

**CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES  
DEL PROGRAMA TECNOLÓGICO EN GESTIÓN AGROPECUARIA DE LA  
UNIVERSIDAD DE CALDAS**

**TESISTAS**

**EDUARDO RESTREPO SALGADO  
OSCAR JAIME TAPASCO TRIVIÑO**

**FASE INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN  
TESIS DE MAESTRÍA**

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE MANIZALES  
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**Manizales, Mayo de 2015**

**CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES  
DEL PROGRAMA TECNOLÓGICO EN GESTIÓN AGROPECUARIA DE LA  
UNIVERSIDAD DE CALDAS**

**TESISTAS**

**EDUARDO RESTREPO SALGADO  
OSCAR JAIME TAPASCO TRIVIÑO**

**DIRECTOR DE TESIS**

**PhD. JOSÉ ARMANDO VIDARTE CLAROS**

**Informe Final de Investigación para optar al título de magíster en  
Administración de Negocios**

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE MANIZALES  
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**Manizales, Mayo de 2015**

## Ficha del proyecto

Título: Caracterización del perfil emprendedor de los estudiantes del programa tecnológico en gestión agropecuaria de la Universidad de Caldas.			
Total investigadores : (2) dos			
Eduardo Restrepo Salgado y Oscar Jaime Tapasco Triviño			
Entidad: Universidad Autónoma de Manizales			
Representante Legal: Gabriel Cadena	Cédula de ciudadanía: 5.565.569	de: Manizales	
Dirección: Antigua Estación del Ferrocarril	Teléfono (68) 8727272	Fax(68) 810290	
Nit: 890805051-0	E-mail: <a href="mailto:uam@autonoma.edu.co">uam@autonoma.edu.co</a>		
Ciudad: Manizales	Departamento: Caldas		
Sede de la Entidad: Antigua estación del ferrocarril Manizales			
Tipo de Entidad: Educativa			
Universidad Pública:	Universidad Privada: X	Entidad Pública:	ONG:
Lugar de Ejecución del Proyecto: Manizales (Caldas)			
Ciudad: Manizales	Departamento: Caldas		
Descriptores / Palabras claves: Emprendimiento, Creatividad, Innovación			
Nombre de 5 investigadores expertos en el tema y que no pertenezcan a la UAM, que estén en capacidad de evaluar proyectos en esta temática			
Nombre completo		Institución	
Gregorio Calderón		Universidad Nacional	
Carlos Humberto González		Universidad de Manizales	
Francia Echeverry		Universidad Autónoma	
Claudia Patricia Benavides		Incubar Manizales – IEBTM	
Jairo Toro Díaz		Universidad Autónoma	

## Tabla de Contenido

	Pág.
1.1 RESUMEN EJECUTIVO.....	11
1.1.2 ABSTRACT.....	13
1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	16
1.2.1 Planteamiento de la pregunta o problema de investigación y su justificación en términos de necesidad y pertinencia.....	16
1.2.2 Pregunta de investigación .....	19
2. OBJETIVOS .....	19
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	19
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	19
2.3 JUSTIFICACIÓN .....	21
3. REFERENTE TEORICO .....	24
3.1 Programa la Universidad en el Campo.....	24
3.1.2 Programas de la Universidad de Caldas: .....	24
3.1.3 Fomento del emprendimiento en programas TyT en zonas rurales. ....	29
3.1.4 Panorama al Emprendimiento Regional .....	32
3.1.5 Investigación e innovación para el emprendimiento .....	36
3.1.6 Acerca del perfil emprendedor.....	37
3.1.7 Perfil de un emprendedor exitoso .....	49
4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	54
5. METODOLOGIA.....	56
5.1 Tipo de estudio.....	56

5.2 Población y muestra .....	56
5.2.1 Criterios de inclusión .....	56
5.2.2. Criterios de exclusión.....	57
5.3. Técnicas e instrumentos y procedimiento.....	57
5.4 Plan de análisis .....	59
6. RESULTADOS.....	60
7. DISCUSIÓN.....	98
8. CONCLUSIONES.....	113
9. RECOMENDACIONES .....	116
10. BIBLIOGRAFIA .....	117
ANEXOS .....	125

## Lista de tablas

Tabla 1. Variables sociodemográficas.....	54
Tabla 2. Variables de estudio.....	54
Tabla 3. Distribución de la muestra según municipio de residencia y área de domicilio. ....	60
Tabla 4. Distribución de la muestra según municipio de residencia y género .....	60
Tabla 5. Distribución de la muestra según edad y género. ....	61
Tabla 6. Distribución de la muestra según cantidad y tipo de personas con las que viven los estudiantes.....	62
Tabla 7. Distribución de la muestra según tipo de empresa que tiene la familia y el número de estudiantes que poseen la misma empresa.....	63
Tabla 8. Habilidades que poseen los estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria para el emprendimiento. ....	63
Tabla 9. Percepción que tienen los estudiantes con respecto a las ventajas de la región, según género.....	65
Tabla 10. Percepción que tienen los estudiantes con respecto a su proyecto de vida, según género.....	66
Tabla 11. Percepción que tienen los estudiantes con respecto a su proyecto de vida, según zona.....	68
Tabla 12. Percepción de los estudiantes con respecto a la oportunidad de empleo, según género.....	69
Tabla 13. Percepción de los estudiantes con respecto a la oportunidad de empleo, según zona. ....	70
Tabla 14. Percepción de los estudiantes con respecto a los aspectos necesarios para emprender un negocio o empresa, según género. ....	71
Tabla 15. Percepción de los estudiantes con respecto a los aspectos necesarios para emprender un negocio o empresa, según zona.....	72
Tabla 16. Características que deben reunir un emprendedor exitoso	

según los estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria. ....	73
Tabla 17. Características que debe reunir un emprendedor exitoso en los estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria, según zona. ...	74
Tabla 18. Importancia que le dan los estudiantes a las áreas que ofrece la tecnología para la creación de empresas, según género. ....	75
Tabla 19. Importancia que le dan los estudiantes a las áreas que ofrece la tecnología para la creación de empresas, según zona. ....	76
Tabla 20. Algunas características de los estudiantes que están interesados en crear su propia empresa. ....	77
Tabla 21. Habilidades que consideran que tienen los estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria, según género. ....	79
Tabla 22. Habilidades que consideran que tienen los estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria, según edad. ....	81
Tabla 23. Habilidades que consideran que tienen los estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria, según zona. ....	84
Tabla 24. Habilidades que consideran que tienen los estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria, según número de las personas con las que convive. ....	87
Tabla 25. Habilidades que consideran que tienen los estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria, según adquisición de empresa o negocio. ....	89
Tabla 26. Comparativo del desarrollo de actitudes para el emprendimiento que poseen los estudiantes del programa tecnológico en gestión agropecuaria frente al género. ....	92
Tabla 27. Comparativo del desarrollo de actitudes para el emprendimiento que poseen los estudiantes del programa tecnológico en gestión agropecuaria frente a la zona. ....	93
Tabla 28. Comparativo del desarrollo de actitudes para el emprendimiento que poseen los estudiantes del programa tecnológico en	

gestión agropecuaria frente a la edad .....	94
Tabla 29. Comparativo del desarrollo de actitudes para el emprendimiento que poseen los estudiantes del programa tecnológico en gestión agropecuaria frente a empresa.....	96

## Lista de Figuras

Figura 1. Elementos de los programas TyT.....	27
Figura 2. Características actitudinales del perfil emprendedor.....	48

Nota de aceptación

-----  
-----  
-----

Director de tesis

-----  
-----  
-----

Nota de jurados

-----  
-----  
-----

## 1.1 RESUMEN EJECUTIVO

En el Departamento de Caldas se ha impulsado la gestión de programas técnicos y tecnológicos para los jóvenes rurales a través de la alianza público – privada (Comité de Cafeteros de Caldas, Secretaría de Educación de la Gobernación de Caldas y la Central Hidroeléctrica de Caldas – CHEC), en un macro proyecto denominado “La Universidad en el campo”.

En efecto, como parte de este macro proyecto, la Universidad de Caldas en alianza con el Comité de Cafeteros de Caldas, ofrece el Programa Técnico Profesional en Formulación e Implementación de Proyectos Agropecuarios con su continuidad (o nivel complementario) en la Tecnología en Gestión Agropecuaria, y cuyo propósito fundamental es el de promover la permanencia del joven rural en su territorio a partir de la generación de procesos de emprendimiento, el desarrollo de proyectos productivos y la participación en el desarrollo local.

Se espera que el perfil de los egresados de los programas, evidencié potencial para el desempeño laboral en la formulación e implementación de proyectos agropecuarios, la autogestión de proyectos (emprendimiento), el desempeño de nivel técnico en organizaciones públicas y privadas vinculadas al sector agrario y demás actividades afines; en efecto, el principal enfoque de este programa, es el de promover y fomentar el emprendimiento como vehículo para generar empleo, innovar, aumentar la productividad y desarrollar modelos de negocios, el “entrepreneurship” (Emprendimiento) impulsa el progreso económico y es una defensa contra el statu quo.

La presente investigación se orientó a caracterizar el perfil emprendedor de 78 estudiantes que cursaron la Tecnología en gestión agropecuaria de la Universidad de Caldas en 5 localidades (Supía, Manzanares, La Merced, Samaná y Salamina)

entre los años 2012 y 2013, a través de un estudio descriptivo transversal correlacional.

Es importante señalar que existe una mayor permanencia en el programa por parte de jóvenes del sexo femenino que masculino, debido a que estos últimos se inclinan por la búsqueda de otras alternativas que les genere ingresos en el corto plazo. En este orden de ideas, el 44,9% de los estudiantes encuestados consideran que cuentan con un nivel alto en habilidades para el emprendimiento, especialmente en habilidades para relacionarse con otras personas, aceptar otros puntos de vista y diferentes conceptos, y el intentar cambiar y mejorar todos los días.

Se evidenció, además, que la mayor importancia se le da por parte de los estudiantes de la Tecnología en Gestión agropecuaria a características como la responsabilidad, la disciplina y el liderazgo en el perfil de un emprendedor exitoso.

Dentro de los principales hallazgos del presente trabajo, se destaca la divergencia entre ambos géneros en cuanto a las actitudes personales que debe alcanzar un emprendedor, las mujeres resultan ser más capaces para generar un proceso empresarial teniendo en cuenta habilidades como la capacidad de comunicación, los lazos interpersonales que estas forman, la capacidad de soportar dificultades y fracasos y la tolerancia que forjan para aceptar otros puntos de vista, el género masculino por su parte resalta en actitudes como delegar funciones cuando la situación lo amerita, la capacidad de liderazgo a los proyectos que se plantea, la definición de estrategias a corto y largo plazo, la transformación y mejora de productos y servicios que tiene al alcance; ambos géneros tienen la total capacidad de desarrollar ciertas actitudes con respecto a sus intereses personales, por este motivo no se debe encasillar cuál de las dos géneros es superior en temas de emprendimiento.

Ahora bien, se considera que las personas encuestadas cuentan con un potencial de ser emprendedores, y que posiblemente pueden generar su propia empresa, aprovechando los conocimientos adquiridos en la tecnología en gestión agropecuaria.

Es claro que los estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria de la Universidad de Caldas disponen de niveles medios y altos en gran parte de las habilidades que requiere un emprendedor exitoso como son Liderazgo, Disciplina, Autocontrol, Habilidad para relacionarse con los demás, Responsabilidad, etc.); sin embargo se identifican deficiencias en los estudiantes en cuanto al desarrollo de actividades con altos niveles de riesgo e incertidumbre, característica fundamental de un emprendedor exitoso.

**Palabras Claves:** Emprendimiento, Creatividad, Innovación, Universidad, Proyecto, Perfil, Estudiante.

### **1.1.2 ABSTRACT**

In the Department of Caldas has been promoted management technical and technological programs for rural youth through the Alliance public - private (Comité de Cafeteros de Caldas, Secretaría de Educación de la Gobernación de Caldas y la Central Hidroeléctrica de Caldas – CHEC), in a macro project called "University in the field".

Indeed, as part of this macro project, the University of Caldas in alliance with the Caldas coffee growers Committee, offers professional technical program in formulation and implementation of agricultural projects with its continuity in the technology in agricultural management, and whose fundamental purpose is to

promote the permanence of the rural youth in its territory from the generation of business processes, the development of productive projects and participation in local development.

Is expected that the profile of the graduates of the programs, underlined the potential for employment in the formulation and implementation of agricultural projects, self-management of projects (entrepreneurs), performance level technician in public and private organizations related to agriculture and other activities; in fact, the main focus of this program is promoting and encouraging entrepreneurship as a vehicle to create jobs, innovate, increase productivity and develop business models, entrepreneurship promotes economic progress and is a defense against the status quo.

This research focused on characterizing the entrepreneurial profile of about 78 students who attended the technology in agricultural management from the University of Caldas in 5 locations (Supía, Manzanares, La Merced, Samaná and Salamina) between the years 2012 and 2013. The study was conducted through a descriptive and quantitative approach.

It is important to point out that there is a greater permanence in the program by young people from female to male, since the latter are inclined to search for other alternatives that generate them revenue in the short term. In this order of ideas, the 44.9% of students consider that they have a high level skills for entrepreneurship, especially in skills for relating with others, accept other points of view and different concepts, and try to change and improve every day.

Greater importance is given by technology students in agricultural management to features such as responsibility, discipline, and leadership in the profile of a successful entrepreneur.

Among the main findings of this study, highlights the divergence between both genders referring to personal attitudes that should reach an entrepreneur, the women turn out to be most capable to generate a business process considering skills such as communication skills, interpersonal ties that these form, ability to withstand difficulties and failures and tolerance forging to accept other points of view, the male gender for its part highlighted in attitudes as delegate tasks when the situation needs it, leadership projects that arises, the definition of strategies to short and long term, the transformation and improvement of products and services available, both genders have the total capacity of developing certain attitudes towards personal interests, for this reason should not identify which of the two classes is higher on entrepreneurship.

However, it considers that respondents have a potential to be entrepreneurs, and that they can possibly generate his or her own company, taking advantage of the knowledge acquired in the technology in agricultural management.

It is clear that the students of technology in agricultural management from the Universidad de Caldas have middle and high levels that make part of the skills required by a successful entrepreneur such as: Leadership, discipline, self-control and ability to interact with others, responsibility, etc. However, deficiencies in students in the development of activities are identified with high levels of risk and uncertainty, fundamental characteristic of a successful entrepreneur.

**Key words:** Entrepreneurship, Innovation, Creativity, University, Project, Profile, Students.

## **1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.**

### **1.2.1 Planteamiento de la pregunta o problema de investigación y su justificación en términos de necesidad y pertinencia**

En los últimos 30 años, el Comité de Cafeteros de Caldas ha orientado esfuerzos técnicos y económicos al fomento de la educación básica primaria y secundaria en el Departamento; así mismo, desde el año 2008, ha impulsado la gestión de programas técnicos y tecnológicos para los jóvenes rurales del Departamento a través de la alianza público – privada (Comité de Cafeteros de Caldas, Secretaría de Educación de la Gobernación de Caldas y la Central Hidroeléctrica de Caldas – CHEC), en un macro proyecto denominado “La Universidad en el campo”, y cuyo propósito es el de brindar posibilidades de educación superior a los jóvenes rurales de la región, a partir de programas académicos ofrecidos en localidades rurales por diferentes universidades de Manizales (Católica, Caldas y Manizales)..

La Universidad de Caldas está desarrollando con el Comité de Cafeteros los programas técnico profesional, en formulación e implementación de proyectos agropecuarios con su continuidad en la Tecnología en Gestión Agropecuaria, y cuyo propósito es el de promover la permanencia del joven rural en su territorio, en procura de generación de procesos de emprendimiento, proyectos productivos y desarrollo local (Universidad de Caldas, 2008).

En efecto, los programas ofrecidos por la Universidad de Caldas están orientados a generar competencias en los jóvenes rurales, que les permita aportar en las transformaciones de su entorno tanto en la gestión como en la colaboración para el desarrollo de proyectos productivos públicos, privados y/o de emprendimiento con enfoque de sostenibilidad, buscando además la permanencia

de los jóvenes en sus localidades, mediante su inserción a actividades productivas pertinentes y relevantes para su región; es así como la Universidad de Caldas ofertó para el año 2012 dos programas de educación técnica y tecnológica, así:

El primer programa, denominado Técnico profesional en formulación de proyectos agropecuarios, el cual inició en el año 2009 con 6 grupos de igual número de localidades (San Félix – Salamina, Manzanares, La Merced, Supía, Manizales y Florencia – Samaná), donde un total de 170 estudiantes finalizaron satisfactoriamente el proceso de formación.

El segundo programa, denominado Tecnología en Gestión Agropecuaria, corresponde a la continuidad del programa anterior (requisito estricto para cursar el nivel tecnológico), y el cual inició labores académicas en el primer semestre de 2012 con 90 estudiantes en 5 localidades, así: San Félix – Salamina, Manzanares, La Merced, Supía y Florencia – Samaná.

Se espera que el perfil de los egresados de los programas, evidencie potencial para el desempeño laboral en la formulación e implementación de proyectos agropecuarios, autogestión de proyectos (emprendimiento), desempeño de nivel técnico en organizaciones públicas y privadas vinculadas al sector agrario y demás actividades afines (Universidad de Caldas, 2008). El principal enfoque de estos programas, es el de promover y fomentar el emprendimiento, pues es considerado como el vehículo ideal para generar empleo, innovar, aumentar la productividad y desarrollar modelos de negocios, el emprendimiento impulsa el progreso económico y es una defensa contra el statu quo.

De acuerdo con estudios de la Universidad de los Andes, citados en el Análisis The Breakthrough (Ángel, 2011), existen tres tipos de emprendimiento que de menor a mayor grado de especialización y generación de valor son:

Emprendimiento tradicional, Emprendimiento dinámico y Emprendimiento de alto impacto. Cabe anotar, que de acuerdo al mismo análisis realizado por la Universidad de los Andes con bases de datos de Cámaras de Comercio de Colombia, para empresas creadas entre el año 2001 y 2010, sólo el 5% de los emprendimientos son catalogados como de alto impacto (EAI), el 10% son emprendimientos dinámicos y el 85% son emprendimientos de tipo tradicional (Global Entrepreneurship Monitor GEM, 2011), y los cuales se explican a continuación:

Emprendimiento tradicional es aquel que entra en un mercado de producción de bienes, que ya existen y se comercializan actualmente, sin embargo, cree que por características intrínsecas puede superar a sus competidores, bien, por haber agregado ciertas mejoras o cambios a los objetos producidos, o por ciertas ventajas inherentes a su empresa, pueda dar una mejor distribución o atención a clientes, que sus competidores no han podido realizar. Este emprendimiento, requiere de un capital de alto a moderado para iniciar.

Emprendimiento dinámico es aquel con visión global, que resuelve o crea necesidades en el mercado, y se caracteriza por su alto potencial de crecimiento rápido, rentable y sostenible. Está basado en la innovación y tiene la capacidad de crear y capturar valor extraordinario.

El emprendimiento de alto impacto - EAI es un emprendimiento que crece rentable, 400 millones de ventas/mes, rápida y sostenidamente, y que es capaz de lograr un nivel de ventas bastante significativo en una década (Duque, 2009).

Es necesario implementar estrategias orientadas a promover emprendimientos con agregación de valor y diferenciación en las zonas rurales de Caldas, donde cobra fuerza el desarrollo de los programas antes mencionados para la formación

de técnicos y tecnólogos con competencias para tal fin. Es importante caracterizar el perfil emprendedor de los estudiantes que hacen parte del programa técnico y tecnológico que desarrolla la Universidad de Caldas en 5 localidades, para efectos de definir las estrategias que desde los programas aporten herramientas y competencias que contribuyan a mejorar procesos de emprendimiento en zonas rurales de Caldas y a generar impactos económicos y sociales.

### **1.2.2 Pregunta de investigación**

¿Cuáles son las características del perfil emprendedor de los estudiantes del programa tecnología en gestión agropecuaria que desarrolla la Universidad de Caldas en alianza con el Comité de Cafeteros de Caldas?

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 OBJETIVO GENERAL**

Caracterizar el perfil emprendedor de los estudiantes de la Tecnología en Gestión Agropecuaria de la Universidad de Caldas en 5 localidades del Departamento (San Félix – Salamina, Manzanares, La Merced, Supía y Florencia – Samaná).

### **2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

2.2.1 Caracterizar socio-demográficamente el grupo de estudiantes que cursan la Tecnología en Gestión Agropecuaria de la Universidad de Caldas.

2.2.2 Determinar las actitudes que poseen los participantes para el emprendimiento y compararlas con las actitudes que reúne un emprendedor exitoso.

2.2.3 Determinar las posibilidades que ofrece el entorno para la generación de negocios en áreas rurales.

2.2.4 Identificar las posibles áreas en las que los estudiantes del programa de gestión agropecuaria tienen interés de generar nuevos negocios.

2.2.5 Comparar las características actitudinales que poseen los estudiantes del programa en gestión tecnológica con variables socio-demográficos.

## 2.3 JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación tuvo como propósito fundamental caracterizar el perfil emprendedor de los alumnos del programa de gestión tecnológica que desarrolla la Universidad de Caldas en alianza con el Comité de Cafeteros de Caldas; su importancia radicó en la necesidad de identificar las características y competencias que debe reunir un potencial emprendedor rural, en el sentido que en dicha región escasean las oportunidades de empleo para los jóvenes y el emprendimiento se presenta como una de las pocas alternativas de autoempleo.

En efecto, el profundo cambio social y económico que se presenta en la actualidad en nuestra sociedad, evidencia que las nuevas empresas son generadoras de empleo, de tal manera que se muestran como alternativas para el incremento en los índices de generación de empleo y puestos de trabajo.

Es importante destacar que no todas las personas cuentan con el mismo potencial emprendedor; para crear empresa es necesario saber planificar y conocer las actitudes y aptitudes personales, ya que el emprendedor es una persona destinada a encontrarse y a vivir múltiples situaciones que incluyen retos, dificultades y logros (Universia, 2008).

De acuerdo a Bogotá Emprende (2007), se puede tender a pensar que tener un conocimiento claro de un negocio en particular, brinda los elementos necesarios para crear una empresa y proyectarla como competitiva y sostenible; sin embargo emprender, significa para un empresario el enfrentarse constantemente a dificultades y situaciones desconocidas, durante todo el desarrollo de su carrera empresarial.

Es necesario entender que no hay empresa competitiva si no hay empresario competitivo que la gestione; en otras palabras, detrás de toda empresa exitosa hay necesariamente un empresario exitoso. Es aquí cuando se hace necesario para el empresario conocerse a sí mismo y hacer el ejercicio de identificar cuáles son esos conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes necesarias para realizar el trabajo de emprender de forma efectiva y con calidad. Este conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes es lo que se conoce como competencias emprendedoras, y éstas a su vez son elementos esenciales a la hora de hablar del desempeño de los empresarios (Bogotá Emprende, 2007).

La importancia de conocer el entorno en el cual se desempeña el Emprendedor, radica en que este debe estar revisando y analizando constantemente el entorno en el cual se encuentra inmersa su empresa, para así poder ajustarla y adaptarla a las tendencias y a las nuevas exigencias para garantizar su permanencia en el mercado. El conocimiento del perfil emprendedor, entendido como el conjunto de características y competencias para la generación de un negocio, posibilita que en la medida en que se identifiquen las mismas en cada alumno de la tecnología, al igual que las debilidades para el emprendimiento (frente a un referente – perfil de emprendedor exitoso), se pueden potenciar mejor dichas habilidades y competencias y se pueden mejorar las debilidades y falencias para tal fin.

La pertinencia del proyecto, se sustentó en la necesidad de identificar los aspectos y variables que limitan la generación de un mayor número de emprendimientos exitosos en las zonas rurales de Caldas, teniendo en cuenta que estos en general son incipientes, aislados, de tipo tradicional y de bajo impacto para la región, lo cual se atribuye más que a los niveles de formación o la falta de ideas, a debilidades en el perfil de los emprendedores en competencias y actitudes.

Cabe destacar que aunque en diversas partes del mundo se han llevado a cabo estudios acerca del perfil emprendedor, en el Departamento de Caldas y en especial en programas de formación tecnológica de la Universidad de Caldas no se han realizado estudios similares, razón por la cual los resultados del estudio, facilitan la implementación de políticas y prácticas encaminadas a fortalecer los procesos de emprendimiento en los estudiantes del programa. Adicionalmente, los resultados del estudio, pueden aportar en la identificación de las características y competencias que debe desarrollar un joven estudiante rural para convertirse en un potencial empresario.

### **3. REFERENTE TEORICO**

#### **3.1 Programa la Universidad en el Campo**

Durante cerca de tres décadas, el Comité de Cafeteros de Caldas ha orientado esfuerzos técnicos y económicos al fomento de la educación básica primaria y secundaria en el departamento, evidenciado en la construcción de instituciones de educación, en el apalancamiento de recursos para el apoyo a los procesos de formación y en el desarrollo de metodologías para facilitar los procesos de formación y aprendizaje.

Desde el año 2008, el Comité de Cafeteros de Caldas ha impulsado la gestión de programas técnicos y tecnológicos para los jóvenes rurales del Departamento a través de la alianza público – privada (Comité de Cafeteros de Caldas, Secretaría de Educación de la Gobernación de Caldas y la Central Hidroeléctrica de Caldas – CHEC), en un macro proyecto denominado la universidad en el campo, y cuyo propósito es el de brindar posibilidades de educación superior a los jóvenes rurales de la región, a partir de programas técnicos y tecnológicos ofrecidos de manera gratuita y directamente en las localidades rurales por diferentes universidades de Caldas (Universidad de Caldas, Universidad Católica de Manizales y Universidad de Manizales).

##### **3.1.2 Programas de la Universidad de Caldas:**

En la Universidad de Caldas, se están desarrollando en alianza con el Comité de Cafeteros de Caldas los Programas Técnico Profesional en Formulación e Implementación de proyectos agropecuarios con su continuidad en la Tecnología en Gestión Agropecuaria. Dichos programas surgen como iniciativa y cofinanciación de la alianza Comité de Cafeteros, Gobernación de Caldas y

CHEC, cuya orientación es la de brindar programas técnicos y tecnológicos a jóvenes rurales de Caldas, en el marco del programa “*Universidad en el Campo*” (Universidad de Caldas, 2008).

La Universidad de Caldas ofrece en la actualidad programas orientados a generar competencias en los jóvenes rurales, que les permita aportar en las transformaciones de sus entorno tanto en la gestión como en la colaboración para el desarrollo de proyectos productivos públicos, privados y/o de emprendimiento con enfoque de sostenibilidad, entendida esta última como aquella que se origina a través de proyectos y actividades productivas económicamente viables, ambientalmente sanas, socialmente justas y culturalmente aceptadas; buscando además la permanencia de los jóvenes en sus localidades, mediante su inserción a actividades productivas pertinentes y relevantes para su municipio. Para tal efecto, la Universidad de Caldas oferta dos programas de educación técnica y tecnológica, así:

El primer programa, denominado Técnico profesional en formulación de proyectos agropecuarios, el cual inició en el año 2009 con 6 grupos de igual número de localidades, donde un total de 170 estudiantes han finalizado satisfactoriamente el proceso de formación. El segundo programa, denominado Tecnología en Gestión Agropecuaria, corresponde a la continuidad del programa anterior, y el cual inició labores académicas en el primer semestre de 2012 con 90 estudiantes que finalizaron satisfactoriamente el nivel técnico en 5 localidades, así: San Félix – Salamina, Manzanares, La Merced, Supía y Florencia – Samaná (Universidad de Caldas, 2008).

Ambos programas están orientados a mejorar la eficacia, calidad y pertinencia del sistema educativo rural, a través de una educación que responda a las condiciones sociales, económicas y culturales de la región; que apoye el

desarrollo socioeconómico rural; que encamine a desarrollar habilidades y destrezas productivas necesarias para mejorar la autoestima, el enriquecimiento personal, los valores de cooperación, participación y liderazgo; y que amplíe las oportunidades de acceso laboral de los jóvenes del Departamento.

Los programas se sustentan en la reducción de pobreza rural a partir de la apropiación de conocimiento por parte de los estudiantes, en el sentido que es el conocimiento el principal factor que incide en sus oportunidades de bienestar y calidad de vida.

En la figura 1, se evidencian los elementos del programa.

Figura 1. Elementos de los programas TyT



Fuente: Universidad de Caldas

El perfil esperado de los egresados de los programas Técnico profesional en Formulación e Implementación de proyectos agropecuarios y Tecnología en Gestión agropecuaria, se orienta hacia administradores de proyectos agropecuarios, asesores particulares en materia de formulación e implementación de proyectos agropecuarios, autogestores de proyectos agropecuarios (Emprendedores), funcionarios de nivel técnico en organizaciones públicas y privadas vinculadas a procesos desarrollo del sector agrario y profesionales de ONG's y empresas comunitarias vinculadas al desarrollo social y a la conservación ambiental de recursos naturales (Universidad de Caldas, 2008).

El programa técnico profesional en formulación e implementación de proyectos agropecuarios se inició desde el año 2009, en 6 localidades en pilotaje (San Félix - Salamina, La Merced, Florencia - Samaná, Supía, Manzanares y Manizales).

Entre los años 2011 y 2012 se ha ampliado la cobertura a 11 instituciones más en las localidades de (Samaná, Villamaría, Aránzazu, Aguadas, Pacora, Filadelfia, La Dorada, Chinchiná y Palestina), con aproximadamente 260 estudiantes que están cursando el nivel técnico en la actualidad. Cabe anotar que existe interés por parte de la alianza por ampliar este programa a las demás localidades del Departamento.

Por último, el programa tecnológico en Gestión Agropecuaria, se ha desarrollado en 5 localidades del Departamento de Caldas, San Félix - Salamina, Manzanares, La Merced, Florencia – Samaná y Supía, donde se cuenta con un total de 90 estudiantes, y quienes terminaron su proceso de formación a mediados del año 2013.

Es importante destacar que existe el interés por la alianza en ampliar la cobertura de la tecnología a los diferentes municipios de Caldas y a Localidades del Departamento de Risaralda. Los 90 estudiantes del nivel tecnológico, comprende la población a analizar en el presente estudio; en el sentido que los 90 estudiantes de la tecnología (primera cohorte), han cursado y aprobado el nivel técnico en formulación e implementación de proyectos agropecuarios y están matriculados en el nivel tecnológico.

### **3.1.3 Fomento del emprendimiento en programas TyT en zonas rurales.**

El emprendimiento por oportunidad provee a las economías la posibilidad de convertir ideas en productos y servicios y a su vez en empresas. El proyecto andino de competitividad, rasgos y actitudes de los emprendedores, realizó un estudio en cual se pretendía determinar las principales características que muestran los emprendedores exitosos en Venezuela; establecer igualmente, las principales características que muestran los emprendedores exitosos de otros países, y así comprender si existen diferencias determinantes entre los emprendedores venezolanos y los de otros países (Alfaro y Gómez, 1999).

En dicho estudio se encontró que no existen mayores diferencias entre las características que muestran los emprendedores en Venezuela y las que han sido detectadas en los emprendedores de otros países. Existen diferentes instrumentos y técnicas que permiten medir en las personas, las competencias típicas de los emprendedores, estos instrumentos son de gran utilidad para detectar a quienes tienen mayores probabilidades de éxito en el desarrollo de una idea de negocio, también permiten la autoevaluación y el mejor conocimiento de las capacidades de cada quien, lo que a su vez permite, a través de la toma de conciencia de las limitaciones individuales, desarrollar las competencias necesarias.

Si bien muchas de las características que muestran los emprendedores pueden haber sido influenciadas por la educación y la familia, también es cierto que las personas pueden realizar cambios internos y desarrollar competencias y habilidades antes inexistentes o limitadas. El estudio arrojó además, que el desempeño mostrado por las empresas estudiadas por Venezuela competitiva indica una buena relación de causalidad entre las competencias detectadas en los emprendedores y los resultados; sin embargo, esto no es suficiente (Alfaro y Gómez, 1999).

La importancia de saber combinar en mejoramiento del día a día, con la visión de adelantarse al futuro mediante la innovación, el adiestramiento, el monitoreo del entorno, las necesidades de los clientes, es clave para la permanencia de la empresa en el tiempo. Por último, se hallaron tres niveles de acción o grupos meta para el desarrollo de capacidades emprendedoras: 1) la escuela primaria; 2) los jóvenes; y 3) los microempresarios. En cada uno de estos grupos puede sembrarse la semilla del éxito empresarial para lograr los cambios conductuales deseados. Para ello, podrían aplicarse algunas estrategias propuestas por los autores (Arantxa, 2002).

Adicionalmente, el surgimiento de este tipo de empresas promueve la productividad debido a que presiona a las empresas ya establecidas a realizar cambios que les permitan responder a la competencia de nuevos participantes en el mercado. Según el Global Entrepreneurship Monitor GEM (2010), el 10% de los emprendedores colombianos utilizan tecnologías con menos de un año de existencia; menos del 10% de emprendimientos cuentan con posibilidades de penetración significativa en los mercados; y el 30% consideran que su producto es nuevo y no tiene muchos competidores.

El GEM Colombia Eje cafetero (2010), plantea como en el Eje Cafetero la educación en materia de emprendimiento en los niveles de primaria y secundaria es deficiente, lo cual se refleja en el hecho de que son pocos los colegios que han establecido una cátedra para estos temas. Al no incluir en sus cursos el tema de emprendimiento no se fomenta el espíritu empresarial, ni la autosuficiencia, ni la iniciativa personal, por lo que no se están brindando los conocimientos suficientes y adecuados para acometer procesos de creación de empresas. Situación disímil se presenta en la etapa de educación superior y formación profesional, respecto a la cual los expertos muestran una mejor percepción.

Esto podría ser explicado por el hecho de que muchas universidades del país han implementado los centros y/o unidades de emprendimiento, desde los cuales se imparten programas de formación en temas de emprendimiento, con el objetivo de desarrollar y/o fortalecer el espíritu emprendedor de sus estudiantes, se realizan investigaciones en torno a la creación de empresas y se ofrece acompañamiento a los emprendedores.

En el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014, se expone que, la población involucrada en el proceso emprendedor, está entre los 25 y 44 años de edad, mientras por nivel educativo los bachilleres son quienes reportan el mayor número de emprendimientos, sin embargo, los estudiantes de posgrado son quienes realizan emprendimientos de mejor calidad, pues la mayoría de éstos están motivados por oportunidad (90,5%) y no por necesidad.

Así mismo, este plan nacional de desarrollo menciona que las principales barreras para el desarrollo de emprendimientos por oportunidad son la ausencia de productos y servicios diferenciadores y la escasez de recursos para el financiamiento en las etapas tempranas, especialmente los de capital semilla, donde la dificultad para obtener financiamiento en las etapas tempranas del proceso empresarial incide negativamente en el tamaño inicial y el nivel tecnológico que incorporan los emprendimientos.

El estudio *Desarrollo Emprendedor* realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo BID (2005), muestra que la principal fuente de capital semilla para la creación de empresas en América Latina proviene de ahorros propios y del apoyo financiero brindado por familiares y amigos (Departamento Nacional de Planeación, DNP 2010-2014).

### 3.1.4 Panorama al Emprendimiento Regional

De acuerdo con Fandiño y Bolívar (2009), en Colombia, el emprendimiento empresarial ha logrado una gran acogida rompiendo paradigmas y aumentando el número de conferencias, de programas de fomento empresarial y de congresos relacionados con el tema. El gobierno colombiano, en los últimos tiempos ha establecido una serie de políticas cuya finalidad es apoyar la creación de empresas; entre ellas:

- Ley 1014 de 2006: Ley de Fomento de la Cultura de Emprendimiento.
- Fondo Emprender: Es un fondo creado por el Gobierno Nacional para financiar proyectos empresariales provenientes de aprendices y practicantes universitarios, que se encuentren en el último año de carrera profesional o profesionales que no superen dos años de haber recibido su primer título profesional.
- Decreto 934 de 2003: Artículo 7: Iniciativas empresariales que generan desarrollo en los departamentos y regiones con menor grado de crecimiento empresarial e industrial.
- Ley 344 de 1996: Artículo 16: El Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, destinara un 20% de ingresos para el desarrollo de programas de competitividad y desarrollo tecnológico productivo.
- Ley 590 de 2000 y ley 905 de 2004: La ley “Mi Pyme” en su artículo 17 creó el Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, conocido como FomiPyme.

El emprendimiento exitoso en diversas regiones debe ser visto como un fin para contribuir a la reducción de las tasas de pobreza y a incrementar la calidad de vida en regiones, a través de la creación de mejores empresas donde generen valor empresarial y tasas de empleo. Cómo hacer riqueza ha sido la preocupación básica de los grandes pensadores de las corrientes ideológicas de la economía.

Sí bien ha habido diferencias entre sí, los emprendedores equilibran o perturban los mercados, todos están de acuerdo en que un país que no fomenta la cultura del emprendimiento limita sus posibilidades de crecimiento y bienestar social, especialmente a través de la creación de empleo (Vargas, 2010). Es responsabilidad de los gobiernos fijar las pautas y las leyes marco para que las instituciones públicas y privadas encuentren un ambiente propicio y estable que les permita incursionar en el tema. La academia debe contar con suficientes estímulos para vincularse activamente a la difícil cruzada de inculcar entre sus estudiantes un espíritu emprendedor, que les dé la posibilidad de plasmar los conocimientos teóricos que reciben en las aulas en verdaderos proyectos que perduren en el tiempo.

La Ley 1014 del 2006, que intenta llenar este vacío en Colombia, aun hoy después de 8 años de expedida, se encuentra en proceso de reglamentación. Es una demostración de la falta de interés de nuestros gobernantes (Vargas, 2010).

Por otra parte, según estudios de (Cabrera-De la cuadra, Galetovic y Sanhueza, 2009), en prácticamente todas las industrias, todos los países y todo el tiempo, muchas empresas se crean, unas pocas son exitosas, y el resto fracasa y sale. Normalmente, en casi todos los países que se han estudiado, entre el 5% y el 10% de las firmas muere cada año por razones que tiene que ver poco con el ciclo económico. La tasa de salida es más alta para firmas más jóvenes y para firmas más pequeñas; por ejemplo, alrededor del 10% de las firmas muere antes de cumplir un año, la tasa de mortalidad cae lentamente en los años siguientes, y al cabo de 10 años no son infrecuentes las tasas de mortalidad del 60%.

Cabe añadir, que el estudio sobre la evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes de la carrera de administración de empresas de la

pontificia universidad javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado (Fandiño y Bolívar, 2009), en donde se busca, evaluar el impacto que ha tenido el Emprendimiento en el Espíritu de Empresarismo del estudiante y/o egresado Javeriano y estudiar los factores claves para ser exitosos.

Igualmente, se caracterizaran los elementos claves del programa de Administración de Empresas, que permiten construir y desarrollar la mentalidad emprendedora en la formación de empresario Javeriano. En dicho estudio, la investigación es enfocada al empresario javeriano impulsado desde la cátedra de emprendimiento los factores que en su concepto han sido claves para: 1) crear empresa; 2) alcanzar niveles de competitividad sostenibles; 3) desarrollar una visión a futuro; y 3) romper paradigmas. Asimismo, se recogió información de los diferentes programas de financiamiento que existen en Bogotá para promover el emprendimiento o la creación de empresas.

En 2010 el primer año en el que se realiza el estudio GEM (2010) en el Eje Cafetero, concretamente en Manizales, Pereira, Dosquebradas, La Virginia, y Santa Rosa de Cabal, se destaca que Manizales cuenta con una mayor tasa de nueva actividad empresarial (Total Entrepreneurial Activity – TEA) que Pereira, Dosquebradas, La Virginia, y Santa Rosa de Cabal tanto en Manizales como en Pereira, Dosquebradas, La Virginia, y Santa Rosa de Cabal la participación de los hombres en la TEA es bastante similar (17.1% y 17.3% respectivamente); sin embargo, en Manizales la participación de las mujeres es inferior a la de Pereira, Dosquebradas, La Virginia, y Santa Rosa de Cabal (12,3% y 14.3% respectivamente).

En relación con la composición de la actividad empresarial según edad, Manizales muestra que el mayor porcentaje de individuos involucrados en la TEA

está en el rango de 18-24 años de edad (21.8%), mientras que en Pereira, Dosquebradas, La Virginia, y Santa Rosa de Cabal la mayor tasa se ubica en el rango entre 25 y 34 años (19.9%).

Con relación a la motivación de los individuos para involucrarse en la actividad emprendedora, Manizales presenta una TEA oportunidad del 8.8%, superior a la de Pereira, Dosquebradas, La Virginia, y Santa Rosa de Cabal, aun cuando ambas tienen la misma TEA necesidad (6.0% aproximadamente). La distribución de las nuevas empresas por sector es similar en ambas zonas; la mayoría se crea en el sector servicios de consumo (55.1% en Manizales y 60% en Pereira, Dosquebradas, La Virginia, y Santa Rosa de Cabal). En el sector extractivo Manizales presenta un 3.8% y Pereira, Dosquebradas, La Virginia, y Santa Rosa de Cabal un 2%, lo cual evidencia la baja participación de emprendimientos en este sector.

Por otra parte, la metodología GEM utiliza las expectativas de generación de empleo como variable proxy de las expectativas de crecimiento de las empresas por parte de los emprendedores. En este sentido, el 11.8% de los nuevos empresarios en Manizales piensa que su empresa generará algún empleo ahora o en los próximos 5 años, mientras que en el caso de Pereira, Dosquebradas, La Virginia, y Santa Rosa de Cabal un 11% de los empresarios involucrados en la TEA considera que generará algún empleo ahora o en los próximos 5 años.

Finalmente, con relación al entorno para el emprendimiento en el Eje Cafetero, el escalafón de competitividad departamental realizado por la CEPAL (2009) ubica a ambas regiones en el grupo de alta competitividad; sin embargo, los resultados de la encuesta aplicada a expertos de la región indican que el entorno, específicamente para el emprendimiento, presenta limitaciones que dificultan la puesta en marcha de iniciativas empresariales.

En este sentido, el estudio revela que, según la opinión de los expertos, las categorías “acceso a financiación”, “acceso al mercado interior” y “transferencia I+D” fueron las de menor calificación; por ende, podrían ser consideradas como los puntos débiles y principales obstáculos para el desarrollo del emprendimiento en esta región. Por su parte, las categorías mejor evaluadas fueron las de “acceso a infraestructura física”, “apoyo a la mujer” e “interés por la innovación desde el punto de vista del consumidor”, debido a lo cual se constituyen en los factores que estimulan el emprendimiento de la región (GEM 2010).

### **3.1.5 Investigación e innovación para el emprendimiento**

De acuerdo con el Manual de Frascati (OCDE, 2002), la investigación y el desarrollo experimental (I+D) comprenden el trabajo creativo llevado a cabo de forma sistemática para incrementar el volumen de conocimientos, incluido el conocimiento del hombre, la cultura y la sociedad, y el uso de esos conocimientos para crear nuevas aplicaciones. El término I+D engloba tres actividades: investigación básica, investigación aplicada y desarrollo experimental.

Así mismo, la investigación básica consiste en trabajos experimentales o teóricos que se emprenden principalmente para obtener nuevos conocimientos acerca de los fundamentos de los fenómenos y hechos observables, sin pensar en darles ninguna aplicación o utilización determinada. La investigación aplicada consiste también en trabajos originales realizados para adquirir nuevos conocimientos; sin embargo, está dirigida fundamentalmente hacia un objetivo práctico específico.

El desarrollo experimental consiste en trabajos sistemáticos que aprovechan los conocimientos existentes obtenidos de la investigación y/o la experiencia práctica,

y está dirigido a la producción de nuevos materiales, productos o dispositivos; a la puesta en marcha de nuevos procesos, sistemas y servicios, o a la mejora sustancial de los ya existentes. La I+D engloba tanto la I+D formal realizada en los departamentos de I+D así como la I+D informal u ocasional realizada en otros departamentos (OCDE, 2002).

En la tercera edición del Manual de Oslo (OCDE, 2005), define innovación como la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio) de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método de organizativo, en las practicas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores. Esta amplia definición engloba una considerable gama de posibles innovaciones. Una innovación puede ser definida de una manera más restrictiva como la introducción de uno o más tipos de innovaciones de producto y de proceso. Para que haya innovación, hace falta como mínimo que el producto, el proceso, el método de comercialización o el método de organización sean nuevos (o significativamente mejorados) para la empresa. Este concepto engloba los productos, los procesos y los métodos que las empresas son las primeras en desarrollar y aquellos que han adoptado de otras empresas u organizaciones (OCDE, 2005).

### **3.1.6 Acerca del perfil emprendedor**

Para obtener el perfil tipo de un emprendedor, es necesario entender diferentes términos que darán la pauta para lograr comprender las características de dicho perfil. Hay que tener claridad en el concepto de la Etología, que se refiere al estudio biológico del comportamiento desde la perspectiva humana por medio de la construcción de etogramas o repertorios detallados de pautas comportamentales, con la finalidad de brindar luces explicativas acerca de las iniciativas de emprendimiento y su relación con dicho enfoque (Perinat, 2008).

En ese orden de ideas, se quiere plantear una pregunta de gran relevancia a la luz de la presente teoría: - ¿Por qué el emprendedor actúa así? Dicho interrogante debe abordarse desde varias perspectivas para lograr un acercamiento adecuado, que según (Timbergen, 1963), citado por (Montoya, Montoya, y Castellanos, 2009), se denominan los cuatro “por qué”, y que se enumeran a continuación.

- ¿Qué estímulos (internos o externos) han desencadenado el comportamiento?
- ¿A qué propende este comportamiento, o sea, cuál es su función?
- ¿Cómo este comportamiento ha surgido dentro del conjunto de pautas que caracterizan a un grupo de individuos?
- ¿Qué valor adaptativo o de supervivencia tiene este comportamiento?

Timbergen (1963), sostiene que el concepto de adaptación se da como instrumento de exploración del comportamiento humano y más particularmente del desarrollo. Hasta este punto, la evolución del individuo solo está tomada como el desarrollo del ser, justificado en su comportamiento sobre el hábitat y en su intención de mejorar sus condiciones de vida, como idea de su entorno, factor que puede orientar argumentaciones acerca del bajo impacto que los emprendimientos basados en la necesidad tienen en el desarrollo económico, convirtiéndose estos básicamente en medios de supervivencia individual.

La evolución del ser humano se ha dado producto de la constante de encontrar mejores condiciones de vida, sujetas al entorno directo donde habita y que está condicionada por las diferentes iniciativas de mejoramiento de su entorno, en la medida en que su capacidad de razonamiento se lo ha permitido. Cabe señalar que el comportamiento del ser humano hasta este punto se condiciona de acuerdo con su medio, dando por hecho que no hay nada distinto que lo mueva a mejorar su condición de vida más que el espacio donde habita (Perinat, 1980).

El ser humano se estimula por asociación de ideas, resultado de la necesidad por la supervivencia (orientado desde la capacidad del ser humano para razonar), de tal forma que una idea de emprendimiento, sin que esto haya significado una idea de empresa, busca la mejora de calidad de vida de la persona, impactando directamente sobre su hábitat. Como ejemplo de ello podemos citar al hombre prehistórico, el cual desarrollo métodos para su subsistencia. Es por esto que se puede inferir que el emprendimiento se inició con los primeros seres.

Este comportamiento propende garantizar la función de supervivencia, sin conocimiento específico de lo que eso significaba, más que el temor innato de vivir en medio de condiciones desfavorables a su condición humana, sin que esto signifique que el ser humano en ese entonces era del todo racional como para generar ideas de mejorar su condición, lo que en principio una caverna fue la idea de una vivienda para guarecerse, siendo hoy uno de los mejores modelos de negocio en el mundo (Timbergen, 1963).

Esta forma de actuar surge dentro de un conjunto de pautas condicionadas por el entorno, es decir, la casuística de las condiciones del medio (invierno, verano, frío, calor, la sensación de hambre, entre otras), inducían el comportamiento del ser humano para encontrar la forma de apropiarse de esas condiciones y favorecerse: como la caza para proveerse de alimentos (Perinat, 1980).

De acuerdo con (Montoya *et al*, 2009b), otro concepto del que se debe tener claridad es el del enfoque psicológico, en donde se concibe que el hombre por naturaleza es un ser comparativo y creador, es parte inherente de su Psique y siempre ha sido una constante para él preguntarse por qué algunas personas poseen o logran más éxito que otras. (Schumpeter, 1883 - 1950) citado (Montoya *et al*, 2009b) es considerado pionero en los conceptos de emprendimiento, y determina dentro de su modelo teórico que “la verdadera función de un

emprendedor es la de tomar iniciativas, de crear”, lo que brinda al individuo el aprovechamiento de oportunidades del entorno, ello sin que las ideas necesariamente sean producidas por él.

Se puede afirmar que el emprendedor es un transformador que percibe gran diversidad de oportunidades en su entorno. Es más, si se analiza lo afirmado por Schumpeter, se encuentra con que el emprendimiento va más relacionado con la acción que transforma, que con el mero ejercicio de generación de ideas (Montoya *et al*, 2009b).

Así mismo la escuela comportamental de Gartner, define al emprendedor por el “conjunto de actividades que pone en marcha para crear una organización”, y considera la creación de una empresa como un suceso de contexto basado en el resultado de numerosos fracasos o éxitos, de perseverancia o de informaciones percibidas como importantes (Montoya *et al*, 2009b).

Por otro lado, la Escuela Psicológica de Carland, plantea que “el emprendedor es un individuo con necesidades de cumplimiento, dependencia, gusto por el riesgo y sentimiento por controlar su destino”, lo cual es una visión más cognitiva y más personalista basada en las representaciones o pensamientos que el individuo hace de sus comportamientos (Montoya *et al*, 2009b).

Shaver y Scott (1991), definen al emprendedor como “una persona con un cierto número de atributos psicológicos descritos tanto por la personalidad como por los procesos cognitivos activados por las circunstancias.” Adicionalmente complementan su concepto afirmando que “es una persona cuya cabeza o mente integra todas las posibilidades, es alguien que cree que la innovación es posible, y tiene la motivación para persistir hasta que el trabajo se haga” (Miner, 1997) citado por (Montoya *et al*, 2009b).

Algunas de las características psicológicas que la literatura propone como básicas para emprender (son necesidad de logro, necesidad de Independencia y la motivación económica. Lo anterior brinda una preconcepción muy básica acerca del Emprendedor, limitándolo a sólo tres campos, sin embargo otros investigadores han intentado definir un perfil psicológico del emprendedor a fin de diferenciarlos de las otras personas Sheinberg y Mac Millan,1988; Birley, Westhead, 1994; Westhead y Wright, 1997).

Para (Montoya *et al*, 2009b), existen diferentes escuelas y autores que han proporcionado visiones de cómo debería ser un emprendedor; sin embargo, es necesario definir otros perfiles con base en el análisis de competencias, las cuales generan preguntas acerca de si se pueden aprender estas competencias, o si son solamente innatas. Lo anterior es similar a preguntar sí el emprendedor nace o se hace.

En estudios desarrollados por el profesor Pablo Cardona del IESE Business School de la Universidad de Navarra 2005, se propone un modelo de competencias que se considera un resumen de las principales competencias que poseen los emprendedores (Montoya *et al*, 2009b). La ventaja de este modelo es que involucra de manera holística los aspectos del emprendedor y no únicamente características de tipo individual sino también las de entorno.

Se inicia enunciando las competencias de tipo: creatividad, determinación, integridad, tenacidad, equilibrio emocional y autocrítica. Según el profesor Cardona, de las anteriores competencias existen dos en la que figuran constantemente en los textos de emprendimiento: la creatividad y la determinación, características que no solo son reconocidas por los emprendedores sino también por las personas que están a su alrededor y son

parte de los elementos por las que las personas se involucran en la idea o negocio que el emprendedor promueve, llamada las competencias Interpersonales las cuales son: comunicación, implicación (conocida como carisma), delegación y respeto.

De estas competencias se considera que todas son claves para lograr el desarrollo de ideas y el compromiso de las personas, sin embargo, se profundizará en las competencias de implicación y delegación. La primera es también conocida como carisma el cual implica involucrar a un grupo no importa que el proyecto sea individual. Tener carisma implica que las personas perciban confianza y que sus ideas sean motivadoras para que las personas se puedan comprometer con dicho emprendedor. La delegación implica que cada uno de los participantes tiene la información y los recursos adecuados para tomar decisiones (Cardona y García, 2005) citado por (Montoya *et al*, 2009b).

Una de las principales competencias que un emprendedor debe poseer es la creatividad, tal como lo plantea el profesor Amar Bhidé, que la considera como el “hacer cosas nuevas o hacerlas diferentes creando valor”, dicha competencia es generalmente pensada como algo innato que solo lo poseen algunas personas que son consideradas por los demás como creativas (Montoya *et al*, 2009b).

Bogotá Emprende (2007), expresa que es necesario entender que no hay empresa competitiva si no hay empresario competitivo que la gestione; detrás de toda empresa exitosa hay necesariamente un empresario exitoso. Es aquí cuando se hace necesario para el empresario conocerse a sí mismo y hacer el ejercicio de identificar cuáles son esos conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes necesarias para realizar el trabajo de emprender de forma efectiva y con calidad.

Este conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes es lo que se conoce como competencias emprendedoras, y éstas a su vez son elementos esenciales a la hora de hablar del desempeño de los empresarios.

En este estudio, hoy en día el entorno de las empresas está en constante cambio, las competencias del emprendedor también están en constante modificación. Hoy por hoy, si las empresas quieren garantizar su permanencia en el mercado, los empresarios que las gestionan, deben adaptarse rápidamente a los cambios del entorno, y es éste el que determina qué competencias debe desempeñar el emprendedor (Bogotá Emprende, 2007).

Las competencias se definen como un conjunto de propiedades o características que posee una persona para realizar una tarea o alcanzar un objetivo. También, de forma más específica, como un "conjunto de propiedades que están en permanente modificación y que se someten a prueba a la hora de resolver problemas concretos en diversas situaciones. Las competencias tienen una mezcla de conocimiento y vivencia, así que exigen la combinación de la educación formal, de la no formal y de la experiencia (Bogotá Emprende, 2007).

Así pues, las competencias encierran un conjunto de propiedades o atributos que posee una persona (Castro y Machan, 2005). Dichos atributos contienen elementos individuales y sociales que se adquieren con la experiencia en diferentes ámbitos, y como tales vivencias son únicas en cada persona, las competencias también lo son. Esto hace la diferencia en los individuos a la hora de conseguir un empleo o realizar un trabajo. Pueden existir muchas personas con el mismo título profesional, pero son las competencias las que diferencian a cada uno y las que hacen que algunos sean más competentes que otros. "Las competencias contienen los conocimientos y la acción para desarrollar satisfactoriamente algo" (Castro y Machan, 2005).

Para los autores de (Bogotá Emprende, 2007), en estos tiempos hablar de un perfil emprendedor genérico que caracterice a los emprendedores sería arriesgado, pues son bien diferentes en cuanto a edad, nivel educativo, condición económica, posición social y género. Lo que sí se puede decir es que existen algunos rasgos, entendidos como características generales de la persona, que pueden ser comunes entre los emprendedores y que directa o indirectamente influyen en el desarrollo de ciertas competencias.

A continuación, se enumeran 25 características que se consideran importantes para el perfil emprendedor, de acuerdo a las revisiones bibliográficas planteadas en el proceso de investigación (en la fase de estructuración del proyecto). Cabe anotar que estas características se derivan de las características generales presentadas en párrafos anteriores; no obstante, es posible que otros autores consideren otras características como de mayor relevancia.

1. Capacidad de Exploración / Sensibilidad al Entorno: El explorador busca información importante en el medio, le gusta mantenerse informado, identifica tendencias, innovaciones y oportunidades.
2. Pensamiento Gerencial: El emprendedor actúa sobre el medio para cambiarlo, resuelve situaciones, tiene iniciativa. Sus sueños los vuelve realidad a través de la acción. Organiza la información y la transforma en soluciones prácticas.
3. Entendimiento Estratégico Organizacional: El estratega tiene claro sus debilidades y fortalezas, sabe cuándo y con quién hacer alianzas estratégicas, tiene un plan para lograr el éxito.
4. Trabajo en Equipo: El coequipero se preocupa porque la información llegue a todos los que debe llegar, incentiva a la gente a participar y reconoce el valor de sus aportes, distribuye responsabilidades y verifica su cumplimiento. Se preocupa por crear un buen ambiente de participación.

5. Liderazgo: El líder tiene energía y la transmite a otros; motiva e inspira confianza, su forma de ser genera cooperación y compromiso en los demás, ayuda a los demás a ser mejores, los otros lo siguen porque creen en él y porque los guía al logro de metas y objetivos.

6. Negociación y Relaciones: El negociador impacta a los demás por sus capacidades, e influye en ellos positivamente, es persuasivo, convence a los demás con facilidad por sus capacidades de negociador.

7. Orientación a Objetivos: El orientador a objetivos fija metas que permiten dirigir sus acciones, estableciendo agenda de actividades, mecanismos de verificación y medición de resultados.

8. Pro-actividad: El proactivo por lo general se anticipa a las situaciones, se adelanta a los hechos, se anticipa a los problemas para proveer soluciones. Con frecuencia tiene ideas nuevas que busca hacerlas realidad.

9. Proyección Social: El socialista y ambientalista, además del beneficio propio, piensa en el beneficio social, como: igualdad, justicia, medio ambiente y respeto por la diversidad.

10. Habilidad personal: El emocionalmente estable y asertivo se controla a sí mismo y mantiene unas buenas relaciones con la gente y el trabajo

11. Integridad Personal: El íntegro respeta los principios y valores de los demás y se comporta de manera transparente. Es responsable frente a deberes y compromisos asumidos.

12. Perseverante: Mantenerse constante en la prosecución de lo comenzado, en una actitud o en una opinión.

13. Personalidad: Conjunto de cualidades o características originales que destacan en algunas personas.

14. Innovador: Creación o modificación de un producto y su introducción sostenida en un mercado.

15. Creatividad: Consiste en encontrar procedimientos o elementos para desarrollar labores de manera distinta a la tradicional, con la intención de satisfacer un determinado propósito.

16. Determinación: Tomar una resolución, fijar los términos de algo, señalar algo para algún efecto.

17. Independencia: Cualidad o condición de autonomía. Capacidad o facultad para tomar determinaciones por cuenta propia.

18. Integridad: Referente a personas correctas, educadas, intachables.

19. Tenacidad: Persona que es firme y tenaz ante un propósito establecido

20. Auto-crítico: Juicio crítico que se realiza a obras o comportamientos propios.

21. Equilibrio Emocional: Respuestas emocionales adecuadas que un individuo brinda hacia el entorno que lo rodea.

22. Comunicación Asertiva: La persona que se comunica asertivamente, expresa en forma clara lo que piensa, siente o necesita, teniendo en cuenta los derechos, sentimientos y valores de sus interlocutores. Además al comunicarse da a conocer y hacer valer sus opiniones, derechos, sentimientos y necesidades, respetando las de las demás personas.

23. Carisma: Especial capacidad de algunas personas para atraer o fascinar

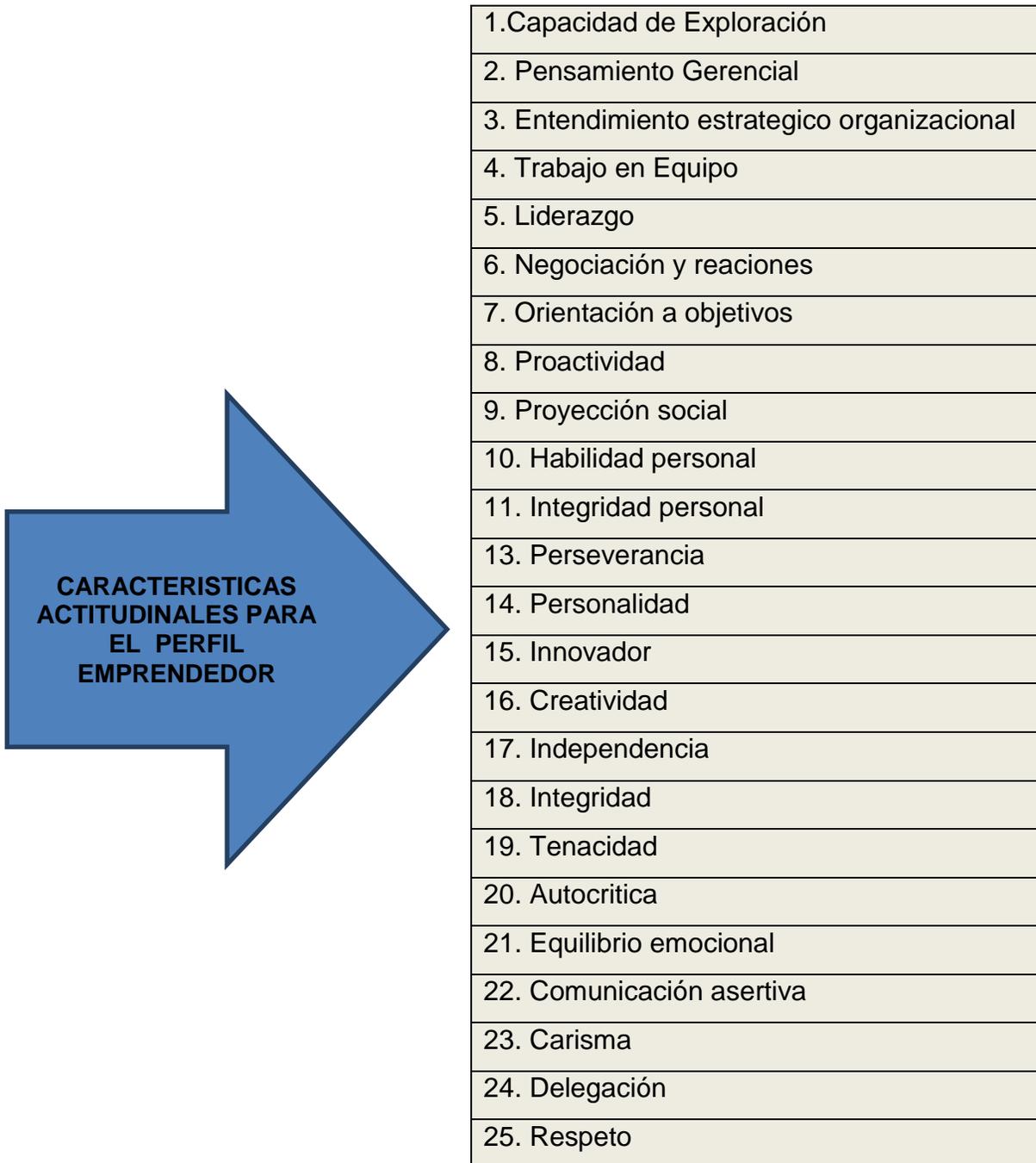
24. Delegación: Se entiende como la capacidad de un individuo de empoderar a los demás acerca de sus funciones y compromisos.

25. Respeto: Significa valorar a los demás, acatar su autoridad y considerar su dignidad. El respeto se acoge siempre a la verdad; no tolera bajo ninguna circunstancia la mentira, y repugna la calumnia y el engaño.

A continuación se esquematizan estas 25 características que se consideran importantes para el perfil de un emprendedor, y que sirvieron de apoyo para la

construcción de los instrumentos orientados al levantamiento de información primaria con el grupo de estudiantes objeto de estudio.

**Figura 2. Características actitudinales del perfil emprendedor.**



Fuente: Elaboración propia

### 3.1.7 Perfil de un emprendedor exitoso

Al hablar de un emprendedor exitoso, es inevitable definirlo como una persona que posee un espíritu de búsqueda de algo nuevo, que acepta el riesgo como parte inherente de todo cuanto hace, y que observa en cada dificultad un reto a ser vencido y no un bloqueo. Es el hacedor de sus propios retos e instrumentador y ejecutor de sus soluciones. Su universo de acción es la innovación y sus límites suelen ser su propia capacidad y tiempo de vida (Camacho, 2004).

La palabra, que proviene del francés “*entrepreneur*” (quien lleva a término un nuevo proyecto) hoy se aplica a las personas que tienen una sensibilidad especial para detectar oportunidades y la capacidad de movilizar recursos externos, generalmente propiedad de otros, para explotar estas oportunidades (Camacho, 2004).

Emprendedor es un término de origen francés “*entrepreneur*” atribuido a Richard Cantillon, quien a principios del siglo XVIII habría introducido esta palabra para identificar a quienes toman la responsabilidad de poner en marcha y llevar a cabo un proyecto (Arieu, 2003).

Los emprendedores son personas fuertemente ligadas al ámbito académico y, consecuentemente, con posibilidades de convertir los resultados de la investigación en paquetes tecnológicos (Camacho 2004), los requerimientos económicos son bajos, ya que producen bienes y servicios de costo reducido de producción, mediante procesos poco intensivos en capital y demandan mano de obra calificada. Existen dos tipos de empresarios innovadores:

➤ La persona que detecta una necesidad y busca los medios para satisfacerla.

➤ El profesional cualificado, con un elevado nivel de competencia técnica, que se lanza a la aventura de desarrollar inventos para su posterior comercialización en el mercado.

Así mismo Camacho (2004), afirma que el conjunto de capacidades de la mentalidad emprendedora, es decir las características del emprendedor, las cuales pueden ser desarrolladas y refinadas por los emprendedores, son:

✓ *En relación al entorno:*

1. Realismo en la comprensión de situaciones.
2. Adaptabilidad.
3. Saber tomar riesgos calculados y saber compartir el riesgo.

✓ *En relación a la decisión y al riesgo:*

1. Compromiso total, determinación y perseverancia.
2. Capacidad de fijarse sus propias metas.
3. Orientación al objetivo y voluntad de conseguir y crecer.
4. Persistencia en la solución de problemas.
5. Autonomía e independencia.
6. Iniciativa y responsabilidad personal.
7. Confianza en sus propias capacidades.
8. Capacidad de buscar consejo y realimentación.
9. Decisión, urgencia, paciencia.
10. Capacidad de decisión.
11. Intuición y anticipación.
12. Conciencia de sus limitaciones y sentido del humor.
13. Ve oportunidades donde otro ve problemas.

✓ *En relación a la capacidad de trabajo y ética:*

1. Capacidad de tolerar la ambigüedad, la tensión y la incertidumbre.
2. Madurez emocional.
3. Poca necesidad de status y poder.
4. Sentido ético, integridad y fiabilidad.
5. Capacidad de trabajo.

✓ *En relación con el oficio de empresario, empresa, organización y gestión de las personas:*

1. Visión a largo plazo.
2. Capacidad de superar los fallos y aprender de ellos.
3. Capacidad de crear equipos, organizar, coordinar, delegar y mandar.
4. Orientación al beneficio económico.
5. Habilidad innovadora y creativa e imaginación.
6. Liderazgo y comunicabilidad.
7. Capacidad de persuasión.
8. Actúa de manera planificada.

Los emprendedores son una raza especial de individuos, que sienten la necesidad de encarar la formación de una nueva empresa. Esta tarea no es sencilla, pues el índice de fracasos que se reporta es mucho mayor que el que presenta la culminación de una carrera universitaria o la búsqueda de un empleo (en países en vía de desarrollo un 95% de fracasos de nuevas empresas en el primer año, en tanto que en países desarrollados este valor disminuye al 90%). El conjunto de características del emprendedor visto desde la perspectiva de los requisitos del perfil adecuado genera las 4 categorías que se presentan a seguir (Camacho, 2004).

Principales características del emprendedor para el éxito de su idea de negocio:

A. Aptitudes y habilidades

- Capacitación técnica específica.
- Capacitación en gestión de procesos de innovación.
- Experiencia en negocios.
- Conocimiento del mercado.
- Liderazgo.
- Capacidad para obtener recursos.
- Manejo y uso de la información.
- Tiempo dedicado al negocio.

B. Actitudes

- Propensión a asumir riesgos.
- Autonomía en las decisiones.
- Capacidad de enfrentar los problemas.
- Habilidad para crear un buen ambiente de trabajo.
- Definición de prioridades.
- Nivel de compromiso con el negocio.
- Responsabilidad.
- Flexibilidad.

C. Capacidad Emprendedora

- Insatisfacción con los ingresos actuales.
- Compromiso con el trabajo.
- Persistencia y optimismo.
- Aceptación de responsabilidades.
- Búsqueda de recompensa.
- Organización y búsqueda de la excelencia.

D. Experiencia

- Resultados positivos en I+D.
- Habilidad en la relación universidad empresas.
- Habilidad en dirección de grupos de I+D.
- Experiencia gerencial.

Otros autores como (Duque, 2009) agregan a estas características, otras como:

- Una persona que está siempre en busca de oportunidades
- Con ideas creativas e innovadoras
- Positivismo realista
- Pasión por lo que hace
- Tenacidad

#### 4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

**Tabla 1. Variables socio demográficas.**

<b>Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Valores posibles</b>
Edad	Edad cronológica en años cumplidos.	Entre 15 y 18 años Entre 19 y 21 años 22 años o más
Género	Género de cada persona	Masculino Femenino
Área de Domicilio	Específica el lugar de residencia de un individuo en un municipio	Urbano Rural
Municipio	División política de un departamento. Localidad del departamento de Caldas	1. La Merced 2. Salamina 3. Manzanares 4. Samaná 5. Supía
Núcleo familiar	Número de personas que componen una familia y habitan en la misma vivienda	Registro
Antecedentes familiares en emprendimiento	Especifica si un individuo cuenta con antecedentes familiares inmediatos en emprendimiento	Si No

Fuente Elaboración propia.

**Tabla 2. Variables de estudio.**

Variable	Definición	Valores posibles
Habilidades para el emprendimiento	<p>Habilidades de un individuo en diferentes aspectos psicológicos y comportamentales relacionadas con su potencial emprendedor. Las habilidades que se tendrán en cuenta son:</p> <p>Investigar e indagar- identificar oportunidades- mantener información – comercializar - soportar dificultades – perseverancia - relación social – comprensión – perseverancia-toma de decisiones – adaptación - conformar, planear, liderar - empoderar, delegar – exigencia – autoevaluación - auto control – riesgo – reconocimiento – indagar - crear, transformar y mejorar.</p>	<p>1. Nivel bajo 2. Nivel medio 3. Nivel alto (Para cada ítem)</p>
Percepciones frente a las posibilidades de emprender un negocio o empresa	Opiniones y percepciones de cada individuo con respecto a diferentes aspectos que pueden fortalecer o debilitar el desarrollo de un negocio o empresa	<p>1. Nivel bajo 2. Nivel medio 3. Nivel alto (Para cada ítem)</p>
Percepciones y comentarios con respecto a los procesos de formación	Opiniones y percepciones de cada individuo frente a las características y contenidos que orientan el programa de formación académica.	<p>1. Nivel bajo 2. Nivel medio 3. Nivel alto (Para cada ítem)</p>
Interés de crear empresa o negocio	Opiniones individuales acerca del interés de crear empresa	<p>SI NO</p>
Área específica de la empresa o negocio	Corresponde a la definición del área específica en la cual los individuos tienen interés de crear una empresa o nuevo negocio	<p>1. Agrícola 2. Pecuaria 3. Agroindustrial 4. Forestal 5. Otro</p>

Fuente Elaboración propia.

## **5. METODOLOGIA**

### **5.1 Tipo de estudio**

La investigación se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo. Para tal efecto se realizó un estudio descriptivo transversal, una fase comparativa entre lo hallado en la información secundaria, frente a los hallazgos obtenidos en la información que se obtuvo a través de la aplicación del instrumento de recolección de información, el cual fue aprobado para tal efecto, previa revisión y juicio de expertos (anexo 1).

### **5.2 Población y muestra**

La población objeto de estudio, contó con 78 alumnos matriculados en el programa tecnológico en gestión agropecuaria de 5 localidades de San Felix – Salamina, Manzanares, La Merced, Supía, Florencia – Samaná, a los cuales se les aplicó el instrumento estructurado para recopilar información tanto sociodemográfica como la relacionada con las características y competencias que reúnen para el emprendimiento.

En el instrumento fueron contempladas variables relacionadas con las características sociodemográficas, aptitudes y actitudes de cada uno de los individuos. Se tomó el total de la población de los estudiantes; fue una población censal.

#### **5.2.1 Criterios de inclusión**

- Estudiantes de la Tecnología en Gestión Agropecuaria de la Universidad de Caldas de 5 localidades (Supía, La Merced, Samaná, Manzanares y Salamina) y que se encuentran activos a la fecha de la aplicación del instrumento.
- Que asistieron a la sesión de aplicación del instrumento

- Haber firmado previamente el compromiso de diligenciamiento del instrumento de manera libre y espontánea sin presión de la universidad o los investigadores
- Estuvieron en condiciones óptimas para el diligenciamiento del instrumento

### **5.2.2. Criterios de exclusión**

- No presentarse a la sesión de diligenciamiento del instrumento (no puede ser diligenciado por terceros)
- Haberse retirado del programa de Tecnología en Gestión Agropecuaria
- Tener una patología, enfermedad o problema psicosocial que le impida diligenciar libremente el instrumento

### **5.3. Técnicas e instrumentos y procedimiento.**

Para la recolección de la información se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento con preguntas estructuradas y semiestructuradas, con el cual se buscó dar cuenta de las variables sociodemográficas; así mismo se hizo para identificación de habilidades y percepciones en torno al emprendimiento, de tal manera que se posibilite la correlación entre variables y la comparación entre la información previamente identificada (información secundaria) y la información arrojada en el análisis de los instrumentos.

Para la aplicación del instrumento se convocó a los estudiantes de cada localidad al aula tradicional de clase (Nivel tecnológico), tal y como se realizó la convocatoria para las diferentes sesiones de clase (para tal efecto el equipo de investigadores se apoyó en las instituciones de educación media que se articulan al programa y a través de correos electrónicos y llamadas telefónicas a los líderes y representantes estudiantiles.

Cabe anotar que previamente se realizó la socialización del proyecto con la comunidad de estudiantes, de tal manera que reconocieron la intencionalidad y propósito de la aplicación del mismo; adicionalmente, de forma previa al diligenciamiento del instrumento, los tesisas diligenciaron con cada estudiante un formato donde el estudiante manifiesta que la información que suministra es confiable y se entregó de manera libre y ajena a presiones de la universidad o de los investigadores (anexo 2).

Así mismo los investigadores se comprometieron a socializar de manera oportuna los resultados que arrojó la presente investigación, con las conclusiones y recomendaciones que la misma ameritó.

Las encuestas o instrumentos fueron tabulados en Excel, de tal manera que fue posible su respectivo análisis a través de estadística descriptiva, mediante correlaciones e inferencia estadística. Para tal efecto se utilizó el programa y modelo estadístico que sugirió el asesor estadístico del presente trabajo.

Los resultados obtenidos con la aplicación del instrumento permitieron evidenciar las tendencias más representativas en cuanto a las características, actitudes y aptitudes de los individuos del programa, de cara a perfilar su potencial emprendedor, razón por la cual fueron comparados los resultados del estudio (análisis estadístico) con los resultados obtenidos previamente por otros estudios a nivel nacional e internacional; donde cobra fuerza la información secundaria relacionada con el perfil emprendedor.

Los resultados del estudio serán documentados y socializados a través de:

- Documento con los resultados, conclusiones y recomendaciones más relevantes del estudio.
- Publicación de un artículo científico producto del proceso de investigación.

- Socialización de los resultados ante comunidad en general (donde se cuente con la participación de al menos 20 asistentes).

#### **5.4 Plan de análisis**

La sistematización de la información se realizó en el programa SPSS versión 11.5. Posterior a esto se realizó la limpieza y depuración de los datos, se llevó a cabo la primera etapa del análisis que corresponde al análisis univariado de las variables categóricas y la magnitud de la misma a través de la distribución de frecuencias absolutas y relativas. Se calcularon las medidas de tendencia central y de variabilidad o dispersión para variables cuantitativas incluidas en el estudio y que permitieron el análisis descriptivo univariado.

Se realizó, el análisis bivariado con el cual se buscó establecer las posibles relaciones entre las variables de estudio. Para determinar la significancia estadística de las posibles relaciones resultantes del análisis bivariado se aplicaron pruebas no paramétricas (Chi cuadrado y phi) establecidas a partir de las características propias de las variables (cualitativas)

Este análisis bivariado buscó a través de las diferentes variables de estudio la relación entre estas y las características y habilidades de cada individuo en cuanto su perfil emprendedor, el cual fue determinado por la significancia estadística de cada una de las variables.

## 6. RESULTADOS

**Tabla 3. Distribución de la muestra según municipio de residencia y área de domicilio.**

Municipio	Urbana		Rural		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
La Merced	10	24,4	0	0	10	12,8
Manzanares	14	34,1	0	0	14	17,9
Samaná	4	9,8	20	54,1	24	30,8
Salamina (San Felix)	1	2,4	15	40,5	16	20,5
Supia	12	29,3	2	5,4	14	17,9
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100</b>	<b>37</b>	<b>100</b>	<b>78</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la tabla 3, de acuerdo al área de domicilio urbana, la mayoría reside en Manzanares, La Merced y Supía; y en el área rural la mayoría residen en Samaná y Salamina (San Felix). Es importante recordar que el programa esta dirigido basicamente a estudiantes de instituciones ubicadas en zonas rurales municipales, o en centros poblados diferentes a cabeceras municipales.

**Tabla 4. Distribución de la muestra según municipio de residencia y género**

Municipio	Masculino		Femenino		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
<b>Samaná</b>	11	37,9	13	26,5	24	30,8
<b>Salamina</b>	2	6,9	14	28,6	16	20,5
<b>Supía</b>	10	34,5	4	8,2	14	17,9
<b>Manzanares</b>	2	6,9	12	24,5	14	17,9
<b>La Merced</b>	4	13,8	6	12,2	10	12,8
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100,0</b>	<b>49</b>	<b>100,0</b>	<b>78</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Elaboración propia.

Al discriminar el lugar de residencia por género, se encontró un mayor porcentaje de estudiantes del género femenino y de éste grupo la mayoría son de San Félix, Samaná y Manzanares respectivamente; en el grupo masculino se encuentran en Samaná y Supía.

**Tabla 5. Distribución de la muestra según edad y género.**

Edad (Años)	Masculino		Femenino		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
17	2	6,9	4	8,2	6	7,7
18	4	13,8	15	30,6	19	24,4
19	8	27,6	13	26,5	21	26,9
20	6	20,7	11	22,4	17	21,8
21	2	6,9	3	6,1	5	6,4
22	3	10,3	2	4,1	5	6,4
23	4	13,8	1	2,0	5	6,4
Total	29	100	49	100,0	78	100

Fuente: Elaboración propia.

Se encontró que las edades más frecuentes son 18, 19 y 20 años para el género femenino y 19 y 20 años para el género masculino. Los jóvenes entre los 18 y 20 años, cursaron el nivel técnico en articulación con la media 10° y 11° (entre los 16 y 18 años), conforme a los lineamientos de la alianza, y se matricularon en el nivel tecnológico 2 años después.

**Tabla 6. Distribución de la muestra según cantidad y tipo de personas con las que viven los estudiantes.**

Tipo de vínculo familiar	N° de personas con las que viven								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
<b>Papá</b>	1	-	-	-	-	-	-	-	1
<b>Mamá</b>	3	-	-	-	-	-	-	-	3
<b>Otros (diferentes a papá y mamá)</b>	-	8	1	-	-	-	-	-	9
<b>Papá y Mamá</b>	-	12							12
<b>Papá, Mamá y Hermanos</b>	-	-	2	12	5	7	7	-	33
<b>Papá, Mamá y otros.</b>	-	-	-	2	-	-	-	-	2
<b>Papá, Mamá, Hermanos y otros</b>	-	-	-	-	-	3	1	-	4
<b>Mamá y Hermanos</b>	-	-	2	1	1	-	-	-	4
<b>Mamá, Hermanos y otros</b>	-	-	-	-	4	4	-	1	9
<b>Papá, Hermanos y otros</b>	-	-	-	-	1	-	-	-	1
<b>Total</b>	4	20	5	15	11	14	8	1	<b>78</b>

Fuente: Elaboración propia.

Al consultar sobre el tipo de familia que conforman los estudiantes y la cantidad de personas con las que convive, se encontró que 33 encuestados viven con papá mamá y hermanos (en familias de tipo nuclear). Le continúan los hogares que están conformados por mamá, hermanos y otros. Lo menos común es que el estudiante conviva solo con el papá o con el papá, hermanos y otros. Se encontró también que la cantidad de personas más frecuentes en los estudiantes es 2.

**Tabla 7. Distribución de la muestra según tipo de empresa que tiene la familia y el número de estudiantes que poseen la misma empresa.**

<b>Empresa</b>	<b>N° de Estudiantes</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Finca Cafetera	14	17.94
Cafetería	3	3.84
Almacén de repuestos de carros	1	1.28
Almacén de ropa y sala de belleza	2	2.56
Café internet	1	1.28
Comedero de comida típica (chorizos, tamales)	1	1.28
Empresa de transporte público	1	1.28
Empresa panela pulverizada	1	1.28
Fábrica de zapatos	1	1.28
Ferretería	2	2.56
Tienda	1	1.28
Transformación de maíz	1	1.28
Vivero	1	1.28
Total con empresa	30	38.42
Total no tiene empresa	48	61.53
Total muestra	78	99.95

Fuente: Elaboración propia.

Se observa en la tabla 7, que del 100% de los participantes, el 61,5% de las familias no tienen empresa, mientras que el 38,5% restante de las familias de los estudiantes tienen empresa o negocio independiente y que la mayoría de ellos cuentan con finca cafetera 17,94%.

**Tabla 8. Habilidades que poseen los estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria para el emprendimiento.**

Habilidades para:	Bajo		Medio		Alto	
	N°	%	N°	%	N°	%
Investigar e indagar sobre el porqué de las cosas	0	0.0	62	79.5	16	20.5
Identificar oportunidades de negocios	3	3.8	47	60.3	28	35.9
Indagar acerca de los retos y bondades que ofrece la posibilidad de crear empresa	4	5.1	38	48.7	36	46.2
Mantener informado acerca de las tendencias del mercado y de los negocios	10	12.8	59	75.6	9	11.5
Comercializar los productos que genera	9	11.5	44	56.4	25	32.1
Soportar las dificultades y fracasos	4	5.1	43	55.1	31	39.7
Perseverar en las ideas y proyectos que se propone	2	2.6	34	43.6	42	53.8
Relacionarse con otras personas	0	0.0	20	25.6	57	73.1
Aceptar otros puntos de vista y diferencias en conceptos	0	0.0	30	38.5	48	61.5
Intentar mejorar y hacer cosas nuevas todos los días	0	0.0	31	39.7	47	60.3
Intentar hacer las cosas de diferente manera	2	2.6	35	44.9	40	51.3
Tomar decisiones asumiendo las responsabilidades que esto amerita	1	1.3	36	46.2	41	52.6
Buscar su propio negocio y sustento	0	0.0	50	64.1	45	57.7
Adaptarse a diferentes situaciones y ambientes	0	0.0	33	42.3	45	57.7
Conformar, planear y liderar equipos de trabajo y recursos	3	3.8	44	56.4	31	39.7
Delegar y empoderar a otras personas	3	3.8	55	70.5	20	25.6
Exigirse y autoevaluarse	1	1.3	33	42.3	44	56.4
Auto controlarse en los momentos de dificultad	4	5.1	41	52.6	33	42.3
Definir estrategias y planes en el corto, mediano y largo plazo	2	2.6	55	70.5	21	26.9
Definir y alcanzar objetivos	1	1.3	43	55.1	33	42.3
Arriesgarse a alcanzar los objetivos, aun en condiciones de riesgo e incertidumbre	6	7.7	43	55.1	29	37.2
Reconocer la importancia de los elementos técnicos, sociales y ambientales en una empresa	0	0.0	31	39.7	46	59.0

Capacidad para intuir acerca de posibles amenazas u oportunidades	3	3.8	47	60.3	28	35.9
Trabajar en lo desconocido e incierto	15	19.2	48	61.5	15	19.2
Crear, transformar o mejorar productos o servicios	4	5.1	39	50.0	35	44.9

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la tabla anterior se encontró que más del 70% los estudiantes consideran contar con un nivel medio en habilidades para el emprendimiento, especialmente para investigar e indagar sobre el porqué de las cosas, mantenerse actualizado sobre las tendencias del negocio, delegar y empoderar a otras personas y definir estrategias en el corto, mediano y largo plazo.

Así mismo, más del 60% de los estudiantes consideran que cuentan con un nivel alto en habilidades para el emprendimiento, especialmente en habilidades para relacionarse con otras personas, aceptar otros puntos de vista y diferentes conceptos, y el intentar cambiar y mejorar todos los días. Por otra parte, solo el 19,2% de los estudiantes consideran que tienen un nivel bajo para el emprendimiento, especialmente en lo relacionado con trabajar en lo desconocido e incierto.

**Tabla 9. Percepción que tienen los estudiantes con respecto a las ventajas de la región, según género.**

Ventajas	Masculino						Femenino					
	Bajo		Medio		Alto		Bajo		Medio		Alto	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Apoyo institucional	4	13.8	16	55.2	9	31.0	5	10.2	21	42.9	23	46.9
Fácil acceso a recurso de fomento	11	37.9	15	51.7	3	10.3	14	28.6	32	65.3	3	6.1
Mentalidad	1	3.4	14	48.3	14	48.3	6	12.2	22	44.9	21	42.9

abierta al cambio												
Talento Humano formado y competente	1	3.4	15	51.7	13	44.8	1	2.0	18	36.7	30	61.2
Oportunidades que ofrece el mercado	3	10.3	18	62.1	8	27.6	7	14.3	33	67.3	9	18.4

Fuente: Elaboración propia.

Con relación a la percepción de los estudiantes respecto a las ventajas de la región para la generación de negocios se encontró que, en los hombres todas las ventajas manifiestas son de nivel medio en porcentajes superiores al 48,3%, y en el nivel alto el talento humano y competente y la mentalidad abierta al cambio son las de mayor porcentaje. En las mujeres el nivel medio se manifiesta en porcentajes superiores al 36,7% y en el nivel alto el talento humano y competente es el de mayor porcentaje.

Tanto hombres como mujeres consideran que el factor más bajo está relacionado con el fácil acceso a recursos de fomento, pues el 37,9% de los hombres, como el 28,6% de las mujeres consideran este aspecto en nivel bajo.

**Tabla 10. Percepción que tienen los estudiantes con respecto a su proyecto de vida, según género.**

Opciones	Masculino						Femenino					
	Bajo		Medio		Alto		Bajo		Medio		Alto	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Empleado de una empresa nacional	6	20.7	17	58.6	6	20.7	7	14.3	25	51.0	16	32.7
Empleado de una empresa	9	31.0	14	48.3	6	20.7	11	22.4	24	49.0	13	26.5

multinacional												
Empleado del estado	10	34.5	11	37.9	8	27.6	11	22.4	25	51.0	12	24.5
Emprendedor de su propio negocio	1	3.4	4	13.8	24	82.8	3	6.1	13	26.5	33	67.3
Apoyando en las labores de la finca familiar	11	37.9	10	34.5	8	27.6	27	55.1	13	26.5	8	16.3

Fuente: Elaboración propia.

Con relación a la percepción de los estudiantes respecto a su proyecto de vida de acuerdo con el género, se encontró que tanto para hombres como para mujeres es de interés alto el emprender su propio negocio con un porcentaje de 82,8% para hombres y 67,3% para mujeres.

De igual forma se evidencia que tanto en hombres como en mujeres la opción de vida que menos les llama la atención es la de apoyar en las labores de la finca familiar, la cual es considerada en nivel bajo por el 37,9% de los hombres y el 55,1% de las mujeres. Las opciones (Empleado de una empresa nacional, empleado de una empresa del estado, y empleado de una empresa multinacional) se muestran como una opción de nivel medio tanto para hombres como para mujeres

**Tabla 11. Percepción que tienen los estudiantes con respecto a su proyecto de vida, según zona.**

Opciones	Urbana						Rural					
	Bajo		Medio		Alto		Bajo		Medio		Alto	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Empleado de una empresa nacional	7	17.0	27	65.8	7	17.0	5	13.5	15	40.5	16	43.2
Empleado de una empresa multinacional	10	24.4	22	53,6	9	22.0	10	27.0	16	43.2	11	29.7
Empleado del estado	13	31.7	19	24.3	9	22.0	8	21.6	17	45.9	12	32.4
Emprendedor de su propio negocio	0	0.0	6	14,6	35	85.4	4	10.8	11	29.7	22	59.4
Apoyando en las labores de la finca filiar	13	16.6	15	36,5	13	31.7	25	67.5	8	21.6	4	10.8

Fuente: Elaboración propia.

Se evidencia que tanto para estudiantes de zonas urbana y rural la opción de vida que menos les llama la atención es la de apoyar en las labores de la finca familiar, la cual es considerada en nivel bajo por el 31,7% de urbanos y el 67,6% de los rurales.

Las demás opciones (empleado de una empresa nacional, empleado de una empresa del estado, y empleado de una empresa multinacional) se muestran como una opción de nivel medio tanto para estudiantes de procedencia urbana como rural.

**Tabla 12. Percepción de los estudiantes con respecto a la oportunidad de empleo, según género.**

Opciones	Masculino						Femenino					
	Bajo		Medio		Alto		Bajo		Medio		Alto	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Falta de apoyo institucional	16	55.2	6	20.7	6	20.7	14	28.6	21	42.9	14	28.6
Difícil acceso a recurso de fomento	7	24.1	16	55.2	6	20.7	14	28.6	26	53.1	9	18.4
Corrupción	4	13.8	11	37.9	14	48.3	19	38.8	15	30.6	14	28.6
Carencia de talento humano competente	10	34.5	17	58.6	2	6.9	9	18.4	27	55.1	13	26.5
Pocas oportunidades en el mercado	5	17.2	16	55.2	7	24.1	5	10.2	26	53.1	16	32.7

Fuente: Elaboración propia.

Con relación a la percepción de los estudiantes respecto a las oportunidades de la región para la generación de negocios de acuerdo con el género, se encontró que los hombres responden en todas las oportunidades con un nivel medio con porcentajes superiores a 20,7% siendo las percepciones de la corrupción la que obtiene un nivel alto con un porcentaje de 48,3%. Las mujeres al igual que los hombres responden tener un nivel medio a todas las oportunidades con porcentajes superiores a 30,6%, respondiendo con un nivel alto a las pocas oportunidades en el mercado con 32,7%.

Solo el 17,2% de los hombres y el 10,2% de las mujeres consideran en un nivel bajo las pocas oportunidades en el mercado. Mientras que el 58,6% de hombres,

como el 55,1% de mujeres, consideran que la carencia del talento humano competente está en un nivel medio al momento de la búsqueda de empleo.

**Tabla 13. Percepción de los estudiantes con respecto a la oportunidad de empleo, según zona.**

Opciones	Urbana						Rural					
	Bajo		Medio		Alto		Bajo		Medio		Alto	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	No	%	N°	%
Falta de apoyo institucional	18	43.9	15	36.6	7	17.1	9	24.3	12	32.4	13	35.1
Difícil acceso a recurso de fomento	9	22.0	24	58.5	8	19.5	11	29.7	16	43.2	7	18.9
Corrupción	7	17.1	18	43.9	16	39.0	15	40.5	8	21.6	10	27.0
Carencia de talento humano competente	14	34.1	24	58.5	3	7.3	5	13.5	17	45.9	12	32.4
Pocas oportunidades en el mercado	7	17.1	23	56.1	10	24.4	3	8.1	18	48.6	13	35.1

Fuente: Elaboración propia.

Con relación a la percepción de los estudiantes con respecto a las oportunidades de empleo según la zona donde viven se tiene que, los que viven en la región urbana muestra tener un nivel medio a todas las ventajas de la región con porcentajes mayores a 36,6% y calificando en un nivel alto a la corrupción con 39% y 27% respectivamente. En cuanto a la zona rural responden en un nivel bajo a la corrupción con 40,5% y en un nivel alto a la falta de oportunidades en el mercado con 35,1%.

**Tabla 14. Percepción de los estudiantes con respecto a los aspectos necesarios para emprender un negocio o empresa, según género.**

Opciones	Masculino						Femenino					
	Bajo		Medio		Alto		Bajo		Medio		Alto	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Recursos económicos	3	10.3	7	24.1	19	65.5	2	4.1	7	14.3	40	81.6
Apoyo institucional	1	3.4	10	34.5	18	62.1	3	6.1	17	34.7	29	59.2
Talento y competencias	1	3.4	6	20.7	18	62.1	3	6.1	8	16.3	31	63.3
Suerte	0	0.0	6	20.7	23	79.3	0	0.0	7	14.3	34	69.4
Apoyo familiar	12	41.4	10	34.5	6	20.7	15	30.6	19	38.8	14	28.6

Fuente: Elaboración propia.

Con relación a los aspectos necesarios para emprender un negocio, se encontró que el 41,4% de los hombres, y el 30,6% de las mujeres consideran que el apoyo familiar se encuentra en un nivel bajo; mientras que el 79,3% de los hombres y el 69.4% de las mujeres manifiestan que la suerte juega un papel importante al momento de emprender un negocio.

De igual forma se evidenció que tanto para hombres como para mujeres la opción de contar con recursos económicos es preponderante al momento de emprender un negocio, el cual fue calificado como en nivel alto por el 65,5% de hombres y el 81,6% de las mujeres encuestadas. Se destaca también el talento y las competencias como necesarias para emprender un negocio. Cuatro de las cinco opciones son calificadas por los estudiantes en el nivel más alto, a excepción de apoyo familiar que fue calificado tanto por hombres como por mujeres en nivel bajo de importancia al momento de emprender un negocio.

**Tabla 15. Percepción de los estudiantes con respecto a los aspectos necesarios para emprender un negocio o empresa, según zona.**

Opciones	Urbana						Rural					
	Bajo		Medio		Alto		Bajo		Medio		Alto	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Recursos económicos	2	4.9	5	12.2	34	82.9	3	8.1	7	18.9	24	64.9
Apoyo institucional	2	4.9	16	39.0	23	56.1	2	5.4	9	24.3	23	62.2
Talento y competencias	2	4.9	8	19.5	24	58.5	2	5.4	6	16.2	22	59.5
Suerte	0	0.0	7	17.1	34	82.9	5	13.5	17	45.9	12	32.4
Apoyo familiar	7	17.1	23	56.1	10	24.4	3	8.1	18	48.6	13	35.1

Fuente: Elaboración propia.

La percepción de los estudiantes de la zona urbana de acuerdo a los aspectos necesarios para emprender un negocio según la zona donde viven, se encuentra en un alto nivel para todos los aspectos, con porcentajes mayores a 56,1%. Por su parte los estudiantes de la zona rural, perciben un nivel alto en Recursos económicos, apoyo institucional y talento y competencias con porcentajes superiores a 59,5%, mientras que para las opciones suerte y apoyo familiar, fueron calificadas en nivel medio con 45,9% y 48,6% respectivamente.

**Tabla 16. Características que debe reunir un emprendedor exitoso según los estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria.**

Características	Bajo	%	Media	%	Alta	%
Disciplina	0	0.0	4	5.1	74	94.9
Creatividad	0	0.0	14	17.9	64	82.1
Innovación	1	1.3	9	11.5	68	87.2
Carisma	1	1.3	31	39.7	46	59.0
Dedicación	0	0.0	9	11.5	69	88.5
Responsabilidad	0	0.0	2	2.6	76	97.4
Autocracia	0	0.0	30	38.5	48	61.5
Autocontrol	0	0.0	23	29.5	55	70.5
Suerte	23	29.5	32	41.0	23	29.5
Liderazgo	2	2.6	5	6.4	71	91.0
Perseverancia	0	0.0	12	15.4	66	84.6

Fuente: Elaboración propia

A excepción de la característica suerte calificada por 23 encuestados en nivel bajo, las demás fueron calificadas con mayor proporción en el nivel alto; lo cual muestra que los jóvenes consideran necesario desarrollar cada una de estas características.

Se evidencia mayor importancia a características como la responsabilidad, la disciplina y el liderazgo; así mismo la suerte, el carisma y la autocracia son los elementos considerados como los de menor relevancia por parte de los estudiantes a la hora de pensar en las características que debe reunir un emprendedor.

**Tabla 17. Características que debe reunir un emprendedor exitoso según los estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria, según zona.**

Ventajas	Urbana						Rural					
	Bajo		Medio		Alto		Bajo		Medio		Alto	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Disciplina	0	0.0	2	4.9	39	95.1	0	0.0	2	5.4	35	94.6
Creatividad	0	0.0	9	22.0	32	78.0	0	0.0	5	13.5	32	86.5
Innovación	0	0.0	6	14.6	35	85.4	1	2.7	3	8.1	33	89.2
Carisma	0	0.0	12	29.3	29	70.7	1	2.7	19	51.4	17	45.9
Dedicación	0	0.0	3	7.3	38	92.7	0	0.0	6	16.2	31	83.8
Responsabilidad	0	0.0	1	2.4	40	97.6	0	0.0	1	2.7	36	97.3
Autocracia	0	0.0	11	26.8	30	73.2	0	0.0	19	51.4	18	48.6
Autocontrol	0	0.0	7	17.1	34	82.9	0	0.0	16	43.2	21	56.8
Suerte	13	31.7	16	39.0	12	29.3	10	27.0	16	43.2	11	29.7
Liderazgo	0	0.0	4	9.8	37	90.2	2	5.4	1	2.7	34	91.9
Perseverancia	0	0.0	6	14.6	35	85.4	0	0.0	6	16.2	31	83.8

Fuente: Elaboración propia.

La percepción que tienen los estudiantes de acuerdo con las características que deben tener los emprendedores exitosos con relación a la zona donde viven muestra que tanto los de la zona urbana como los de la zona rural manifiestan un nivel alto para todas las características (a excepción de la suerte con porcentaje de 29%), coincidiendo en la responsabilidad, el liderazgo y la disciplina como características principales. Cabe anotar además que los estudiantes de la zona urbana califican la característica “Dedicación” como de gran importancia en nivel alto por el 92,7% de los estudiantes de estas localidades.

A excepción de la suerte, las demás características fueron calificadas en el nivel bajo por pocos estudiantes.

**Tabla 18. Importancia que le dan los estudiantes a las áreas que ofrece la tecnología para la creación de empresas, según género.**

Ventajas	Hombre						Mujer					
	Bajo		Medio		Alto		Bajo		Medio		Alto	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Emprendimiento	0	0.0	2	6.9	27	93.1	0	0.0	3	6.1	46	93.9
Creatividad e innovación	0	0.0	2	6.9	27	93.1	0	0.0	2	4.1	47	95.9
Formulación de proyectos	0	0.0	3	10.3	26	89.7	1	2.0	3	6.1	45	91.8
Gestión de proyectos	0	0.0	2	6.9	27	93.1	1	2.0	2	4.1	46	93.9
Administración	0	0.0	1	3.4	28	96.6	0	0.0	3	6.1	46	93.9
Economía	1	3.4	4	13.8	24	82.8	0	0.0	4	8.2	45	91.8
Habilidades gerenciales	0	0.0	5	17.2	24	82.8	0	0.0	5	10.2	44	89.8
Estudio de mercados	0	0.0	4	13.8	25	86.2	0	0.0	3	6.1	46	93.9
Análisis financiero	0	0.0	3	10.3	26	89.7	2	4.1	1	2.0	46	93.9
Plan de negocios	1	3.4	2	6.9	26	89.7	1	2.0	3	6.1	45	91.8

Fuente: Elaboración propia.

Tanto hombres como mujeres responden tener una percepción alta a todas las áreas ofrecidas con porcentajes mayores a 82,8%, la creatividad e innovación en las mujeres fue calificada en un 95,9% y la administración fue calificada por los hombres en un 96,6%.

Las asignaturas como Economía, Habilidades gerenciales y Estudio de mercados fueron calificadas como las de menor grado de importancia (aunque todas fueron calificadas en nivel alto).

**Tabla 19. Importancia que le dan los estudiantes a las áreas que ofrece la tecnología para la creación de empresas, según zona.**

Ventajas	Urbana						Rural					
	Bajo		Medio		Alto		Bajo		Medio		Alto	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Emprendimiento	0	0.0	2	4.9	39	95.1	0	0.0	3	8.1	34	91.9
Creatividad e innovación	0	0.0	1	2.4	40	97.6	0	0.0	3	8.1	34	91.9
Formulación de proyectos	0	0.0	1	2.4	40	97.6	1	2.7	5	13.5	31	83.8
Gestión de proyectos	0	0.0	2	4.9	39	95.1	1	2.7	2	5.4	34	91.9
Administración	0	0.0	1	2.4	40	97.6	0	0.0	3	8.1	34	91.9
Economía	1	2.4	0	0.0	40	97.6	0	0.0	8	21.6	29	78.4
Habilidades gerenciales	0	0.0	4	9.8	37	90.2	0	0.0	6	16.2	31	83.8
Estudio de mercados	0	0.0	3	7.3	38	92.7	0	0.0	4	10.8	33	89.2
Análisis financiero	1	2.4	2	4.9	38	92.7	1	1	2	5.4	34	91.9
Plan de negocios	1	2.4	2	4.9	38	92.7	1	1	3	8.1	33	89.2

Fuente: Elaboración propia.

Tanto los de la zona urbana como los de la rural coinciden en tener una importancia de un nivel alto a todas las áreas ofrecidas por la tecnología, mostrando porcentajes mayores 78,4%. Las áreas con mayor importancia para la zona urbana son creatividad e innovación, formulación de proyectos, administración y economía con un porcentaje de 97,6%, mientras que para la zona rural las áreas de mayor importancia para los estudiantes en su orden son emprendimiento, creatividad e innovación, gestión de proyectos, administración y análisis financiero con un porcentaje del 91,9% cada una.

**Tabla 20. Características de los estudiantes que están interesados en crear su propia empresa.**

Características	Agrícola		Pecuaría		Forestal		Otros	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Género								
Hombre	9	31.0	10	34.5	2	6.9	8	27.6
Mujer	18	36.7	9	18.4	3	6.1	11	22.4
Total	27	34.6	19	24.4	5	6.4	19	24.4
Zona								
Urbana	17	41.5	9	22.0	2	4.9	9	22.0
Rural	10	27.0	10	27.0	3	8.1	10	27.0
Total	27	34.6	19	24.4	5	6.4	19	24.4
Edad								
17	2	33.3	1	16.7	0	0.0	1	16.7
18	6	31.6	3	15.8	0	0.0	5	26.3
19	6	28.6	6	28.6	1	4.8	6	28.6
20	7	41.2	1	5.9	2	11.	3	17.6
21	3	60.0	1	20.0	1	8	2	40.0
22	1	20.0	2	40.0	0	20.	1	20.0
23	2	40.0	5	100.	1	0	1	20.0
				0		0.0		
						20.		
						0		
Total	27	34.6	19	24.4	5	6.4	19	24.4
N° Personas con las que vive								
1	3	75.0	1	25.0	0	0.0	1	25.0
2	11	55.0	4	20.0	2	10.	4	20.0
3	2	40.0	1	20.0	0	0	1	20.0
4	3	20.0	4	26.7	0	0.0	4	26.7
5	3	27.3	4	36.4	0	0.0	3	27.3
6	3	21.4	3	21.4	1	0.0	3	21.4
7	2	25.0	1	12.5	2	7.1	3	37.5
8	0	0.0	1	100.	0	25.	0	0.0
				0		0		
						0.0		
Total	27	34.6	19	24.4	5	6.4	19	24.4
Vive con								
Papá	1	100	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Mamá	2	66.7	1	33.3	0	0.0	0	0.0
Otros	7	77.8	1	11.1	1	11.	0	0.0
Papá y mamá	4	33.3	2	16.7	1	1	5	41.7
Papá, mamá y hermanos	11	33.3	10	30.3	3	8.3	9	27.3
Papá, mamá, hermanos y otros	0	0.0	2	50.0	0	9.1	2	50.0
Mamá y hermanos	1	25.0	1	25.0	0	0.0	2	50.0
Mamá, hermanos y otros	1	50.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0
	0	0.0	1	50.0	0	0.0	1	50.0
						0.0		

Papá, mamá y otros								
Total	27	34.6	19	24.4	5	6.4	19	24.4
Tienen empresa	11	36.7	6	20.0	1	3.3	12	40.0
Tipo de empresa	Finca cafetera Fábrica de zapatos Comedero Tienda Transf. maíz		Fab. zapatos Almacén de ropa Alm. Rep carros internet		Panadería		Finca cafetera Trans- porte. Emp. Panela Vivero Ferreterí a	

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las características de los estudiantes que están interesados en crear su propia empresa se muestra como en mayor porcentaje las mujeres quieren crear una empresa agrícola, mientras que los hombres en mayor porcentaje tienden hacia la creación de empresas pecuarias. De la misma forma los estudiantes que residen en la zona urbana muestran con un porcentaje mayor interés en crear empresa agrícola, mientras que los de la zona rural muestran con porcentajes iguales un interés en crear empresa en el campo agrícola.

Los estudiantes con edad de 20 años están más inclinados en crear empresas agrícolas, a diferencia de los de 19 años que tienen más interés en crear empresas pecuarias. Los estudiantes que están interesados en crear empresa agrícola viven con dos personas como lo evidencia el alto porcentaje de respuesta.

**Tabla 21. Habilidades que consideran tener los estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria, según género.**

Habilidades para:	Hombres						Mujeres					
	Bajo		Medio		Alto		Bajo		Medio		Alto	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Investigar e indagar sobre el porqué de las cosas	0	0.0	20	69.0	9	31.0	0	0.0	42	85.7	7	14.3
Identificar oportunidades de negocios	0	0.0	17	58.6	12	41.4	3	6.1	30	61.2	16	32.7
Indagar acerca de los retos y bondades que ofrece la posibilidad de crear empresa	2	6.9	15	51.7	12	41.4	3	6.1	30	61.2	16	32.7
Mantener informado acerca de las tendencias del mercado y de los negocios	4	13.8	22	75.9	3	10.3	6	12.2	37	75.5	6	12.2
Comercializar los productos que genera	3	10.3	16	55.2	10	34.5	6	12.2	28	57.1	15	30.6
Soportar las dificultades y fracasos	2	6.9	17	58.6	10	34.5	2	4.1	26	53.1	21	42.9
Perseverar en las ideas y proyectos que se propone	1	3.4	16	55.2	12	41.4	1	2.0	18	36.7	30	61.2
Relacionarse con otras personas	0	0.0	7	24.1	22	75.9	0	0.0	13	26.5	36	73.5
Aceptar otros puntos de vista y diferencias en conceptos	0	0.0	12	41.4	17	58.6	0	0.0	18	36.7	31	63.3
Intentar mejorar y hacer cosas nuevas todos los días	0	0.0	12	41.4	17	58.6	0	0.0	19	38.8	30	61.2
Intentar hacer las cosas de diferente manera	1	3.4	13	44.8	15	51.7	1	2.0	22	44.9	26	53.1
Tomar decisiones asumiendo las responsabilidades	0	0.0	17	58.6	12	41.4	1	2.0	19	38.8	29	59.2

que esto amerita												
Buscar su propio negocio y sustento	1	3.4	19	65.5	9	31.0	0	0.0	31	63.3	18	36.7
Adaptarse a diferentes situaciones y ambientes	0	0.0	12	41.4	17	58.6	0	0.0	21	42.9	28	57.1
Conformar, planear y liderar equipos de trabajo y recursos	0	0.0	14	48.3	15	51.7	3	6.1	30	61.2	16	32.7
Delegar y empoderar a otras personas	1	3.4	19	65.5	9	31.0	2	4.1	36	73.5	11	22.4
Exigirse y autoevaluarse	1	3.4	11	37.9	17	58.6	0	0.0	22	44.9	27	55.1
Auto controlarse en los momentos de dificultad	2	6.9	15	51.7	12	41.4	2	4.1	26	53.1	21	42.9
Definir estrategias y planes en el corto, mediano y largo plazo	0	0.0	18	62.1	11	37.9	2	4.1	37	75.5	10	20.4
Definir y alcanzar objetivos	1	3.4	13	44.8	15	51.7	0	0.0	30	61.2	19	38.8
Arriesgarse a alcanzar los objetivos, aun en condiciones de riesgo e incertidumbre	2	6.9	18	62.1	9	31.0	4	8.2	25	51.0	20	40.8
Reconocer la importancia de los elementos técnicos, sociales y ambientales en una empresa	0	0.0	13	44.8	16	55.2	0	0.0	18	36.7	31	63.3
Capacidad para intuir acerca de posibles amenazas u oportunidades	2	6.9	16	55.2	11	37.9	1	2.0	31	63.3	17	34.7
Trabajar en lo desconocido e incierto	6	20.7	16	55.2	7	24.1	9	18.4	32	65.3	8	16.3
Crear, transformar o mejorar productos o servicios	0	0.0	15	51.7	14	48.3	4	8.2	24	49.0	21	42.9

Los hombres manifiestan tener habilidades en un nivel medio en mayores porcentajes para investigar e indagar sobre el porqué de las cosas, mantener informado acerca de las tendencias de mercado y de los negocios, buscar su propio negocio y sustento delegar y empoderar a otras personas. En un nivel alto las respuestas de relacionarse con otras personas.

Para las mujeres las habilidades son identificar oportunidades de negocios, mantener informado acerca de las tendencias de mercado y de los negocios, conformar, planear y liderar equipos de trabajo y recursos, arriesgarse a alcanzar lo desconocido, trabajar en lo desconocido e incierto. En un nivel alto el reconocer la importancia de elementos técnicos, sociales y ambientales de una empresa, aceptar otros puntos de vista y diferentes conceptos y relacionarse con otras personas

**Tabla 22. Habilidades que consideran tener los estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria, según edad.**

Habilidades para:	Edad de 17 a 19 años						Edad de 20 a 23 años					
	Bajo		Medio		Alto		Bajo		Medio		Alto	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Investigar e indagar sobre el porqué de las cosas	0	0.0	20	69.0	9	31.0	0	0.0	42	85.7	7	14.3
Identificar oportunidades de negocios	0	0.0	17	58.6	12	41.4	3	6.1	30	61.2	16	32.7
Indagar acerca de los retos y bondades que ofrece la posibilidad de crear empresa	2	6.9	15	51.7	12	41.4	3	6.1	30	61.2	16	32.7
Mantener informado acerca de las tendencias del mercado y de los negocios	4	13.8	22	75.9	3	10.3	6	12.2	37	75.5	6	12.2
Comercializar los	3	10.3	16	55.2	10	34.5	6	12.2	28	57.1	15	30.6

productos que genera													
Soportar las dificultades y fracasos	2	6.9	17	58.6	10	34.5	2	4.1	26	53.1	21	42.9	
Perseverar en las ideas y proyectos que se propone	1	3.4	16	55.2	12	41.4	1	2.0	18	36.7	30	61.2	
Relacionarse con otras personas	0	0.0	7	24.1	22	75.9	0	0.0	13	26.5	36	73.5	
Aceptar otros puntos de vista y diferencias en conceptos	0	0.0	12	41.4	17	58.6	0	0.0	18	36.7	31	63.3	
Intentar mejorar y hacer cosas nuevas todos los días	0	0.0	12	41.4	17	58.6	0	0.0	19	38.8	30	61.2	
Intentar hacer las cosas de diferente manera	1	3.4	13	44.8	15	51.7	1	2.0	22	44.9	26	53.1	
Tomar decisiones asumiendo las responsabilidades que esto amerita	0	0.0	17	58.6	12	41.4	1	2.0	19	38.8	29	59.2	
Buscar su propio negocio y sustento	1	3.4	19	65.5	9	31.0	0	0.0	31	63.3	18	36.7	
Adaptarse a diferentes situaciones y ambientes	0	0.0	12	41.4	17	58.6	0	0.0	21	42.9	28	57.1	
Conformar, planear y liderar equipos de trabajo y recursos	0	0.0	14	48.3	15	51.7	3	6.1	30	61.2	16	32.7	
Delegar y empoderar a otras personas	1	3.4	19	65.5	9	31.0	2	4.1	36	73.5	11	22.4	
Exigirse y autoevaluarse	1	3.4	11	37.9	17	58.6	0	0.0	22	44.9	27	55.1	
Auto controlarse en los momentos de dificultad	2	6.9	15	51.7	12	41.4	2	4.1	26	53.1	21	42.9	
Definir estrategias y planes en el corto, mediano y largo plazo	0	0.0	18	62.1	11	37.9	2	4.1	37	75.5	10	20.4	
Definir y alcanzar objetivos	1	3.4	13	44.8	15	51.7	0	0.0	30	61.2	19	38.8	

Arriesgarse a alcanzar los objetivos, aun en condiciones de riesgo e incertidumbre	2	6.9	18	62.1	9	31.0	4	8.2	25	51.0	20	40.8
Reconocer la importancia de los elementos técnicos, sociales y ambientales en una empresa	0	0.0	13	44.8	16	55.2	0	0.0	18	36.7	31	63.3
Capacidad para intuir acerca de posibles amenazas u oportunidades	2	6.9	16	55.2	11	37.9	1	2.0	31	63.3	17	34.7
Trabajar en lo desconocido e incierto	6	20.7	16	55.2	7	24.1	9	18.4	32	65.3	8	16.3
Crear, transformar o mejorar productos o servicios	0	0.0	15	51.7	14	48.3	4	8.2	24	49.0	21	42.9

Fuente: Elaboración propia

Se encontró que los estudiantes en edades de 17 a 19 años consideran tener habilidades para investigar e indagar sobre el porqué de las cosas, conformar, planear y liderar equipos de trabajo y recursos, delegar y empoderar a otras personas y definir y alcanzar objetivos, de esta misma manera los alumnos de edades entre los 20 y 23 años destacan tener habilidades como soportar las dificultades y fracasos, perseverar en las ideas y proyectos que se propone y tomar decisiones asumiendo las responsabilidades que esto amerita, estos dos rangos de edades aciertan evaluando en un nivel alto que relacionarse con otras personas es sin duda un factor decisivo para un emprendedor exitoso.

**Tabla 23. Habilidades que consideran tener los estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria, según zona.**

Habilidades para:	Urbana						Rural					
	Bajo		Medio		Alto		Bajo		Medio		Alto	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Investigar e indagar sobre el porqué de las cosas	0	0.0	3	7.3	8	19.5	0	0.0	29	78.4	8	21.6
Identificar oportunidades de negocios	0	0.0	23	56.1	28	68.3	1	2.7	25	64.9	10	27.0
Indagar acerca de los retos y bondades que ofrece la posibilidad de crear empresa	0	0.0	19	46.3	22	53.7	1	2.7	19	51.4	14	37.8
Mantener informado acerca de las tendencias del mercado y de los negocios	4	9.8	32	78.0	5	12.2	6	16.2	27	73.0	4	10.8
Comercializar los productos que genera	3	7.3	24	58.5	14	34.1	6	16.2	20	54.1	11	29.7
Soportar las dificultades y fracasos	1	2.4	20	48.8	20	48.8	1	2.7	23	62.2	11	29.7
Perseverar en las ideas y proyectos que se propone	0	0.0	23	56.1	18	43.9	0	0.0	11	29.7	24	64.9
Relacionarse con otras personas	0	0.0	11	26.8	30	73.2	0	0.0	9	24.3	28	75.7
Aceptar otros puntos de vista y diferencias en conceptos	0	0.0	15	36.6	26	63.4	0	0.0	15	40.5	22	59.5
Intentar mejorar y hacer cosas nuevas todos los	0	0.0	21	51.2	20	48.8	0	0.0	10	27.0	27	73.0

días												
Intentar hacer las cosas de diferente manera	0	0.0	23	56.1	18	43.9	0	0.0	12	32.4	23	62.2
Tomar decisiones asumiendo las responsabilidades que esto amerita	0	0.0	19	46.3	22	53.7	0	0.0	17	45.9	19	51.4
Buscar su propio negocio y sustento	1	2.4	22	53.7	18	43.9	1	2.7	28	75.7	9	24.3
Adaptarse a diferentes situaciones y ambientes	0	0.0	15	36.6	26	63.4	0	0.0	18	48.6	19	51.4
Conformar, planear y liderar equipos de trabajo y recursos	1	2.4	23	56.1	17	41.5	1	2.7	21	56.8	14	37.8
Delegar y empoderar a otras personas	1	2.4	27	65.9	13	31.7	2	5.4	28	75.7	7	18.9
Exigirse y autoevaluarse	0	0.0	14	34.1	27	65.9	0	0.0	19	51.4	27	73.0
Auto controlarse en los momentos de dificultad	1	2.4	21	51.2	19	46.3	2	5.4	20	54.1	14	37.8
Definir estrategias y planes en el corto, mediano y largo plazo	0	0.0	30	73.2	11	26.8	1	2.7	25	67.6	10	27.0
Definir y alcanzar objetivos	0	0.0	21	51.2	20	48.8	0	0.0	22	59.5	14	37.8
Arriesgarse a alcanzar los objetivos, aun en condiciones de riesgo e incertidumbre	4	9.8	23	56.1	14	34.1	3	8.1	20	54.1	15	40.5
Reconocer la importancia de los elementos	0	0.0	16	39.0	25	61.0	0	0.0	15	40.5	22	59.5

técnicos, sociales y ambientales en una empresa												
Capacidad para intuir acerca de posibles amenazas u oportunidades	0	0.0	26	63.4	15	36.6	1	2.7	21	56.8	13	35.1
Trabajar en lo desconocido e incierto	6	14.6	27	65.9	8	19.5	8	21.6	21	56.8	7	18.9
Crear, transformar o mejorar productos o servicios	1	2.4	23	56.1	17	41.5	1	2.7	16	43.2	18	48.6

Fuente: Elaboración propia.

Las personas que viven en la zona urbana respondieron en un nivel medio tener habilidad para mantenerse informado acerca de las tendencias del mercado y de los negocios, y en un nivel alto la habilidad de relacionarse con otras personas.

A diferencia en la zona rural responden tener un nivel de importancia medio para las habilidades: investigar e indagar de el por qué de las cosas, mantener informado acerca de las tendencias del mercado y de los negocios, delegar y empoderar a otras personas, buscar su propio negocio y sustento y en un nivel alto de habilidad el relacionarse con otras personas, intentar mejorar y hacer cosas nuevas todos los días, exigirse y auto-evaluarse.

**Tabla 24. Habilidades que consideran tener los estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria, según número de las personas con las que convive.**

Habilidades para:	Menos de tres personas						Más de tres personas					
	Bajo		Medio		Alto		Bajo		Medio		Alto	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Investigar e indagar sobre el porqué de las cosas	0	0.0	22	75.9	7	24.1	0	0.0	40	81.6	9	18.4
Identificar oportunidades de negocios	1	3.4	16	55.2	12	41.4	2	4.1	31	63.3	16	32.7
Indagar acerca de los retos y bondades que ofrece la posibilidad de crear empresa	1	3.4	15	51.7	13	44.8	3	6.1	23	46.9	23	46.9
Mantener informado acerca de las tendencias del mercado y de los negocios	6	20.7	15	51.7	8	27.6	4	8.2	44	89.8	1	2.0
Comercializar los productos que genera	6	20.7	13	44.8	10	34.5	3	6.1	31	63.3	15	30.6
Soportar las dificultades y fracasos	1	3.4	20	69.0	8	27.6	3	6.1	23	46.9	23	46.9
Perseverar en las ideas y proyectos que se propone	0	0.0	12	41.4	17	58.6	2	4.1	22	44.9	25	51.0
Relacionarse con otras personas	0	0.0	9	31.0	20	69.0	0	0.0	11	22.4	38	77.6
Aceptar otros puntos de vista y diferencias en conceptos	0	0.0	15	51.7	14	48.3	0	0.0	15	30.6	34	69.4
Intentar mejorar y hacer cosas nuevas todos los días	0	0.0	13	44.8	16	55.2	0	0.0	18	36.7	31	63.3
Intentar hacer las cosas de diferente manera	0	0.0	14	48.3	15	51.7	2	4.1	21	42.9	26	53.1
Tomar decisiones asumiendo las	0	0.0	14	48.3	15	51.7	1	2.0	22	44.9	26	53.1

responsabilidades que esto amerita												
Buscar su propio negocio y sustento	1	3.4	16	55.2	12	41.4	0	0.0	34	69.4	15	30.6
Adaptarse a diferentes situaciones y ambientes	0	0.0	12	41.4	17	58.6	0	0.0	21	42.9	28	57.1
Conformar, planear y liderar equipos de trabajo y recursos	1	3.4	15	51.7	13	44.8	2	4.1	29	59.2	18	36.7
Delegar y empoderar a otras personas	2	6.9	18	62.1	9	31.0	1	2.0	37	75.5	11	22.4
Exigirse y autoevaluarse	0	0.0	13	44.8	16	55.2	1	2.0	20	40.8	28	57.1
Auto controlarse en los momentos de dificultad	2	6.9	19	65.5	8	27.6	2	4.1	22	44.9	25	51.0
Definir estrategias y planes en el corto, mediano y largo plazo	1	3.4	18	62.1	10	34.5	1	2.0	37	75.5	11	22.4
Definir y alcanzar objetivos	0	0.0	14	48.3	15	51.7	1	2.0	29	59.2	19	38.8
Arriesgarse a alcanzar los objetivos, aun en condiciones de riesgo e incertidumbre	3	10.3	14	48.3	12	41.4	3	6.1	29	59.2	17	34.7
Reconocer la importancia de los elementos técnicos, sociales y ambientales en una empresa	0	0.0	11	37.9	18	62.1	0	0.0	20	40.8	29	59.2
Capacidad para intuir acerca de posibles amenazas u oportunidades	1	3.4	20	69.0	8	27.6	2	4.1	27	55.1	20	40.8
Trabajar en lo desconocido e incierto	8	27.6	15	51.7	6	20.7	7	14.3	33	67.3	9	18.4
Crear, transformar o mejorar productos o	1	3.4	14	48.3	14	48.3	3	6.1	25	51.0	21	42.9

servicios												
-----------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

La percepción que tienen los estudiantes en cuanto a las habilidades que deben tener estos con respecto al número de personas con las que viven, arrojo que aquellos que conviven con tres personas o menos, responden tener un nivel alto para perseverar en las ideas y proyectos que se proponen, relacionarse con otras personas y reconocer la importancia de elementos técnicos, sociales y ambientales en una empresa. Y las personas que viven con más de tres personas manifiestan tener habilidades en un nivel medio en mayores porcentajes para investigar e indagar sobre el porqué de las cosas, mantener informado acerca de las tendencias del mercado y de los negocios y delegar y empoderar a otras personas.

**Tabla 25. Habilidades que consideran tener los estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria, según experiencia de empresa o negocio.**

Habilidades para:	Si poseen empresa en familia						No poseen empresa en familia					
	Bajo		Medio		Alto		Bajo		Medio		Alto	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Investigar e indagar sobre el porqué de las cosas	0	0.0	19	63.3	11	36.7	0	0.0	43	89.6	5	10.4
Identificar oportunidades de negocios	1	3.3	16	53.3	13	43.3	2	4.2	31	64.6	15	31.3
Indagar acerca de los retos y bondades que ofrece la posibilidad de crear empresa	0	0.0	11	36.7	19	63.3	4	8.3	27	56.3	17	35.4
Mantener informado acerca de las tendencias del mercado y de los negocios	3	10.0	24	80.0	3	10.0	7	14.6	35	72.9	6	12.5

Comercializar los productos que genera	2	6.7	15	50.0	13	43.3	7	14.6	29	60.4	12	25.0
Soportar las dificultades y fracasos	0	0.0	18	60.0	12	40.0	4	8.3	25	52.1	19	39.6
Perseverar en las ideas y proyectos que se propone	0	0.0	14	46.7	16	53.3	2	4.2	20	41.7	26	54.2
Relacionarse con otras personas	0	0.0	7	23.3	23	76.7	0	0.0	13	27.1	35	72.9
Aceptar otros puntos de vista y diferencias en conceptos	0	0.0	10	33.3	20	66.7	0	0.0	20	41.7	28	58.3
Intentar mejorar y hacer cosas nuevas todos los días	0	0.0	11	36.7	19	63.3	0	0.0	20	41.7	28	58.3
Intentar hacer las cosas de diferente manera	0	0.0	18	60.0	12	40.0	2	4.2	17	35.4	29	60.4
Tomar decisiones asumiendo las responsabilidades que esto amerita	0	0.0	10	33.3	20	66.7	1	2.1	26	54.2	21	43.8
Buscar su propio negocio y sustento	0	0.0	16	53.3	14	46.7	1	2.1	34	70.8	13	27.1
Adaptarse a diferentes situaciones y ambientes	0	0.0	13	43.3	17	56.7	0	0.0	20	41.7	28	58.3
Conformar, planear y liderar equipos de trabajo y recursos	0	0.0	13	43.3	17	56.7	3	6.3	27	56.3	28	58.3
Delegar y empoderar a otras personas	0	0.0	21	70.0	9	30.0	3	6.3	34	70.8	11	22.9
Exigirse y autoevaluarse	0	0.0	11	36.7	19	63.3	1	2.1	22	45.8	25	52.1
Auto controlarse en los momentos de dificultad	1	3.3	13	43.3	16	53.3	3	6.3	28	58.3	17	35.4
Definir estrategias y planes en el corto, mediano y largo plazo	0	0.0	22	73.3	8	26.7	2	4.2	33	68.8	13	27.1
Definir y alcanzar	0	0.0	12	40.0	18	60.0	1	2.1	31	64.6	16	33.3

objetivos													
Arriesgarse a alcanzar los objetivos, aun en condiciones de riesgo e incertidumbre	4	13.3	16	53.3	10	33.3	2	4.2	27	56.3	19	39.6	
Reconocer la importancia de los elementos técnicos, sociales y ambientales en una empresa	0	0.0	11	36.7	19	63.3	0	0.0	20	41.7	28	58.3	
Capacidad para intuir acerca de posibles amenazas u oportunidades	0	0.0	20	66.7	10	33.3	3	6.3	27	56.3	18	37.5	
Trabajar en lo desconocido e incierto	5	16.7	21	70.0	4	13.3	10	20.8	27	56.3	11	22.9	
Crear, transformar o mejorar productos o servicios	3	10.0	11	36.7	16	53.3	1	2.1	28	58.3	19	39.6	

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a las habilidades que poseen los estudiantes de la tecnología si las familias poseen o no empresa se encontró en un nivel medio tener habilidades para intuir acerca de posibles amenazas u oportunidades y para trabajar en lo desconocido e incierto. Y para los que no poseen empresa en la familia se encontró en un nivel alto tener la habilidad de relacionarse con otras personas e intentar hacer las cosas de diferente manera.

**Tabla 26. Comparativo del desarrollo de actitudes para el emprendimiento que poseen los estudiantes del programa tecnológico en gestión agropecuaria frente al género.**

N°	Actitudes para:	CHI	P VALOR	PHI	P VALOR
1	Investigar indagar el porqué de las cosas	3,134 <sup>a</sup>	0,077	0,200	0,077
2	Identificar oportunidades de negocio	2,182 <sup>a</sup>	,336	,167	,336
3	Indagar acerca de retos para crear empresa	,595 <sup>a</sup>	,743	,087	,743
4	Mantener informado en tendencias de mercado	,091 <sup>a</sup>	,955	,034	,955
5	Comercializar productos	,155 <sup>a</sup>	,926	,045	,926
6	Soportar dificultades y fracasos	,705 <sup>a</sup>	,703	,095	,703
7	Perseverar en ideas y proyectos	2,894 <sup>a</sup>	,235	,193	,235
8	Relacionarse con otros	,055 <sup>a</sup>	,815	,026	,815
9	Aceptar otros conceptos y diferencias	,166 <sup>a</sup>	,684	-,46	,684
10	Intentar mejorar y hacer cosas nuevas	,052 <sup>a</sup>	,820	-,26	,820
11	Intentar hacer cosas de diferente manera	,147 <sup>a</sup>	,929	,043	,929
12	Tomar decisiones asumiendo responsabilidades	3,245 <sup>a</sup>	,197	,204	,197
13	Buscar su propio negocio	1,875 <sup>a</sup>	,392	,155	,392
14	Adaptarse a diferentes situaciones y ambientes	,016 <sup>a</sup>	,898	,014	,898
15	Conformar, planear y liderar equipos de trabajo	3,984 <sup>a</sup>	,136	,226	,136
16	Delegar y empoderar a otras personas	,706 <sup>a</sup>	,703	,095	,703
17	Exigirse y autoevaluarse	1,939 <sup>a</sup>	,379	,158	,379
18	Auto controlarse en los momentos de dificultad	,297 <sup>a</sup>	,862	,062	,862
19	Definir estrategias y planes en el corto, mediano y largo plazo	3,728 <sup>a</sup>	,155	,219	,155
20	Definir y alcanzar objetivos	3,279 <sup>a</sup>	,194	,205	,194
21	Arriesgarse a alcanzar objetivos en riesgo e incertidumbre	,910 <sup>a</sup>	,634	,108	,634
22	Reconocer la importancia de elementos técnicos sociales y ambientales	,498 <sup>a</sup>	,480	-,080	,480
23	Intuir acerca de posibilidades, amenazas y oportunidades	1,368 <sup>a</sup>	,505	,132	,505

24	Trabajar en lo desconocido e incierto	,933 <sup>a</sup>	,627	,109	,627
25	Crear, transformar o mejorar productos y/o servicios	2,514 <sup>a</sup>	,285	,180	,285

\*\* < 0,005 Diferencias significativas. Fuente: Elaboración propia.

Al comparar las actitudes para el emprendimiento que poseen los estudiantes del programa tecnológico en gestión agropecuaria con relación al género, se encontró que no existe asociación estadísticamente significativa entre las variables. Obsérvese, que en el caso de indagar acerca de retos para crear empresa el género femenino con un 49% supera en porcentaje ante los hombres con 41.4%.

**Tabla 27. Comparativo del desarrollo de actitudes para el emprendimiento que poseen los estudiantes del programa tecnológico en gestión agropecuaria frente a la zona.**

N°	Actitudes para:	CHI	P VALOR	PHI	P VALOR
1	Investigar indagar el porqué de las cosas	,053 <sup>a</sup>	,818	-,026	,818
2	Identificar oportunidades de negocio	5,115 <sup>a</sup>	,077	,256	,077
3	Indagar acerca de retos para crear empresa	5,587 <sup>a</sup>	,061	,268	,061
4	Mantener informado en tendencias de mercado	,732 <sup>a</sup>	,694	,097	,694
5	Comercializar productos	1,523 <sup>a</sup>	,467	,140	,467
6	Soportar dificultades y fracasos	3,627 <sup>a</sup>	,163	,216	,163
7	Perseverar en ideas y proyectos	6,905 <sup>a</sup>	,032	,298	,032
8	Relacionarse con otros	,064 <sup>a</sup>	,800	-,029	,800
9	Aceptar otros conceptos y diferencias	,129 <sup>a</sup>	,720	,041	,720
10	Intentar mejorar y hacer cosas nuevas	4,753 <sup>a</sup>	,029	-,247	,029
11	Intentar hacer cosas de diferente manera	5,877 <sup>a</sup>	,050	,274	,050
12	Tomar decisiones asumiendo responsabilidades	1,128 <sup>a</sup>	,569	,120	,569
13	Buscar su propio negocio	4,527 <sup>a</sup>	,104	,241	,104
14	Adaptarse a diferentes situaciones y ambientes	1,160 <sup>a</sup>	,282	,122	,282
15	Conformar, planear y liderar equipos de trabajo	,511 <sup>a</sup>	,775	,081	,775
16	Delegar y empoderar a otras personas	1,952 <sup>a</sup>	,377	,158	,377
17	Exigirse y autoevaluarse	3,835 <sup>a</sup>	,147	,222	,147

18	Auto controlarse en los momentos de dificultad	1,581 <sup>a</sup>	,454	,142	,454
19	Definir estrategias y planes en el corto, mediano y largo plazo	2,303 <sup>a</sup>	,316	,172	,316
20	Definir y alcanzar objetivos	1,882 <sup>a</sup>	,390	,155	,390
21	Arriesgarse a alcanzar objetivos en riesgo e incertidumbre	,707 <sup>a</sup>	,702	,095	,702
22	Reconocer la importancia de elementos técnicos sociales y ambientales	,019 <sup>a**</sup>	,891	,015	,891
23	Intuir acerca de posibilidades, amenazas y oportunidades	3,479 <sup>a</sup>	,176	,211	,176
24	Trabajar en lo desconocido e incierto	1,215 <sup>a</sup>	,545	,125	,545
25	Crear, transformar o mejorar productos y/o servicios	2,085 <sup>a</sup>	,353	,164	,353

\*\* < 0,005 Diferencias significativas Fuente: Elaboración propia.

Al comparar el desarrollo de actitudes para el emprendimiento que poseen los estudiantes del programa tecnológico en gestión agropecuaria frente a la zona, se evidencia que existe asociación estadísticamente significativa en las siguientes actitudes: Perservación en ideas y proyectos ( $p < 0,032$ ) con una dependencia nula. Intentar mejorar y hacer cosas nuevas ( $p < 0,029$ ) y una dependencia leve; Intentar hacer las cosas de diferente manera ( $p < 0,050$ ) y una dependencia moderada.

**Tabla 28. Comparativo del desarrollo de actitudes para el emprendimiento que poseen los estudiantes del programa tecnológico en gestión agropecuaria frente a la Edad.**

N°	Actitudes para:	CHI	P VALOR	PHI	P VALOR
1	Investigar indagar el porqué de las cosas	,587 <sup>a</sup>	,444	-,087	,444
2	Identificar oportunidades de negocio	,418 <sup>a</sup>	,811	,073	,811
3	Indagar acerca de retos para crear empresa	,103 <sup>a</sup>	,950	,036	,950
4	Mantener informado en tendencias de mercado	1,354 <sup>a</sup>	,508	,132	,508
5	Comercializar productos	2,405 <sup>a</sup>	,300	,176	,300
6	Soportar dificultades y fracasos	1,593 <sup>a</sup>	,451	,143	,451
7	Perseverar en ideas y proyectos	1,058 <sup>a</sup>	,589	,116	,589
8	Relacionarse con otros	1,475 <sup>a</sup>	,224	,138	,224
9	Aceptar otros conceptos y diferencias	,528 <sup>a</sup>	,467	-,082	,467

<b>10</b>	Intentar mejorar y hacer cosas nuevas	,372 <sup>a</sup>	,542	-,069	,542
<b>11</b>	Intentar hacer cosas de diferente manera	3,372 <sup>a</sup>	,185	,208	,185
<b>12</b>	Tomar decisiones asumiendo responsabilidades	3,238 <sup>a</sup>	,198	,204	,198
<b>13</b>	Buscar su propio negocio	,266 <sup>a</sup>	,875	,058	,875
<b>14</b>	Adaptarse a diferentes situaciones y ambientes	,613 <sup>a</sup>	,434	,089	,434
<b>15</b>	Conformar, planear y liderar equipos de trabajo	2,456 <sup>a</sup>	,293	,177	,293
<b>16</b>	Delegar y empoderar a otras personas	,636 <sup>a</sup>	,728	,090	,728
<b>17</b>	Exigirse y autoevaluarse	2,499 <sup>a</sup>	,287	,179	,287
<b>18</b>	Auto controlarse en los momentos de dificultad	1,862 <sup>a</sup>	,394	,155	,394
<b>19</b>	Definir estrategias y planes en el corto, mediano y largo plazo	1,258 <sup>a</sup>	,533	,127	,533
<b>20</b>	Definir y alcanzar objetivos	1,135 <sup>a</sup>	,567	,121	,567
<b>21</b>	Arriesgarse a alcanzar objetivos en riesgo e incertidumbre	1,951 <sup>a</sup>	,377	,158	,377
<b>22</b>	Reconocer la importancia de elementos técnicos sociales y ambientales	3,182 <sup>a</sup>	,050	-,202	,050
<b>23</b>	Intuir acerca de posibilidades, amenazas y oportunidades	,952 <sup>a</sup>	,621	,110	,621
<b>24</b>	Trabajar en lo desconocido e incierto	6,242 <sup>a</sup>	,044	,283	,044
<b>25</b>	Crear, transformar o mejorar productos y/o servicios	1,007 <sup>a</sup>	,604	,114	,604

Fuente: Elaboración propia.

Al comparar el desarrollo de actitudes para el emprendimiento que poseen los estudiantes del programa tecnológico en gestión agropecuaria frente a la edad, se evidencia que existe una asociación estadísticamente significativa en reconocer la importancia de elementos técnicos sociales y ambientales ( $p < 0,50$ ) y una dependencia nula; de la misma forma, hay significancia estadística en trabajar en lo desconocido e incierto ( $p < 0,044$ ) y una dependencia nula.

**Tabla 29. Comparativo del desarrollo de actitudes para el emprendimiento que poseen los estudiantes del programa tecnológico en gestión agropecuaria frente a empresa.**

N°	Actitudes para:	CHI	P VALOR	PHI	P VALOR
1	Investigar indagar el porqué de las cosas	7,802a	,005	,316	,005
2	Identificar oportunidades de negocio	1,172a	,557	,123	,557
3	Indagar acerca de retos para crear empresa	7,071a	,029	,301	,029
4	Mantener informado en tendencias de mercado	,525a	,769	,082	,769
5	Comercializar productos	3,294a	,193	,205	,193
6	Soportar dificultades y fracasos	2,711a	,258	,186	,258
7	Perseverar en ideas y proyectos	1,358a	,507	,132	,507
8	Relacionarse con otros	,136a	,712	,042	,712
9	Aceptar otros conceptos y diferencias	,542a	,462	,083	,462
10	Intentar mejorar y hacer cosas nuevas	,193a	,661	,050	,661
11	Intentar hacer cosas de diferente manera	5,200a	,074	,258	,074
12	Tomar decisiones asumiendo responsabilidades	4,206a	,122	,232	,122
13	Buscar su propio negocio	3,552a	,169	,213	,169
14	Adaptarse a diferentes situaciones y ambientes	,021a	,885	-,016	,885
15	Conformar, planear y liderar equipos de trabajo	2,034a	,362	,161	,362
16	Delegar y empoderar a otras personas	2,238a	,327	,169	,327
17	Exigirse y autoevaluarse	1,406a	,495	,134	,495
18	Autocontrolarse en los momentos de dificultad	2,497a	,287	,179	,287
19	Definir estrategias y planes en el corto, mediano y largo plazo	1,306a	,520	,129	,520
20	Definir y alcanzar objetivos	5,661a	,059	,269	,059
21	Arriesgarse a alcanzar objetivos en riesgo e incertidumbre	2,239a	,326	,169	,326
22	Reconocer la importancia de elementos técnicos sociales y ambientales	,193a	,661	,050	,661
23	Intuir acerca de posibilidades, amenazas y oportunidades	2,297a	,317	,172	,317
24	Trabajar en lo desconocido e incierto	1,616a	,446	,144	,446
25	Crear, transformar o mejorar productos	4,767a	,092	,247	,092

	y/o servicios				
--	---------------	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

Al contrastar el desarrollo de actitudes para el emprendimiento que poseen los estudiantes del programa tecnológico en gestión agropecuaria frente a Empresa, se encontró una asociación estadísticamente significativa para investigar indagar el porqué de las cosas ( $p < 0,050$ ) y una dependencia nula; de la misma manera la actitud para Indagar acerca de retos para crear empresa ( $p < 0,029$ ) y una dependencia nula.

## 7. DISCUSIÓN

### **Caracterización sociodemográfica**

Teniendo en cuenta la presente investigación, el rango de edad de los encuestados están entre 17 y 23 años, situación muy similar a lo referido en el estudio realizado por el GEM (2010) para Manizales en el que se encuentra un porcentaje del 21.8% en edades comprendidas entre 18 y 24 años.

El presente estudio arrojó que en los encuestados hay una mayor proporción del género femenino, dato similar al compararse con un estudio realizado en España por Fuentes y Sánchez (2009), en donde muestra que el porcentaje de hombres es menor que el de las mujeres y diferente al estudio realizado en el GEM 2011, en donde los hombres tienen una tasa de actividad empresarial más alta que el de las mujeres.

En el presente estudio se encontró el 38,4% de los estudiantes encuestados poseen familias con negocios propios, es relevante el hecho que algún miembro de la familia sea emprendedor ya que motiva de forma directa o indirecta el comportamiento empresarial del estudiante. Lo anterior se puede resaltar a partir de los estudios de Rossenblatt (1985), quien señaló que los emprendedores, son más probables que tengan parientes que también gestionan algún negocio; Davidsson y Honig (2003) encontraron que el hecho de que los padres poseyeran un negocio se relacionaba con el surgimiento de emprendedores. De igual forma la existencia previa de negocios de familiares es sin duda uno de los más relevantes, puesto que permiten al futuro emprendedor conocer los riesgos, beneficios y habilidades críticas necesarias para hacer viable un nuevo negocio (Cromie, Callaghan y Jansen, 1992; Krueger, 1993; Stanworth, 1989).

En este mismo sentido, Fukuyama (2001), se basa en la teoría de recursos, para aclarar que estos los recursos pueden ser de muchas clases, como los recursos económicos, las personas preparadas, las relaciones con otras personas e instituciones del entorno y los distintos elementos que conforman el capital de la familia; Gómez (2006), muestra como el recurso básico para la continuidad exitosa de una empresa familiar es la unidad de los miembros de la familia y su compromiso de tomar las decisiones adecuadas para la acertada conducción del proceso de dirección estratégica. Podemos afirmar que de acuerdo a estos estudios los estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria están más predispuestos a seguir con los negocios familiares o generar nuevos emprendimientos, gracias a la visualización de sus familias en el entorno empresarial.

En cuanto a la pertenencia de la familia, el 42,3% manifiestan tener una familia nuclear compuesta por mamá, papá y hermanos. Según León (1999), la familia nuclear se constituye como el tipo ideal, con el padre como jefe del hogar, la madre y los hijos, todos formando una unidad por medio de lazos primarios emocionales de amor y cariño. La familia no solo es un apoyo emocional, también para el renacimiento de nuevos proyectos y propósitos. Los miembros de la familia y los amigos pueden jugar un papel crítico en el desarrollo del espíritu emprendedor. Los empresarios, de hecho, suelen recurrir a familiares y amigos para obtener distintos tipos de ayuda (Rossenblatt, 1985).

Cabe resaltar que el 43.5% de los estudiantes encuestados conviven con más de 4 personas (amigos, otros) personas en su hogar, estudios de León (1999), las personas que conviven con más personas del denominado núcleo "Familiar" o con otros (amigos) que no pertenezcan a este, generan un impulso adicional para superar sus dificultades. Entre los estudios que han estimado el papel de la familia en la iniciativa emprendedora se encuentra el de Baughn (2006), quienes

identificaron el apoyo familiar como uno de los determinantes fundamentales del espíritu emprendedor. Davidsson y Honig (2003), por su parte, también encontraron que el apoyo de la familia o de los amigos se relaciona con el surgimiento de emprendedores. De acuerdo a estos estudios podemos afirmar que la participación de la familia emprendedora sirve como ejemplo para el futuro del joven empresario.

### **Actitudes que poseen los participantes para el emprendimiento**

Un emprendedor exitoso se encuentra compuesto por las características personales, sociales y psicologías, ubicando dentro de cada una de ellas un conjunto de competencias que ante su eficiente desarrollo configuran un perfil orientado al emprendimiento (Gartner, 2002). Dentro de estas competencias se encuentra la autonomía, la toma de decisiones, la responsabilidad, el liderazgo, trabajo en equipo, la necesidad de logro, entre otras.

El 94.8% de los encuestados consideran que la disciplina es un factor determinante para ser un emprendedor exitoso. En este sentido Fuentes y Sánchez (2010), encontraron diferencias significativas en la percepción de mujeres y varones en 10 de los 20 atributos analizados, mostrando como los estudiantes valoran en un nivel alto la disciplina, al considerar que poseen un mayor rigor a la hora de trabajar y dedicar tiempo a obtener buenos resultados.

Todaro, Godoy Abramo (2001), hace referencia a la diferencia que hay entre hombres y mujeres considerando cuál de estos dos es más “disciplinado” y asegura que sólo el 24% de los encuestados considera que los hombres son más disciplinados.

En el presente estudio se encontró que el 84.6% de los encuestados considera la creatividad e innovación como un factor alto para ser un emprendedor exitoso. Al respecto Duarte, Imaginario y Jesús (2010), evalúan a alumnos de edades entre los 18 y 41 años los cuales consideran la creatividad e innovación como un elemento altamente importante según el 91.2% de los estudiantes.

Se evidencia el gran interés en ambos géneros por generar ideas novedosas y a la vez la aplicación de estas ideas. Montes (2012), considera que la creatividad y la innovación son herramientas diferentes, pero que trabajan en conjunto para dar como resultado la generación de aquellos cambios dentro de la organización que conlleve una mayor satisfacción a sus clientes. Por esta razón, es importante que las empresas procuren una filosofía de gestión creativa e innovadora que les permita desarrollarse tanto vertical como horizontal, logrando una cadena de valor altamente competitiva y diferenciadora.

Es vital generar a los estudiantes una motivación a la creación e innovación de ideas y proyectos, para Taylor (1996), la sociedad pretende estudiantes que sean pensadores, investigadores e innovadores, no sólo aprendices, memorizadores e imitadores, no repetidores del pasado, sino productores de nuevos conocimientos, no sólo versados en lo que se ha escrito, sino alertas a encontrar lo que aún no se ha escrito, que no sean capaces únicamente de ajustarse al medio, que lo ajusten a ellos no sólo productores de escritos de imitación, sino de artículos creativos, no sólo ejecutantes de calidad, también compositores y creadores de nuevos patrones.

El cumplimiento de obligaciones o las características de comprometerse y actuar de forma correcta, es sin duda la habilidad más importante considerada por los alumnos de la tecnología en gestión agropecuaria, ya que del total de la

población encuestada el 97.4% de los estudiantes la califican dentro de las 11 variables evaluadas como la principal destreza para ser un emprendedor exitoso.

En el mismo contexto, Fuentes García y Sánchez (2010) encuentran diferencias significativas en la percepción de mujeres donde se ven más dispuestas a la hora de admitir las consecuencias de sus decisiones, ya sean concretas o erróneas. Sánchez y Fuentes perviven en el género femenino cierta presión moral/social en el mantenimiento de los valores en la familia. (Mayor responsabilidad en el hogar, la crianza educación de los hijos). Por su parte Todaro, Godoy y Abramo (2001), también afirman que hay menor responsabilidad y compromiso por parte de los hombres.

El 91.0% de los encuestados consideran que el liderazgo es en definitiva un factor altamente importante para alcanzar un emprendimiento exitoso, según Arana y Mejía (2004), consideran que el perfil ideal para ser emprendedor es que la persona desarrolle características de un 90% en niveles de liderazgo. En relación a esto cabe preguntarse si se nace ejerciendo liderazgo, o a medida que vamos adquiriendo conocimientos y destrezas alcanzamos la habilidad de liderar, las cualidades innatas del liderazgo no se pueden enseñar o desarrollar. Aun cuando pudieran «refinarse» por medio del aprendizaje, existen límites a lo que pueda lograrse por medio de la enseñanza formal (Doh, 2003).

Estadísticamente, la suerte puede ser definida como el resultado positivo de un suceso poco probable. En el presente estudio esta es un componente poco determinante para el triunfo empresarial. Punset (2007), asegura que el éxito no es una serie de acontecimientos azarosos que ocurren de forma intempestiva, sino más bien son un proceso continuado, que puede interrumpirse por causas exteriores que poco tienen que ver con la supuesta buena o mala suerte de una

persona en particular. Esta afirmación va con la corriente de algunos estudiantes de que el factor suerte no es indispensable para alcanzar las metas propuestas.

En el presente estudio tanto hombres como mujeres consideran la autocracia como una característica relevante en un 61.5%, dato que al relacionarlo con el término líder autocrático y de acuerdo a lo manifiesto por Ramos (2005) es contradictorio. El líder autocrático asume toda la responsabilidad de la toma de decisiones, iniciando las acciones y dirigiendo, motiva y controla al subalterno, sin embargo, considera que solamente él es capaz (Noriega, 2008).

Para Lucero (2006), este estilo se basa en amenazas y castigos, por lo que a los subordinados les desagrada por llegar a crear temor, este estilo no es el mejor aunque permite tomar decisiones rápidas.

En este estudio para el 70,5% un emprendedor exitoso debe tener un alto grado de autocontrol y consideran esta habilidad como base para alcanzar los objetivos que acarrea un buen emprendimiento, lo anterior es coherente con lo planteado por López (2001), quien plantea como el 47% de los encuestados en su estudio presenta dificultades de control emocional formuladas como irritabilidad o mal genio. De igual forma Todaro, Godoy y Abramo (2001) muestran que a la hora de auto controlarse frente a situaciones de estrés y de carga laboral, las mujeres sin duda responden mejor a estas adversidades. En este estudio se encontró que las actitudes para emprender por parte de los estudiantes de la tecnología en la mayoría de las actitudes fueron apreciadas en un nivel alto. El término Relaciones Humanas se aplica a la interacción de las personas en todos los tipos de empresas. Deci y Ryan (2008) consideran que una necesidad psicológica básica es tenerlas relaciones interpersonales significativas con otros y si estas se satisfacen genera en las personas motivación intrínseca y satisfacción.

El estudio realizado por Arana y Mejía (2004), encuentran que el 80% de los encuestados dice tener la capacidad de relacionarse con otras personas, lo que está muy relacionado con el presente estudio, ya que se encontró que un 73.1% manifiesta su capacidad de relacionarse con los demás, es de resaltar que la sociabilidad cada vez es más exigente a la hora de emprender un negocio o empresa ya que hay que estar en la capacidad de conocer y comunicarse con socios, empleados y clientes. El Estudio de Todaro, Godoy y Abramo (2001) asegura que las mujeres están altamente predispuestas a establecer relaciones humanas efectivas ya que tienen una gran capacidad para comunicarse.

Aceptar y escuchar las opiniones diferentes enriquecen el aprendizaje y hace más beneficioso el proceso empresarial y ayuda a encontrar aliados estratégicos, Páez (2013), considera que el beneficio potencial de un socio, aliado, o mentor depende de la habilidad de analizar y reflexionar con serenidad y objetivamente, puntos de vista ajenos al equipo de emprendimiento. Solo así se podrá explotar el potencial de una propuesta de valor: escuchar y aprovechar las habilidades de cada uno de los aliados de la iniciativa es una oportunidad de capitalizar el inmenso potencial de aprendizaje que representa cada emprendimiento.

Esta actitud es considerada en el presente estudio como una característica altamente efectiva, Todaro, Godoy y Abramo (2001), aseguran que los hombres son altamente receptivos a la hora de aceptar la diferencia de opiniones de las personas que los rodean y que estos son más cuidadosos en lo que expresan cuando se les pide su opinión.

Según el estudio de la Institución Universitaria de Envigado (2012), una empresa puede tener éxito si existe un mercado adecuado para su producto y/o servicio. Para lograr esto, la empresa o empresario debe tener toda la información posible para determinar el tamaño del mercado y definir claramente las estrategias

a utilizar para capturar parte de éste. La empresa o empresario que ingresa al mercado sin conocerlo es como ingresar a un túnel oscuro, en donde no se tiene claro a dónde se llega.

Los estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria consideran estar en un nivel medio acerca de la capacidad de indagar las predisposiciones del mercado y los requerimientos de los clientes, López (2001), asume que para lograr ser un emprendedor exitoso es definitivamente importante conocer los entornos y las tendencias del mercado ya que desconocerlas es profundamente peligroso para el resurgimiento de la nueva empresa.

En el presente estudio los evaluados de la tecnología en gestión agropecuaria, se señalan en un nivel “Medio” a las capacidades que ellos poseen frente a la habilidad de persistir, a diferencia de este estudio, Alban y Caro (2012) dan a la perseverancia como una actitud de alto nivel en el perfil emprendedor de los bogotanos, como una capacidad para obrar con firmeza y constancia en el alcance de los objetivos.

Para la creación de empresa es necesario saber planificar y conocer las actitudes y aptitudes personales, ya que el emprendedor es una persona destinado a encontrarse y a vivir múltiples situaciones que incluyen retos, dificultades y logros (Guía y perfil del emprendedor, 2008). Dentro de esta habilidad los participantes en este estudio consideran en un nivel medio tanto para hombres y para mujeres el riesgo y las bondades que generan el nuevo proyecto debe ser gestionados por el emprendedor, para identificar en qué momento se debe cambiar los planes de acción si la empresa no está dando resultado, o aprovechar los beneficios de una manera adecuada.

## **Posibles Áreas de interés para generar nuevos negocios**

La importancia de la creación de nuevas empresas es su implicación en el desarrollo de las economías, la generación de nuevos puestos de trabajo y su papel de motor de innovación, bienestar y creación de riqueza (Fuentes y Sánchez 2010). Estos autores plantean que en la creación de empresa es necesario conocer los riesgos y las dificultades que esta genera; aseguran que a la hora de investigar sobre la creación de empresa los hombres averiguan más características de este evento y esto se ve reflejado a la hora de emprender ya que el género masculino representa un 70% de emprendedores frente a un 20.4% del género femenino.

Las oportunidades que ofrece la zona rural es la de poseer las materias primas necesarias para los procesos agroindustriales, especialmente de productos alimentarios, es importante que el empresario rural no se quede con el ideal de ofrecer productos netamente agrícolas o primarios, es necesario realizar métodos para generar un valor agregado sobre el producto, y es ahí donde los conocimientos generados por entes educativos son diferenciadores a con respecto a los viejos conceptos de negocios rurales. El negocio de producto agrícola con valor agregado puede ser definido también como una actividad que el productor agrícola realiza, además de la producción tradicional del producto, para recibir retornos más altos por unidad del producto vendido (Evans, 2007).

Las agroindustrias tienen el potencial de generar empleo para la población rural, no sólo a nivel agrícola, sino también en actividades fuera de la explotación como manipulación, envasado, procesamiento, transporte y comercialización de productos alimentarios y agrícolas. Existen señales claras de que las agroindustrias están teniendo un impacto global significativo en el desarrollo

económico y la reducción de la pobreza, tanto en las comunidades urbanas como rurales FAO (2013).

Los hallazgos obtenidos en la presente investigación visualiza la ideología que tienen los estudiantes frente al compromiso del gobierno o entidades involucradas respecto a las ventajas de la región en emprendimiento, los hombres consideran que las oportunidades ofrecidas por la región son en un nivel medio y las mujeres lo consideran en un nivel alto, de acuerdo a este análisis, las mujeres están más optimistas a la hora de lograr poder desempeñarse en el mercado laboral rural, aunque según estudios de la International Monetary Fund (2013), la participación femenina en la fuerza laboral se ha mantenido por debajo de la participación masculina, las mujeres realizan la mayor parte de los trabajos no remunerados y, cuando tienen un empleo remunerado, están sobre representadas en el sector informal y entre la población pobre.

También se ven ante significativas diferencias salariales frente a sus colegas varones. En muchos países, las distorsiones y la discriminación en el mercado laboral restringen las opciones de las mujeres para conseguir un empleo remunerado, y la representación femenina en los altos cargos y entre los empresarios sigue siendo baja. A la hora de visualizar las oportunidades que genera el entorno, El Empleo (2013), considera que aún se cree que los hombres son mejores para algunas labores, porque hay una serie de estereotipos que sitúan a la mujer dentro de ciertas competencias o habilidades y, en determinados casos, reproducen los oficios del hogar en la división del trabajo.

En este estudio se encontró que, la mayoría de las mujeres desean crear empresa en el sector agrícola, según Inca (2008), se calcula que el 80% de la fuerza laboral agrícola está constituida por mujeres. De hecho, en muchas

regiones, más mujeres que hombres trabajan en proyectos referentes a la agricultura (Manual sobre género y agricultura, 2012).

### **Posibilidades del entorno para generar negocios**

El interés por crear empresa en este sector puede ser a la habilidad de la mujer en los procesos agrarios y el beneficio en generar su propio sustento, no solo las mujeres rurales deliberan el gran interés de la creación de empresa agrícola si no que las mujeres urbanas también aciertan en esto, el Manual de Género y Agricultura (2012), considera que la agricultura no es un sinónimo de sector rural, aunque la mayoría de las actividades agrícolas se llevan a cabo en zonas rurales. Sin embargo, cada vez más actividades de agroprocesamiento se llevan a cabo en fábricas de zonas semi-urbanas, lo anteriormente mencionado lo deben tener en cuenta las mujeres que conviven en los municipios encuestados, para la realización de su idea de negocio.

Todaro, Godoy y Abramo (2001), plantean que en un 97% las mujeres son más eficientes que los hombres. Eso probablemente está relacionado al hecho que el trabajo femenino es considerado allí irremplazable, opinión fundamentada en su supuesta “natural” habilidad manual y prolijidad.

Los hombres por su parte están más interesados en generar empresa en el sector pecuario, el género masculino ven en el sector pecuario como fuente elemental para lograr proyectos empresariales. Estudios realizados por la FAO (2013), aseguran que los sistemas ganaderos tradicionales son la principal fuente de sustento para 200 millones de familias del medio rural y proporcionan alimentos e ingresos para aproximadamente el 70% de la población rural del mundo, también especifica que hombres y mujeres de todas las edades participan en la producción ganadera a pequeña escala, pero son los hombres quienes están más

motivados en el sector pecuario ya es que es un sector en el que se requiere fuerza y dominio sobre la bestia, las mujeres participan en las tareas menores como la producción de leche y dejan a los hombres las denominadas “Tareas Masculinas”.

La FAO (2013), calcula que 1200 millones de personas dependen de los sistemas de explotación agroforestales. Para el caso de los estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria este sector es poco considerado como forma de creación de nuevas empresas, aunque los estudios de la FAO revelan la gran demanda que hay de servicios de los ecosistemas procedentes de los bosques, asegura también que las mujeres practican los sistemas de producción agroforestal tradicionales, como los huertos caseros y la recolección y venta de madera y productos derivados de los árboles como parte de empresas a pequeña escala. Ellas son las principales responsables de la recolección de leña para el hogar y de plantas salvajes utilizadas como alimentos o medicinas.

### **Características actitudinales con variables sociodemográficas**

El género se encuentra estrechamente relacionado con el perfil y espíritu emprendedor, resaltando además que entre los hombres y las mujeres se puede evidenciar una diferencia significativa frente al impulso de iniciar propuestas de emprendimiento o fortalecimiento de las ya existentes. En este sentido, se evidencia la mayor orientación al emprendimiento por parte del género masculino, como resultado de un proceso social y cultural que llevó a los hombres a insertarse y adaptarse al campo laboral y profesional de manera más temprana que las mujeres (GEM 2009).

Por su parte Fensham (2004), considera que el único factor que tiene relación frente a las actitudes es el género, por encima de la edad y la educación. Vázquez

y Manassero (2008), dicen que es probable que las mujeres evolucionen las actitudes con respecto a los hombres, ya que estas por lo general maduran emocionalmente antes y de manera diferente que los hombres.

En este mismo sentido, Daza, Mosquera y Arias (2010), resaltan que existe una diferencia entre el potencial que tienen las mujeres y los hombres ante las actividades de emprendimiento. Ruiz (2011), discute que hombres y mujeres son casi iguales en habilidades motrices y cognitivas, pero hay datos que sugieren que hay más hombres en la cumbre de las habilidades o aptitudes, pero esto no quiere decir que las mujeres no puedan alcanzarlo, y hay mujeres con mayores habilidades que muchos hombres, pero parece que este número es menor.

Hay estudios que van en la corriente de la evaluación de actitudes en los estudiantes de tecnología agropecuaria como el de Lameiras- Fernández (1997) quien hace referencia que a la hora de poseer actitudes o habilidades personales no hay diferencia entre hombres y mujeres.

Se encontró significancia estadística en actitudes como perseverar en ideas, intentar hacer cosas nuevas e intentar hacer las cosas de diferente manera, se puede apreciar que al evaluar la perseverancia en las ideas propuestas el sector urbano un 56.1% consideran estar en un rango medio frente al sector rural con un nivel alto. Según estudios de FAO y UNESCO (2004), la población perteneciente al área rural es más perseverante frente al trabajo que se propone ya que las labores rurales necesitan más esfuerzo y resistencia.

A la hora de intentar hacer cosas nuevas e intentar hacer cosas de diferente manera todos los días la zona rural aspira en un nivel alto a realizar tareas nuevas en comparación con el área urbana quienes están por debajo en un nivel medio. Para Matijasevic (2007), la población rural intenta realizar quehaceres diferentes

todos los días para apaciguar la monotonía que el medio genera, de esta misma manera los habitantes pertenecientes a este sector son más innovadores a la hora de aprovechar los recursos brindados por el entorno a comparación de los habitantes del área urbana quienes al tener todo a la mano es poco el interés que dan para realizar sus tareas diarias de una manera diferente.

El presente estudio arroja una asociación estadísticamente significativa donde predomina en estudiantes de edades comprendidas entre los 17 y 19 años la importancia de reconocer los elementos técnicos sociales y ambientales evaluándolo como una actitud altamente predominante para ir a la vanguardia de los requerimientos del buen proceso empresarial, este dato es diferente a lo encontrado en estudios de la Universidad Complutense de Madrid (2008), se observó una gran separación o fractura entre la preocupación medio ambiental y las escasas muestras de un comportamiento acorde con dicha preocupación con jóvenes entre 15 y 29 años, sin embargo también se constató en el estudio que los jóvenes muestran su disposición a actuar en pro de un mejoramiento medio ambiental y a la vez social ya que estas dos variables contribuyen a incrementar la calidad de vida de los ciudadanos madrileños.

Los estudiantes de edades de 17 a 19 años de la tecnología en gestión agropecuaria en un 68.3% consideran que trabajar en lo desconocido e incierto influye para alcanzar los objetivos de un buen emprendimiento, en este mismo orden de ideas el artículo “Jóvenes emprendedores: un apuesta de futuro” (2001) muestran como el 61.9% de los jóvenes españoles inician su trayectoria empresarial sin realizar ningún estudio de viabilidad y de planificación adecuada para concretar objetivos y metas previamente establecidas, parece ser que todavía prima la aventura y la confianza de las posibilidades en uno mismo y su idea.

Se encontró en el presente estudio asociación estadísticamente significativa entre las actitudes que tienen los estudiantes con respecto a sí la familia poseen o no empresa o negocio propio, la actitud investigar el porqué de las cosas, tanto alumnos que vienen de familias con negocios propios y los que no consideran evaluar esto en un nivel medio. Alban y Caro (2012), encontraron que el antecedente familiar en cuanto al éxito empresarial es heredado a los hijos fundamentándoles el constante trabajo y entrega por manejar y ampliar el patrimonio familiar, esto se consigue analizando el efecto gracias a comportamientos anteriores.

La existencia previa de negocios de familiares es sin duda uno de los más relevantes, puesto que permiten al futuro emprendedor conocer los riesgos, beneficios y habilidades críticas necesarias para hacer viable un nuevo negocio (Cromie, Callaghan y Jansen, 1992; Krueger, 1993; Stanworth, 1989).

## 8. CONCLUSIONES

- Participaron en el estudio 78 estudiantes, en mayor porcentaje del género femenino, con una media de 19,3 años, distribuidos en los municipios de Samaná, Salamina, Manzanares Supía y la Merced.
- Las mujeres presentan actitudes como la capacidad de comunicación, lazos interpersonales que estas forman, capacidad de soportar dificultades y fracasos y la tolerancia que forjan para aceptar otros puntos de vista. Los hombres presentan actitudes como delegar funciones cuando la situación lo amerita, la capacidad de liderazgo a los proyectos que se plantea, la definición de estrategias a corto y largo plazo, la transformación y mejora de productos y servicios que tiene al alcance. Ambos géneros tienen la total capacidad de desarrollar ciertas actitudes con respecto a sus intereses personales, por este motivo no se debe encasillar en cuál de las dos clases es superior.
- Los intereses por crear empresa están predeterminados a factores motivacionales y de características arraigadas al género, los hombres de acuerdo a este estudio sobresalen en tareas de fuerza, liderazgo y autonomía que les permite desarrollarse laboralmente en campos como la ganadería y la pesca, ya que estas áreas necesitan de la fortaleza y entereza de los hombres, por su parte las mujeres están interesadas en el sector agrícola, estas sobresalen en este sector debido a su supuesta habilidad natural y prolijidad, el género femenino se destaca en tareas que conlleve responsabilidad, creatividad y disciplina, por otra parte el sector forestal no sobresale en este estudio, a los estudiantes analizados no les interesa realizar empresas forestales.

- Las personas encuestadas cuentan con un potencial de ser emprendedores, y que posiblemente pueden generar su propia empresa, aprovechando los conocimientos adquiridos en la tecnología en gestión agropecuaria.
- Los estudiantes consideran que cuentan con un nivel medio a alto en habilidades para el emprendimiento especialmente en habilidades para relacionarse con otras personas, aceptar otros puntos de vista y diferentes conceptos, y el intentar cambiar y mejorar todos los días.
- Los estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria de la Universidad de Caldas disponen de niveles medios y altos en gran parte de las habilidades que requiere un emprendedor exitoso como son Liderazgo, Disciplina, Autocontrol, habilidad para relacionarse con los demás, responsabilidad, etc.); no obstante se identifican deficiencias en los estudiantes en cuanto al desarrollo de actividades con altos niveles de riesgo e incertidumbre, característica fundamental de un emprendedor exitoso.
- Con relación a la percepción de los estudiantes respecto a su proyecto de vida de acuerdo con el género y con su zona de procedencia, tanto para hombres como para mujeres, es de interés alto el emprender su propio negocio. De igual forma se evidencia que tanto en hombres como en mujeres, y tanto en jóvenes rurales como urbanos, la opción de vida que menos les llama la atención es la de apoyar en las labores de la finca familiar.

- Se encontraron diferencias estadísticamente significativas en cuanto al desarrollo de actitudes y la zona de procedencia, actitudes y la edad, y actitudes y la empresa

## **9. RECOMENDACIONES**

Socializar los resultados del presente estudio en cada una de las regiones donde se desarrolla el programa, con el propósito de fortalecer los alcances en el desarrollo de programas de emprendimiento.

Es necesario trabajar desde el programa y desde la alianza la revisión y ajustes del plan de estudios que posibiliten mayores desarrollos a partir de los resultados planteados por los actuales estudiantes.

Brindar herramientas técnicas que permita a los estudiantes disminuir niveles de riesgo e incertidumbre en sus negocios potenciales, mediante la incorporación de conocimiento a sus actividades, especialmente en lo relacionado con el mercado, lo cual se muestra como la principal debilidad en cuanto a las habilidades contempladas para el estudio.

Se recomienda a entidades públicas o privadas, no solo el apoyo educacional sino la búsqueda de oportunidades laborales que beneficien a la población rural y así romper con el paradigma de que esta zona esta relegada por el apoyo gubernamental.

Se hace necesario fortalecer desde la universidad y desde la alianza que promueve Universidad en el Campo los procesos de emprendimiento para los estudiantes de la Tecnología en gestión agropecuaria, a partir del desarrollo de estrategias como la bolsa concursable para apalancar planes de negocios, financiación de proyectos empresariales, acompañamiento a emprendedores, incentivos al emprendimiento, entre otras.

## 10. BIBLIOGRAFIA

- Alfaro, J.R. y Gómez, J.D. (1999). Perfil del emprendedor exitoso en Venezuela. Trabajo presentado para la obtención del grado Master en Administración. Instituto de Estudios Superiores de Administración, IESA. Caracas, Venezuela.
- Alban, N., y Caro, J.J. (2012). Construcción de un instrumento para identificar el perfil de emprendedores bogotanos de la última década. Universidad del Rosario, Bogotá
- Ángel, A. (2011). *Análisis TheBreakthrough*. Escalando el emprendimiento en Colombia. Confecamaras. Cartagena – Colombia.
- Arana, M.C., y Mejía, M. (2004). Perfil de personalidad del emprendedor. Disponible desde internet en: <http://www.intellectum.unisabana.edu.co:8080/jspui/bitstream/10818/3696/1/132226.pdf> (con acceso 03/04/2014).
- Arantza, B. y Pachano, S. (2002). Rasgos y actitudes de los emprendedores. Venezuela competitiva. Corporación Andina de Fomento – CAF. Proyecto andino de Competitividad Disponible desde internet en: [http://www.cid.harvard.edu/archive/andes/documents/workingpapers/razgosyactitudes/rasgos\\_actitudes\\_venezuela\\_competitiva.pdf](http://www.cid.harvard.edu/archive/andes/documents/workingpapers/razgosyactitudes/rasgos_actitudes_venezuela_competitiva.pdf). (Con acceso 02/03/2014).
- Arieu, A. (2003). La educación de los emprendedores. [winred.com] Disponible desde internet en: <http://winred.com/emprender/la-educacion-de-los-emprendedores/gmxniv110-con2489.htm>. (con acceso 03/21/2014).
- BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO – BID, (2014). Undes Internacional. Desarrollo Emprendedor: América Latina y la experiencia internacional.
- Baughn, C (2006) “Normative, social and cognitive predictors of entrepreneurial interest in China, Vietnam and the Philippines” vol. 11.
- BOGOTÁ EMPRENDE. (2000). *Descubre tu perfil emprendedor*. Equipo de Bogotá Emprende.
- BOGOTÁ EMPRENDE (2007). *Descubre tu perfil emprendedor*. Equipo de Bogotá Emprende.

- Birley, S.; Westhead, P. (1994): "A taxonomy of business start-up reasons and their impact on firm growth and size", *Journal of Business Venturing*, vol. 9, pp. 7-31.
- Cabrera, A., De la cuadra, S. Galetovic, A., y. Sanhueza, R. (2009). Las pyme: quiénes son, cómo son y qué hacer con ellas. *Estudios Públicos*, 116
- Camacho, J.A (2004). Aspectos conceptuales alrededor de las empresas de base tecnológica (EBT's). Universidad Industrial de Santander. Bucaramanga - Colombia.
- Cardona, P., y García P. (2005). Cómo desarrollar las Competencias de Liderazgo. Editorial EUNSA.
- Castro, F y Machan, L. (2005) Competencias (o Habilidades) Gerenciales: Una Herramienta Indispensable para el Desarrollo Organizacional, Chile, Editora y Compiladora: Loreto Marchant R. Patagonia Impresores Ltda.
- Cromie, S., Callaghan, I., y Jansen, M. (1992). The entrepreneurial tendencies of managers: a research note, *British Journal of Management*, 3, 1-5.
- Davidsson, P., y Honig, B. (2003) "The role of social and human capital among nascent entrepreneurs" *Journal of Business Venturing*, vol 18.
- Daza, M.C., Mosquera, C.E., y Arias, A. (2010). La creación de empresas en Colombia desde las percepciones femenina y masculina. *Revista Economía, Gestión y Desarrollo*.
- Deci, E., y Ryan, R. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian Psychology*.
- DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN DNP (2010). Bases del Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014. Prosperidad para todos. Bogotá DC. República de Colombia.
- Doh, J. (2003). "Learning y Education" Disponible desde internet en: <http://www.guillermoedelberg.com.ar/pdf/48.pdf> (con acceso 04/06/2014).
- Duarte, J., Imaginario, S. y Jesús, S. (2010). Criatividade em Estudantes Universitários. Validação Preliminar do CREA em Portugal. Instituto de Psicologia Cognitiva, Desenvolvimento Vocacional e Social, *Psycaware e-journal*.

- Duque, J. (2009). La innovación como factor de competitividad en las empresas de la región. Una aproximación hacia el modelo de medición de la innovación en las empresas de base tecnológica en el eje cafetero. *Revista Gestión y Región* 8.
- El Empleo. (2013). Periódico virtual. Disponible desde internet en: [http://www.elemplo.com/colombia/tendencias\\_laborales/nreas-laborales-vetadas-para-las-mujeres/6586538](http://www.elemplo.com/colombia/tendencias_laborales/nreas-laborales-vetadas-para-las-mujeres/6586538). (Con acceso 03/23/2014).
- Evans, Edwards (2007), "Agricultura Con Valor Agregado: ¿Es Lo Correcto Para Mí? EDIS documento FE689, publicación del Food and Resource Economics Departamento, Florida Cooperative Extension Service, Institute of Food and Agricultural Sciences, University of Florida, Gainesville, FL. Publicado Mayo.
- Fandiño, L., y Bolívar, M.C (2009). Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes de la carrera de administración de empresas de la pontificia universidad javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado. Universidad Javeriana. Bogotá – Colombia. Disponible desde internet en: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis32.pdf> (con acceso 03/04/2014).
- Fensham, P.J. (2004). Beyond Knowledge: Other Scientific Qualities as Outcomes for School Science Education. En R.M. Janiuk y E. Samonek-Miciuk (Ed.), *Science and Technology Education for a Diverse World*.
- Fuentes García, F.J., y Sanchez, S.M. (2010) "*Análisis del Perfil Emprendedor del alumnado universitario y preuniversitario de Córdoba*. Consejo Social Universidad de Córdoba.
- Fukuyama, F. (2001). Social capital, civil society, and development. *Third World Quarterly*, 22(1): 7-20.
- Gartner, W.B. (2002): "Are entrepreneurs different than others?" en CHRISTENSEN, P.R.; FREYTG, P.V.; TOFTILD, L.F.: *Arsrapport 2001/2002-Center for Smavirksomheds-forskning*. Kolding: Syddansk University's Trickery, pp. 11-15.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR GEM. (2009). *Reporte anual Colombia*. Bogota: Ediciones Uniandes.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR GEM, (2010). Eje cafetero. Disponible desde internet: <http://www.gemcolombia.org/imagen/GEM%20Eje%20Cafetero%2010.PDF> (con acceso 12/02/2014)

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR GEM. (2011). Reporte GEM Colombia 2011. [gemcolombia.org] Disponible desde internet en: [http://www.Gemcolombia.Org/imagen/Reporte, 20](http://www.Gemcolombia.Org/imagen/Reporte,20), (citado 04/12/2014).

Gómez, G. (2006). *Son Iguales Todas Las Empresas Familiares?: Caminos Por Recorrer*. Bogotá. Ed., Norma

GUÍA Y PERFIL DEL EMPRENDEDOR (2008). Disponible desde internet en: <http://noticias.universia.net.co/movilidad-academica/noticia/2008/03/05/244489/guia-perfil-emprendedor.html> (con acceso 02/04/2014).

INCA. (2008). La perspectiva de género en los programas de desarrollo rural. Disponible desde internet en: [www.inca.gob.mx/flash\\_paginas/enfoques/perpect.html](http://www.inca.gob.mx/flash_paginas/enfoques/perpect.html) (con acceso 02/23/2014).

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO. (2012). Análisis de entorno y perfil del mercado. Disponible desde internet en: <http://www.iue.edu.co/documents/emp/analentornoValidacionmercado.pdf> (con acceso 05/13/2014).

INTERNATIONAL MONETARY FUND. (2013) “Alimentación agrícola mundial” Disponible desde internet en: <http://www.imf.org/external/index.htm>. (Con acceso 04/24/2014).

Jóvenes Emprendedores (2001). *Un apuesta de futuro*. Departamento de Comunicación de la Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios

Krueger, N. F. (1993) “The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture desirability and feasibility”

Lameiras-Fernández, M. (1997). *Las actitudes: planteamientos actuales y ámbitos de aplicación*. Promolibro, Valencia

León, M. (1999). “El género en la política pública de América Latina: neutralidad y distensión”, en: *Análisis Político*, No 20, Instituto de Estudios Políticos y

- Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, sep. /dic.
- López, A. (2001). Análisis Técnico y Fundamental de los Mercados Financieros. Disponible desde internet en: <https://www.auladeeconomia.com> (Acceso 05/05/2014).
- López, L. (2000). Habilidades de autocontrol aplicadas a la seguridad en el trabajo. Revista de Psicología, vol. IX, núm. 1, 2000, p. 0 Universidad de Chile Santiago, Chile
- Lopez Ortega, J.; Sáez Sanz, A. (2000) Indicadores para el análisis de los mercados bursátiles. ADI Editorial,
- Lucero, O. (2006) "Liderazgo Empresarial" Universidad de Holguín. Disponible desde internet en: <http://www.hacienda.go.cr/cifh/sidovih/uploads/archivos/Articulo/Liderazgo%20Empresarial.pdf> (con acceso 07/10/2014).
- Manual Sobre Género y Agricultura. (2012), Disponible desde internet en: <http://www.fao.org/docrep/017/aj288s/aj288s.pdf> (con acceso 03/19/2014).
- Matijasevic, M.T. (2007). Significados atribuidos al desarrollo rural en la vereda Alto del Zarzo" del municipio de Manizales. Tesis de investigación, Maestría en Desarrollo Rural Facultad de Estudios Ambientales y Rurales, Pontificia Universidad Javeriana
- Montes, E. (2012). Creatividad e Innovación Empresarial. Disponible desde internet en: [www.eoi.es/.../elizabethmontesdeoca/2012/.../creatividad-e-innovacion-e](http://www.eoi.es/.../elizabethmontesdeoca/2012/.../creatividad-e-innovacion-e) (con acceso 13/08/2014)
- Montoya, A., Montoya, I. & Castellanos, O. (2009b) Modelos de ecosistemas como alternativa para las soluciones medio ambientales, estudio de caso. En: XIII Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas, ACACIA. La administración frente a la globalización: gobernabilidad y desarrollo, Universidad Autónoma Metropolitana UAM, México D.F.
- Noriega, M.G. (2008), "La importancia del liderazgo en las organizaciones". Universidad Tecnológica de la Mixteca, vol. 12.
- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICOS, OCDE (2005). Oficina de Estadísticas de las Comunidades Europeas, Manual de Oslo 3 edición.

ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICOS, OCDE (2002), Manual de Frascati. Propuesta de Norma Práctica para Encuestas de Investigación y Desarrollo Experimental. Fundación Española de Ciencia y Tecnología.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAD PARA LA ALIMENTACION Y LA AGRICULTURA. FAO. (2013). El estado mundial de la agricultura y la alimentación. Disponible desde internet en: [www.fao.org/publications](http://www.fao.org/publications) (con acceso 05/04/2014)-

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAD PARA LA ALIMENTACION Y LA AGRICULTURA. FAO, y UNESCO (2004). Educación para la población rural en Brasil, Chile, Colombia, honduras, México, Paraguay y Perú.

Páez, F. (2013). El poder de un socio. *México emprendedor*. Disponible desde internet en: <http://www.vanguardia.com.mx/tercerlugarenemprendimientoparamexico> (con acceso 26/3/2014).

Perinat, A. (1980). Contribuciones de la etología al estudio del desarrollo Humano y socialización. *El Basilisco*, número 11, noviembre – diciembre.

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN. (2010-2014). Plan Nacional De Desarrollo. Disponible desde internet en: <https://sinergia.dnp.gov.co/.pd> (con acceso 03/03/2014).

Punset, E. (2007) “El éxito no depende de la suerte”. Disponible desde internet en: <http://www.eduardpunset.es/113/general/el-exito-no-depende-de-la-suerte> con acceso (07/12/2014).

Rosenblatt, J. (1985) “Fundamentals in the direction of the family business: entrepreneurial, business and family”.

Ruiz, M. (2011). Somos casi iguales. Disponible desde internet en: [http://www.elpais.com/diario/2011/01/06/sociedad/1294268401\\_850215.html](http://www.elpais.com/diario/2011/01/06/sociedad/1294268401_850215.html). (Con acceso 03/26/2014).

Shaver K.G.; Scott, L.R. (1991). “Person, process, choice: The psychology of new venture creation”, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 16, núm. 2, pp. 23-45.

Schumpeter, JA. (1978). Teoría del Desarrollo Económico. México.

- Scheimberg, S.; McMillan, I.C. (1988): "An all country study of motivations to start a business", *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley (Mass.): Babson College; pp. 669-687.
- Stanworth, J. (1989). "Who becomes an entrepreneur" *International Small Business Journal*, vol. 8.
- Taylor, C. (1996). La atención a los niños sobresalientes. *Revista U de G*, 5. Jonathan Doh 2003 (Jonathan Doh, Learning y Education).
- Timbergen, N. (1963). Las Cuatro preguntas de Tinbergen. Disponible desde internet en: <http://www.ilevolucionista.blogspot.com/.../las-cuatro-preguntas-de-tinbergen.html>. (Con acceso 12/06/2014).
- Todaro, R., Godoy, L., Abramo, L. (2001). Desempeño laboral de hombres y mujeres: opinan los empresarios. *Cuadernos (17/18) 2001/02*: pp.197-236. Disponible desde internet en: [www.scielo.br/pdf/cpa/n17-18/n17a08](http://www.scielo.br/pdf/cpa/n17-18/n17a08) (con acceso 03/10/2015).
- UNIVERSIA. RED DE UNIVERSIDADES. (2008). Guía y perfil del emprendedor. Disponible desde internet en: <http://noticias.universia.net.co/movilidad-academica/noticia/2008/03/05/244489/guia-perfil-emprendedor.html> (con acceso 03/12/2014).
- UNIVERSIDAD DE CALDAS (2008). *Propuesta curricular*. Documento maestro, programa Técnico profesional en Formulación e implementación de proyectos Agropecuarios y Tecnología en Gestión Agropecuaria por ciclos propedéuticos. Manizales, Colombia.
- Universidad Complutense de Madrid. (2008). Informe de resultado de los trabajos de información, sensibilización y motivación a los jóvenes para su implicación en el desarrollo sostenible de la ciudad de Madrid.
- Vargas, P.G. (2010). *Por qué fracasan tantos emprendedores?: El puente roto entre la producción y el mercado. La ecuación olvidada rentabilidad/flujo de caja*. Perspectiva (edición 23). Disponible desde internet en: <http://www.revistaperspectiva.com/archivos/revista/No%2023/063+64%20PE RS%20OK.pdf> (con acceso 04/07/2014).
- Vásquez, Á., Manassero, M.A. (2008). El declive de las actitudes hacia la ciencia de los estudiantes: un indicador inquietante para la educación científica.

Westhead, P.; Wright, M. (1997): "Novice, portfolio and serial founders: are they different?", *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley Mass.: Babson College; pp. 218-231.

## ANEXOS

### UNIVERSIDAD AUTONOMA DE MANIZALES - MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Anexo 1: Instrumento de recolección de datos en el marco del trabajo de grado caracterización del perfil emprendedor de los estudiantes del programa tecnológico en gestión agropecuaria desarrollado en alianza entre la universidad de Caldas y el Comité de Cafeteros de Caldas

FECHA: \_\_\_\_\_ MUNICIPIO \_\_\_\_\_

#### I. INFORMACIÓN PERSONAL:

NOMBRE DEL ESTUDIANTE: \_\_\_\_\_

DOCUMENTO DE IDENTIDAD: \_\_\_\_\_ DE \_\_\_\_\_

GÉNERO: M \_\_\_ F \_\_\_ EDAD: \_\_\_ AÑOS CUMPLIDOS

LUGAR DE DOMICILIO: \_\_\_\_\_ AREA  
URBANA \_\_\_ AREA RURAL \_\_\_

#### II. INFORMACIÓN FAMILIAR:

COMPOSICIÓN DEL NUCLEO FAMILIAR (Cuantas personas viven con Usted?)

\_\_\_\_\_

USTED VIVE CON: PAPÁ \_\_\_ MAMÁ \_\_\_ HERMANOS (CUANTOS?) \_\_\_ OTRAS  
PERSONAS (CUANTAS?) \_\_\_\_\_

¿ALGUN MIEMBRO DE SU FAMILIA TIENE EMPRESA O NEGOCIO  
INDEPENDIENTE? SI \_\_\_ NO \_\_\_

Sí la respuesta anterior es si, especificar qué tipo de empresa o  
negocio \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### III. INFORMACIÓN RELACIONADA CON EL DESARROLLO DE ACTITUDES PARA EL EMPRENDIMIENTO:

Enumere de 1 a 3 (donde 1 es el nivel bajo, 2 un nivel medio y 3 el nivel alto), de acuerdo con el nivel en que considera ha desarrollado o que cuenta con actitudes en los siguientes elementos:

1. Habilidad para investigar e indagar sobre el porqué de las cosas\_\_\_\_\_
2. Habilidad para identificar oportunidades de negocios \_\_\_\_\_
3. Habilidad para indagar acerca de los retos y bondades que ofrece la posibilidad de crear una empresa\_\_\_\_
4. Habilidad para mantener informado acerca de las tendencias del mercado y de los negocios\_\_\_\_\_
5. Habilidad para comercializar los productos que genera\_\_\_\_\_
6. Habilidad para soportar las dificultades y fracasos \_\_\_\_\_
7. Habilidad para perseverar en las ideas y proyectos que se propone\_\_\_\_\_
8. Habilidad para relacionarse con otras personas\_\_\_\_\_
9. Habilidad para aceptar otros puntos de vista y diferencias en conceptos\_\_\_\_\_
10. Habilidad para intentar mejorar y hacer cosas nuevas todos los días\_\_\_\_\_
11. Habilidad para intentar hacer las cosas de diferente manera\_\_\_\_\_
12. Habilidad para tomar decisiones asumiendo las responsabilidades que esto amerita\_\_\_\_
13. Habilidad para buscar su propio negocio y sustento\_\_\_\_\_
14. Habilidad para adaptarse a diferentes situaciones y ambientes\_\_\_\_\_
15. Habilidad para conformar, planear y liderar equipos de trabajo y recursos\_\_\_\_\_
16. Habilidad para delegar y empoderar a otras personas\_\_\_\_\_
17. Habilidad para exigirse y autoevaluarse \_\_\_\_\_
18. Habilidad para auto controlarse en los momentos de dificultad\_\_\_\_\_

19. Habilidad para definir estrategias y planes en el corto, mediano y largo plazo\_\_\_\_
20. Habilidad para definir y alcanzar objetivos\_\_\_\_\_
21. Habilidad para arriesgarse a alcanzar los objetivos, aun en condiciones de riesgo e incertidumbre\_\_\_\_\_
22. Habilidad para reconocer la importancia de los elementos técnicos, sociales y ambientales en una empresa\_\_\_\_\_
23. Capacidad para intuir acerca de posibles amenazas u oportunidades\_\_\_\_
24. Habilidad para trabajar en lo desconocido e incierto\_\_\_\_\_
25. Habilidad para crear, transformar o mejorar productos o servicios\_\_\_\_

Para la preguntas de los puntos III, IV y V, Califique cada ítem de 1 a 3, de acuerdo con el grado de importancia (Donde 1 es bajo, 2 es medio y 3 es alto).

#### IV. INFORMACIÓN RELACIONADA CON LAS PERCEPCIONES DEL ENCUESTADO FRENTE A LAS POSIBILIDADES DE EMPRENDER UN NEGOCIO O UNA EMPRESA:

1- Califique de 1 a 3 cada una de las siguientes opciones que se presentan como ventajas en la región y el país de cara a crear una empresa o negocio?:

- |  |   |
|--|---|
| a. Apoyo institucional_____                | d. Talento humano formado y competente_____ |
| b. Fácil acceso a recursos de fomento_____ | e. Oportunidades que ofrece el mercado_____ |
| c. Mentalidad abierta al cambio_____       | f. Otra_____                                |

Cual? \_\_\_\_\_ Calificación\_ \_\_\_\_\_

2- En su proyecto de vida, como califica las siguientes opciones posibles de su futuro a mediano y largo plazo?:

- a. Empleado de una empresa nacional\_\_\_\_\_
  - b. Empleado de una empresa multinacional\_\_\_\_\_
  - c. Empleado del estado\_\_\_\_\_
  - d. Emprendedor de su propio negocio\_\_\_\_\_
  - e. Apoyando en las labores de su finca\_\_\_\_\_
  - f. Otra \_\_\_\_\_
- Cuál? \_\_\_\_\_
- Calificación\_\_\_\_\_

**3-** Califique de 1 a 3 la importancia de cada una de las siguientes opciones en cuanto a las razones por las cuales considera no existen suficientes empresas y alternativas de empleo en la localidad (municipio)?:

- a. Falta de apoyo institucional\_\_\_\_\_
  - b. Difícil acceso a recursos de fomento\_\_\_\_\_
  - c. Corrupción \_\_\_\_\_
  - d. Carencia de Talento humano competente\_\_\_\_\_
  - e. Pocas oportunidades en el mercado\_\_\_\_\_
  - f. Otra \_\_\_\_\_
- Cuál? \_\_\_\_\_
- Calificación\_\_\_\_\_

**4-** Califique de 1 a 3 y de acuerdo con el nivel de importancia cada uno de los siguientes aspectos considerados como necesarios para emprender un negocio o empresa?:

- a. Recursos económicos\_\_\_\_\_
  - b. Apoyo institucional \_\_\_\_\_
  - c. Apoyo familiar \_\_\_\_\_
  - d. Talento y competencias \_\_\_\_\_
  - e. Suerte\_\_\_\_\_
  - f. Otra\_\_\_\_\_
- Cual? \_\_\_\_\_ Calificación\_\_\_\_\_

V. INFORMACIÓN RELACIONADA CON LOS PROCESOS DE FORMACIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DEL PROGRAMA TECNOLOGÍA EN GESTIÓN AGROPECUARIA DE LA UNIVERSIDAD DE CALDAS

1. Cada una de las siguientes doce (12) características que debe reunir un emprendedor exitoso, califíquelas de 1 a 3, de acuerdo al grado o nivel de importancia (donde 1 es bajo, 2 es medio y 3 es alto):

- |                              |                         |                       |
|------------------------------|-------------------------|-----------------------|
| a. Disciplina_____           | e. Dedicación_____      | i. Suerte_____        |
| b. Creatividad_____          | f. Responsabilidad_____ | j. Liderazgo_____     |
| c. Innovación_____           | g. Autocritica_____     | K. Perseverancia_____ |
| d. Carisma_____              | h. Autocontrol_____     | l. Otra_____          |
| Cuál?_____ Calificación_____ |                         |                       |

2. Para cada una de las áreas suministradas en la tecnología en gestión agropecuaria (Universidad de Caldas), califíquelas de 1 a 3 de acuerdo con el nivel de importancia y a su aporte para una futura creación de empresa:

- |   |                                 |                             |
|---|---------------------------------|-----------------------------|
| a. Emprendimiento_____                      | e. Administración_____          | i. Análisis financiero_____ |
| b. Creatividad e innovación_____            | f. Economía_____                | j. Plan de negocios_____    |
| c. Formulación de proyectos_____            | g. Habilidades gerenciales_____ | K. Ninguna_____             |
| d. Gestión de proyectos_____                | h. Estudio de mercados_____     | l. Todas_____               |
| J. Otra _____ Cual?_____ Calificación _____ |                                 |                             |

3. Está usted interesado en crear su propia empresa o su negocio en un futuro?:

Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_

En \_\_\_\_\_ que \_\_\_\_\_ consiste:

\_\_\_\_\_

—

En qué Área?

a. Agrícola\_\_\_\_ b. Pecuaria\_\_\_\_ c. Forestal\_\_\_\_ d. Otra\_\_\_\_

Cuál? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Firma del estudiante

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MANIZALES**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS.**

“Caracterización del perfil emprendedor de los estudiantes del programa Tecnológico en gestión agropecuaria desarrollado en alianza entre la Universidad de Caldas y el Comité de cafeteros de Caldas”

Anexo 2: Formato de Consentimiento Informado para la Participación En  
Investigaciones

Manizales, \_\_\_\_\_ de 2012

Yo, \_\_\_\_\_ Documento N° \_\_\_\_\_

Una vez informado sobre los propósitos, objetivos, procedimientos de intervención y evaluación que se llevarán a cabo en esta investigación y los posibles riesgos que se puedan generar de ella, autorizo a \_\_\_\_\_, estudiante de la Universidad Autónoma de Manizales, para la realización de los siguientes procedimientos:

1. Registro de información personal (Edad, dirección teléfono, género, estudios realizados, práctica y frecuencia de actividad física).
2. Registro de información familiar.
3. Registro de información relacionada con el desarrollo de habilidades para el emprendimiento
4. información relacionada con las percepciones del encuestado frente a las posibilidades de emprender un negocio o una empresa.
5. información relacionada con los procesos de formación y Operacionalización del programa tecnología en gestión agropecuaria de la Universidad de Caldas.

Adicionalmente, manifiesto que previamente se me informó que:

- ✓ Mi participación en esta investigación es completamente libre y voluntaria, por tanto estoy en libertad de retirarme de ella en cualquier momento.
- ✓ No recibiré beneficio personal de ninguna clase por la participación en este proyecto de investigación. Sin embargo, se espera que los resultados obtenidos permitirán mejorar los procesos de educativos por parte del programa tecnológico en gestión agropecuaria.
- ✓ Toda la información obtenida y los resultados de la investigación serán tratados confidencialmente. Esta información será archivada en papel y medio electrónico. El archivo del estudio se guardará en la Universidad Autónoma de Manizales bajo la responsabilidad de los investigadores.
- ✓ Puesto que toda la información en este proyecto de investigación es llevada al anonimato, los resultados personales no pueden estar disponibles para terceras personas como empleadores, organizaciones gubernamentales, compañías de seguros u otras instituciones educativas.

Hago constar que el presente documento ha sido leído y entendido por mí en su integridad de manera libre y espontánea.

---

Firma

Documento de identidad No. \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_