidad, porque lo que ella logra, también lo aprovechan los que están a su alrededor. Y así, poco a poco, se va cerrando esa brecha que deja la pobreza y se construye algo más justo e inclusivo.

La dignificación de la vida, cuando se analiza desde el emprendimiento, no es solamente poder tener un ingreso, sino que es lograr un cambio que toca lo personal, lo social y lo económico al mismo tiempo, es sentirse útil, capaz y reconocida en su entorno. En el caso de las mujeres, esto implica dejar atrás condiciones de dependencia o falta de oportunidades, para pasar a ser quienes toman decisiones y pueden sostener a sus familias, participando activamente en su comunidad. Como señalan Finke, Osorio-Tinoco y Laverde (2021), el emprendimiento abre la puerta a recursos, a nuevas habilidades y al fortalecimiento del liderazgo, y esto no solo mejora el bienestar de ellas, sino que también transforma las relaciones con quienes las rodean.

Pero este proceso no se da por el simple hecho de iniciar un negocio, porque si ese negocio no se fortalece o no les asegura estabilidad, es muy fácil que vuelvan a la misma situación inicial. Por eso es clave que el emprendimiento esté acompañado de formación, acceso a herramientas y apoyo constante para que pueda sostenerse en el tiempo. Finke, Osorio-Tinoco

y Laverde (2021) muestran que, aunque en Colombia hay una alta participación de mujeres emprendedoras, los hogares encabezados por ellas siguen teniendo más pobreza que los hogares con jefatura masculina, lo que evidencia que todavía falta mucho por hacer para que el emprendimiento sea realmente una vía de dignificación de la vida.

Marco Geográfico

El barrio San Francisco, ubicado en la ciudad de Cartagena de Indias (Caribe colombiano), presenta una localización urbana que es al mismo tiempo una oportunidad y un reto para el emprendimiento. En términos generales, Cartagena es una ciudad portuaria del departamento de Bolívar que ha mostrado altos niveles de pobreza y desigualdad: por ejemplo, en 2023 se reportó que el 41,1 % de la población vivía en pobreza monetaria (Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias, 2024). Este contexto general de ciudad establece el entorno en el que San Francisco debe ser entendido, es decir, las condiciones geográficas, sociales y económicas del territorio forman parte integral del proyecto.

Desde el punto de vista del barrio en sí, su ubicación geográfica en los márgenes o en zonas menos favorecidas de la ciudad refuerza los factores de vulnerabilidad. Aun cuando no siempre se dispone de cifras muy específicas por barrio para todos los indicadores, la literatura sobre barrios como San Francisco muestra que hay limitaciones en acceso a infraestructura, servicios públicos, conexiones viales y redes de apoyo comunitarias. Este hecho implica que un emprendimiento que nazca en esa área debe considerar no sólo la idea del negocio sino también cómo la ubicación física y urbana condicionan su viabilidad.

Por otro lado, la situación geográfica del barrio también puede ofrecer ciertas ventajas relativas: su proximidad a la bahía de Cartagena, al turismo, al puerto o a zonas comerciales puede abrir oportunidades que otros barrios más aislados no tienen, siempre que los emprendedores logren superar las barreras de movilidad, visibilidad, formalización y acceso al mercado. En este sentido, la geografía no es únicamente un obstáculo sino un componente activo del contexto del emprendimiento: definir estrategias que aprovechen la localización para generar valor es parte del reto.

Estado del Arte

Internacionales

Cruz Domínguez, Valadez Solana y Cruz Cabrera en el año 2024 publican un artículo titulado “Emprendimiento social y desarrollo local. El caso de una comunidad alfarera en Oaxaca, México”, el objetivo del estudio consistió en “analizar la relación del ES en asociaciones de artesanos alfareros con el DL de la comunidad Santa María Atzompa, Oaxaca, México” y fue realizado bajo una metodología de enfoque cuantitativo bajo un tipo descriptivo y como técnica de investigación se aplicaron encuestas con un cuestionario estructurado de tipo Likert a una población de artesanos dedicados a la alfarería, después del análisis de datos los resultados arrojaron que hay una relación estrechamente directa entre el emprendimiento social y el desarrollo local, por lo que es importante el fomento y apoyo a las iniciativas de este tipo de emprendimientos.

Esta investigación aporta en gran manera al presente estudio ya que demuestra la importancia que tiene el emprendimiento social en la generación de desarrollo para las regiones, ayudando además a combatir muchos flagelos, como lo es en el caso de la comunidad del barrio San Francisco en la ciudad de Cartagena.

Rincón, Et Al, 2022 en su trabajo publicado “Educación, innovación, emprendimiento, crecimiento y desarrollo en América Latina” donde habla del papel fundamental que tiene la educación para impulsar procesos de innovación y emprendimiento y que estos factores son importantes para impulsar el desarrollo económico, el fin de esta investigación fue el de “explicar la influencia de la educación en variables como la innovación, el emprendimiento y su impacto en el crecimiento y desarrollo en países de América latina”, El estudio es desarrollado bajo una metodología de tipo documental y concluye que es importante incluir e integrar la

educación en concordancia de las políticas públicas de innovación, emprendimiento, ciencia y tecnología y de investigación para tener un mejor efecto y trabajar en una misma línea, este trabajo resulta de gran importancia ya que además de darnos un panorama acerca del desarrollo de la educación en emprendimiento en América latina, nos habla acerca de la importancia que tiene el enmarcarse dentro de las políticas publicas locales y nacionales en esta materia para tener un mayor impacto y que este sea real.

Cuevas, esposito y Balzan, 2021 realizaron una investigación que llevo por titulo “Aliadas en Cadena: formación en emprendimiento femenino como estrategia para salir de la pobreza” en este explican como la pobreza se ha constituido en un gran reto que ha superado la capacidad de los gobiernos, especialmente en los países del tercer mundo, el estudio recalca que el 70% de las personas que se ven afectadas por este fenómeno son mujeres, el estudio aplica una metodología de enfoque Mixto, de tipo descriptivo y también mediante el análisis de estrategias públicas en 12 años en Venezuela, para verificar la efectividad de estas estrategias, la muestra estuvo constituida por un total de 984 mujeres de las ciudades de Barquisimeto, Caracas, Valencia y la ciudad de Maracaibo, los resultados dieron muestra que por medio de estas políticas diferenciales para las mujeres, estas han logrado un empoderamiento lo que ha significado mayor autonomía e ingresos para su subsistencia, este trabajo aporta de manera significativa a la presente investigación, ya que destaca la importancia de acciones especificas para mujeres con el fin de lograr la igualdad en la sociedad y de lograr su empoderamiento, gran parte de los habitantes del barrio San Francisco son mujeres, por lo que esta investigación resulta de gran importancia.

Nacionales

Hernández, Et Al, 2024, realizaron una investigación titulada “Estudio exploratorio sobre características emprendedoras en estudiantes de universidades de México y Colombia” la cual tuvo por objetivo realizar un “estudio exploratorio sobre las características emprendedoras en estudiantes universitarios, comparando una universidad Mexicana y una universidad en Colombia” y al mismo tiempo conocer que hacen las instituciones para fomentar el espíritu emprendedor entre sus estudiantes, la metodología aplicada fue de enfoque cuantitativo de tipo exploratoria, y la técnica fue la entrevista, utilizando una herramienta de tipo Likert y un cuestionario el cual fue aplicado una sola vez se pudieron medir las aptitudes y características emprendedoras de estos estudiantes, los resultados mostraron una tendencia importante hacia el emprendimiento mas en Colombia que en México, y el estudio fue importante como una herramienta de análisis para formular planes y estrategias para fomentar el espíritu emprendedor en las instituciones.

Este estudio aporta una serie de herramientas metodológicas para desarrollar la presente investigación en estudiantes de secundaria, la cual ayudaría a identificar como están las aptitudes y características emprendedoras de los estudiantes objeto de estudio.

Ripoll Rivaldo 2023, publica un artículo titulado “El emprendimiento social universitario como estrategia de desarrollo en personas, comunidades y territorios”, en este la autora explica que para poder desarrollar el emprendimiento en las comunidades es importante involucrarlas y otorgarles poder en la toma de decisiones, aspecto muy importante a considerar en la presente investigación, el trabajo de Ripoll Rivaldo se desarrolla bajo una metodología de enfoque mixto con un enfoque secuencial por etapas con el fin de lograr construir la relación entre los procesos del desarrollo comunitario, dentro de los resultados obtenidos arrojaron que es posible obtener

oportunidades de negocio mediante la creatividad y la innovación. Estos por medio de la capacitación y la educación comunitaria y universitaria.

Este trabajo aporta de manera significativa a la investigación actual, ya que marca una ruta importante y menciona aspectos a tener en cuenta en el desarrollo del emprendimiento comunitario, el trabajo desarrollado actualmente en la comunidad de San Francisco en Cartagena, presenta retos y desafíos a tener en cuenta y mediante el trabajo desarrollado por Ripoll Rivaldo, se pueden establecer algunas estrategias a desarrollar.

Nacanza Enríquez en el año 2023 en su artículo titulado “Estrategia pedagógica para fomentar la cultura del emprendimiento en la Institución Educativa Municipal Ciudad de Pasto” el cual tuvo como fin identificar los factores que posibilitan el fomento de la cultura del emprendimiento, se aplicó un instrumento previamente validado tanto a estudiantes como a padres de familia y profesores de la institución, lo que permitió crear estrategias para desarrollar el emprendimiento en los estudiantes, ruta que es de mucha ayuda en la presente investigación.

Metodología

El presente estudio adopta un enfoque mixto, combinando técnicas cuantitativas y cualitativas, aunque en la práctica la parte cualitativa se basa en preguntas abiertas dentro del cuestionario aplicado a los participantes. El enfoque mixto se justifica porque permite recoger información numérica sobre variables clave como acceso a recursos financieros, redes de apoyo y capacitación y al mismo tiempo explorar percepciones y opiniones de los habitantes del barrio San Francisco sobre los desafíos que enfrentan al emprender. Según George (2021), la integración de información cuantitativa y cualitativa facilita una comprensión más completa de los fenómenos sociales y económicos, permitiendo contrastar cifras con apreciaciones directas de los sujetos de estudio.

El tipo de investigación es descriptivo, ya que el propósito central es caracterizar los desafíos que enfrentan los habitantes del barrio para desarrollar emprendimientos sostenibles, sin intervenir en las condiciones del entorno. Este tipo de estudio es útil para identificar y detallar factores económicos, sociales y culturales que afectan al emprendimiento en comunidades vulnerables, y permite generar información que pueda ser utilizada posteriormente en la formulación de estrategias de fortalecimiento y políticas públicas (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

La población del estudio está conformada por los habitantes del barrio San Francisco en Cartagena de Indias, con énfasis en los estudiantes del Colegio San Francisco, dado que representan un segmento con potencial emprendedor y capacidad de participación activa en iniciativas de la comunidad. La muestra se seleccionó de manera intencional y cuenta con 115 participantes, lo que asegura que se puedan recoger datos representativos sobre la percepción de barreras, acceso a recursos, redes de apoyo, capacitación, conocimientos e intereses en

emprendimiento. La elección de este tamaño de muestra permite un análisis confiable y al mismo tiempo es manejable para un trabajo académico de grado (Krejcie & Morgan, 1970).

El instrumento de recolección de datos fue un cuestionario estructurado que combinó preguntas cerradas y abiertas. Las preguntas cerradas permitieron cuantificar variables como acceso a crédito, redes de apoyo, capacitación disponible y nivel de conocimientos sobre emprendimiento, mientras que las preguntas abiertas capturaron percepciones, dificultades y experiencias personales de manera resumida y directa. Esta organización facilita describir de manera detallada las barreras económicas, sociales y culturales que afectan al emprendimiento y, al mismo tiempo, explorar aspectos cualitativos sin necesidad de entrevistas formales o grupos focales.

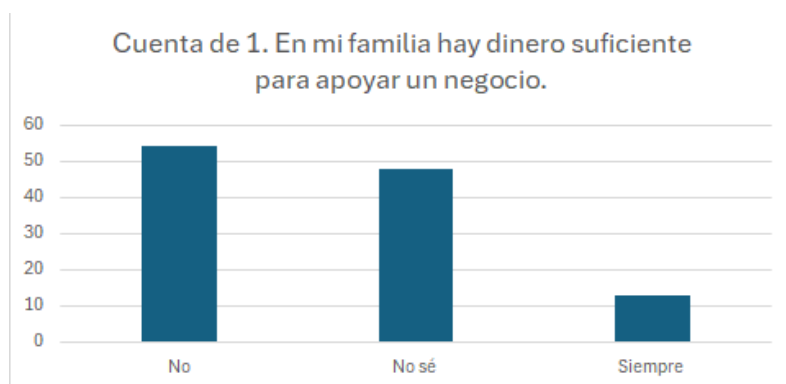
El análisis de datos se centró en técnicas estadísticas descriptivas para las variables cuantitativas: se calcularon frecuencias, porcentajes y promedios, lo que permitió caracterizar el acceso a recursos, redes y capacidades de los encuestados. Para las preguntas abiertas, se realizó un análisis cualitativo de contenido simplificado, categorizando las respuestas según barreras, desafíos y oportunidades percibidas. De esta manera, la metodología permite vincular los hallazgos a los objetivos específicos: identificar barreras económicas, sociales y culturales; describir acceso a recursos y redes; explorar capacidades e intereses; y finalmente, proponer estrategias de fortalecimiento del emprendimiento en la comunidad como mecanismo de desarrollo sostenible.

Resultados

Identificar las barreras económicas, sociales y culturales que perciben los estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena para desarrollar iniciativas emprendedoras.

Figura 2

Percepción de los Estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena Sobre la Disponibilidad de Recursos Económicos Familiares para Apoyar un Negocio.



Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

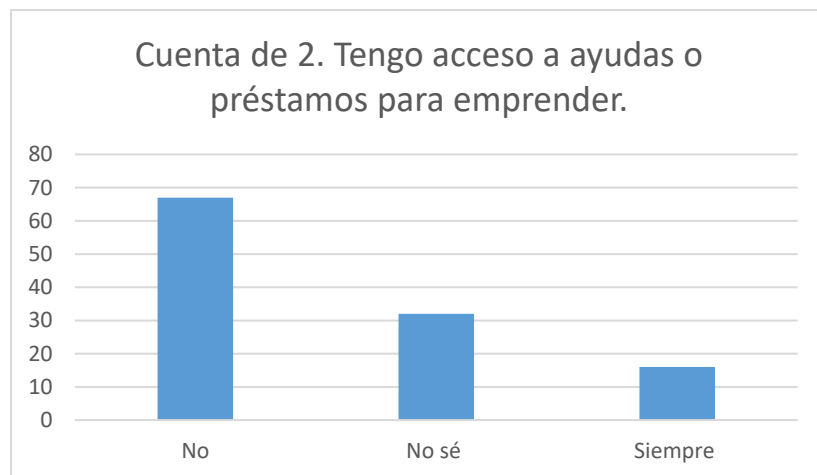
Nota. Resumen de la percepción de los estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena sobre la disponibilidad de recursos económicos familiares para apoyar un negocio.

La figura muestra que la mayoría de los estudiantes (49,1%) considera que sus familias no cuentan con dinero suficiente para apoyar un emprendimiento. Además, un 40,6% manifiesta incertidumbre al responder “No sé”, lo que evidencia falta de claridad sobre las condiciones económicas en sus hogares. Solo un 10,3% afirma que siempre hay disponibilidad de recursos

económicos, reflejando que esta posibilidad es limitada para la mayoría de la población estudiantil.

Figura 3

Acceso Percibido por los Estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena a Ayudas o Préstamos para Emprender.



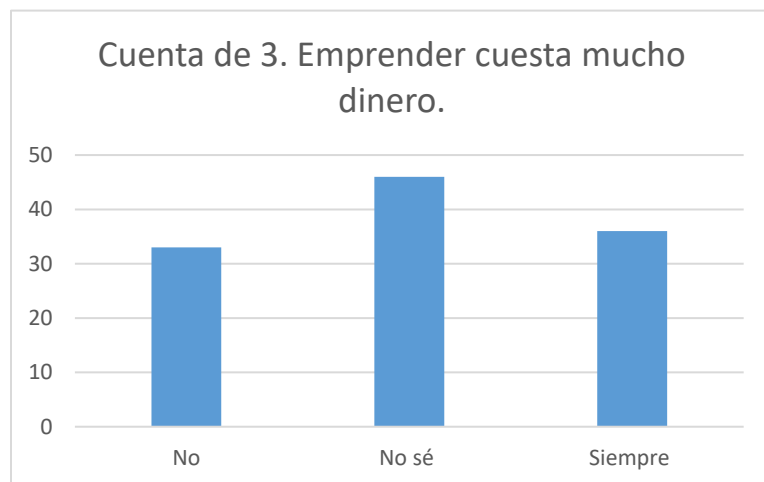
Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Nota. Acceso percibido por los estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena a ayudas o préstamos para emprender.

La figura 2 evidencia que la mayoría de los estudiantes (58,0%) considera que no tiene acceso a apoyos financieros externos. Casi un tercio de ellos (29,5%) manifiesta incertidumbre al responder “No sé”, lo que sugiere desconocimiento de los programas o instituciones que podrían brindar este tipo de ayuda. Solo el 12,5% reconoce que siempre tiene acceso a préstamos o ayudas, mostrando que esta oportunidad está restringida a una minoría.

Esto refleja que la falta de acceso a capital externo constituye una barrera importante para el emprendimiento juvenil en esta institución.

Figura 4. *Percepción Sobre los Costos de Emprender*

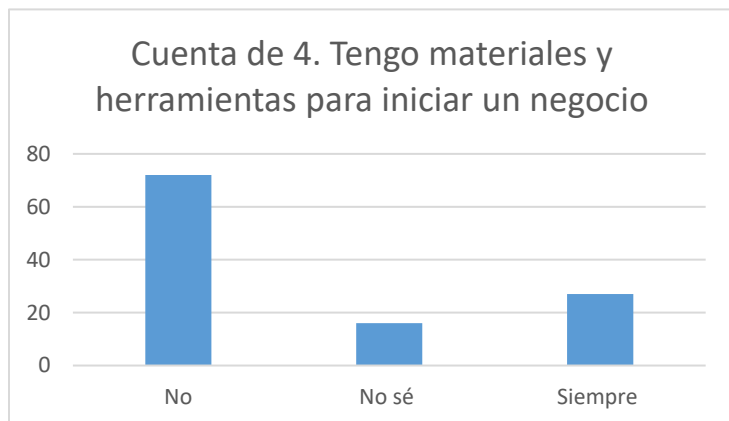


Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Nota. Resumen de la Percepción de los estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena sobre los costos de emprender.

Los resultados de la figura 3 muestran que para una parte importante de los estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena, el emprendimiento se percibe como una actividad costosa. El 32,2% afirma que siempre emprender cuesta mucho dinero, mientras que el 37,3% manifiesta incertidumbre respondiendo “No sé”. Este nivel de duda revela un desconocimiento significativo sobre los costos reales asociados a iniciar un negocio, lo cual puede estar relacionado con la falta de educación financiera en la comunidad. Por su parte, el 30,5% considera que no necesariamente se requiere mucho dinero para emprender, lo que sugiere que algunos estudiantes identifican alternativas de bajo costo o con recursos mínimos. En general, esta figura refleja que la percepción de altos costos constituye una barrera cultural y cognitiva para el desarrollo de iniciativas emprendedoras.

Figura 5. *Disponibilidad de Materiales y Herramientas para Emprender*



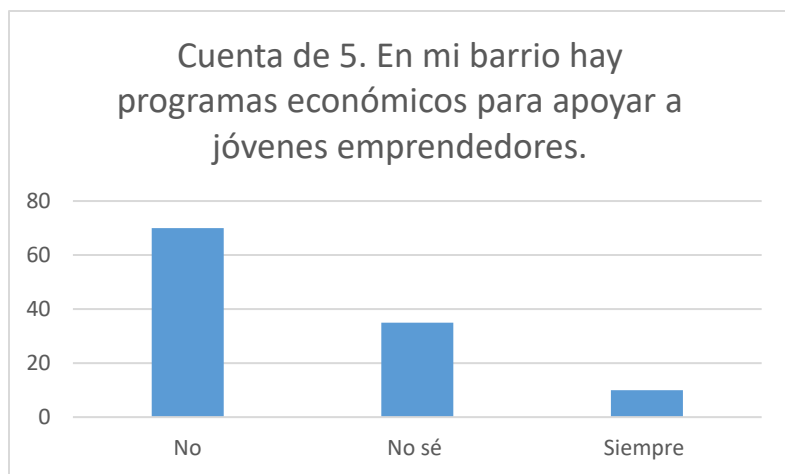
Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Nota. Resumen de la Disponibilidad de materiales y herramientas para emprender entre los estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena.

La disponibilidad de materiales y herramientas es un factor clave para iniciar un emprendimiento. En este caso, la mayoría de los estudiantes (61,9%) reconoce que no cuenta con los recursos físicos o insumos necesarios para materializar una idea de negocio, lo que evidencia una limitación práctica significativa. Un 22,0% expresa desconocimiento sobre si realmente dispone de herramientas, lo que puede interpretarse como falta de valoración o identificación de los recursos existentes en su entorno. En contraste, solo el 16,1% asegura que siempre tiene acceso a materiales y herramientas, reflejando que se trata de una minoría con condiciones más favorables.

Figura 6

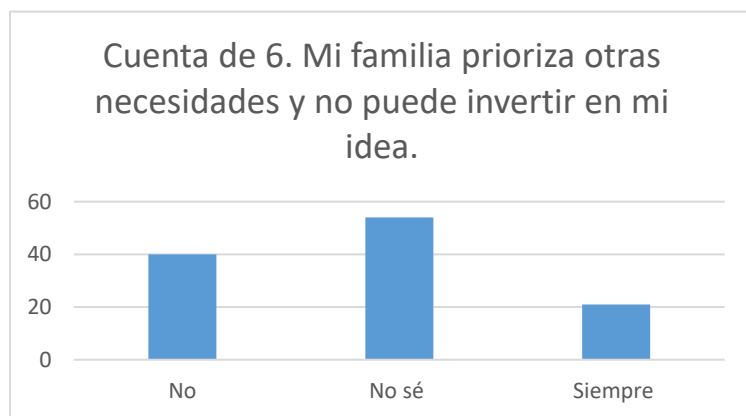
Programas Económicos en el Barrio para Apoyar a Jóvenes Emprendedores



Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Nota. Percepción de la existencia de programas económicos para jóvenes emprendedores en los barrios de Cartagena.

La percepción de los estudiantes respecto a la existencia de programas de apoyo económico en sus barrios refleja una tendencia crítica. Más de la mitad (55,1%) sostiene que no existen programas en sus comunidades que fomenten el emprendimiento juvenil. De manera complementaria, el 36,4% indica que no sabe si dichos programas existen, lo que muestra un alto nivel de desconocimiento y, posiblemente, una débil difusión de las iniciativas disponibles. Solo un 8,5% identifica la presencia de programas de apoyo, porcentaje muy reducido que evidencia la escasa cobertura y visibilidad de estas políticas o proyectos en el territorio. Esta percepción confirma que la falta de articulación institucional y comunitaria limita considerablemente la promoción del emprendimiento juvenil en contextos vulnerables.

Figura 7*Prioridad de las Familias en la Inversión de Ideas de Emprendimiento*

Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Nota. Prioridad de las familias frente a la inversión en ideas de emprendimiento de los estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena.

La figura 7 muestra que la mayoría de los estudiantes (47,0%) no tiene claridad sobre si sus familias estarían en condiciones de invertir en sus ideas de negocio. Este hallazgo refleja un alto nivel de incertidumbre y ausencia de comunicación en el núcleo familiar frente al tema del emprendimiento. La falta de diálogo sobre apoyo económico limita la confianza de los jóvenes para proyectar sus iniciativas, lo que constituye una barrera cultural y social significativa.

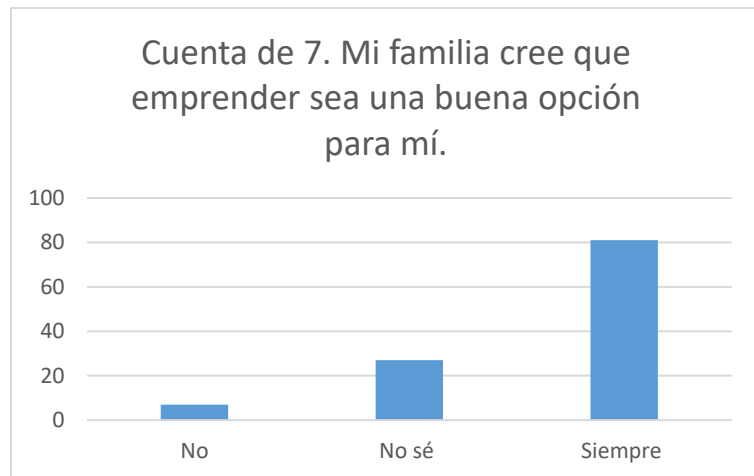
Por otro lado, un 18,3% de los encuestados asegura que en sus hogares se priorizan otras necesidades básicas antes que destinar recursos a emprendimientos juveniles. Este grupo pone en evidencia una barrera económica estructural, propia de familias que deben atender primero gastos esenciales como alimentación, vivienda y educación, dejando en segundo plano la posibilidad de inversión en negocios.

En contraste, un 34,8% de estudiantes considera que esta no es la situación en su familia, lo que indica que existe una proporción de hogares con mayor disposición o capacidad para apoyar financieramente los proyectos de sus hijos. *Fuente.* Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

BARRERAS SOCIALES

Figura 8

Programas Económicos en el Barrio para Jóvenes Emprendedores



Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Nota. Resumen de Programas económicos en el barrio para jóvenes emprendedores

Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

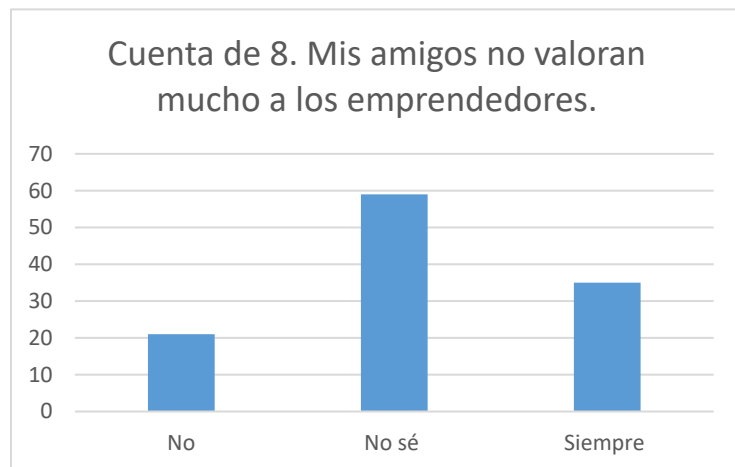
Se observa una clara tendencia positiva hacia el apoyo familiar en el emprendimiento. La mayoría de los estudiantes encuestados manifestó que “Siempre” perciben a su familia como un respaldo para emprender, con 81 respuestas (70,4%). Este resultado refleja que, en general, los entornos familiares son percibidos como aliados en los proyectos emprendedores, lo cual resulta clave en la motivación personal y en la consolidación de nuevas iniciativas.

Por otro lado, 27 estudiantes (23,5%) respondieron “No sé”, lo cual puede indicar dudas, falta de comunicación familiar, o percepciones ambiguas respecto a si realmente sus familias los

consideran aptos para emprender. Finalmente, un grupo reducido de 7 estudiantes (6,1%) indicó “No”, evidenciando ausencia de apoyo familiar, lo cual puede convertirse en una barrera significativa en el desarrollo de competencias emprendedoras.

Figura 9

Prioridad de la Familia en otras Necesidades



Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Nota. Resumen de Prioridad de la familia en otras necesidades.

Los resultados muestran que más de la mitad de los estudiantes (51,3%) no tiene claridad sobre si sus amigos valoran o no a los emprendedores. Esta mayoría de respuestas en la categoría “No sé” refleja un nivel de incertidumbre social en los jóvenes, posiblemente derivado de la falta de conversaciones explícitas sobre emprendimiento en los grupos de pares.

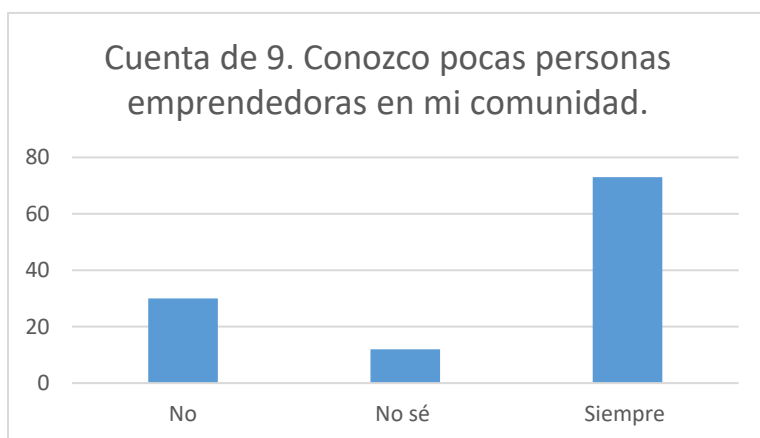
Un 30,4% de los encuestados indicó “Siempre”, lo que significa que sí perciben una valoración baja de los emprendedores entre sus amigos. Este dato sugiere la existencia de una

barrera cultural en el entorno social, ya que refleja la presencia de estigmas o desinterés hacia la actividad emprendedora en algunos círculos juveniles.

Por otro lado, un 18,3% de estudiantes respondió “No”, lo que indica que sus amigos sí valoran a los emprendedores, lo que representa un grupo con un entorno social más favorable hacia el emprendimiento. *Fuente.* Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Figura 10

Disponibilidad de Materiales y Herramientas para Emprender



Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Nota. Resumen de Disponibilidad de materiales y herramientas para emprender

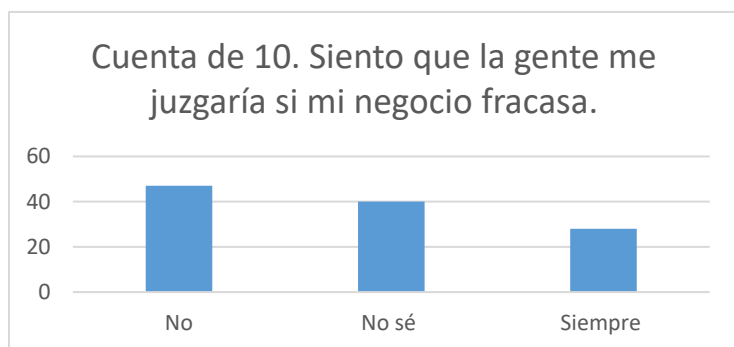
Una clara mayoría de los estudiantes (63,5%) respondió “Siempre”, lo que significa que efectivamente perciben que en su comunidad hay pocos referentes emprendedores. Este hallazgo es relevante porque la ausencia de modelos cercanos puede limitar la inspiración y la confianza de los jóvenes para involucrarse en iniciativas emprendedoras.

Por otro lado, un 26,1% respondió “No”, lo que indica que una parte de los encuestados sí reconoce la existencia de varios emprendedores en su entorno, lo cual puede considerarse un factor positivo de influencia comunitaria.

Finalmente, un 10,4% señaló “No sé”, reflejando desconocimiento o falta de interés en identificar personas emprendedoras a su alrededor. *Fuente.* Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Figura 11

Percepción Sobre el Costo De Empezar



Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Nota. Resumen de Percepción sobre el costo de emprender.

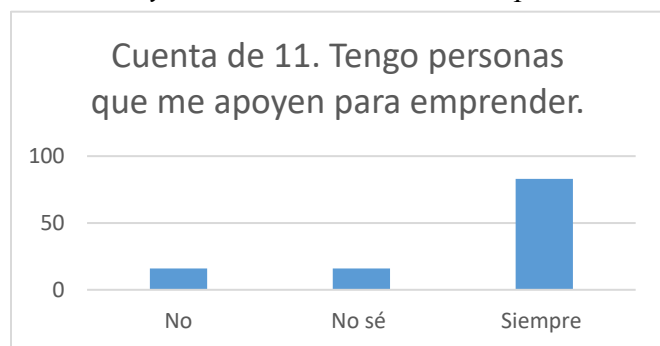
Los datos muestran que la mayoría de los estudiantes (40,9%) no cree que serían juzgados por los demás en caso de que su emprendimiento fracasara. Este resultado es alentador, pues refleja la existencia de una percepción social relativamente tolerante hacia el error, lo cual es un factor positivo en la formación del espíritu emprendedor.

Sin embargo, un 34,8% respondió “No sé”, lo que evidencia incertidumbre respecto a la reacción de su entorno ante un eventual fracaso. Esta duda puede reflejar falta de seguridad personal o experiencias previas limitadas en temas de emprendimiento.

Por su parte, un 24,3% sí considera que sería juzgado negativamente, lo que indica que todavía existe en algunos estudiantes un miedo al qué dirán, un factor que podría desincentivar la toma de riesgos en proyectos de negocio. *Fuente.* Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Figura 12

Acceso a Ayudas o Préstamos Para Emprender

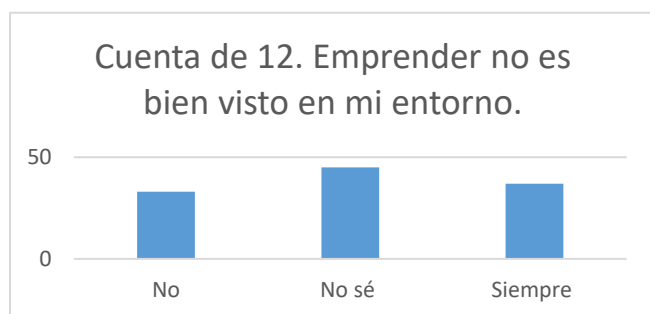


Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Nota. Resumen de Acceso a ayudas o préstamos para emprender.

Figura 13

Apoyo Familiar para Iniciar un Negocio



Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Nota. Resumen de Programas económicos en el barrio para jóvenes emprendedores.

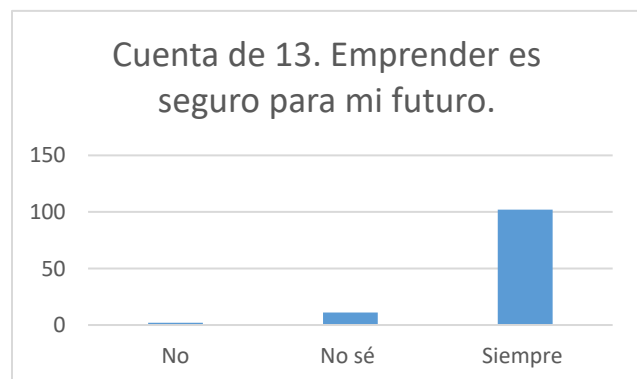
Los datos reflejan que un 32,2% de los estudiantes percibe que en su entorno emprender no es bien visto, lo cual es un factor negativo que podría desincentivar la creación de proyectos propios. Este grupo puede estar influenciado por prejuicios sociales o familiares que aún asocian el emprendimiento con inestabilidad o riesgo económico.

El 39,1% respondió “No sé”, lo cual muestra incertidumbre respecto a cómo su comunidad percibe el emprendimiento. Esto podría significar que los estudiantes no tienen referentes claros de emprendedores cercanos, o que no se discute abiertamente el tema en su círculo social.

Por su parte, un 28,7% considera que en su entorno emprender sí es bien visto, lo cual evidencia que, aunque minoritario, existe un grupo de estudiantes con una visión más favorable y de apoyo hacia el emprendimiento.

Figura 14

Emprender es Seguro para mi Futuro



Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Nota. Resumen de Emprender es seguro para mi futuro.

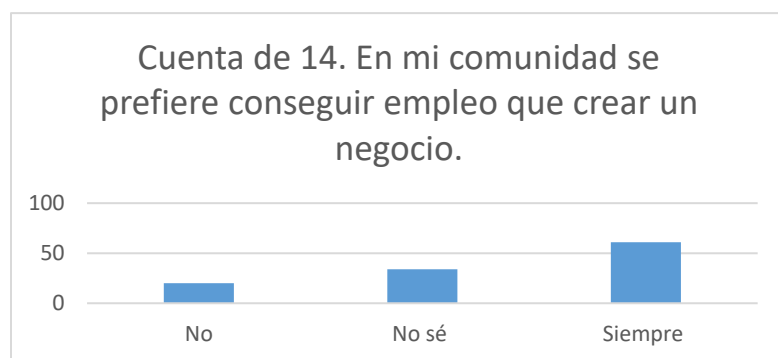
La gran mayoría de los estudiantes (88,7%) considera que el emprendimiento representa una opción segura para su futuro, lo que demuestra una alta confianza y motivación hacia esta alternativa de desarrollo personal y profesional.

El 9,6% que respondió “No sé” refleja cierta incertidumbre frente a los retos y riesgos del emprendimiento, posiblemente debido a la falta de experiencias previas o de información clara sobre el camino emprendedor.

En contraste, solo un 1,7% considera que el emprendimiento no es seguro para su futuro, lo cual evidencia que el rechazo hacia esta opción es muy bajo dentro del grupo estudiado.

Figura 15

En mi Comunidad se Prefiere Conseguir Empleo que Crear un Negocio



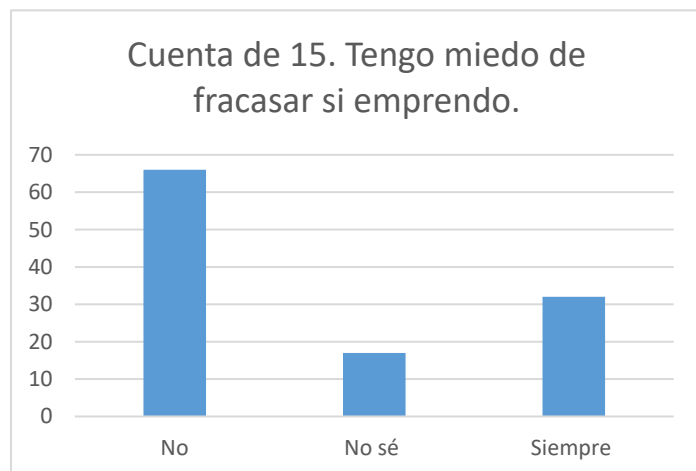
Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Nota. Resumen de preferencias sobre conseguir empleo que crear un negocio

Más de la mitad de los estudiantes (53,0%) perciben que en su comunidad se prioriza la búsqueda de empleo sobre la creación de negocios. Esto refleja una cultura laboral tradicional, donde se valora más la estabilidad que ofrece un empleo formal frente a la incertidumbre de emprender. Un 29,6% respondió “No sé”, lo que evidencia indefinición o desconocimiento respecto a la dinámica económica de su entorno, posiblemente porque aún no participan activamente en decisiones laborales o empresariales. Por otro lado, un 17,4% considera que no se prefiere el empleo sobre el emprendimiento, lo que indica que existe un sector de la comunidad que reconoce y valora la opción de crear negocios como una alternativa real y viable.

Figura 16

Tengo Miedo de Fracasar si Emprendo



Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

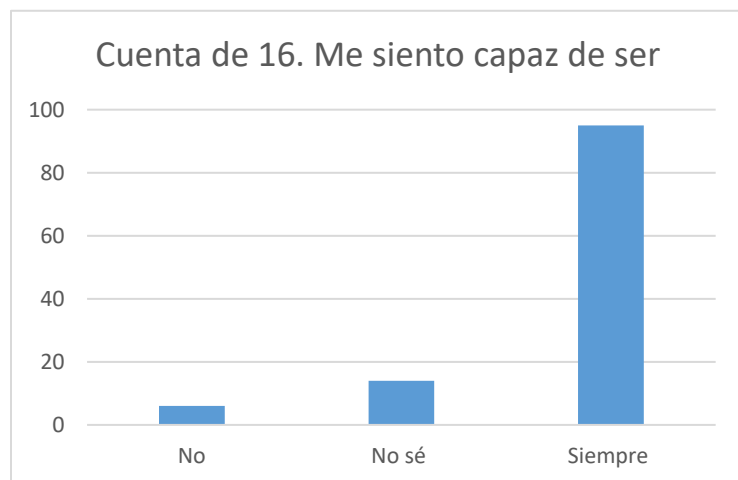
Nota. Resumen de miedo al fracaso.

Existe una tendencia positiva hacia la confianza en emprender, lo cual es favorable para la intención emprendedora. Sin embargo, el casi 30% refleja que todavía hay una proporción

significativa de estudiantes que experimentan incertidumbre o temor, lo que puede frenar iniciativas emprendedoras si no se acompaña con estrategias de fortalecimiento emocional y formativo.

Figura 17

Me Siento Capaz de ser Emprendedor



Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Nota. Resumen de percepción sobre la capacidad de ser emprendedor.

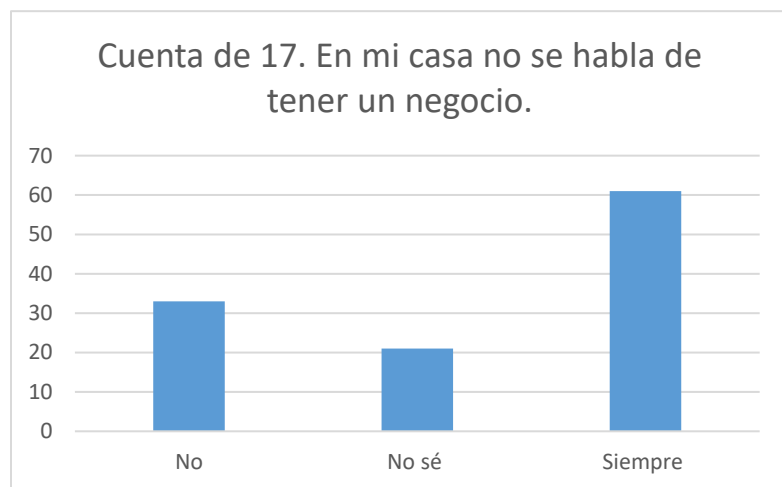
Los resultados muestran una alta autopercepción positiva de capacidad emprendedora. La gran mayoría de los encuestados (82,6%) afirma sentirse siempre capaz de emprender, lo cual refleja un nivel elevado de autoconfianza, seguridad y motivación personal, factores considerados claves en la literatura sobre emprendimiento para el inicio y sostenimiento de proyectos.

Un 12,2% manifiesta dudas al responder “No sé”, lo que puede relacionarse con la incertidumbre sobre sus propias habilidades o conocimientos necesarios para emprender, o con la

falta de experiencia previa que les permita reafirmar esa capacidad. Por otro lado, solo un 5,2% considera que no se siente capaz de emprender, lo que indica que la inseguridad y la percepción de incapacidad están presentes en una minoría reducida, aunque significativa, ya que puede representar un obstáculo para transformar ideas en proyectos concretos.

Figura 18

En mi Casa no se Habla de Tener un Negocio



Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Nota. Resumen sobre la percepción de hablar de tener un negocio.

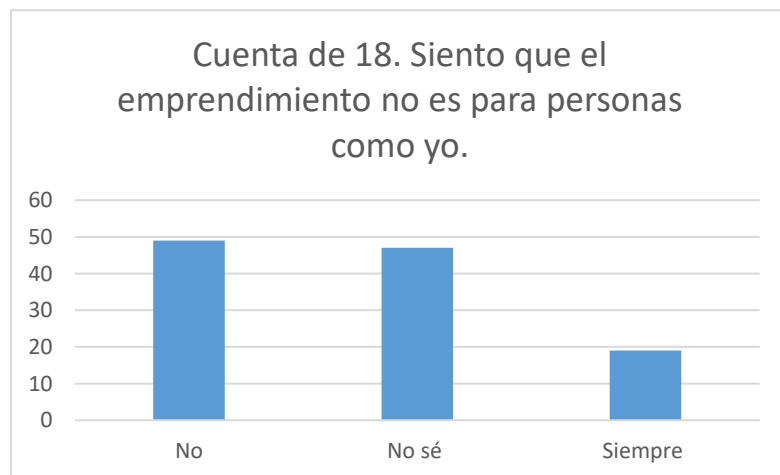
Más de la mitad de los encuestados (53%) afirma que en su hogar nunca se habla de tener un negocio, lo cual refleja una ausencia de cultura emprendedora en el entorno familiar. Esto es relevante, ya que diversos estudios sostienen que la familia influye en la formación de actitudes emprendedoras: si en casa se habla de negocios, se transmiten modelos de referencia, valores de independencia y ejemplos de emprendimiento.

Un 28,7% responde que “No”, lo que significa que en sus hogares sí se habla de tener un negocio. Este grupo constituye un capital cultural y social importante, pues contar con un entorno familiar que conversa y valora el emprendimiento suele fortalecer la motivación y la disposición a asumir riesgos.

El 18,3% respondió “No sé”, lo que puede interpretarse como indiferencia o falta de claridad sobre si ese tema se discute en el hogar. Esto puede estar vinculado a que no es un tema central en sus dinámicas familiares, o a que las conversaciones sobre negocios son esporádicas o informales. *Fuente.* Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Figura 19

Siento que el Emprendimiento no es para Personas como Yo



Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Nota. Resumen de percepción sobre el individuo como emprendedor

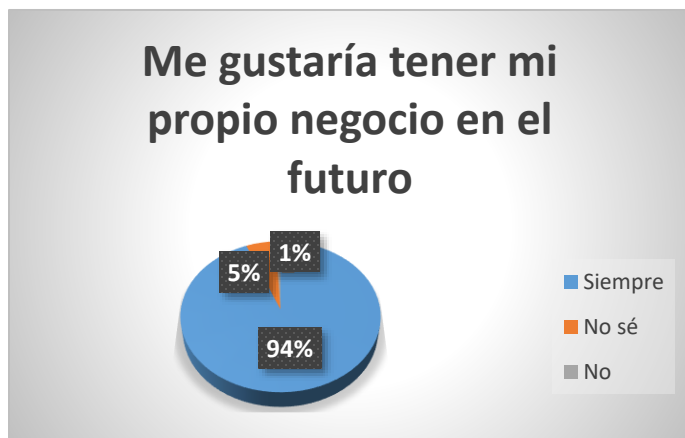
Los resultados muestran una tendencia hacia la autopercepción positiva frente al emprendimiento. El 42,6% de los estudiantes respondió “No”, lo que indica que una parte

importante no se siente excluida de esta posibilidad y cree que el emprendimiento sí es una opción viable para ellos. Sin embargo, un 40,9% respondió “No sé”, lo que refleja un nivel considerable de dudas, inseguridad o falta de claridad respecto a su capacidad o afinidad con el emprendimiento, lo cual constituye un punto de atención para el fortalecimiento de la confianza y la orientación en este campo. Por otro lado, el 16,5% respondió “Siempre”, es decir, manifiesta sentirse fuera del perfil emprendedor, lo cual sugiere la existencia de una minoría que descarta de entrada esta alternativa.

Describir las capacidades, conocimientos e intereses en emprendimiento que manifiestan los estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena.

Figura 20

Me Gustaría Tener mi Propio Negocio en el Futuro.



Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Los resultados muestran un alto nivel de interés emprendedor entre los estudiantes del Colegio San Francisco. El 94% de los encuestados manifestó que le gustaría tener su propio negocio en el futuro, lo que evidencia una actitud positiva hacia el emprendimiento y un deseo generalizado de generar independencia económica y oportunidades personales.

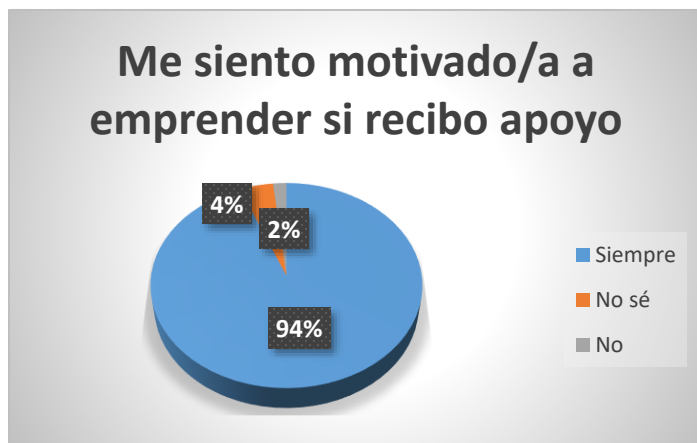
Este resultado puede interpretarse como una base motivacional sólida sobre la cual es posible fomentar procesos de formación y acompañamiento en temas de emprendimiento. A pesar de las limitaciones económicas del contexto, los jóvenes demuestran aspiraciones que se relacionan con la búsqueda de dignificación de la vida a través del trabajo propio y creativo.

El 5% que respondió “no sé” refleja cierta incertidumbre o falta de claridad vocacional, posiblemente asociada a la ausencia de orientación o conocimiento sobre cómo iniciar un negocio. Finalmente, el 1% que respondió “no” representa una minoría sin interés actual, aunque

este porcentaje tan bajo sugiere que el emprendimiento es percibido como una opción atractiva y viable dentro del entorno educativo.

Figura 21

Me Siento Motivado/A a Emprender si Recibo Apoyo



Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

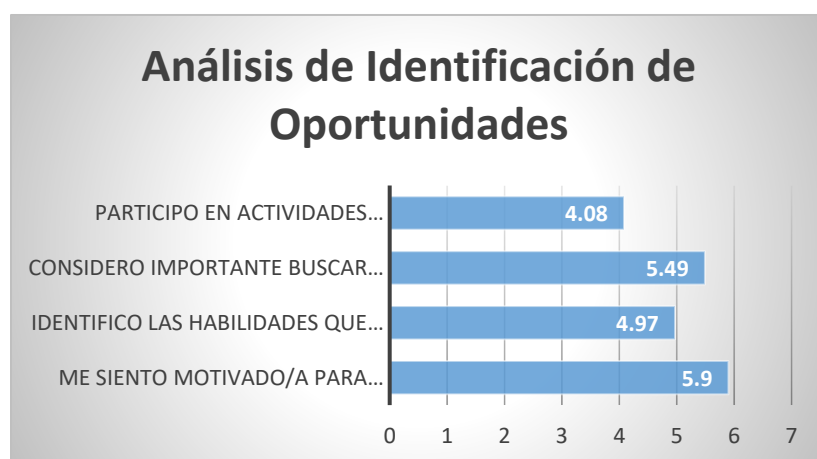
Los resultados muestran que la motivación emprendedora está estrechamente ligada a la presencia de apoyo externo, ya sea familiar, institucional o comunitario. El 94% de los estudiantes indicó que se sentiría motivado a emprender si recibe respaldo, lo que evidencia una alta disposición hacia el emprendimiento cuando existen condiciones favorables de acompañamiento.

Este hallazgo sugiere que el apoyo emocional, técnico o financiero cumple un papel determinante en la decisión de emprender. En contextos vulnerables como el barrio San Francisco, donde los recursos son limitados, la motivación puede fortalecerse notablemente cuando los jóvenes perciben que no están solos en el proceso y que cuentan con orientación o estímulo para iniciar sus ideas de negocio.

El 4% que respondió “no sé” refleja un nivel intermedio de inseguridad, posiblemente relacionado con la falta de experiencia o de modelos cercanos de emprendimiento exitoso. Finalmente, el 2% que expresó no sentirse motivado incluso con apoyo representa una minoría mínima, lo cual confirma que el entorno de acompañamiento es un factor clave para potenciar la cultura emprendedora en esta comunidad educativa.

Figura 22

Me Siento Motivado/A a Empezar si Recibo Apoyo



Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

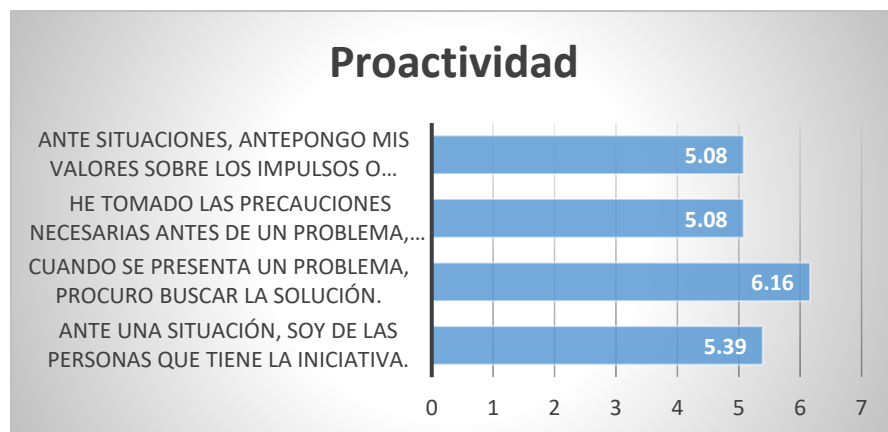
Al analizar las respuestas de los estudiantes sobre la identificación de oportunidades, se observa una tendencia positiva hacia la iniciativa personal y el desarrollo de habilidades relacionadas con el emprendimiento. En la primera pregunta, “*Me siento motivado/a para generar mis propias oportunidades de desarrollo personal*”, la media alcanzó 5.9 y la moda fue 7, lo que muestra una motivación muy alta por parte de los jóvenes para crear sus propias oportunidades. Es decir, la mayoría tiene una actitud activa frente al crecimiento personal, lo cual es clave cuando se busca fomentar el espíritu emprendedor en contextos donde las opciones laborales son limitadas.

En la segunda pregunta, sobre la capacidad para identificar las habilidades de otras personas, la media fue 4.9 y la moda 6. Aunque el promedio es algo menor que el anterior, sigue siendo alto, lo que indica que muchos estudiantes tienen una buena disposición para reconocer el potencial en los demás, algo importante cuando se trata de trabajar en equipo o crear redes de apoyo dentro de la comunidad.

Por otro lado, en la tercera pregunta, “*Considero importante buscar permanentemente nuevas maneras de realizar las cosas*”, la media de 5.4 y una moda compartida entre 6 y 7 reflejan una actitud bastante favorable hacia la innovación y la mejora continua. Esto demuestra que los estudiantes no solo se sienten capaces, sino que también valoran el cambio y la creatividad como herramientas para avanzar, lo cual coincide con la idea de que el emprendimiento nace muchas veces de la necesidad de hacer las cosas de otra manera.

Figura 23

Proactividad



Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

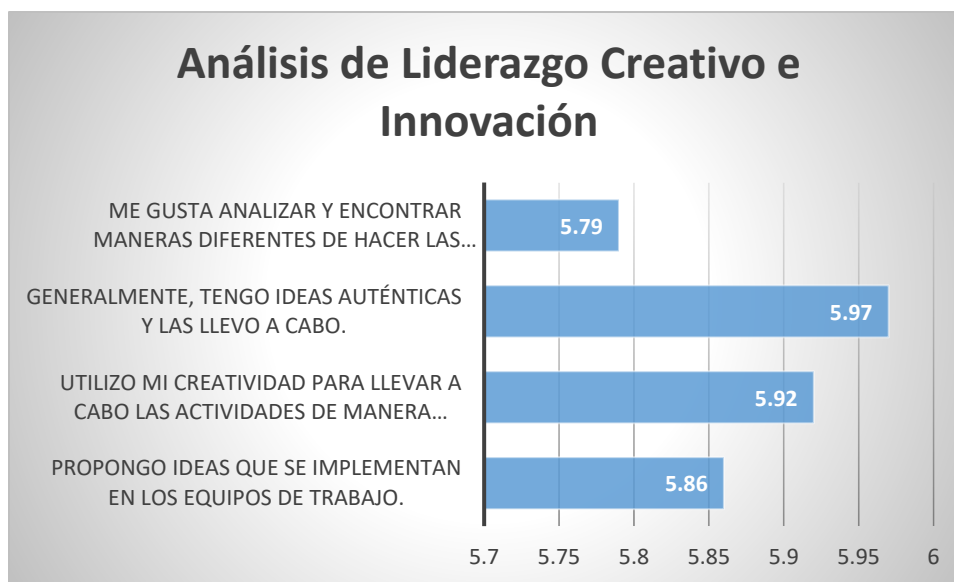
Los resultados sobre la iniciativa personal y la toma de decisiones muestran que los estudiantes del Colegio San Francisco poseen una actitud proactiva y responsable frente a las

situaciones cotidianas. En la primera pregunta, *“Ante una situación, soy de las personas que tiene la iniciativa”*, la media fue de 5.39 y la moda 7, lo que refleja un nivel alto de autopercepción positiva. Es decir, la mayoría de los jóvenes se ve a sí misma como alguien que actúa con decisión y no espera que otros den el primer paso. Esta característica es fundamental en los procesos de emprendimiento, donde la acción y la iniciativa son puntos de partida esenciales.

En la segunda pregunta, *“Cuando se presenta un problema, procuro buscar la solución”*, la media fue de 6.16 y la moda 7. Este es uno de los resultados más sobresalientes, pues revela una muy alta orientación a la solución de problemas. Los estudiantes no solo se muestran capaces de reconocer las dificultades, sino que también buscan alternativas para resolverlas. Esta actitud, más allá de ser una competencia emprendedora, demuestra una mentalidad resiliente, muy valiosa en contextos donde las oportunidades son limitadas y los retos frecuentes.

La tercera pregunta, relacionada con la planificación y la prevención, obtuvo una media de 5.08 y modas entre 6 y 7. Esto sugiere que los estudiantes tienen una buena tendencia a actuar con precaución y pensamiento anticipado, aunque todavía hay espacio para fortalecer la toma de decisiones estratégicas. En otras palabras, son jóvenes que piensan antes de actuar, pero que podrían beneficiarse de más formación en gestión del riesgo y planificación de proyectos.

Por último, la pregunta sobre autodisciplina y valores personales alcanzó también una media de 5.08 y una moda de 6. Este resultado indica que la mayoría de los encuestados prioriza sus principios y valores sobre los impulsos o emociones del momento, lo cual es muy relevante, porque en el emprendimiento las decisiones éticas y la coherencia personal influyen directamente en la sostenibilidad de los proyectos.

Figura 24*Proactividad*

Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

En este bloque de resultados, se analizan las respuestas relacionadas con la creatividad y la innovación, dos capacidades esenciales dentro del proceso emprendedor. En la primera afirmación, “*Propongo ideas que se implementan en los equipos de trabajo*”, la media fue cercana a 5.86 y la moda 6, lo que muestra un nivel alto de participación creativa. Los estudiantes se perciben como personas capaces de aportar ideas útiles y que, además, logran que esas ideas se pongan en práctica dentro de los grupos. Esto sugiere una buena combinación entre pensamiento original y capacidad de gestión, algo muy valioso cuando se trata de convertir ideas en acciones reales.

En la segunda afirmación, “*Utilizo mi creatividad para llevar a cabo las actividades de manera innovadora*”, la media fue 5.92, también con una moda de 6. Aquí se nota una muy alta valoración de la creatividad, lo que indica que los jóvenes no solo generan ideas, sino que buscan

constantemente nuevas formas de hacer las cosas. Este tipo de actitud innovadora es fundamental para el emprendimiento, ya que impulsa la adaptación, la curiosidad y la resolución alternativa de problemas. Además, refleja que la mayoría tiene una visión más flexible y abierta al cambio, cualidades necesarias para avanzar en entornos inciertos.

La tercera afirmación, *“Generalmente, tengo ideas auténticas y las llevo a cabo”*, alcanzó una media de 5.97 y una moda de 7, siendo el puntaje más alto de esta sección. Este resultado resalta la autopercepción de originalidad y compromiso con la acción. No se trata solo de pensar distinto, sino de ejecutar las ideas propias, algo que demuestra seguridad, iniciativa y confianza en las propias capacidades. Esto podría interpretarse como un indicio de madurez emprendedora, ya que el estudiante no se queda en la intención, sino que busca materializar lo que imagina.

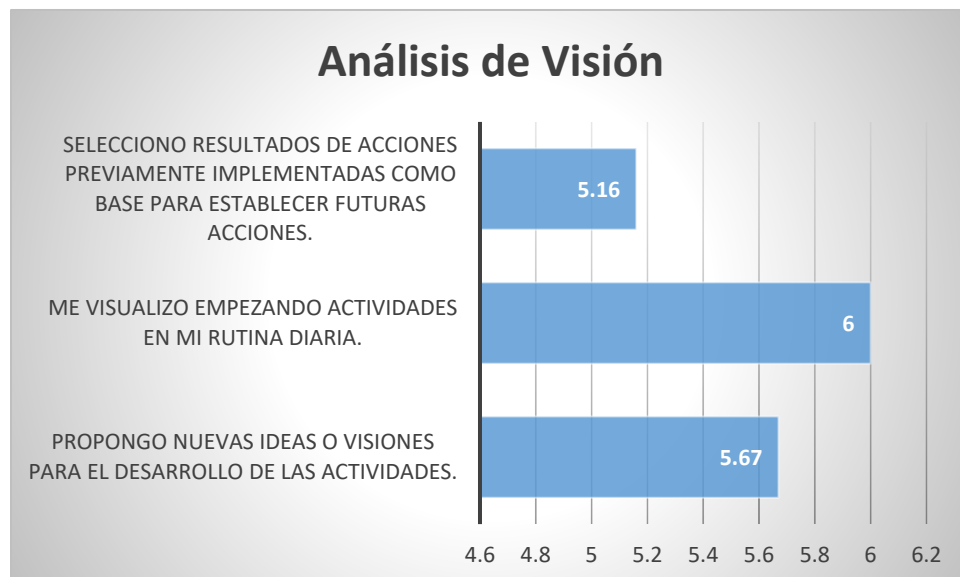
Por último, la afirmación *“Me gusta analizar y encontrar maneras diferentes de hacer las cosas”* obtuvo una media de 5.79 y una moda de 6, lo que confirma una tendencia constante a la mejora y al análisis crítico. Los estudiantes disfrutan explorar caminos distintos, lo cual contribuye a generar soluciones novedosas dentro de su entorno. Aunque no todos alcanzan los niveles más altos de innovación, el promedio sigue siendo muy positivo, mostrando que existe una cultura de pensamiento creativo en formación.

En general, los resultados reflejan que los estudiantes del Colegio San Francisco poseen una sólida inclinación hacia la creatividad, la originalidad y la búsqueda de alternativas. Esto indica que, a pesar de las limitaciones materiales del contexto, hay un capital humano con gran potencial para impulsar ideas nuevas que podrían transformarse en proyectos sostenibles. De esta manera, la creatividad aparece no solo como una habilidad, sino como una forma de resistir y

reinventar su realidad cotidiana, abriendo caminos para la dignificación de la vida a través del emprendimiento.

Figura 25

Visión



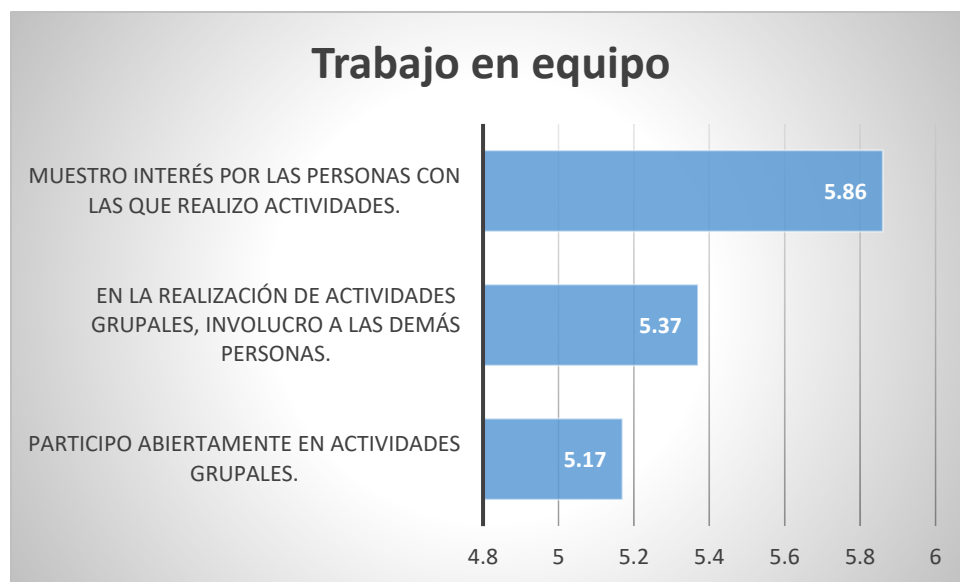
Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

En esta figura se presentan los resultados relacionados con la visión emprendedora de los estudiantes, es decir, su capacidad para imaginar, planificar y proyectar acciones a futuro. En la primera afirmación, “*Propongo nuevas ideas o visiones para el desarrollo de las actividades*”, la media fue aproximadamente de 5.67 y la moda 7. Estos valores reflejan un alto nivel de proactividad y pensamiento visionario, ya que la mayoría de los estudiantes manifiesta que suele proponer ideas nuevas dentro de su entorno. Esto demuestra una disposición importante para pensar más allá de lo rutinario y participar activamente en la mejora de sus actividades cotidianas.

La segunda afirmación, *“Me visualizo empezando actividades en mi rutina diaria”*, obtuvo la media más alta, alrededor de 6.00, con una moda de 7. Este resultado muestra que los jóvenes tienen una visión positiva hacia la acción y el inicio de nuevos proyectos, lo que significa que no se limitan solo a imaginar, sino que también se ven capaces de poner en marcha sus ideas. Este tipo de autopercepción es clave en el emprendimiento, porque implica confianza personal y una actitud dinámica frente a los retos. Además, refleja que muchos de ellos encuentran sentido en iniciar actividades que les permitan crecer, ya sea en el estudio, el trabajo o en pequeños proyectos personales.

En cuanto a la tercera afirmación, *“Selecciono resultados de acciones previamente implementadas como base para establecer futuras acciones”*, la media fue de 5.16 y la moda 6. Aunque el promedio es un poco menor, sigue estando en un nivel medio-alto, lo cual indica que los estudiantes reconocen la importancia de aprender de la experiencia y aplicar ese conocimiento en decisiones futuras. Es decir, existe una tendencia a la reflexión y mejora continua, aunque quizá todavía no está totalmente desarrollada en todos los casos.

De manera general, los resultados muestran que los estudiantes del Colegio San Francisco poseen una visión emprendedora bastante sólida, con altas capacidades para generar ideas y proyectarlas en acciones concretas. Aunque la planificación basada en experiencias previas podría fortalecerse un poco más, los valores obtenidos en las tres afirmaciones evidencian una actitud optimista, participativa y con mirada hacia el futuro. Todo esto refuerza la idea de que el emprendimiento, más que una actividad económica, también es una forma de construir propósitos y dignificar la vida a través del esfuerzo propio y la creatividad.

Figura 26*Trabajo En Equipo*

Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

En la figura 26 se observan los resultados relacionados con la participación y el trabajo en equipo, los cuales muestran una tendencia general bastante positiva entre los encuestados. En primer lugar, el ítem “*Participo abiertamente en actividades grupales*” obtuvo una media aproximada de 5.17 y una moda de 6, lo que refleja un nivel alto de disposición hacia la colaboración. Esto sugiere que la mayoría de las personas no solo se sienten cómodas al trabajar en grupo, sino que también se identifican con la idea de aportar de manera activa dentro del equipo.

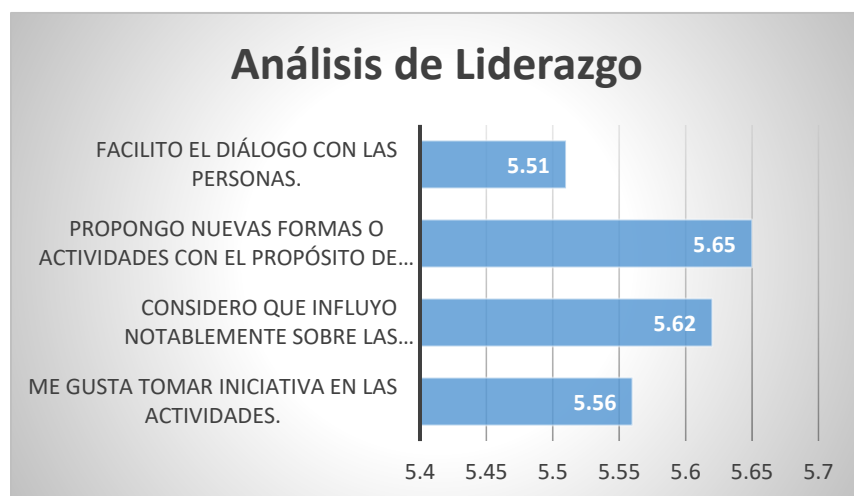
Por otro lado, el enunciado “*En la realización de actividades grupales, involucro a las demás personas*” alcanzó una media de 5.37, con una moda también de 6. Este resultado, un poco más alto que el anterior, muestra un compromiso adicional con la integración del grupo. Es decir, no se trata únicamente de participar, sino de fomentar la participación de los demás. Este

tipo de comportamiento es clave porque fortalece las dinámicas colaborativas y genera un ambiente de trabajo más equilibrado, donde todos pueden contribuir con sus ideas o habilidades.

Finalmente, el ítem *“Muestro interés por las personas con las que realizo actividades”* presentó la media más alta (5.86) y la moda máxima (7). Este dato revela un nivel muy alto de empatía y conexión interpersonal, indicando que los participantes valoran la parte humana del trabajo colectivo. En otras palabras, hay una clara tendencia a preocuparse por las relaciones dentro del grupo y no solo por el cumplimiento de las tareas.

Figura 27

Análisis de riesgo



Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

El ítem *“Me gusta tomar iniciativa en las actividades”* alcanzó una media de 5,56 y una moda de 7. Este resultado indica que la mayoría de los participantes se identifican fuertemente con la acción y la iniciativa, lo que sugiere una actitud dinámica frente a las responsabilidades. En pocas palabras, hay gusto por comenzar cosas, por moverse primero, sin esperar a que otros lo hagan.

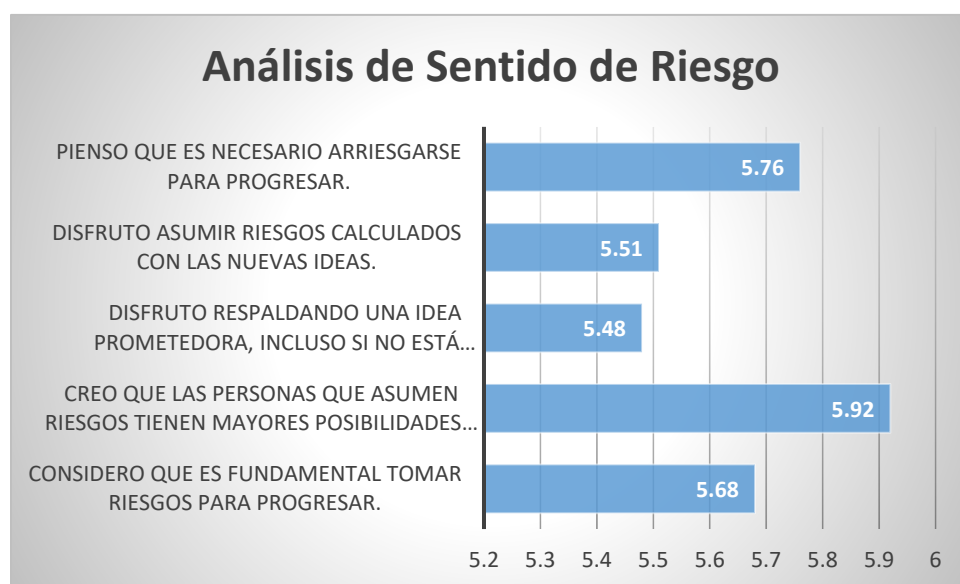
Por su parte, el enunciado “*Considero que influyo notablemente sobre las personas*” obtuvo una media de 5,62, también con moda de 7, lo que muestra una alta percepción de influencia y liderazgo personal. Esto puede interpretarse como una confianza en la propia capacidad para orientar o motivar a otros, algo que resulta valioso en contextos de trabajo colaborativo o de emprendimiento, donde la comunicación y la motivación son claves.

El ítem “*Propongo nuevas formas o actividades con el propósito de mejorarlas*” fue el de mayor promedio (5,65), reflejando una fuerte inclinación hacia la innovación y la mejora continua. Este aspecto evidencia que los participantes no solo se conforman con seguir rutinas, sino que buscan transformar o perfeccionar los procesos para lograr mejores resultados.

Por último, la afirmación “*Facilito el diálogo con las personas*” alcanzó una media de 5,51 y una moda de 6, lo cual representa un alto nivel de apertura comunicativa. Esto muestra que, además de liderar, los participantes valoran la escucha y el intercambio de ideas, rasgos que fortalecen la cohesión de grupo

Figura 28

Análisis de Sentido de Riesgo



Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

La figura 28 muestra los resultados relacionados con la actitud frente al riesgo y la forma en que los participantes perciben su importancia en el progreso personal y profesional. En general, los promedios son altos, lo que refleja una postura positiva hacia la toma de riesgos, entendida como una herramienta necesaria para avanzar y generar nuevas oportunidades.

En la afirmación *“Considero que es fundamental tomar riesgos para progresar”*, la media fue de 5,68 y la moda de 7, lo que evidencia una fuerte aceptación de la idea de que el riesgo impulsa el crecimiento. Es decir, la mayoría reconoce que asumir ciertos desafíos es parte natural del proceso de mejora y superación.

Por otro lado, *“Creo que las personas que asumen riesgos tienen mayores posibilidades de lograr sus objetivos”* alcanzó el promedio más alto (5,92), mostrando una gran convicción en la eficacia del riesgo como medio para alcanzar metas. Los resultados indican una mentalidad abierta y decidida, que asocia el riesgo con la acción y la posibilidad de éxito, más que con el miedo al fracaso.

En el caso de *“Disfruto respaldando una idea prometedora, incluso si no está completamente garantizada”*, el promedio de 5,48 refleja una buena disposición a apoyar proyectos inciertos, aunque con cierto grado de prudencia. Se nota que las personas participantes valoran la innovación y están dispuestas a confiar en ideas nuevas, siempre que tengan algún sustento o potencial.

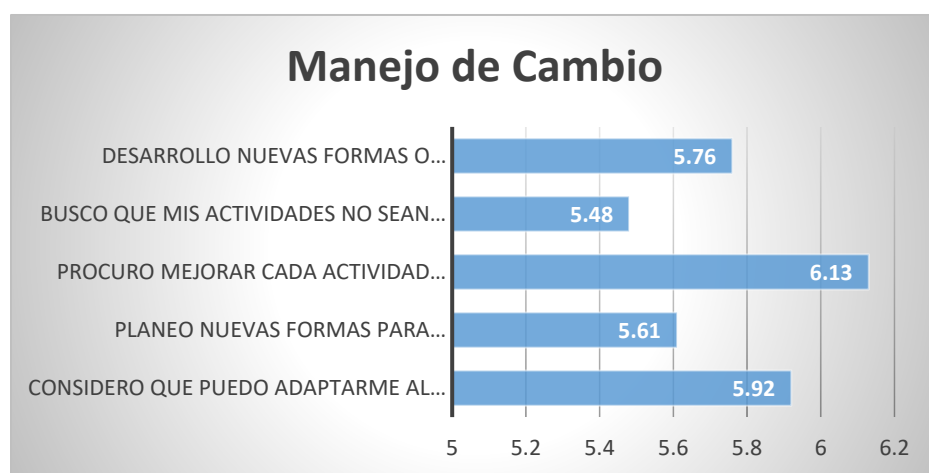
Algo parecido ocurre con la frase *“Disfruto asumir riesgos calculados con las nuevas ideas”*, que obtuvo una media de 5,51. Esto sugiere que el grupo prefiere los riesgos medidos, es

decir, aquellos que implican reflexión y análisis antes de actuar. No se trata de arriesgarse sin pensar, sino de hacerlo con un enfoque más racional y consciente.

Por último, “*Pienso que es necesario arriesgarse para progresar*” tuvo una media de 5,76 y una moda de 7, reafirmando una creencia sólida en la importancia del riesgo como parte del avance personal o profesional.

Figura 29

Manejo de cambio



Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

La figura 30 presenta los resultados asociados a la capacidad de adaptación y mejora continua, aspectos fundamentales dentro del pensamiento emprendedor. En general, los promedios se mantienen en niveles altos, lo que refleja que los participantes tienen una actitud flexible, proactiva y orientada al cambio, buscando constantemente optimizar lo que hacen y cómo lo hacen.

En primer lugar, la afirmación “*Considero que puedo adaptarme al cambio*” obtuvo una media de 5,92 y una moda de 7, lo cual evidencia una muy alta confianza en la propia capacidad

para enfrentar transformaciones o situaciones nuevas. Esto indica que la mayoría de los participantes no solo se sienten preparados para adaptarse, sino que perciben el cambio como algo natural dentro de su desarrollo personal o académico.

Por su parte, *“Planeo nuevas formas para realizar actividades con el propósito de que sean más fáciles y aceptadas”* alcanzó una media de 5,61, mostrando un buen nivel de planificación y una mentalidad proactiva hacia la mejora de procesos. Este resultado sugiere que los estudiantes valoran la eficiencia y buscan estrategias que no solo faciliten su trabajo, sino que también sean bien recibidas por los demás.

El ítem *“Procuró mejorar cada actividad que realizo”* presentó la media más alta (6,13), lo que resalta un altísimo compromiso con la mejora continua y la búsqueda de calidad en cada acción. Este resultado podría interpretarse como una característica central del grupo: la motivación por superarse y no conformarse con resultados regulares, sino aspirar a un desempeño cada vez mejor.

Asimismo, la frase *“Busco que mis actividades no sean monótonas”* obtuvo una media de 5,48, reflejando una buena disposición hacia la variedad y la innovación personal. Las personas participantes parecen valorar la creatividad y la diversidad de experiencias, evitando rutinas que limiten su aprendizaje o entusiasmo.

Por último, *“Desarrollo nuevas formas o maneras que promueven la mejora de los procedimientos”* alcanzó una media de 5,76, lo cual reafirma una fuerte inclinación a implementar cambios con el fin de optimizar los procesos existentes. Esto indica no solo adaptación, sino también liderazgo en la transformación.

En conjunto, los resultados evidencian que los estudiantes mantienen una actitud abierta, flexible y enfocada en la mejora constante, características esenciales para quienes buscan

desarrollarse en contextos de cambio. Además, se percibe un equilibrio entre la innovación, la planificación y la autoconfianza, lo que muestra una visión madura y constructiva frente al crecimiento personal y colectivo.

Describir el acceso a recursos financieros, redes de apoyo y capacitación que tienen los habitantes del barrio San Francisco de la ciudad de Cartagena.

Figura 30

Experiencia familiar en negocios

7. ¿Alguien en su familia tiene un negocio o emprendimiento? (0 punto)



Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

La Figura 30 muestra la distribución de respuestas a la pregunta “¿Alguien en su familia tiene un negocio o emprendimiento?”. Los resultados indican que más de la mitad de los participantes (52%) afirmó que sí cuenta con algún familiar que posee un negocio o emprendimiento, mientras que el 40% señaló que no, y un 8% manifestó no saberlo.

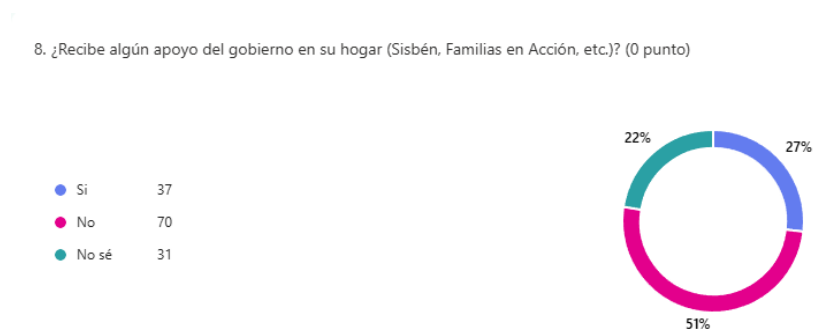
Estos datos reflejan que una parte significativa del grupo encuestado mantiene contacto cercano con experiencias emprendedoras dentro de su entorno familiar, lo cual puede influir positivamente en su percepción y motivación hacia el emprendimiento, al contar con modelos o referentes directos.

Por otro lado, el 40% que no posee antecedentes familiares en este ámbito representa un sector que podría requerir mayor exposición y acompañamiento para fortalecer su comprensión del proceso emprendedor. Finalmente, el porcentaje que “no sabe” podría asociarse a una falta de conexión o comunicación respecto a las actividades económicas familiares.

La Figura 30 evidencia que el contexto familiar ejerce una influencia relevante en la formación del interés y las actitudes hacia el emprendimiento, siendo un factor potencialmente impulsor en más de la mitad de los casos analizados.

Figura 31

Apoyo institucional o social



Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

La Figura 31 presenta los resultados de la pregunta “¿Recibe algún apoyo del gobierno en su hogar (Sisbén, Familias en Acción, etc.)?”. De acuerdo con los datos, el 51% de los encuestados indicó que no recibe ningún tipo de apoyo gubernamental, mientras que el 27% señaló que sí, y un 22% manifestó no saberlo.

Estos resultados reflejan que más de la mitad de los hogares encuestados no se benefician directamente de programas sociales o subsidios estatales, lo cual puede implicar una menor dependencia del apoyo institucional y, a la vez, mayores retos económicos para el desarrollo de proyectos personales o familiares.

Por otro lado, el 27% que sí recibe apoyo evidencia la presencia de programas sociales como mecanismos de acompañamiento y asistencia, que podrían contribuir a mejorar la estabilidad de los hogares y ofrecer condiciones más favorables para la formación y el emprendimiento.

El 22% que respondió “no sé” sugiere cierta desinformación o desconocimiento respecto a los beneficios institucionales disponibles, lo que resalta la necesidad de fortalecer la comunicación y orientación sobre los programas de apoyo gubernamental.

Proponer estrategias para fortalecer el emprendimiento en la comunidad como mecanismo de desarrollo sostenible.

A partir de los resultados obtenidos en el Colegio San Francisco de Cartagena, se observa que el interés por emprender entre los estudiantes es alto, pero existen múltiples barreras económicas, sociales y culturales que limitan la posibilidad de convertir esas aspiraciones en proyectos reales. Frente a esto, se proponen diversas estrategias que buscan fortalecer el emprendimiento comunitario como herramienta de desarrollo sostenible, entendido no solo como una forma de generar ingresos, sino también como un camino hacia la autonomía, la inclusión y la dignificación de la vida.

En primer lugar, es necesario promover la educación financiera y emprendedora desde etapas tempranas. Muchos estudiantes manifestaron desconocimiento sobre los costos de emprender o sobre las ayudas disponibles, lo cual demuestra que la información es limitada. En este sentido, el colegio y las instituciones locales podrían desarrollar talleres prácticos sobre ahorro, inversión, planeación de negocios y gestión del riesgo. No se trata solo de enseñar teoría, sino de crear experiencias concretas donde los jóvenes aprendan a presupuestar, identificar oportunidades y usar recursos locales para generar ideas sostenibles.

Por otro lado, una estrategia clave sería fortalecer las redes de apoyo comunitario e institucional. La mayoría de los estudiantes percibe que no existen programas económicos en sus barrios, lo que indica una débil articulación entre los actores locales. Se podrían organizar alianzas entre el colegio, la alcaldía, universidades y entidades privadas para ofrecer programas de microfinanzas, becas semilla o concursos de innovación juvenil. Este tipo de iniciativas no solo brindan recursos económicos, sino también acompañamiento técnico y emocional, algo que los jóvenes valoran mucho y que, según los resultados, aumenta su motivación para emprender.

Otra acción importante consiste en fomentar la cultura del emprendimiento familiar y barrial. Los datos muestran que en la mayoría de los hogares no se habla de negocios, lo que limita la transmisión de valores como la independencia, la creatividad y la perseverancia. Se podrían impulsar espacios comunitarios —por ejemplo, ferias escolares o mercados locales— donde las familias participen junto a los jóvenes, compartiendo ideas y experiencias. De esta manera, se fortalecería el sentido de pertenencia y colaboración, promoviendo un emprendimiento más humano y colectivo.

Además, es fundamental fortalecer las capacidades personales de los estudiantes, especialmente su creatividad, liderazgo y confianza. Los resultados muestran que la mayoría se siente capaz de emprender, pero aún existe miedo al fracaso. Por eso, las estrategias deben incluir procesos de formación emocional y desarrollo de habilidades blandas, como el trabajo en equipo, la comunicación asertiva y la resiliencia. También sería útil implementar programas de mentoría donde emprendedores locales exitosos compartan sus experiencias, sirviendo como modelos cercanos e inspiradores.

Para que el emprendimiento sea verdaderamente sostenible, debe estar orientado hacia las necesidades del entorno. Esto implica promover proyectos que generen beneficios sociales y ambientales, como reciclaje, turismo comunitario, agricultura urbana o servicios educativos. Así, los jóvenes no solo estarían emprendiendo para sí mismos, sino también contribuyendo al bienestar de su comunidad y al cuidado del medio ambiente.

Tabla 1

Estrategias para fortalecer el emprendimiento en la comunidad del barrio San Francisco de Cartagena como mecanismo de desarrollo sostenible

Estrategia general	Descripción	Propósito principal	Actores involucrados
Educación financiera y emprendedora	Implementar talleres, ferias y proyectos escolares que enseñen conceptos de ahorro, inversión, planeación y gestión de negocios.	Desarrollar competencias básicas en emprendimiento desde edades tempranas.	Instituciones educativas, Secretaría de Educación, docentes y líderes comunitarios.
Articulación institucional y redes de apoyo	Crear alianzas entre el colegio, la alcaldía, universidades, ONG y empresas locales para brindar asesoría técnica y fondos semilla.	Facilitar recursos económicos y acompañamiento para la ejecución de ideas emprendedoras.	Alcaldía Distrital, SENA, universidades y sector privado.
Fomento del emprendimiento familiar y barrial	Promover ferias locales y espacios de colaboración donde las familias participen activamente con los jóvenes.	Fortalecer la cohesión social y la cultura del trabajo colectivo.	Familias, Juntas de Acción Comunal, comunidad educativa.
Desarrollo de habilidades personales y emocionales	Capacitar a los jóvenes en liderazgo, resiliencia, trabajo en equipo y comunicación asertiva.	Aumentar la confianza, creatividad y perseverancia de los emprendedores.	Instituciones educativas, psicólogos, mentores y emprendedores locales.
Impulso a proyectos sostenibles y con impacto social	Incentivar emprendimientos que respondan a problemáticas del entorno (reciclaje, turismo cultural, huertas, etc.).	Promover una visión del emprendimiento que contribuya al bienestar común y al medio ambiente.	Jóvenes emprendedores, entidades ambientales y comunidad local.

Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Esta tabla presenta las estrategias generales identificadas para fortalecer el emprendimiento en el barrio San Francisco de Cartagena. Cada estrategia se centra en un componente clave del desarrollo sostenible: educación, articulación institucional, cohesión

social, fortalecimiento personal y sostenibilidad ambiental. En conjunto, buscan transformar la cultura emprendedora del barrio hacia un enfoque más inclusivo y solidario.

Tabla 2

Áreas de acción y estrategias específicas para impulsar el emprendimiento juvenil y comunitario hacia el desarrollo sostenible

Área de acción	Estrategias específicas	Resultados esperados	Indicadores de avance
Formación y capacitación	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar clubes escolares de emprendimiento. - Desarrollar talleres prácticos de finanzas básicas y modelos de negocio. 	Jóvenes con conocimientos y herramientas para iniciar proyectos propios.	Número de talleres realizados y participación estudiantil.
Apoyo institucional y financiero	<ul style="list-style-type: none"> - Crear fondos semilla juveniles. - Gestionar convenios con universidades y programas gubernamentales. 	Mayor acceso a capital y asesoría técnica para emprendedores.	Cantidad de proyectos financiados o acompañados.
Innovación y sostenibilidad ambiental	<ul style="list-style-type: none"> - Promover emprendimientos verdes y de economía circular. - Incentivar prácticas de reciclaje y reutilización. 	Proyectos con impacto positivo en el medio ambiente local.	Número de iniciativas sostenibles creadas.
Cohesión social y participación comunitaria	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar ferias de emprendimiento barrial. - Fomentar grupos de cooperación familiar o vecinal. 	Incremento de la participación comunitaria y sentido de pertenencia.	Frecuencia de eventos y nivel de involucramiento familiar.
Desarrollo personal y liderazgo juvenil	<ul style="list-style-type: none"> - Programas de mentoría y acompañamiento emocional. - Reconocimiento a jóvenes líderes del barrio. 	Jóvenes empoderados, con autoestima y visión de desarrollo comunitario.	Número de jóvenes reconocidos

Fuente. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes del Colegio San Francisco de Cartagena (2025).

Esta segunda tabla organiza las estrategias según áreas de acción concretas, mostrando cómo cada una contribuye al desarrollo sostenible desde la práctica. Permite visualizar la conexión entre las acciones, los resultados esperados y los indicadores que facilitarían su seguimiento. De este modo, se promueve una planificación más estructurada y medible del fomento al emprendimiento juvenil en la comunidad.

Discusión

El análisis de los resultados deja ver algo muy claro: en el barrio San Francisco de Cartagena el emprendimiento no es solo una forma de ganarse la vida, sino también una manera de resistir y dignificarla. Muchas personas lo ven como una oportunidad para mejorar su situación, pero también como una forma de sentirse útiles y de mostrar que sí se puede salir adelante, aunque el contexto sea difícil. De alguna forma, emprender se vuelve una especie de esperanza colectiva. Aun así, se notan muchas barreras, sobre todo económicas y sociales, que hacen que las ideas no siempre se concreten o que se queden en algo muy pequeño.

Los resultados coinciden bastante con lo que dicen varios autores sobre el emprendimiento social y comunitario. En los estudios revisados se explica que, cuando existe acompañamiento real, educación pertinente y apoyo financiero, el emprendimiento puede generar desarrollo local y hasta transformar comunidades. En San Francisco, las personas tienen ese deseo, pero sienten que falta respaldo. Muchos mencionan que no hay suficiente capital ni espacios de formación, y que las instituciones no siempre llegan a la comunidad. Esa distancia hace que, aunque haya talento y ganas, los procesos se frenen.

También hay barreras culturales que pesan. Varias personas comentaron que en el barrio casi no hay ejemplos de emprendimientos consolidados, y eso influye en la motivación. Además, todavía existe una especie de estigma sobre el lugar, algo que afecta la confianza y las redes de apoyo. Eso va muy de la mano con lo que otros estudios llaman “falta de capital social”: sin confianza, sin unión, es muy difícil sostener un proyecto en el tiempo. Por eso muchos terminan haciendo actividades muy pequeñas, más para sobrevivir que para crecer.

En el caso de los jóvenes, sobre todo los estudiantes del Colegio San Francisco, hay una energía muy bonita. La mayoría ve el emprendimiento como una forma de mejorar su futuro y el de su familia. Pero también se nota que hay una brecha entre la motivación y los conocimientos prácticos. Saben lo que quieren, pero no siempre saben cómo hacerlo. Les hace falta más acompañamiento en temas de planeación, administración o cómo vender sus productos. Por eso sería importante fortalecer la educación emprendedora, pero desde una mirada práctica, cercana a la realidad de su entorno.

Algo que me pareció especialmente valioso fue el papel de las mujeres. Muchas son madres cabeza de hogar y ven en el emprendimiento su única opción, pero no desde la resignación, sino desde la fuerza. Varias contaron que, aunque empezaron por necesidad, el proceso las ayudó a creer en ellas mismas y a tomar decisiones. De alguna forma, el emprendimiento también se convierte en un espacio de empoderamiento y de voz. Los estudios revisados confirman que, cuando los programas incluyen un enfoque de género y acceso a recursos, las mujeres logran transformar no solo su economía, sino también su papel dentro de la comunidad.

Con todo esto, se puede decir que el emprendimiento en San Francisco tiene un potencial enorme, pero necesita acompañamiento real. No basta con dar capacitaciones puntuales o créditos que luego se vuelven impagables. Hace falta un trabajo conjunto entre instituciones, comunidad y academia, donde se creen redes, fondos rotatorios, ferias locales o espacios de mentoría. Si se lograra eso, el emprendimiento podría dejar de ser una simple estrategia de supervivencia para convertirse en una verdadera herramienta de transformación.

Por último, vale reconocer que este estudio tiene limitaciones. Solo se aplicó en el barrio San Francisco, y la información viene principalmente de lo que las personas contaron, lo que

puede generar cierta subjetividad. Pero, aun así, lo que se encontró aporta mucho. Muestra que detrás del deseo de emprender hay historias de lucha, de esperanza y de búsqueda de oportunidades que muchas veces pasan desapercibidas. Y eso, en sí mismo, ya es un motivo para seguir investigando y acompañando a estas comunidades que, con pocos recursos, siguen intentando cambiar su realidad.

Conclusiones

Los resultados muestran que los estudiantes enfrentan varias barreras que limitan su capacidad de emprender. En términos económicos, la mayoría percibe que sus familias no cuentan con recursos suficientes y que el acceso a ayudas externas es limitado, lo que genera incertidumbre y dificulta la planificación de un negocio. Socialmente, aunque la familia suele ser un apoyo importante, la percepción de los amigos y la falta de referentes emprendedores en la comunidad crean un ambiente donde el emprendimiento no siempre se valora de manera uniforme. Por otro lado, las barreras culturales y cognitivas se reflejan en la percepción de altos costos y en la falta de información sobre cómo iniciar un proyecto, lo que indica la necesidad de educación financiera y de visibilizar oportunidades reales. En conjunto, estas limitaciones muestran que los jóvenes no solo enfrentan problemas de dinero, sino también obstáculos sociales y culturales que afectan su motivación y confianza para emprender.

Se evidencia que el acceso a recursos financieros es limitado y muchas veces desconocido por los estudiantes, lo que refleja la débil difusión de programas de apoyo y la escasa articulación institucional en la comunidad. Sin embargo, el entorno familiar aparece como un factor positivo, pues muchos jóvenes perciben respaldo y guía en sus hogares, lo que puede compensar parcialmente la falta de recursos externos. En cuanto a la capacitación, aunque los estudiantes muestran alta disposición y motivación para aprender y emprender, la información sobre cursos, talleres o mentorías disponibles es insuficiente, lo que sugiere que se requiere fortalecer la oferta educativa y el acompañamiento técnico para que los jóvenes puedan aprovechar oportunidades de manera efectiva.

Los estudiantes presentan un alto nivel de interés y motivación por emprender, reflejado en su deseo de tener un negocio propio y en su actitud proactiva, creativa y orientada a la mejora continua. También muestran habilidades de liderazgo, trabajo en equipo y toma de decisiones, así como disposición para asumir riesgos calculados, lo que indica un potencial emprendedor sólido. A pesar de las limitaciones materiales y la falta de experiencia directa, su capacidad para generar ideas, identificar oportunidades y planificar acciones demuestra que existe un capital humano valioso que, con acompañamiento y orientación, podría transformar estas habilidades en proyectos concretos y sostenibles.

A partir del análisis, se puede concluir que cualquier estrategia de fortalecimiento del emprendimiento debe ser integral, combinando apoyo financiero, educativo y social. Es necesario diseñar programas de capacitación accesibles y permanentes, promover redes de apoyo comunitarias y visibilizar referentes locales de éxito, para que los jóvenes tengan modelos cercanos que los inspiren. Además, el acompañamiento familiar y la motivación individual son claves, por lo que las iniciativas deben incluir sensibilización sobre la importancia del emprendimiento y generar confianza en las capacidades de los estudiantes. De esta manera, se pueden crear condiciones que no solo impulsen la creación de negocios, sino que también contribuyan al desarrollo sostenible y a la dignificación de la vida en la comunidad.

Referencias Bibliográficas

- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2023). Boletín de pobreza y desigualdad en Colombia. <https://www.dane.gov.co>
- Fajardo, J., Sánchez, M., & Torres, R. (2022). El impacto del emprendimiento en comunidades vulnerables de Cartagena. *Revista Investigación y Desarrollo Empresarial*, 8(2), 45-62.
- Innpulsa Colombia. (2023). Análisis del emprendimiento social en Colombia. Innpulsa. <https://www.innulsacolombia.com>
- Pérez, J., Del Valle, M., & Martínez, R. (2017). Emprendimiento social sostenible en comunidades vulnerables: Caso Altos de la Sabana de la ciudad de Sincelejo, Sucre, Colombia. Universidad de Sucre.
- ResearchGate. (2019). Estrategias de emprendimiento social sostenible en zonas vulnerables del clúster de Cartagena. ResearchGate. <https://www.researchgate.net>
- Castillejo, M. B., & García, P. F. (2015). Prácticas de inclusión productiva en organizaciones de Cartagena. una mirada desde el programa de desarrollo económico incluyente de las naciones unidas. *Aglala*, 6(1), 183-198.
- Saavedra-García, M. L., Camarena-Adame, M. E., & Vargas-Saenz, M. E. (2020). Una aproximación a los conceptos de emprendedor y emprendimiento social. *Revista Universidad y Empresa*, 22(39), 148-174. https://scholar.google.com/scholar_url?url=http://www.scielo.org.co/scielo.php%3Fpid%3DS0124-46392020000200148%26script%3Dsci_arttext&hl=es&sa=T&oi=gsb-ggp&ct=res&cd=0&d=302053887737319568&ei=qqeXaOr6HZLTieoPpumOyAg&scisig=AAZF9b8ah5kKLRoIK_Xfi1CR05x5

- Yagual, R. C., & Pico, L. (2017). El emprendimiento por oportunidad versus el emprendimiento por necesidad en el Ecuador. *Revista Científica Ciencia y Tecnología*.
https://scholar.google.com/scholar_url?url=https://www.researchgate.net/profile/Ricardo-Coello/publication/341079508_El_emprendimiento_por_oportunidad_versus_el_emprendimiento_por_necesidad_en_el_Ecuador/links/5eac503ea6fdcc70509f512b/El-emprendimiento-por-oportunidad-versus-el-emprendimiento-por-necesidad-en-el-Ecuador.pdf&hl=es&sa=T&oi=gsb-ggp&ct=res&cd=0&d=12468515122468012935&ei=1aeXaPSqMYrUieoPtfKsAc&scisig=AAZF9b8_Eus-nCMXYDoeKxI9_wyW
- Terán-Yépez, E. F., & Guerrero-Mora, A. M. (2019). ¿ Emprendimiento por oportunidad o por necesidad? Estudio comparativo entre países. *Mikarimin. Revista Científica Multidisciplinaria*, 5(2), 77-88.
https://scholar.google.com/scholar_url?url=https://revista.uniandes.edu.ec/ojs/index.php/mikarimin/article/view/1275&hl=es&sa=T&oi=gsb&ct=res&cd=0&d=1657086204225898013&ei=KeXaLL8BpLTieoPpumOyAg&scisig=AAZF9b_X79XewOsrLHITUM6aICQL
- Ruiz Sanchez, M. D. C., Peña Guerrero, J. V., & Prieto Cubillos, B. L. (2020). Caracterización y motivaciones para el emprendimiento femenino en MIPYMES de Villavicencio-Colombia. *Tendencias*, 21(2), 146-166.
https://scholar.google.com/scholar_url?url=http://www.scielo.org.co/scielo.php%3Fpid%3DS0124-86932020000200146%26script%3Dsci_arttext&hl=es&sa=T&oi=gsb-ggp&ct=res&cd=0&d=11807622424917519062&ei=IKiXaObgHaWMieoPncLUyAs&scisig=AAZF9b_AbE5yjmFVKXVQ2kiVc_S6

Valdivieso, G. P., Salas-Tenesaca, E. E., & Paucar, I. (2024). Entre la necesidad y la oportunidad: Habilidades administrativas y financieras de las mujeres emprendedoras del sector popular y solidario en Ecuador. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-20.

https://scholar.google.com/scholar_url?url=https://epsir.net/index.php/epsir/article/view/902&hl=es&sa=T&oi=gsb&ct=res&cd=0&d=17790218131123010336&ei=RaiXaKaFCa2IieoPluzk4Ao&scisig=AAZF9b-bGFGwPs1TcAmdNtbb-74

Maya-Carrillo, A. M., Cevallos-Recalde, C. P., Raura-Ruiz, J. G., & Cejas-Martínez, M. F.

(2016). Emprendimiento por oportunidad en el contexto del cambio de la matriz productiva: una estrategia innovadora-Ecuador. *Visión Gerencial*, (2), 305-318.

https://scholar.google.com/scholar_url?url=https://www.redalyc.org/journal/4655/465549558005/html/&hl=es&sa=T&oi=gsb-ggp&ct=res&cd=0&d=12234947781822870278&ei=u6mXaNyzE4rUieoPtfrKsAc&scisig=AAZF9b9ksQ4YqABcWmJqA2F0gi91

CLADEA (2019). CAPITAL SOCIAL Y EMPRENDIMIENTO: REVISIÓN

EPISTEMOLÓGICA. https://cladea.org/wp-content/uploads/2021/12/CLADEA2019_paper_16.pdf

Cepeda Valero, O. M., Bernal Orozco, J. O., Neira González, G. A., & Rodríguez Gaitán, S. M.

(2019). Diseño de un proyecto de emprendimiento con población vulnerable: caso, jardín infantil de Bogotá. *Ciencias administrativas*, (14), 15-27.

Peralta, C. M. P., & Araque, Y. D. V. C. (2017). El emprendimiento social sostenible como

estrategia de paz en comunidades vulnerables. *Revista de Geografía Agrícola*, (59), 87-100.

- Calle Zevallos, R. R. El emprendimiento como estrategia complementaria de combate de la pobreza en zonas vulnerables, en dos asociaciones del distrito de Chulucanas, Piura.
- Serrano, A. M., Tiuzo, S. C., & Martínez, M. S. (2019). Estrategias empresariales para una población vulnerable en Colombia. *Información tecnológica*, 30(6), 147-156
- Bernal, O., Chang, E., Sanchez, M., & Sánchez, L. (2018). Microemprendimiento rural: Situación y perspectivas en la Region Norte de Colombia. *Espacios*, 39(4), 15-25.1
- Loaiza, A. G. (2015). El Banco Grameen como impulsor del microcrédito. Rasgos destacados y cuestionamientos a este tipo de iniciativas. *En-Contexto Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad*, (3), 105-119
- Rosolen, T., Tiscoski, G. P., & Comini, G. M. (2014). Empreendedorismo social e negócios sociais: um estudo bibliométrico da publicação nacional e internacional. *Revista Interdisciplinar de gestão social*, 3(1), 85-105.
- Coronado, A. J., Palma, H. G. H., & Redondo, R. P. (2018). Emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico desde los negocios inclusivos (Colombia). *Revista Logos, Ciencia & Tecnología*, 10(2), 198-211.
- Palma, H. H., Coronado, A. J., & Redondo, R. P. (2018). Emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico desde los negocios inclusivos.[Social entrepreneurship and its impact on economic development from inclusive businesses]. *Revista Logos, Ciencia & Tecnología*, 10(2), 198.
- Pozo, R. C. (2024). Las microempresas cooperativas como instrumento de emprendimiento empresarial. *REVESCO: revista de estudios cooperativos*, (148), 1-25:
- Gochicoa, E. P. (2017). De regreso a lo básico: estrategias de formación para el trabajo en sectores vulnerables. *Revista Interamericana de Educación de Adultos*, 39(2), 83-98.:

Espinel, B. I., & Osorio, L. A. (2014). Estrategias de emprendimiento social sostenible en zonas vulnerables del clúster de Cartagena, en jóvenes entre 15-17 años. *SATHIRI*, (6), 129-137:

Bossio Bermúdez, C. A. (2017). El Emprendimiento Social como una Alternativa para la Superación de la Pobreza en Cartagena de Indias, 2005-2015.,

Camila Báez, M. (2021). Análisis del emprendimiento social en Cartagena orientado al sector cultural y desarrollo social.

Finke, J., Osorio-Tinoco, F., & Laverde, F. P. (2021). Empoderamiento femenino, emprendimiento y pobreza. El caso colombiano. *Cuadernos de Administración*, 34, 1-18.

Suárez Galvis, F. (2017). Reflexiones para la interpretación del emprendimiento como elemento potenciador de la calidad de vida en poblaciones de pobreza extrema. *Revista Espacios*, 38(53), 29-48. <https://www.revistaespacios.com/a17v38n53/17385329.html>

Mongui, P. López, F.J., Yepes, G. E, Baquero, E.L, & Parra, B. *Una mirada al emprendimiento social en Colombia*. <https://repository.uniminuto.edu/items/b0e911a9-7b60-47bb-8bb2-91d2229f9e59>

Araque, Y. V. C., & Peralta, C. M. P. (2016). *La Responsabilidad Social Universitaria: emprendimiento sostenible como impacto de intervención en comunidades vulnerables*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/206/20649705006.pdf

Guzmán, J. A.; Gutiérrez Mejía, D. P.; López López, M.; & Costa, M. (2022). *El emprendimiento social como fuente de resiliencia en las mujeres colombianas víctimas*

del conflicto armado. Palermo Business Review.

Enlace al PDF: https://www.palermo.edu/negocios/cbrs/pdf/pbr26/PBR_26_04.pdf

Departamento para la Prosperidad Social,(2019). *Gobierno nacional a través de Prosperidad Social impulsa más de 12.000 emprendimientos de población vulnerable en todo el país.*

Prosperidad Social. <https://prosperidadsocial.gov.co/Noticias/gobierno-nacional-a-traves-de-prosperidad-social-impulsa-mas-de-12-000-emprendimientos-de-poblacion-vulnerable-en-todo-el-pais/>

Bernal, J. A. V. (2023). Emprendimiento social: Situación y factores de éxito en Colombia.

Revista de Emprendimiento Social, 2(1), 45-62.

<https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/40643/46346>

Serrano, A. M., Tiuzo, S. C., & Martínez, M. S. (2019). Estrategias Empresariales para una

Población Vulnerable en Colombia. *Información Tecnológica*, 30(6), 147–156.

<https://doi.org/10.4067/s0718-07642019000600147>

Peralta, C. M. P., Del Valle, J., & Martínez, I. (2017). Emprendimiento social sostenible en

comunidades vulnerables: caso Altos de la Sabana de la ciudad de Sincelejo, Sucre, Colombia. *Revista de Estudios Sociales*, 247, 141-160. chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.uajs.edu.co/sites/default/files/investigacion/gincis/capitulos/P%C3%A9rez,%20Del%20Valle%20&%20Mart%C3%AADnez%20(2017).%20Emprendimiento%20social%20sostenible%20en%20comunidades%20vulnerables%20Caso%20Altos%20de%20la%20Sabana%20de%20la%20ciudad%20de%20Sincelejo,%20Sucre,%20Colombia..pdf

(Bancolombia, 2024). Emprendimientos contra el hambre y la pobreza.

<https://blog.bancolombia.com/innovacion/emprendimientos-contra-el-hambre-y-la-pobreza/>

Serrano, A. M., Tiuzo, S. C., & Martínez, M. S. (2019). Estrategias empresariales para una población vulnerable en Colombia. *Información tecnológica*, 30(6), 147-156.