

**ESTRATEGIAS DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL Y EL APOYO DE LA  
UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL**

**MARTÍNEZ CASTRO CAMILO JAVIER  
ZAMBRANO RODRÍGUEZ NAILETH DAYANA**

**UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR  
FACULTAD DE DERECHO, CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES  
PROGRAMA DE PSICOLOGÍA.**

**VALLEDUPAR**

**2025**

**ESTRATEGIAS DE EMPRENDIMIENTO JUVENIL Y EL APOYO DE LA  
UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL**

Trabajo para Optar el Título Profesional

**MARTÍNEZ CASTRO CAMILO JAVIER  
ZAMBRANO RODRÍGUEZ NAILETH DAYANA**

Director de Proyecto:

**IRINA LICETH PALACIOS PATERNINA**  
Magister En Dirección y Gestión de Recursos Humanos

**UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR  
FACULTAD DE DERECHO, CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES  
PROGRAMA DE PSICOLOGÍA.**

**VALLEDUPAR**

**2025**

## **DEDICATORIA.**

Tal vez suene un poco fuera de lo común no comenzar este trabajo dedicándolo a otras personas, como suele hacerse, sin embargo, en primer lugar, quiero dedicárselo a ese chico que alguna vez solía dejar las cosas a medias, sin concluir lo que empezaba y hoy, haber terminado este proceso representa un gran logro personal, así que solo queda decirle: *¡Felicidades, Cazzu, lo lograste!*

En segundo lugar, se lo dedico a mis padres, quienes siempre han creído en mis capacidades y han confiado plenamente en lo que hago, su apoyo incondicional ha sido una fuente constante de motivación. De igual manera a mis hermanos que han sido mis modelos a seguir en este camino.

Por otra parte, esta dedicatoria también es para mis amigas Jeylin, Adora, Yuls y Maize, quienes han estado conmigo en todo momento, brindándome su linda amistad y enseñándome el verdadero valor de esta desde el primer día. Por último, a todas esas personas que aportaron algo para yo poder llegar a este momento.

*Camilo Martínez*

Siempre he sido fiel creyente de que las cosas suceden por una razón, por ello, dedico este proyecto a Naileth Zambrano, quien en un principio había escogido otro camino, pero la vida la llevó por una ruta distinta y aun así con las piedras que se aparecían en el camino, decidió apartarlas y continuar, insistiendo, persistiendo y enamorándose de una carrera que no estaba en sus planes desde un inicio. Hoy, con orgullo y satisfacción por haber culminado esta etapa, me dedico esta tesis, que me deja llena de aprendizajes y con una nueva visión para lo que está por venir.

Por otra parte, con todo mi cariño y admiración, dedico este proyecto a mi queridísima “tía clau”, quien, desde antes de iniciar esta carrera, me brindó su apoyo incondicional, contra viento y marea; sé que tus intenciones hacia mí siempre fueron nobles y que la confianza y la fe en mi camino nunca me faltaron de tu parte. Aun ahora, al cierre de este ciclo y en todo lo que venga después, sé que seguiré contando con tu apoyo y tu gracia que siempre han transformado las adversidades en aprendizajes.

*Naileth Zambrano Rodríguez*

## AGRADECIMIENTOS.

Quiero comenzar agradeciéndole a Dios que me permitió terminar este ciclo de altos y bajos, de mucho estrés y fluctuaciones emocionales. Del mismo modo Nai quiero agradecerte por tener mucha paciencia conmigo, te pido disculpas por todas las canas que pude haberte causado y en verdad agradezco mucho que me hayas dado la oportunidad de ser parte de este lindo proyecto que construimos y que nos costó muchísimo.

A mi familia, les tengo mucho que agradecer por motivarme a diario y forjar a quien soy hoy en día, sin ustedes este logro no sería lo mismo.

A ustedes, Sey y Adora, gracias por motivarme a seguir adelante cuando sentía que ya no podía más, muchas gracias por su amistad genuina, por cada consejo, cada regaño, cada risa, o soy muy bueno para expresar este tipo de cosas con palabras, así que prefiero decirlo con una frase de Aurora *"I've always been taught to be brave and strong, to see the hope when all feels wrong"* y agradezco muchísimo eso chicas, en verdad las quiero muchísimo, esta vez no pudimos ser el trio dinámico, pero conté con una excelente compañera de trabajo.

Agradezco a mi tutora que nos sirvió de apoyo desde el primer día que decidimos emprender con esta investigación, gracias por brindarnos sus conocimientos y su tiempo.

*Camilo Martínez*

Los logros siempre se vuelven más gratificantes cuando los comparte con las personas que te acompañaron en el camino, es por esto que, agradezco inicialmente a mi mamá por siempre querer lo mejor para mí, por confiar plenamente en que tu hija lograría cosas grandes y por tus consejos en los momentos más difíciles. Asimismo, le agradezco a mi familia, por abrirme las puertas, por confiar, por su apoyo constante, por asumir roles que tal vez pensaron que hacían falta, pero que con ustedes fueron más que suficientes, gracias por su fe en mi desde que era niña y por hacerme sentir siempre acompañada; nunca me faltó nada gracias a ustedes.

A mi pequeño pero valioso círculo social, gracias por llegar a mi vida en el momento correcto, me enseñaron lo que significa tener una red de apoyo, ser amiga, escuchar y dejarme ser escuchada, gracias por demostrarme que valoraban mi compañía, por hacerme parte de sus familias y permitirme hacerlos parte de la mía.

Gracias Pao, por ser como una hermana. Por estar en los momentos difíciles, en los peores y, por supuesto, también en los buenos, por confiar en mí incluso cuando yo dudaba de mí

misma; tu apoyo ha sido un ancla fundamental. Gracias, Cris, por la responsabilidad que creaste conmigo, por tu apoyo constante, por escucharme y por enseñarme tanto, gracias por dejarme atravesar esa coraza que muestras al mundo, por dejarme conocer tu mundo y enseñarme a estar en el mío con más confianza.

Y gracias, David, Yuls e Ina, por llegar en el momento indicado, por enseñarme a valorar las pequeñas cosas que antes no consideraba importantes, gracias por las charlas interminables, las películas, el vinito y, sobre todo, la compañía sincera.

*Naieth Zambrano*

## TABLA DE CONTENIDO.

Momento I Estado del Arte.	11
Revisión De La Literatura.	11
<i>Capacidades y Competencias Emprendedoras.</i>	14
<i>Teorías del Emprendimiento.</i>	16
<i>Estrategias de Emprendimiento.</i>	17
<i>Emprendimiento en Colombia.</i>	18
<i>Emprendimiento en el Contexto Universitario.</i>	19
<i>Marketing y Publicidad en los Emprendimientos.</i>	20
<i>Marco Legal – Bases Legales.</i>	21
Vinculaciones Conceptuales y Práctica.	22
Momento II. Planteamiento Problémico	23
Enunciación del campo temático.	23
Acercamiento Al Problema De Investigación.	24
Preguntas de investigación	25
Propósitos de la investigación.	25
<i>Propósito Central.</i>	25
<i>Propósitos Derivados</i>	25
Definición de Premisas.	26
Momento III. Diseño Metodológico	26
Enfoque Investigativo.	26
Tradición De La Investigación Cualitativa.	27
Muestreo, Unidad De Estudio E Informantes Claves.	27
Instrumento De Recolección De Información.	28
Proceso De Análisis De La Información.	1
Consideraciones Éticas Y Consentimiento Informado.	1
Momento IV Análisis de Resultados.	2

Análisis Descriptivo	2
Triangulación Hermenéutica	12
Momento V. Interpretación De La Información	14
Reflexiones Finales	14
Sugerencias	16

## **LISTA DE TABLAS**

<b>Tabla 1.</b> Competencias Genéricas.	14
<b>Tabla 2.</b> Tipos de Emprendimientos	16
<b>Tabla 3.</b> Conceptualización de Categorías	29

## **LISTA DE FIGURAS**

<b>Figura 1.</b> Triangulación	43
--------------------------------	----

## **RESUMEN.**

Las estrategias de emprendimiento juvenil son un conjunto de acciones planificadas que le permite a los jóvenes emprendedores alcanzar diferentes objetivos o metas, a través de la organización adecuadas de recursos, ideas e iniciativas. Por otra parte, el respaldo de diversas instituciones representa un gran apoyo para el impulso de estos jóvenes que desean emprender, un ejemplo de ello son las instituciones de educación superior, las cuales diseñan diferentes formas de ayudas orientadas al fomento y el desarrollo de las iniciativas de negocios por parte de sus estudiantes. A partir de lo anterior, se diseña el propósito central de esta investigación el cual fue analizar las estrategias, las percepciones y experiencias de los jóvenes emprendedores, así como el apoyo de la Universidad Popular del Cesar para impulsar el desarrollo empresarial. Dentro de la metodología se implementó un análisis cualitativo con corte fenomenológico, en el que se obtuvieron los relatos de 10 jóvenes que pertenecían a la unidad de emprendimiento de dicha institución. Los resultados evidenciaron que los jóvenes emprendedores implementan distintas estrategias, las que más destacaron fueron estrategia de marketing digital, diseños de nuevos productos, estudio de las tendencias en el mercado, promociones, pautas promociones, entre otros. De la misma forma se conoció las distintas formas de impulso que brinda la Universidad para sus jóvenes emprendedores, en los que resaltaron un lugar donde ubicarse, ferias, asesorías, opción de grado, entre mucho más.

**PALABRAS CLAVE:** Emprendimiento Juvenil, Estrategias de Emprendimiento, Apoyo Institucional, Desarrollo empresarial.

## **ABSTRACT.**

Youth entrepreneurship strategies are a set of planned actions that allow young entrepreneurs to achieve various objectives or goals through the proper organization of resources, ideas, and initiatives. Moreover, the support of various institutions represents a significant boost for these young individuals who aspire to become entrepreneurs. An example of this is higher education institutions, which design different forms of support aimed at fostering and developing business initiatives among their students. Based on the above, the central purpose of this research was to analyze the strategies, perceptions, and experiences of young entrepreneurs, as well as the support provided by the Universidad Popular del Cesar to promote business development. The methodology implemented was a qualitative analysis with a phenomenological approach, through which the accounts of 10 young people who were part of the university's entrepreneurship unit were collected. The results showed that young entrepreneurs apply various strategies, with the most prominent being digital marketing strategies, new product design, market trend analysis, promotions, advertising campaigns, among others. Likewise, different forms of institutional support provided by the university were identified, including physical space to operate, participation in fairs, mentoring, graduation options, and much more.

**KEYWORDS:** Youth Entrepreneurship, Entrepreneurship Strategies, Institutional Support, Business Development.

## **Introducción**

En el contexto colombiano actual, el emprendimiento juvenil ha emergido como una alternativa estratégica frente al desempleo, la precariedad laboral y la escasa oferta de oportunidades laborales y económicas; cada vez son más los jóvenes que, motivados por la necesidad o el deseo de independencia económica, deciden materializar ideas innovadoras en proyectos empresariales, sin embargo, este camino no está exento de desafíos, especialmente cuando existen barreras como la falta de capital, el desconocimiento del mercado y el limitado acceso a redes de apoyo institucional.

En este proyecto, las instituciones educativas superior cobran relevancia como facilitadores del emprendimiento en los jóvenes, al ofrecer herramientas, formación y espacios que potencian las capacidades empresariales de los estudiantes. La Universidad Popular Del Cesar, mediante su unidad de emprendimiento, representa un ejemplo de este tipo de apoyo, buscando fortalecer la cultura emprendedora y el desarrollo económico en la región.

El propósito de este proyecto es analizar las estrategias que los jóvenes emprendedores de la Universidad Popular Del Cesar han implementado para sostener y proyectar sus iniciativas empresariales, al igual que explorar sus percepciones y experiencias en relación con el acompañamiento institucional. A través de un enfoque cualitativo y una perspectiva fenomenológica, se busca comprender profundamente cómo estos actores enfrentan los retos del ecosistema empresarial local y qué tanto influye el respaldo universitario en su trayectoria emprendedora.

## **Momento I Estado del Arte.**

### **Revisión De La Literatura.**

En este apartado se contextualizarán los estudios previos y enfoques teóricos relevantes que sustentan esta investigación, teniendo en cuenta trabajos previos, enfoques y teorías que sustenten el marco conceptual. Por lo tanto, se iniciará este apartado con los antecedentes de investigación internacionales, nacionales y regionales.

A nivel internacional, Silva, et al (2021) En argentina desarrollo una investigación analizar las estrategias que implementó la Universidad Nacional del Mar de Plata para fomentar la educación para el emprendimiento en estudiantes de pregrados, esta investigación es de metodología cualitativa con una muestra 106 estudiantes de carreras como Arquitectura, Urbanismo y Diseño, Ciencias Agrarias, Ciencias de la Salud y Trabajo Social, Ciencias Económicas y Sociales, Ciencias Exactas y Naturales, Derecho, Humanidades, Ingeniería, Psicología y la Escuela Superior de Medicina. Estudio que aporta a esta investigación de los componentes que promueven el desarrollo de perfiles emprendedores en los estudiantes a través de la su vida universitaria, de igual manera la ejecución de aquellos procesos de enseñanza-aprendizaje específicos que estimulan el emprendimiento dentro de las instituciones de educación superior.

Logroño, G. y Ojeda, V. (2023) realizaron un análisis integral del fomento del espíritu emprendedor en la universidad ecuatoriana, análisis que tomó un enfoque mixto, a través de una investigación documental detallada conjunto a un análisis cualitativo de políticas, programas y actividades relacionadas con el fomento del espíritu emprendedor en las universidades ecuatorianas. Artículo que toma gran relevancia para esta investigación debido a que aporta la idea de que aquellas instituciones de educación superior que emplean en sus planes académicos asignaturas y programas específicos de emprendimientos que faciliten la promoción y el desarrollo del espíritu emprendedor en sus estudiantes, se ha detectado que son factores que ayudan a la creación de jóvenes emprendedores exitosos.

Analuisa, F. y Yacelga, A. (2022). Estrategias empresariales en el contexto de las medianas empresas manufactureras. Una búsqueda especializada de literatura, investigación realizada en Ecuador con un enfoque de análisis cualitativo en la que se analizó de manera crítica y analítica aquellas estrategias empresariales en el contexto de las medianas empresas manufactureras. Este estudio que nos proporciona información sumamente importante como lo es la planificación estratégica herramienta que si se aplica de manera correcta puede llegar

a determinar y desarrollar estrategias que permiten llevar a cabo los sueños de los emprendedores teniendo una visión clara de sus objetivos, metas reales y factibles.

Pandemia de la Precariedad: Jóvenes Emprendiendo por Necesidad en Chile investigación realizada por De la Barra, et al (2022) en este artículo se tomaron y se analizaron las narraciones de nueve jóvenes emprendedores, mediante una investigación cualitativa con un enfoque exploratorio durante la pandemia a causa del COVID. Esta investigación aporta a este trabajo la percepciones o vivencias que han experimentado algunos estudiantes universitarios de Chile en temas como las experiencias y necesidades que impulsan a los jóvenes a emprender, y los recursos que posibilitan la creación y desarrollo de este, destacando las redes sociales y de apoyo.

En el contexto nacional encontramos a Camacho, (2022) *En su proyecto de emprendimiento social para fuentes de empleo en el sector constructor en el Municipio de San Alberto-Cesar*. Dentro de este estudio se presentan diversas estrategias de mercado, entre ellas las de comunicación, posicionamiento y de diferenciación, las cuales aportan elementos valiosos para esta investigación. Además, este estudio resalta la utilidad y la importancia de los contenidos en redes sociales como otra estrategia clave, utilizada especialmente en emprendedores. La información proporcionada en este proyecto no solo complementa los enfoques de esta investigación, sino también amplía la comprensión de las estrategias efectivas para el desarrollo de emprendimientos juveniles en el contexto local.

Jiménez y Moreno, (2021) En su investigación tienen como objetivo, estudiar las variables que afectan el proceso emprendedor y como elementos relacionados: calidad y estilo de vida, pueden incidir en la decisión de los jóvenes para permanecer en la ciudad. Los aportes de esta investigación brindan información importante sobre los jóvenes emprendedores, en este caso de barranquilla, conceptos claves de emprendimiento y cualidades emergentes que surgen como respuesta a estos procesos. Asimismo, destacan los mecanismos que utilizan los jóvenes para acceder a empleos alineados a sus expectativas y el uso de la tecnología como estrategia para generar nuevas oportunidades.

Otero y Otero, (2021), en su proyecto destacan como las estrategias de marketing contribuyen en altos beneficios para el desarrollo urbano y territorial, mediante el posicionamiento de la marca, en mercados y consumidores de bienes y servicios. Este estudio ofrece información relevante sobre el uso del marketing como estrategia de crecimiento para pequeñas y medianas empresas, así como su influencia en diversas culturas regionales y su impacto al desarrollo económico de la región. Estos aportes son relevantes para esta investigación puesto que, destacan como el marketing actúa como una herramienta

esencial para generar resultados significativos tanto en términos de remuneración económica como de bienestar social para las comunidades, y como es esencial para el crecimiento de los emprendimientos.

Cardona y Tapias, (2021), *en su proyecto, Ecosistema Del Emprendimiento En La Región Caribe Colombiana*; Es de gran relevancia para esta investigación, puesto que, mencionan sobre la importancia y la necesidad de crear emprendimientos con el fin de generar cambios significativos y sobre la búsqueda de estrategias que aseguren su sostenibilidad. Asimismo, resaltan sobre la necesidad de fomentar una cultura emprendedora desde las instituciones, con énfasis en la ciudad de Cartagena, lo que refuerza el propósito de esta investigación al subrayar la importancia del apoyo institucional para el desarrollo de emprendimiento entre los jóvenes estudiantes.

Ante una extensa búsqueda de referencias locales, se constató que la mayoría de las investigaciones realizadas emplean una metodología cuantitativa, por esta razón no es de utilidad para este proyecto. Además, las pocas investigaciones que se encontraron exceden el límite de años permitidos en la investigación, puesto que pasaban de los 5 años, por ende, no se mencionan en este apartado por falta de investigaciones hacia el tema de emprendimiento en Valledupar, estrategias y jóvenes emprendedores. Ante esta falta de investigaciones en Valledupar, se resalta la necesidad de este proyecto, cuyo propósito es aportar información relevante sobre el emprendimiento juvenil en la región y destacar su importancia.

En la época de los 80 hubo un momento histórico en latino América, donde se realizaron cambios en la esfera económica y estatal que pretendían dar respuesta a la crisis imperante del sector económico, a través de transformaciones neoliberales cobró relevancia el emprendimiento con el fin de disminuir los efectos de la falta de oportunidades laborales; promoviendo el crecimiento económico y aminorando la pobreza, Meneses, (2021). De acuerdo con Diaz, Gonzales y Amado, (2022), se conoce que el emprendimiento ha jugado un papel muy importante en el desarrollo económico y social de las naciones, puesto que han adquirido un mayor reconocimiento e importancia con el aumento de las tasas de desempleo asociadas a la crisis de la economía mundial.

En la actualidad lograr hacer realidad una idea de negocios o acertar en la solución a un problema que manifiesten las personas de manera innovadora y creativa es lo que se conoce como emprendimiento. Este término ha ido evolucionando significativamente en las últimas décadas, acondicionándose a las dinámicas cambiantes del mercado y a las necesidades sociales. De acuerdo con Lemos (2022), el emprendimiento puede llegar a ser definido como

el proceso mediante el cual los individuos identifican oportunidades de negocio, movilizan recursos y crean valor, no solo económico, sino también cultural y social.

Por consiguiente, la creación de empresas se identifica a partir de 5 elementos clave como lo menciona Díaz, et al, (2022, como se citó en Veneciana, 2005) los cuales están establecidos por la identificación de una oportunidad empresarial, los factores de producción, el mercado al que está dirigido, la estrategia de combinación de recursos, alcance al mercado objetivo, y por último la motivación del empresario, su preparación y habilidad para la toma de decisiones.

Por otra parte, de la mano con Tracy (2021), manifiesta que quienes tienen un emprendimiento se categorizan con el término emprendedor, el cual hace referencia a aquella persona que encuentra una oportunidad de servir a la gente que necesita de un producto o un servicio, en otras palabras, es la persona que tiene una iniciativa empresarial y crea a partir de esta, una empresa asumiendo riesgos financieros y el direccionamiento de la organización; un dato sorprendente destacado por este mismo autor sobre la influencia del emprendimiento, es que cerca del 80% de los emprendedores provienen de familias donde uno de los padres fue emprendedor y como resultado la persona desarrolla un sistema de creencias en que puede iniciar y construir un negocio.

Sin embargo, no es necesario contar con una influencia previa para ser emprendedor; algunas personas tienen las cualidades necesarias para convertirse en el primer emprendedor de su familia. El psicólogo William James afirma que una creencia fuerte puede convertir un pensamiento en realidad, tal como lo menciona Tracy en su libro *Emprende tu propio negocio* (2021). Este mismo autor sostiene que cuando una persona proviene de un entorno con limitadas oportunidades y sin ejemplos emprendedores a su alrededor, es probable que siga el mismo camino, puesto que las personas se categorizan e imitan las acciones de las cinco personas con las que más se interactúa.

### ***Capacidades y Competencias Emprendedoras.***

El emprendedor debe tener ciertos rasgos que lo distinguen de una persona no emprendedora, ya que, son las herramientas necesarias para la construcción de su confianza y el direccionamiento de todo lo que conlleva una empresa, ya sea, pequeña, mediana o grande, de esta manera, estos rasgos se convierten en la esencia de los emprendedores; cabe señalar que, no todos los emprendedores deben poseer las mismas cualidades, pero sí las de gran relevancia, como por ejemplo, el liderazgo y la innovación.

las capacidades emprendedoras tienen una base, la cual es la comunicación, como todo en la vida, una buena ejecución de la comunicación puede favorecer en el establecimiento de relaciones interpersonales, manifestar los cambios de manera asertiva y con posición fuerte en el liderazgo; las características anteriormente mencionadas son identificadas como capacidades que se destacan en los emprendedores. Por otra parte, de acuerdo con Lemos, (2022), contemplar la interculturalidad aporta conocimientos importantes respecto a las afectaciones, intereses y competencias a tener en cuenta en los proyectos generador por los emprendedores, entre otras capacidades también podemos encontrar, la adaptación, la inteligencia emocional, la negociación y el trabajo en equipo.

Por consiguiente, los emprendedores poseen también unas competencias genéricas, las cuales ayudan a alcanzar el éxito al momento de la afrontación y adaptación en el entorno económico y de competencia, que se agrupan en tres grupos, esto de acuerdo con Misra y Kamur (2000 citado en Cárdenas y Hernández, 2021) las competencias son las siguientes:

**Tabla 1.**

*Competencias Genéricas*

<b>Competencias cognitivas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de grandes volúmenes de información.</li> <li>• Asumir riesgos.</li> <li>• Innovación</li> <li>• Percepción y sentido a realidades equivocadas.</li> <li>• Tolerancia a la ambigüedad e incertidumbre.</li> <li>• Expectativa y esfuerzo.</li> </ul>
<b>Competencias de direccionamiento de acciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direccionamiento de la organización y de los empleados.</li> <li>• Alta influencia en agencias externas</li> <li>• Encontrar, ordenar y controlar recursos.</li> <li>• Establecimiento de redes sólidas.</li> </ul>
<b>Competencias Afectivas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de sentimientos de abstinencia y depresión</li> <li>• Deseo competitivo de sobresalir.</li> <li>• Perseverancia</li> </ul>

*Elaboración propia, basado en Cárdenas y Hernández, (2021, como citaron a Misra y Kamur, 2000)*

En la tabla anterior se presenta un conjunto de competencias genéricas fundamentales para el desarrollo emprendedor, en primer lugar, se encuentran las competencias cognitivas, las cuales permiten al emprendedor reconocer el entorno en el que se desenvuelve, tomar decisiones acertadas y asumir riesgos de manera consciente. En segundo lugar, se destacan

las competencias de direccionamiento de acciones, entendidas como aquellas que facilitan la planificación, organización y gestión eficiente de los recursos, con el propósito de alcanzar los objetivos propuestos, de igual forma, finalmente se presentan las competencias afectivas, que están vinculadas al manejo de las emociones, la autorregulación y la actitud con la que el emprendedor enfrenta distintas situaciones del entorno.

**Tabla 2.**

*Tipos De Emprendimientos*

<b>Emprendimiento Por Oportunidad</b>	Este se basa en el aprovechamiento de una situación en específico dentro del mercado, implementando ideas innovadoras para el desarrollo de un nuevo negocio
<b>Emprendimiento Por Estilo De Vida</b>	Este se basa en la producción de servicios para el bienestar y el ocio recreativo
<b>Emprendimiento Por Necesidad</b>	Surge cuando en la vida atravesamos por circunstancias desfavorables que nos fuerzan a emprender, asimismo por la falta de ofertas laborales que hacen que uno emplee esta estrategia.

*Elaboración propia, basado en Barra et al, (2022, como citó a Landa et al., (2019); & Álvarez-Sousa, (2019))*

Como se pudo apreciar en la tabla 2, según Barra et al (2022, como citó a Landa et al., (2019); & Álvarez-Sousa, (2019)), nos da a entender que el emprendimiento no responde únicamente a una motivación o perfil, si no que puede desprenderse de distintos contextos ya sean estos sociales, económicos o personales, influyendo así directamente en la dinámica de planificación, sostenibilidad y crecimiento del proyecto

***Teorías del Emprendimiento.***

Las siguientes teorías fueron fundamentadas por Cardona y Tapias (2021) basándose en distintos autores citados en la revista científica, con el fin de explicar las teorías del emprendimiento, en las cuales se destaca las 3 más importantes:

- **Teoría del crecimiento de Schumpeter (1942):** Este autor considera la actividad empresarial como la innovación y no la imitación, concluyendo que el emprendedor mueve la economía fuera del equilibrio estático. Schumpeter (1942, como se citó en Cardona y Tapias 2021). Esta teoría resalta la importancia de ser creativos y la búsqueda de nuevas soluciones y oportunidades.
- **Teoría de las gacelas (1987):** Una empresa se categoriza como gacela cuando estas crecen más rápido que el promedio general, es decir cuando el crecimiento ocurre en sus

primeros años (3 a 5 años iniciales). Este autor afirma que las empresas deben considerarse dinámicas cuando sus ventas presentan un crecimiento del 15% al 20% o más por año. Birch (1987, como se citó en Cardona y Tapias 2021). Esta teoría destaca la importancia de la agilidad y la capacidad de adaptación para capitalizar oportunidades de crecimiento.

- **Teorías institucionales y el desarrollo del emprendimiento (1990):** Según North (1990, como se citó en Cardona y Tapias 2021) los factores que influyen en el proceso emprendedor pueden llegar a ser formales e informales como, por ejemplo, las leyes, constituciones, procedimientos para la creación de una empresa o las políticas que son consideradas como factores formales del entorno. Mientras que los factores informales están definidos como los códigos de conducta, normas de comportamiento y actitudes, por ejemplo, el espíritu emprendedor, la cultura empresarial y las actitudes hacia el emprendimiento.

Estas teorías aportan de manera significativa al emprendedor juvenil, proporcionando diferentes perspectivas y herramientas para comprender y fomentar el emprendimiento dentro de cualquier contexto.

### ***Estrategias de Emprendimiento.***

Actualmente, el objetivo principal de las empresas es desarrollar estrategias y técnicas que apoyen la gestión empresarial, mediante acciones orientadas al logro eficaz y productivo de metas y objetivos, Muñoz et al., (2015, como se citó en Lalaleo y Martínez, 2022). En este contexto, es fundamental que las organizaciones identifiquen sus objetivos y las acciones necesarias para tener éxito en un entorno altamente competitivo, Lalaleo y Martínez, (2022). Según Camacho et al, (2022) en el ámbito empresarial, las estrategias implican la formulación de decisiones clave que permiten alcanzar los objetivos organizacionales. Tener una estrategia clara es esencial para que el equipo comercial comprenda prioridades y el rumbo de su empresa; asimismo, las estrategias deben contar con una buena gestión para que se implemente de manera efectiva.

El mismo autor, revela que hay 5 etapas para la gestión estratégica, puesto que sin estas las estrategias no logran su éxito.

1. ***Identificar los objetivos:*** Este es el primer paso del proceso de gestión, a partir de este se realiza una evaluación inicial de la empresa, donde los gerentes deben tener claridad

sobre la misión y la visión de la organización, Gambaro y García, (2021, como se citó en Camacho et al, 2022).

2. **Analizar la situación actual:** los términos de oportunidades y amenazas se refieren a condiciones externas que pueden llegar a ser favorables o desfavorables para la organización, originadas por los cambios en el entorno. Aquellos cambios pueden incluir situaciones que ya están ocurriendo como eventos que podrían suceder en el futuro, Camacho et al, (2022).
3. **Formular la estrategia:** Este apartado implica seleccionar el curso de acción acorde a los objetivos establecidos de la organización. Durante esta fase, es importante plantear algunas preguntas clave.
  - ¿Qué acciones deben tomarse para alcanzar los objetivos?
  - ¿Cómo se medirá el éxito?
  - ¿Cuáles son los procesos actuales y son suficientes para cumplir con los objetivos?
4. **Implementar la estrategia:** Consiste en llevar a cabo las acciones planificadas para alcanzar los objetivos estratégicos. La estructura organizacional distribuye tareas y roles específicos entre los empleados, asegurando que estos se coordinen de manera efectiva para optimizar la eficiencia, calidad y satisfacción de los clientes. Además, es necesario contar con un sistema de control organizacional. Según Ryan, (2014, como se citó en Camacho et al, 2022), este sistema proporciona a los gerentes incentivos para motivar a los empleados, así como la retroalimentación de su desempeño.
5. **Evaluar el progreso:** Este es el último paso y se caracteriza por ser tan crucial como su formulación, puesto que, permite medir la eficiencia y efectividad de los planes para lograr los resultados deseados. Su importancia radica en su capacidad para coordinar el trabajo de los gerentes, grupos y departamentos mediante el control de desempeño.

### ***Emprendimiento en Colombia.***

De acuerdo con Coronado y Moreno (2021), en el contexto colombiano desde el gobierno Nacional ha implementado mecanismo que respaldan el emprendimiento, dentro de este, se enfatiza en el artículo 12 de la ley 1014, la cual hace énfasis a los objetivos específicos de la formación para el emprendimiento. Tal como mencionan, las instituciones de educación superior implementan esta política y han puesto en práctica los lineamientos y directrices.

Ahora bien, un estudio realizado por Meneses, (2021), declara que Colombia tenía una tasa de desempleo muy alta, según los reportes del departamento administrativo nacional de

estadística (DANE), en el cual se identificó que los jóvenes con un título profesional eran los principales afectados en el territorio colombiano. Como respuesta a la crisis, el Gobierno por medio del Ministerio de Comercio exterior, estructuró el programa “Jóvenes Emprendedores Exportadores”, parte del denominado “Plan Estratégico Exportador 1999-2009” con la finalidad de que los jóvenes de máximo 28 años, profesionales o estudiantes de educación superior pudieran hacer uso de estas herramientas para la creación de empresas. También se realizó la feria juvenil “Expocamello” y las denominadas “Incubadoras de Empresas de base tecnológica” y años después se llevó a cabo el “Fondo emprender” ambos direccionados por el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).

El emprendimiento en los jóvenes responde no solo a la explotación de potencialidades, sino también a una carencia de oportunidades en el país; es por esto, que nacen los jóvenes emprendedores a partir de la capacidad que han forjado conforme a las dificultades, Coronado y Moreno (2021). Los jóvenes de Colombia se destacan por tener un factor característico, el cual es la adaptabilidad, siendo este también un aspecto importante de la resiliencia, esto se puede considerar como una ventaja ante los enfrentamientos que conlleva el mundo empresarial, puesto que los jóvenes colombianos poseen esa habilidad de salir adelante frente a cualquier dificultad.

Los emprendedores tienen un papel crucial en las transformaciones de las sociedades con bajos ingresos, caracterizadas por el autoempleo por necesidad. Actualmente en Colombia se han fomentado estrategias de cambio con la finalidad de disminuir el desempleo, con el apoyo a los emprendedores, a partir de créditos financieros, alianzas o ferias de emprendimiento con el fin de incrementar la economía del país y la interculturalidad. Colombia ha logrado mantener una estabilidad económica y ha crecido desde comienzos del siglo actual por su gran impacto de los avances en materia del emprendimiento en los últimos años; mejorando los niveles de creación de emprendimientos, empresas y organizaciones, Delgado (2010, como se citó en Cárdenas y Hernández, 2021).

### ***Emprendimiento en el Contexto Universitario.***

Uno de los principales promotores en la formación de ese espíritu emprendedor en los jóvenes suele ser las instituciones de educación superior, de acuerdo con López Cozar y Priede (2014, como se citó en Silva et al, 2021) a partir de esta, los estudiantes reciben a lo largo de su trayectoria académica conocimientos teóricos y destrezas que los preparan para su inserción en el ámbito laboral. En este sentido, la educación superior es considerada uno de los factores clave en el fomento del espíritu emprendedor en los jóvenes.

Si bien sabemos, el emprendimiento se volvió una opción viable para aquellos que no encontraban oportunidades de empleo; se destaca que, en ciudades como Valledupar, se pueden encontrar muchos emprendedores, debido a que, por ser una ciudad pequeña, son pocas las ofertas disponibles adecuadas para personas sin titulación o sin experiencia. Es por esto que, los jóvenes han sido la población predominante en esta área, lo que ha llevado a que las universidades ubicadas en la ciudad de Valledupar creen espacios para los estudiantes de formación que doten de habilidades y destrezas a los estudiantes y generen esta alternativa frente a este fenómeno.

La Universidad Popular del Cesar es una de esas instituciones de educación superior que ha sumado a esta iniciativa, tomando medidas para ayudar a reducir los efectos de este fenómeno, creando una unidad de emprendimiento en busca de mejorar las condiciones de vida de los habitantes del departamento del Cesar, cuyo objetivo es la búsqueda de soluciones integrales a gran escala para la solución de problemáticas de la realidad social, aportando el mejoramiento de las condiciones de la vida de la comunidad educativa para construir una Universidad Popular del Cesar incluyente, equitativa, promotora del emprendimiento y socialmente responsable.

### ***Marketing y Publicidad en los Emprendimientos.***

El uso de las redes sociales en los jóvenes resulta ser una ventaja, puesto que en este siglo los jóvenes tienen más facilidades e ingresos a la tecnología, si se emplea de una manera adecuada, se pueden realizar grandes cambios en un negocio o emprendimiento. ¿Por qué mencionamos las redes sociales en este apartado? porque una de las maneras de conseguir mayor visibilidad del producto o el servicio es a partir de las redes sociales; y como conocedores sabemos que los jóvenes son quienes más consumen de las redes en línea.

El marketing digital tiene como fin comercializar a través plataformas digitales, lo que se traduce en estrategias orientadas a mantener una conexión constante con los distintos segmentos del mercado y con los clientes; permitiendo una comunicación más fluida y favoreciendo la implementación de actividades de venta más efectivas y adaptadas al entorno digital (Urango, 2019, como se citó en Vargas, Romero & Vega, 2023).

En relación con lo anterior, las redes sociales son una excelente herramienta para el marketing y la publicidad, ya que pueden actuar como un puente hacia la audiencia. Existen aplicaciones especializadas para crear el material necesario, como el diseño de la publicidad de productos, la creación de logotipos y carteles. También hay aplicaciones que

proporcionan herramientas para registrar datos y mantener un historial de lo solicitado, (López et al., 2018, como se citó en Vargas, Romero & Vega, 2023).

De acuerdo con Otero y Otero, (2021) las bases fundamentales de los planes que ofrece el marketing y sus estrategias, sirve como estudio del comportamiento en los mercados y consumidores, además comprende el diseño de productos, el estudio de precios, la distribución correcta y dónde producir para mayor rentabilidad, las promociones necesarias y el momento adecuado para promocionar, a partir de esto comprendemos que el marketing, en la era de la globalización, es vital para el crecimiento de las empresas que contribuyen con el desarrollo del país.

Es importante entender la importancia de las herramientas tecnológicas para la aplicación del marketing, ya que facilita las relaciones en tiempo real con los clientes, los datos de tendencias ya que ayudan a incrementar las ventas y el posicionamiento al mercado. Con las estrategias de mercadotecnia se busca ser más competitivos sin perjudicar la economía en general.

### ***Marco Legal – Bases Legales.***

- **Ley 1014 de 2006.** Esta ley tiene como objetivo fomentar una cultura del emprendimiento en Colombia, promoviendo el desarrollo de habilidades empresariales desde la educación básica hasta la superior.
- **Ley 1429 de 2010.** Esta ley se basa en fomentar la formalización y generación de empleo, ofreciendo incentivos para que las empresas se formalicen en sus primeras etapas; buscando aumentar beneficios y reducir los costos asociados al proceso de formalización, facilitando el desarrollo de nuevos negocios.
- **Ley 1780 de 2016.** Esta ley tiene como propósito promover el empleo para jóvenes entre 18 y 28 años, estableciendo las bases institucionales para diseñar y ejecutar políticas de empleo y emprendimiento, fomentando la creación de nuevas empresas jóvenes y la implementación de mecanismos que mejoren la inserción laboral de este grupo con un enfoque diferencial en Colombia.
- **Ley 2069 de 2020.** Esta ley tiene como objetivo crear un marco normativo que favorezca el emprendimiento y apoye el desarrollo, fortalecimiento y sostenibilidad de las empresas, teniendo como propósito mejorar el bienestar social y promover la equidad.

## Vinculaciones Conceptuales y Práctica.

- **Apoyo institucional:** El apoyo institucional se entiende como soporte material que las organizaciones, tanto gubernamentales como no gubernamentales, proporcionan a los individuos; explorado especialmente en el contexto educativo y económico, donde se destaca el apoyo brindado por instituciones como universidades o entidades dedicadas al desarrollo económico, (Hinck & Brandell, 2000; Keleman, 2010, como se citó en Asún, et al., 2012)
- **Desarrollo:** Significa crecimiento, aumento, reforzamiento, progreso, desenvolvimiento o evolución de algo. Designa la acción y efecto de desarrollar o desarrollarse. (Cárdenas Riascos & Hernández Ramírez, 2021)
- **Emprendedor:** Según la ley 1014 del 2006 define al emprendedor como una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva;
- **Emprendimiento:** Efecto de emprender, hace referencia a llevar a cabo una obra o negocio que se desarrolla con esfuerzo y enfrenta diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto. (Porto & Gardey, 2023)
- Para la ley 1014 del 2006 por la cual se fomenta la cultura del emprendimiento y define el emprendimiento como una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.
- **Estrategias:** Plan de acciones coordinadas para dirigir un asunto o conseguir un fin. (real academia española)
- **Estrategias de emprendimiento:** Es una herramienta clave que permite a las empresas establecer sus objetivos comerciales; funcionando como una guía para la toma de decisiones dentro de la organización y define las acciones necesarias para una gestión eficiente, influyendo en decisiones críticas como el personal o el desarrollo de nuevos productos, buscando alinear las metas de la organización con una visión a largo plazo, Santos, (2023).
- **Experiencias:** Conocimiento de la vida adquirido por las circunstancias o situaciones vividas. (RAE)

- **Experiencias en el emprendimiento:** En combinación de los conceptos de **experiencia** y de **emprendimiento** da lugar a una definición que se refiere a: los conocimientos adquiridos a través de las vivencias durante el proceso de creación y desarrollo de un negocio o empresa, lo que implica esfuerzo constante y la superación de diversas dificultades, con el fin de alcanzar las metas específicas, (RAE & Porto & Gardey, 2023). Se define de tal manera, ya que mediante la búsqueda no se encuentra el concepto en sí de experiencias en el emprendimiento.
- **Innovación:** Creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado. (RAE)
- **Marketing:** consiste en implementar técnicas y estrategias para promover e incrementar las ventas, investigar el mercado, detectar necesidades y publicitar los productos y servicios. Azkue, I. (2024)
- **Percepciones:** Es el conocimiento o la idea que se tiene de algo. (RAE)
- Otro concepto de **Percepción** es: el proceso cognitivo de la conciencia que implica la capacidad de reconocer, interpretar y dar significado a las sensaciones que provienen tanto del entorno físico como del social; este proceso es fundamental para la formación de juicios en el que participan otros procesos psíquicos como el aprendizaje, la memoria y la simbolización, que ayudan a dar coherencia a las experiencias y a generar una comprensión más profunda del mundo que nos rodea, Vargas, (1994).
- **Unidad de emprendimiento:** Es la oficina que apoya a las personas con ideas (alumnos, exalumnos, investigadores, grupos de investigación) para favorecer la creación de nuevas empresas.

## **Momento II. Planteamiento Problemático**

### **Enunciación del campo temático.**

Esta investigación estará situada en la línea de investigación del campo de la psicología organizacional y del trabajo, que según Velero (2019) explica que la psicología organizacional, sería aquella ciencia que se encarga del estudio de la conducta, el comportamiento y la experiencia de las personas dentro de su espacio de trabajo, con una mirada tanto individual como grupal, de igual modo busca mejorar los niveles de desarrollo personal, productividad, eficiencia, calidad, mejoramiento continuo en toda la organización.

Por lo que se podría decir que esta extensión de la psicología se encarga de tener una visión detallada de esos componentes que hacen parte de las esferas que configuran el sistema comportamental del individuo como a nivel organizacional, que constantemente está en pro del mejoramiento de la efectividad de las organizaciones.

### **Acercamiento Al Problema De Investigación.**

El querer emprender para los jóvenes se ha convertido en una de las oportunidades para superar la crisis de desempleo que en los últimos años ha incrementado, sin embargo, muchos de estos al momento de querer hacer realidad su idea de negocio o emprendimiento enfrentan diferentes obstáculos en el camino, lo que en muchas ocasiones lleva a que los jóvenes desistan de ellas. Dentro de este marco de idea cabe resaltar que las principales problemáticas que se presentan en esta población serían en muchos casos la falta de recursos económicos, apoyo financiero por parte de inversores o acreedores, desconocimiento sobre mecanismos de cómo enfrentarse al mercado laboral.

Según la Fundación Microfinanza BBVA y el Boston Consulting Group (Bcg) (2023) en su informe sobre la inclusión financiera a través del emprendimiento en Latinoamérica, expone que el panorama emprendedor juvenil que se presenta actualmente es desafiante debido a que las personas que pertenecen a este grupo suelen ser poco atractivos para inversores y acreedores, a lo que lleva que el 81% de los jóvenes financien sus emprendimientos con recursos propios lo que en la mayoría de los casos terminan siendo sus ahorros que a corto plazo puede que muchos queden sin fondos y llegar al fracaso. Por otra parte, en este mismo informe se menciona que 30 millones de la población joven se encuentran fuera del sistema educativo lo que impide que estos puedan adquirir habilidades para incorporarse en el mercado laboral, lo que lleva a generar una gran desconfianza de aquellos que quisieran emprender.

De modo similar, en Colombia el periódico El Tiempo (2021) menciona que el 72% de los jóvenes perciben que la situación actual para emprender es muy difícil, en este mismo se dan a conocer las principales barreras que se encuentran en el país para hacer realidad una idea de emprendimiento, inicialmente encontramos la falta de recursos económicos propios, la falta de fomento del gobierno a los emprendimientos y por último la formalización de emprendimiento.

El Diario el Pílon (2024) menciona que en el periodo del 2021 a 2023 la Cámara de Comercio de la ciudad de Valledupar registró 5.339 emprendedores en el Cesar, en el que Valledupar encabezaba el listado con 3.559 emprendedores registrados. Las entidades

gubernamentales a nivel departamental y local han venido implementando diferentes estrategias para el crecimiento de estos emprendimientos, sin embargo, estas iniciativas no han logrado los resultados esperados en temas de efectividad y sostenibilidad. En este mismo artículo se menciona que en Valledupar los jóvenes serían los más afectados, debido a que enfrentan desafíos como la falta de acceso a capital semilla y créditos condenables; situación que genera riesgos de pérdida o desaparición de estos negocios por la falta de capital ya que muchos no cuentan con el capital suficiente para seguir impulsando sus ideas de negocios. Finalmente, El propósito de esta investigación, es comprender de manera integral las dinámicas que rodean el emprendimiento juvenil en la Universidad Popular del Cesar; buscando analizar como los jóvenes emprendedores implementan diversas estrategias en sus proyectos y cuáles son las percepciones y experiencias que han adquirido en su trayectoria empresarial. Asimismo, se pretende analizar el apoyo de la Universidad a través de las herramientas y recursos brindadas y cómo influye en el crecimiento de sus las iniciativas empresariales por parte de los jóvenes.

### **Preguntas de investigación**

¿Qué opinan los jóvenes emprendedores del apoyo brindado por la Universidad Popular del Cesar para la creación y el fortalecimiento de sus emprendimientos?

¿Cuáles son las estrategias implementadas por los jóvenes emprendedores de la Universidad Popular del Cesar?

¿Cómo apoya la Universidad Popular del Cesar el desarrollo empresarial de los jóvenes?

### **Propósitos de la investigación.**

#### ***Propósito Central.***

Analizar las estrategias, la percepciones y experiencias de los jóvenes emprendedores, así como el apoyo de la Universidad Popular del Cesar para impulsar el desarrollo empresarial.

#### ***Propósitos Derivados***

- Conocer las estrategias más utilizadas por los jóvenes emprendedores de la Universidad Popular del Cesar.
- Explorar las percepciones y experiencias de los jóvenes emprendedores sobre los desafíos y oportunidades en el ecosistema empresarial.
- Describir cuáles son las herramientas que brinda la universidad popular de cesar a sus estudiantes emprendedores.

### **Definición de Premisas.**

**Premisa 1.** Los emprendedores juveniles de la Universidad Popular del Cesar tienden a utilizar diferentes estrategias de emprendimiento para enfrentar los desafíos del mercado local.

**Premisa 2.** Las experiencias de los jóvenes emprendedores indican que las herramientas de la universidad favorecen más en el desarrollo de habilidades empresariales que en la creación de redes de apoyo en el ecosistema empresarial en la ciudad de Valledupar.

**Premisa 3.** Los emprendedores de la institución perciben que el apoyo de la unidad de emprendimiento de la universidad es insuficiente en términos de financiamiento, pero útil en aspectos de formación y capacitación.

## **Momento III. Diseño Metodológico**

### **Enfoque Investigativo.**

Esta investigación maneja un enfoque cualitativo el cual permite obtener una visión detallada y contextualizada de los factores que influyen en el emprendimiento juvenil dentro del entorno universitario. El enfoque cualitativo se centra en generar datos descriptivos que incluyan las expresiones orales y escritas de los participantes, asimismo, sus comportamientos observables, con la finalidad de comprender su perspectiva y experiencias de manera profunda, Quecedo, et, al., (2002). De acuerdo con lo anterior, este enfoque permite indagar a profundidad los hechos y situaciones que enfrentan los jóvenes emprendedores; asimismo, sus emociones, pensamientos, actitudes y creencias hacia las estrategias y el apoyo brindado por la Universidad.

De la mano con el mismo autor, la investigación cualitativa es un enfoque que tiene como fin comprender fenómenos desde la perspectiva de los participantes; en lugar de basarse en hipótesis preconcebidas, el investigador desarrolla conceptos a partir de los patrones identificados en el análisis. Este método adopta una perspectiva holística, considerando a las personas y sus contextos como un todo, integrando sus historias y situaciones actuales; la interacción con los participantes se realiza de manera natural, minimizando la influencia del investigador y respetando sus marcos de referencia; además, se valora la diversidad de

perspectivas sin buscar una única verdad, explorando la experiencia humana en su complejidad, (Quecedo, et, al., 2002).

En el contexto de esta investigación es esencial para analizar los factores que afectan las iniciativas de los jóvenes emprendedores, obteniendo así una visión completa de los desafíos y necesidades que enfrentan y que son clave para el desarrollo de estrategias efectivas.

### **Tradición De La Investigación Cualitativa.**

Esta investigación va de la mano con una tradición fenomenológica, puesto que permite la exploración de experiencias y vivencias de la población, en este caso los jóvenes emprendedores; a partir de este se indagará sobre las perspectivas, retos y oportunidades, profundizando en el significado personal que cada uno de ellos les otorgue a las experiencias. Ambos enfoques (metodología cualitativa y fenomenología) buscan captar el significado y la interpretación que los individuos otorgan a sus vivencias, priorizando su voz y perspectivas en lugar de imponer categorías predefinidas.

De acuerdo con Edmund Husserl (como se citó en Lambert, 2006) la fenomenología se centra en analizar y describir las experiencias tal como se llegan a ser percibidas por la conciencia, eliminando prejuicios o ideas preconcebidas que puedan distorsionar su análisis. Husserl expone la idea de “epojé”, el cual consiste en suspender el juicio sobre las creencias habituales para centrarse en los fenómenos puros, en otras palabras, las esencias invariables de las experiencias.

En secuencia con el autor anterior, la fenomenología ofrece para esta investigación una base sólida para analizar las estrategias empleadas por los jóvenes emprendedores, puesto que su enfoque en la experiencia permite la comprensión de como los emprendedores pueden percibir y brindar significado dentro del entorno empresarial; asimismo, este enfoque ayuda a explorar de manera profunda las motivaciones, desafíos y percepciones que moldean su desarrollo empresarial, dando paso al análisis centrado en el significado subjetivo de sus acciones. Al momento de indagar sobre el apoyo de la Universidad, la fenomenología orienta hacia la identificación de como los jóvenes emprendedores experimentan estas clases de apoyo, ya sea desde los recursos hasta los programas de formación, permitiendo la indagación de como estos influyen en sus estrategias empresariales.

### **Muestreo, Unidad De Estudio E Informantes Claves.**

La población para esta investigación estará compuesta por 10 jóvenes emprendedores que se encuentran vinculados a la unidad de emprendimiento de la Universidad Popular del Cesar sede Valledupar para el año 2025, que se encuentran en el rango de edad entre los 18 a los 28 años. Estos participantes fueron escogidos con la finalidad de analizar las estrategias, percepciones y experiencias que han tenido dentro la universidad y de igual forma conocer el apoyo que le brinda la institución.

El tipo de muestreo que se escogió para esta investigación fue muestreo por conveniencia, puesto que abarca las unidades de análisis basándose en su disponibilidad o accesibilidad para el investigador, de tal manera que tiene una gran utilidad por su proceso de recolección de información de manera eficiente, rápida y sin costo alguno, (Tamayo, 2015). En otras palabras, permite generar hipótesis preliminares y el entendimiento sobre el proceso de desarrollo organización de los jóvenes emprendedores, ya que permite una recopilación rápida de información necesaria; además de reducir costos y tiempo puesto que la población se encuentra al alcance para esta investigación.

### **Instrumento De Recolección De Información.**

Para esta investigación el instrumento de recolección de información se centra en la entrevista abierta o a profundidad, la cual se basa en una conversación simulada, en la que ni las preguntas ni su secuencia están predeterminadas; se considera simulada porque el rol de quien formula las preguntas no es intercambiable con el entrevistado; Cabe mencionar que, esta interacción no es dada por el placer de conversar, ya que esta guiada por un propósito que dirige la dinámica y aunque sea una interacción simulada, debe mostrarse natural, de modo que los participantes no perciban que es así, Montañés, (2010).

Por otra parte, la entrevista a profundidad según Cifuentes, (2021) se define como un espacio destinado a la escucha y diálogo con una persona que, debido a su experiencia, vivencias o conocimientos particulares puede proporcionar información detallada y específica. De acuerdo con lo anterior, Gereá, (2021) indica que este tipo de entrevista hace parte de la metodología cualitativa, con el propósito de explorar a detalle las opiniones, percepciones, vivencias y motivaciones de los entrevistados en torno a los temas de investigación; asimismo, se distingue de otras técnicas porque brinda una facilidad de entendimiento a profundidad de la experiencia individual, utilizando una conversación detallada y flexible que permite abordar aspectos significativos de las respuestas de los entrevistados.

En otras palabras, este tipo de entrevista es el ideal puesto que, apoya y va de la mano con nuestra metodología y tradición fenomenológica, ya que facilita el acceso a narrativas personales y contextos específicos que enriquecen la comprensión de los temas a investigar. Al permitir a los entrevistados expresar sus experiencias sin restricciones, se genera un dialogo significativo que aporta datos cualitativos valiosos; además, es útil para abordar cuestiones relacionadas con fenómenos complejos, otorgando una mirada detallada, sin dejar de lado que su carácter exploratorio y la capacidad para revelar dimensiones emocionales o subjetivas convierten a este instrumento en un recurso indispensable en esta investigación.

Tabla 3.

*Conceptualización de Categorías*

**CONCEPTUALIZACIÓN DE CATEGORIAS**

**Propósito Central:** Analizar las estrategias, la percepciones y experiencias de los jóvenes emprendedores, así como el apoyo de la Universidad Popular del Cesar para impulsar el desarrollo empresarial.

PROPOSITOS	CATEGORIAS (Definición conceptual)	SUBCATEGORIAS	TÉCNICA	PREGUNTAS ORIENTADORAS	PARTICIPANTES
<p align="center"><b>Conocer las estrategias más utilizadas por los jóvenes emprendedores de la Universidad Popular del Cesar.</b></p>	<p><b>Estrategias de emprendimiento juvenil:</b> Es una herramienta clave que permite a las empresas establecer sus objetivos comerciales; funcionando como una guía para la toma de decisiones dentro de la organización y define las acciones necesarias para una gestión eficiente, influyendo en decisiones críticas como el personal o el desarrollo de nuevos productos, buscando alinear las metas de la organización con una visión a largo plazo, Santos, (2023).</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Objetivos Comerciales:</b> Son aquellos objetivos que establecen las empresas con la finalidad de alcanzar metas o mejorar su rendimiento, en un tiempo determinado por esta misma.</li> <li>2. <b>Acciones Necesarias:</b> Es la realización de un hecho que genera efectos y evidencia la capacidad para intervenir y transformar diversos ámbitos requeridos. (Enciclopedia significados, 2017)</li> <li>3. <b>Gestión Eficientes:</b> Conjunto de acciones que se realizan constantemente para la mejora continua de la empresa, de la misma forma aportan valor al crecimiento de la empresa. (econopedia, 2020) Guillermo.</li> <li>4. <b>Desarrollo de nuevos productos:</b> es un proceso integral basado en la investigación de mercado que impulsa la innovación, ya sea a través de la creación de ideas originales, mejoras o modificaciones en productos existentes, o el lanzamiento de nuevas marcas, para anticipar y resolver cualquier factor que pueda afectar su éxito comercial (Sierra, M, 2012)</li> </ol>	<p align="center">Entrevista semiestructurada.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. En el proceso de creación de su emprendimiento ¿visionó algún tipo de objetivo a los que esperaba darle cumplimiento?</li> <li>2. Para fortalecer su negocio cuéntenos cuáles han sido las estrategias que ha implementado para el desarrollo de este. (acciones y gestión)</li> <li>3. De acuerdo con la experiencia del mercado ¿has pensado en crear nuevos productos? (acciones y nuevos productos)</li> </ol>	<p align="center">Jóvenes Emprendedores de la Universidad Popular del Cesar</p>

<p><b>Explorar las percepciones y experiencias de los jóvenes emprendedores sobre los desafíos y oportunidades en el ecosistema empresaria</b></p>	<p><b>Percepción:</b> De acuerdo con la psicología clásica de Neisser (como se citó en Aguas et al, 2019), se entiende como aquel proceso activo-constructivo en el que antes de procesar la nueva información y con los datos archivados en su conciencia, este realiza una construcción de un esquema informativo anticipatorio, lo que permite al sujeto contrastar el estímulo y aceptarlo o rechazarlo de acuerdo con el aprendizaje adquirido.</p> <p><b>Experiencia de emprendimiento:</b> según XXXX proporciona un conocimiento tácito que facilita la toma de decisiones sobre oportunidades empresariales en condiciones de incertidumbre y presión temporal</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Aprendizaje:</b> Según la teoría del aprendizaje social de Bandura (1977) la define como el proceso mediante el cual se adquieren, modifican y se consolidan conocimientos a partir de la experiencia y la interacción con el entorno.</li> <li>1. <b>Desafíos:</b> El desafío se vincula a situaciones que ofrecen la oportunidad de aprender o ganar, donde la persona siente que puede controlar su interacción con el entorno. Implica la activación de estrategias para enfrentar la situación, y al mismo tiempo, el individuo confía en contar con la fortaleza necesaria para superar el reto, lo que se refleja en emociones positivas como la impaciencia, la excitación y el júbilo, Lazarus y Folkman (1984, como se citó en Raimundi, et al., 2014).</li> </ol>	<p>Entrevista semiestructurada</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cómo ha experimentado los desafíos que ha enfrentado en este proceso de emprender?</li> <li>2. ¿Cómo ha sido tu experiencia en la universidad frente a los productos y servicios que estás ofreciendo?</li> <li>3. En su experiencia como emprendedor que ha sido lo más gratificante que ha logrado</li> <li>4. ¿Cómo ha contribuido la interacción con su entorno a la adquisición de conocimientos en su emprendimiento?</li> </ol>	<p>Jóvenes Emprendedores de la Universidad Popular del César</p>
--	---	---	------------------------------------	---	--

<p><b>Describir cuáles son las herramientas que brinda la universidad popular de cesar a sus estudiantes emprendedores.</b></p>	<p><b>Apoyo institucional:</b> El apoyo institucional se entiende como soporte material que las organizaciones, tanto gubernamentales como no gubernamentales, proporcionan a los individuos; explorado especialmente en el contexto educativo y económico, donde se destaca el apoyo brindado por instituciones como universidades o entidades dedicadas al desarrollo económico, (Hinck &amp; Brandell, 2000; Keleman, 2010, como se citó en Asún, et al., 2012)</p>	<p><b>1. Soporte Material:</b> Este hace referencia a las diferentes formas de asistencias que reciben las empresas para facilitar su crecimiento, sostenibilidad y éxito. Este soporte material o apoyo provienen en muchas ocasiones del gobierno, de organizaciones educativas, organizaciones no gubernamentales, entre otros.</p> <p><b>2. Desarrollo Económico:</b> Es aquel proceso de transformación estructural que busca la mejora el sistema económico a largo plazo, de tal manera que todos los sectores productivos crezcan de manera equitativa y sostenibles en el tiempo.</p>	<p>Entrevista semiestructurada</p>	<p>1. Cuénteme sobre las herramientas que la Universidad Popular del Cesar ofrece a sus estudiantes emprendedores.  2. Desde su experiencia, relata el apoyo institucional recibido durante el desarrollo de tu idea de negocio.  3. De acuerdo con su vivencia, describe el impacto del respaldo universitario en el fomento de un desarrollo económico sostenible</p>	<p>Jóvenes Emprendedores de la Universidad Popular del Cesar</p>
---	--	--	------------------------------------	---	--

## **Proceso De Análisis De La Información.**

El análisis de la información en esta investigación se realizó mediante el uso de la plataforma Microsoft Excel, una herramienta ampliamente utilizada que, si bien no fue diseñada específicamente para el análisis cualitativo, nos permitió organizar, categorizar y analizar datos de forma sistemática. De igual forma, esta plataforma nos facilitó la segmentación, codificación y agrupación de la información obtenida, permitiéndonos clasificar respuestas, establecer categorías temáticas y detectar patrones relevantes en los datos cualitativos recolectados en la entrevista realizada a los jóvenes emprendedores de la Universidad Popular del Cesar

Esta plataforma ofimática nos permitió que las respuestas de los participantes pudiesen ser codificadas en columnas, asignándoles así etiquetas o códigos que reflejan los temas centrales de la investigación. Posteriormente, se pudo agrupar esas unidades de análisis para identificar frecuencias, relaciones y tendencias, lo cual permitió una exploración más profunda de los datos y contribuyó a la interpretación teórica de los mismos.

## **Consideraciones Éticas Y Consentimiento Informado.**

Esta investigación no genera ningún tipo de riesgos para las personas que participarán en ella, debido a que esta emplea una técnica de recolección de información documental y entrevistas en las que los participantes no deberán proporcionar datos sensibles ni se abordarán aspectos relacionados con temas confidenciales o sensibles de la conducta.

Por otro lado, basándonos en el código deontológico y bioético y otras disposiciones del psicólogo colombiano del 2006, los principios éticos con los que contara esta investigación son los siguientes a mencionar:

- **Autonomía:** En este primer principio los psicólogos tendrán la tarea de mantener a los participantes informados acerca del propósito como de la naturaleza de la investigación y de igual manera reconocerán la capacidad de libertad de participación con la que cuenta cada uno de los participantes, por lo tanto, en cualquier momento la persona podrá decir si continua o no en el proceso.
- **Confidencialidad:** Los psicólogos tienen una obligación básica respecto a la confidencialidad de la información obtenida de las personas en el desarrollo de su trabajo como psicólogos. Se develará o revelará dicha información a los demás siempre y cuando se cuente con el consentimiento de la persona o del representante legal de la

persona, excepto en aquellas circunstancias particulares en que no hacerlo llevaría a un evidente daño a la persona u a otros. Los datos proporcionados en esta investigación podrán ser consultados y utilizados con fines académicos, solo si el participante acepta los términos establecidos en el consentimiento informado.

- **Beneficencia:** Este principio se trata de la obligación del profesional para buscar en todo momento de velar por el bien y el beneficio de los demás, de tal manera que en esta investigación se priorizará proteger al sujeto de todo tipo de riesgo si se llegase a presentar.
- **Justicia:** En este último estará enfocado en la en la igualdad y equidad, por lo que todas las personas tendrán la misma oportunidad de ser seleccionados para este estudio sin importar su nivel de escolaridad, su sexo, raza, religión, creencias o situación económica

#### **Momento IV Análisis de Resultados.**

Este apartado se dedica al análisis cualitativo con una tradición fenomenológica de las experiencias compartidas por los jóvenes emprendedores de la Universidad Popular del Cesar que participaron en esta investigación. Dicho análisis permitió profundizar en las estrategias que han empleado en el desarrollo de sus emprendimientos, así como en el tipo de apoyo recibido por parte de la universidad a través de la Unidad de Emprendimiento.

Los resultados se interpretan a partir del contraste del estado del arte con las diferentes teorías expuestas en ese momento de la investigación, las perspectivas de los participantes y la posición de los investigadores, con el fin de darle cumplimiento a los propósitos de esta investigación.

#### **Análisis Descriptivo**

Los participantes de esta investigación se encuentran conformados por diez estudiantes de la Universidad Popular del Cesar, vinculados a la Unidad de Emprendimiento durante el primer semestre académico del año 2025. A partir de las respuestas proporcionadas por cada uno de ellos, se llevó a cabo un análisis integrado de las categorías y subcategorías establecidas, en correspondencia con los propósitos de la investigación.

Como punto de partida, se aborda el primer propósito derivado: *“conocer las estrategias más utilizadas por los jóvenes emprendedores de la Universidad Popular del Cesar”*. De este propósito surge una categoría apriorística denominada *“estrategias de emprendimiento*

*juvenil*”, la cual abarca las acciones y decisiones orientadas a lograr una gestión eficiente de sus iniciativas.

En cuanto a este propósito los participantes coinciden en ciertas estrategias de emprendimiento como:

**Viñeta 1.**

“He implementado estrategias en redes, hago videos, tengo, hago TikTok que, pues es lo que más se viraliza. Eh... también tengo estas estrategias que es el código QR, doy una paletica por la compra”

**Viñeta 2.**

“Hemos implementado más o menos unas cuantas estrategias de promociones, marketing. Por ejemplo, los viernes hacemos dinámicas con nuestros seguidores, que si trae más seguidores se les da una paleta, que si comparte, que si repostean y también pues impulsando en cada lugar donde vamos llevando pues es nuestra publicidad”

**Viñeta 3.**

“Hago promociones, creo mi contenido, hago reels y todo lo demás para crear más alcance y pues llegar a ser más conocidas”

**Viñeta 4.**

“He realizado marketing, concursos y realización de tarjetas o folleticos para poder repartir por las zonas por donde vivo e incluso acá en la universidad.

De acuerdo con lo anterior, puede contrastarse con lo expuesto por Analuisa y Yacelga (2022), quienes destacan la importancia de la planificación estratégica como una herramienta clave para diseñar y ejecutar acciones que permitan alcanzar los sueños y objetivos de los emprendedores, siempre que esta se lleve a cabo de manera adecuada.

Por otra parte, Otero y Otero (2021), destacan que el marketing es una herramienta fundamental para estudiar el mercado y los consumidores, así como el diseño de sus productos, las promociones y las temporadas para la exposición de estos, por lo que contribuye en un alto nivel en el desarrollo económico del país. Asimismo, López et al., 2018, como se citó en Vargas, Romero & Vega, 2023, acentúan que existen aplicaciones

para crear material necesario, en este caso contenido como, videos, promociones, publicidad, entre otros; sin dejar de lado aquellas que ayudan en el registro de datos y mantener una mejor organización.

En relación con lo anterior, Urango 2019, como se citó en Vargas, Romero & Vega, 2023, resaltan que el marketing digital en función con las plataformas digitales, como las que mencionan los participantes, genera una conexión constante entre los distintos segmentos del mercado y los clientes para así implementar ventas más efectivas con adaptación a la nueva era digital.

Para los investigadores, el uso de las plataformas digitales representa una herramienta clave en el desarrollo de cualquier emprendimiento, debido a que facilita la visibilidad de los productos, atrae potenciales clientes y estimula la creatividad e identidad de la marca; convirtiendo el marketing digital en una estrategia fundamental, por su amplio alcance y las posibilidades que ofrece dentro del proceso empresarial.

Ahora bien, de las subcategorías que surgieron de este propósito, basado en los objetivos comerciales, los participantes establecieron al menos un objetivo comercial al que deseaban darle cumplimiento, estos objetivos estuvieron orientados al crecimiento, la innovación y la rentabilidad de sus emprendimientos. Los objetivos comerciales prevalentes fueron:

**Viñeta 5.**

“Mi objetivo al iniciar el emprendimiento fue como que las mujeres se sientan más empoderadas, o más acogidas, eh... más acogidas por su tipo de piel y pues, no solo eh... se sientan bien físicamente”

De acuerdo con lo antes escrito, el análisis de este objetivo se confirma que el interés en la realización de los objetivos le da lugar a una tipología variada de emprendimientos. Entre ellos se encuentra el **Emprendimiento Social**,

**Viñeta 6.**

“posicionarnos, establecernos, tener como una economía”

Este objetivo hace énfasis a la tipología de **Emprendimiento por Necesidad**, basado en Barra et al, (2022, como se citó en Landa et al., 2019), el cual describe aquellos casos en los que, debido a circunstancias desfavorables, surge la necesidad de emprender; tal como lo expresa el participante, quien destaca que la falta de recursos económicos fue uno de sus

motivos iniciales para emprender, y a partir de esa situación, comenzar a definir estrategias orientadas a posicionarse en el mercado y consolidar su emprendimiento.

Desde la perspectiva de los investigadores, se entiende que el inicio del proceso emprendedor no siempre parte de una visión estratégica u oportunidad del mercado, muchas veces es por la necesidad y el poder solventarse económicamente, por lo que en el camino el emprendedor puede ir desarrollando habilidades, estrategias y adaptaciones que le permitan no solo enfrentar la necesidad, sino transformar su proyecto en una opción sostenible y con proyección.

Por otra parte, en relación con la categoría de estrategias de emprendimiento nacen otras dos subcategorías relacionadas a las **acciones necesarias** y a la **gestión eficiente**, las cuales hacen referencia a las acciones implementadas por los jóvenes emprendedores con el fin de fortalecer y optimizar continuamente sus negocios.

**Viñeta 7.**

“En la parte financiera, en la parte de de fotografía, todo eso me ha tocado como irlo aprendiendo para poder fortalecer como tal lo que hoy es”

A partir del análisis de los relatos, se evidenció que varios de los participantes optan por capacitarse mediante cursos o buscan asesoría de personas con experiencia en áreas claves como, la fotografía, marketing, finanzas o la contabilidad, Para e Lalaleo y Martínez, 2022, es fundamental identificar las necesidades del emprendimiento para darle cumplimiento a sus objetivos y a partir de ello, llevar a cabo las acciones necesarias para alcanzar el éxito en un entorno que exige la competencia.

En el nacimiento de la subcategoría de **Creación de Nuevos Productos**, se identificó que la mayoría de los emprendedores están en constante desarrollo de nuevos productos, los cuales buscan adaptarse a las necesidades emergentes del mercado como a las condiciones del entorno. En lo que evidenciamos el relato de uno de los participantes:

**Viñeta 8.**

“Nuevos dijes, nuevos aretes y cosas que se vayan poniendo de moda y en tendencia”

**Viñeta 9.**

“Decidimos partir hacia el lado de las camisas, para el té, para llenar el espacio el mercado de los hombres. Después, al ver que, de pronto, no todo mundo tenía el presupuesto, decidimos implementar el tema de las moñas y los Gorros, para llenar más que todo el campo de lo de todo tipo de clientes, a los que tienen poco presupuesto, a los que ya de pronto se pueden permitir otras cositas”

Estos argumentos de los participantes se relacionan con la teoría de Schumpeter (1942, como se citó en Cardona y Tapias 2021) la cual sostiene la importancia de ser creativos y la búsqueda de nuevas soluciones y oportunidades como lo hacen actualmente los jóvenes emprendedores. De acuerdo con lo anterior, a consideración de los autores, esta estrategia refleja un esfuerzo consciente por innovar de manera sostenible, puesto que, evidencia el compromiso constante con el crecimiento y mejora del negocio a través de acciones necesarias que impulsan su crecimiento y sostenibilidad.

En segunda instancia, se formuló el siguiente propósito derivado *“explorar las percepciones y experiencias de los jóvenes emprendedores sobre los desafíos y oportunidades en el ecosistema empresarial”*. A partir de este, nacen dos categorías apriorísticas *percepción del emprendimiento* y *experiencia del emprendimiento*, de las cuales se derivan dos subcategorías clave: *aprendizaje* y *desafíos*, que permiten profundizar en las realidades vividas por los jóvenes en su proceso emprendedor. Tal como lo expresó uno de los participantes:

**Viñeta 10.**

“Se ha aprendido muchas cosas, la verdad. Yo creo que, más que todo, uno aprende a cómo afrontar problemas, a solucionarlos. La vida no es fácil; la vida siempre es un montón de problemas, un montón de adversidades. Y yo creo que lo que me ha llenado es aprender a atravesar todo ese tipo de inconvenientes, todo ese tipo de problemas.”

**Viñeta 11.**

“Al tener ellos más experiencia en el mercado, sí me han podido dar como pequeños tipsitos que me han funcionado, que puedo incorporar a lo largo de mi emprendimiento, ya que pues, como sabes, soy alguien que está nuevo en el proceso de emprendimiento.”

En concordancia con las subcategorías abordadas y los relatos obtenidos en las entrevistas, es posible establecer una relación con lo expuesto por la Fundación Microfinanzas BBVA y el Boston Consulting Group (BCG) (2023), quienes señalan que los jóvenes con acceso limitado a la educación suelen carecer de habilidades para enfrentar los desafíos del entorno empresarial. No obstante, desde la perspectiva de los autores, los hallazgos del presente estudio revelan una realidad complementaria, cuando los emprendedores comienzan a integrarse en el ecosistema emprendedor o a relacionarse con otros emprendedores, adquieren experiencias valiosas que les permiten desarrollar nuevas estrategias y herramientas para superar dichos desafíos.

En tercera instancia, complementamos con el último propósito derivado que tendría que ver con ***“Describir cuáles son las herramientas que brinda la universidad popular de Cesar a sus estudiantes emprendedores”***, de donde subyace la categoría de ***apoyo institucional*** la cual se entiende como aquel soporte material brindado por diferentes instituciones, en este caso sería el respaldo de la universidad popular del Cesar a través de su unidad de emprendimiento hacia los estudiantes que desean emprender. De esta tercera categoría apriorística se derivan dos subcategorías, primeramente, encontramos el ***soporte material*** se refiere a las diferentes formas de asistencia que reciben las empresas para que su crecimiento, sostenibilidad y éxito sean de una forma más sencilla.

Con respecto a lo anterior, y situándolo en el contexto de los jóvenes emprendedores universitarios, es posible afirmar que, si las instituciones de educación superior asignan espacios, profesionales y horarios específicos para el acompañamiento, estarían contribuyendo significativamente al fortalecimiento y mejora continua de los emprendimientos estudiantiles. Tal como lo expresó uno de los participantes:

**Viñeta 12.**

“Estábamos con el profesor Sneider, él nos da asesoría sobre cómo llevamos el emprendimiento y qué podemos potenciar en el emprendimiento.”

Esta afirmación se relaciona con lo expuesto por Logroño y Ojeda (2023), quienes destacan que la implementación de programas de mentoría con profesionales o expertos puede brindar

orientación clave en áreas fundamentales como modelos de negocio, estrategias de marketing y gestión financiera.

Para los investigadores, tal como se planteó al inicio de esta investigación, se reconoce la importancia de que las universidades generen espacios donde los estudiantes puedan desarrollar habilidades y destrezas, dado que estas instituciones representan un factor clave en el fomento del espíritu emprendedor en los jóvenes universitarios. Esto se refleja en los resultados de esta subcategoría, donde se evidencian las diversas estrategias que ha venido implementando la Universidad Popular del Cesar para apoyar a sus estudiantes emprendedores.

En este orden de ideas, se destaca la segunda subcategoría, denominada ***Desarrollo Económico***, la cual alude al proceso de transformación estructural orientado al fortalecimiento del sistema económico en el largo plazo, asegurando que los distintos sectores productivos se desarrollen de forma equitativa y sostenible. En este sentido, Logroño y Ojeda (2023) señalan que la promoción de espacios dinámicos y motivadores, como la realización de eventos y ferias de emprendimiento, constituye una estrategia clave para que los estudiantes universitarios puedan visibilizar sus iniciativas ante diversos públicos, a la vez que se favorece un aprendizaje significativo, como se evidencia en una de las respuestas:

**Viñeta 13.**

“Digamos que el apoyo que tengo, que he tenido, es de la unidad de emprendimiento, de pronto a invitarnos a ferias que ellos mismos conocen, ellos mismos implementan, a ferias y pues sí, digamos que eso”.

**Viñeta 14.**

“También las redes sociales, porque la unidad de emprendimiento también se ha encargado de crearnos contenido, para promocionarnos, claro, en sus redes sociales, entonces ha sido excelente.”

Siguiendo por esta línea, el aprovechamiento de las redes de comunicación institucionales por parte de las universidades incide positivamente en el incremento de la productividad, ya que permite una mayor difusión de los emprendimientos dentro de la comunidad académico.

A lo que se entiende, que la universidad popular ha venido haciendo un buen trabajo con sus emprendedores.

El análisis realizado en esta investigación permitió comprender las experiencias, estrategias y las percepciones que tienen los jóvenes emprendedores de la universidad popular del Cesar. En el cual se puede evidenciar de manera detallada las estrategias más utilizadas por ellos y como con ayuda de estas puedan en ocasiones afrontar los distintos retos. Por otro lado, se reconoce la importancia que cumple la Unidad de Emprendimiento al brindar espacios, asesorías y difusión, lo cual fortalece el desarrollo de los proyectos y estimula el crecimiento del ecosistema emprendedor universitario.

Cabe mencionar que, a partir de la entrevista, surgieron categorías que no estaban previstas en un inicio, a lo que se denomina “**Categorías Emergentes**”, las cuales se originaron de los relatos de los participantes, donde varios manifestaban experiencias, percepciones y estrategias que resultaron novedosas en la investigación y que aportaron elementos claves para comprender las dinámicas de los emprendimientos, entre ellas se destacan Tendencia, Tiempo y Espacio.

**Viñeta 15.**

"Siempre he venido como innovando en esa parte. Por ejemplo, uno de los productos que siempre mantengo disponibles son los productos que son dijes hechos a base de porcelana fría, que son personalizables y son hechos a mano. Entonces, siempre he tratado de innovar en ese sentido y, pues, poco a poco lo que el mercado me vaya pidiendo."

**Viñeta 16.**

"Siempre trato como de ver qué les gusta, por ejemplo, si les gusta el anime o las temporadas, por ejemplo, estamos en la temporada de flores amarillas."

Estos relatos representan la subcategoría emergente “**Tendencia**” la cual evidencia como el seguimiento de estas en los productos es una estrategia clave para mantener la competitividad, durante la investigación este enfoque resultó novedoso al mostrar que los emprendedores no solo reaccionan al mercado, sino que se adaptan a nichos específicos (anime, temporadas, modas, etc.), lo que permite diversificar la oferta y atraer clientes en diferentes momentos del año.

**Viñeta 17.**

"El tiempo, los horarios, muchos días en donde no vendes nada, competencia, hay veces que tenemos problemas."

**Viñeta 18.**

"El mayor desafío que tenemos todos, es el tiempo, porque como yo soy la única que hace los llaveros o los peluches, los bolsos, etcétera, pues obviamente es como un limitante a la producción."

Los relatos anteriores representan la categoría emergente “**Tiempo**”, donde este surgió como una de las principales limitaciones para los emprendedores, especialmente para quienes fabrican sus propios productos, cabe destacar que, la mayoría de los emprendedores son estudiantes también. Esta investigación permitió identificar que la producción artesanal, aunque aporta valor diferenciado, demanda una inversión de tiempo que limita el volumen de ventas.

En opinión de los investigadores, esta categoría, plantea la necesidad de estrategias de optimización de tiempo y distribución de tareas, lo cual podría beneficiar a los emprendedores mediante la planificación de la producción y la incorporación de apoyos o alianzas que reduzcan la carga individual.

**Viñeta 19.**

"También un espacio que se abrió para los emprendedores en la Plaza Jaime Garzón, que, pues, muchos conocen como gallera, y ahora llaman Plaza de Emprendedores."

**Viñeta 20.**

"El espacio para colocar los stands, aunque pienso que estamos aquí, aquí se vende también, pero los mejores lugares para vender es allá en la plazoleta de la de Las Palmas, porque allá hay más concurrencia de personas."

**Viñeta 21.**

"Bueno, primordialmente hay que agradecer a la universidad porque siempre nos brindó este espacio. Porque, inicialmente, yo tenía como el objetivo de hacerlo como para ir con los pasillos y eso, pero es bastante complicado el tema del producto."

Lo anterior, representa la última categoría emergente “**Espacio**”, la disponibilidad y ubicación del espacio físico para la venta se presentó como un factor determinante para el éxito de las ventas; los relatos evidencian que no todos los espacios los espacios generan el mismo flujo de clientes y que lugares como la plazoleta de las Palmas ofrecen mayor visibilidad y oportunidades de venta. La novedad de esta categoría radica en que, aunque el espacio de la Plaza Jaime Garzón es un logro institucional, la ubicación estratégica influye directamente en el rendimiento económico.

Esto subraya la necesidad de que las instituciones apoyen a los emprendedores no solo con espacios, sino con ubicaciones que optimicen el flujo de clientes, lo que impactaría positivamente la rentabilidad y la motivación de los emprendedores.

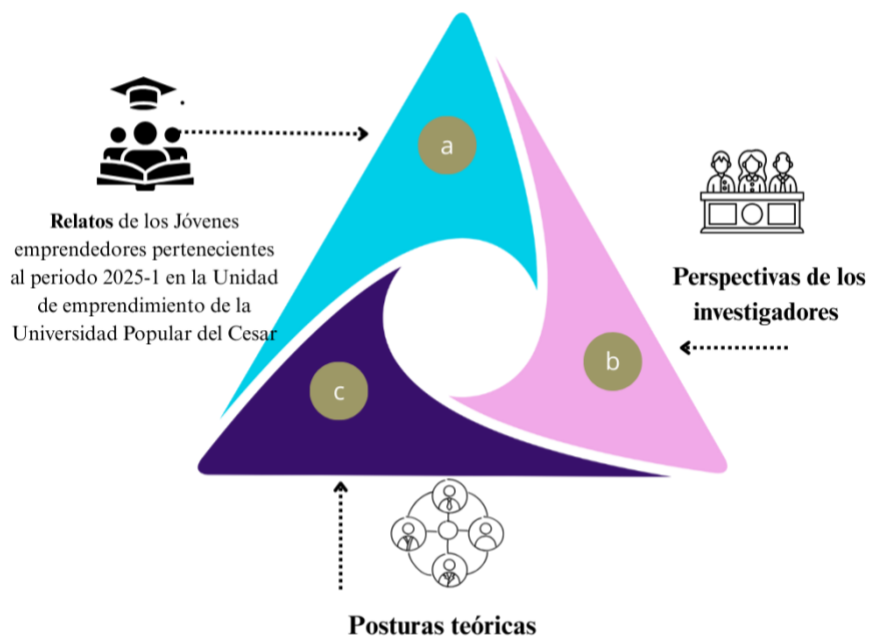


## Triangulación Hermenéutica

A partir de los resultados obtenidos mediante las entrevistas con los universitarios emprendedores vinculados al periodo 2025-1 en la unidad de emprendimiento de la Universidad Popular Del Cesar, cuyos discursos llevaron al análisis en contraste con el estado del arte y las teorías relacionadas al proyecto, complementados con las observaciones de los investigadores; este proceso de triangulación nos llevó a una comprensión más profunda y cercana de la realidad vivenciada por los participantes de este estudio. El foco de estudio estuvo sometido bajo los siguientes parámetros:

### Figura 1

#### Triangulación



*Elaboración propia, 2025.*

Esta investigación permitió visualizar que el emprendimiento en los jóvenes de la Universidad Popular del Cesar, no se entiende solo como cifras de ventas o indicadores de mercado, es más que eso, es la experiencia, el esfuerzo y la necesidad con la que involucran la fuerza para empezar y enfrentarse a las circunstancias del proceso de emprender, a lo largo del camino descubrieron no solo como vender, sino también como resistir, inspirar a otros, crear estrategias y como darle un sentido a su quehacer, que demostraron no solo la ejecución de estrategias en el mercado, sino también la construcción de identidad y liderazgo.

En esta práctica, los emprendedores se dieron cuenta que el proceso implicaba un gran esfuerzo de autogestión emocional, económica y formativa, donde se vieron en la necesidad de asumir múltiples roles como, productores, comunicadores, diseñadores, contadores, publicistas, entre otros roles no menos importantes. Demando una alta capacidad de adaptación al mercado, al espacio, los recursos y la creatividad; pero en vista de todo, para los emprendedores no resultó una tarea difícil, ya que se vieron motivados por la necesidad como por el deseo de hacer crecer sus emprendimientos.

A pesar de los desafíos, la mayoría de los participantes destacan que sus logros no eran solo sus ventas, sino los vínculos creados con los clientes y la comunidad emprendedora de la universidad, con la motivación que han generado en otros, el reconocimiento y la posibilidad de reconocer su valor.

Se identificó que el espacio de emprendimiento ofrecido por la Universidad, especialmente en la plaza Jaime Garzón, ferias, asesorías y convocatorias, representan un punto de partida importante para el fortalecimiento de sus proyectos, valorando la existencia de estos espacios como una oportunidad de dar a conocer sus productos, establecer vínculos y acceder a formación práctica; no obstante, también expresaron que dicho acompañamiento resulta insuficiente frente a las necesidades reales que demanda el sostenimiento y expansión de sus emprendimientos.

## **Momento V. Interpretación De La Información**

### **Reflexiones Finales**

A partir del análisis de los resultados, fue posible identificar, a través de los relatos de los jóvenes emprendedores de la Universidad Popular del Cesar las estrategias que implementan con mayor frecuencia; asimismo, se exploró acerca de las percepciones y experiencias en su proceso de emprender dentro de la Universidad, así como el apoyo recibido por parte de la Unidad de Emprendimiento para impulsar el desarrollo empresarial. Por consiguiente, se establecen las reflexiones alineadas a los propósitos de la investigación:

En primera instancia, en cuanto a la implementación de estrategias de emprendimiento, se logró identificar y confirmar que los jóvenes emprendedores si aplican estrategias de emprendimiento, las cuales diseñan e implementan según las necesidades específicas de su emprendimiento, con el fin de gestionar de manera eficiente el cumplimiento de sus metas. Este hallazgo respalda lo planteado en el estado del arte en la investigación; entre las estrategias más destacadas, el marketing digital fue el más relevante, ya que demostró ser clave en la proyección y crecimiento de sus iniciativas, siendo esta una herramienta fundamental para fortalecer la presencia y competitividad en el mercado.

En cuanto a las percepciones y experiencias de los jóvenes emprendedores sobre los desafíos y oportunidades en el ecosistema empresarial, se evidenció que si bien los emprendedores enfrentan múltiples obstáculos, reciben apoyo en recursos materiales y acompañamiento por parte de la unidad de emprendimiento; sin dejar de lado los retos más significativos en su proceso, como la dificultad para equilibrar los horarios académicos con el tiempo para sus emprendimientos, el proceso de inscripción en la Unidad, la presión de cumplir con ventas constantes, la competencia y el transporte, como fueron mencionados por los participantes; además muchos manifestaron que han tenido que posponer ciertos gustos y actividades personales para concentrarse en el crecimiento de sus proyectos. A pesar de estos desafíos, los jóvenes destacan que el entorno universitario ofrece oportunidades para aprender, innovar y fortalecer sus iniciativas como emprendedores.

Como investigadores consideramos que se les dio cumplimiento a los propósitos de esta investigación, teniendo en cuenta que los logros alcanzados fueron múltiples, donde se logró identificar las estrategias que los jóvenes Emprendedores aplican para el crecimiento de este, asimismo, identificamos las motivaciones, sus percepciones sobre el proceso emprendedor y logramos analizar críticamente el apoyo que la unidad de emprendimiento de la universidad les brinda a estos participantes. Por otra parte, se indagó y se confirmó las

premisas que un inicio se estipularon con el fin de confirmar o negar estas hipótesis; las entrevistas permitieron desarrollar una interpretación profunda y coherente con la metodología y la tradición fenomenológica de la investigación.

Sin embargo, este proyecto no estuvo exento de limitaciones, puesto que, en el inicio de este se presentó una muy significativa cuando no se recibió un buen acogimiento por parte de la zona administrativa de la Unidad de Emprendimiento, ya que, se expresó un malestar directo hacia el programa de psicología, manifestando que en ocasiones anteriores no se habían seguido los debidos procesos solicitados, ni socializado las investigaciones que se hacían con intereses en la unidad de emprendimiento. Esta percepción generó una barrera inicial que puso en riesgo la continuidad del proyecto, al punto que hubo negativa para otorgar la autorización de la investigación; a lo que fue necesario gestionar múltiples acercamientos y compromisos, incluyendo la solicitud de presencia por parte de la unidad en la socialización final.

Otra limitación, tuvo que ver con el acceso a los emprendedores, ya que no siempre estaban disponibles, lo cual nos obligó a indagar los días de mayor concurrencia en la universidad (principalmente los jueves y los viernes) para poder intervenirlos; además, no todos los emprendimientos presentes hacían parte formal de la Unidad de Emprendimiento, por lo que fue necesario filtrar e identificar únicamente a quienes estaban inscritos en el periodo 2025-1, con el fin de darle cumplimiento a la indagación ya estructurada.

Por otra parte, durante la realización de las entrevistas también se presentaron interrupciones debido a las actividades comerciales de los participantes, lo cual afectó el ritmo de algunas sesiones. A pesar de estas situaciones la investigación culminó con éxito y permitió desarrollar una interpretación sobre la realidad estudiada.

Entre los aprendizajes más significativos, destacamos la importancia de construir confianza con los actores institucionales para facilitar el acceso al escenario investigativo; la necesidad de una planificación flexible que permita adaptarse a las dinámicas reales de los participantes; el valor de la empatía y la escucha activa para obtener relatos sinceros y profundos. Por otra parte, enfrentarse al proceso de aprender desde cero cómo se construye una investigación con enfoque cualitativo, así como al reto de organizar y administrar el tiempo, todo esto implicó una experiencia de aprendizaje exigente pero enriquecedora.

## Sugerencias

Por medio del análisis realizado en esta investigación, a partir de las entrevistas y observaciones realizadas por los jóvenes emprendedores, se logró identificar ciertas categorías emergentes donde se evidencian aspectos relevantes para el fortalecimiento de sus iniciativas; como la capacidad de adaptación a las necesidades del mercado, las tendencias o moda, el horario para la utilización de los recursos materiales brindados por la unidad y el espacio en el que se ubican los emprendedores dentro de la Universidad “Plaza Jaime Garzón”, reflejan tanto las oportunidades como los retos que enfrentan los emprendedores. Por lo tanto, se proponen una serie de sugerencias orientadas a mejorar las condiciones de desarrollo de sus emprendimientos, optimizando recursos, espacios y estrategias de visibilización, en coherencia con las dinámicas institucionales.

**Revisión del espacio físico (Plaza Jaime Garzón):** Los emprendedores identificaron que este espacio presenta un flujo de clientes significativamente menor en comparación con la plaza de las palmas de la institución; por ello, se recomienda a la administración de la Unidad de Emprendimiento realizar un análisis del uso y percepción del espacio, con el objetivo de implementar acciones que incentiven la circulación de personas o mayor visibilidad, tales como ferias temáticas, eventos culturales o campañas de visibilización del lugar.

**Flexibilidad y reorganización de los horarios para el uso de los recursos materiales:** Muchos de los participantes mencionaron que, para hacer uso de los stands, tenía que ser en un horario establecido por la Unidad de emprendimiento, por lo que se les dificultaba porque muchos de los emprendedores siguen dando clases dentro de la institución y sus horarios se cruzaban con los horarios en los que podrían ir por los recursos materiales, lo cual afecta la constancia y el impacto en sus ventas. Una posible solución podría ser, permitir franjas horarias más amplias o turnos flexibles para los emprendedores.

## Referencias Bibliográficas

- Abeira, G, 2013. *La memoria: concepto, funcionamiento y anomalías*.
- Alonso, A. R., & Cárdenas, A. P. (2021). El emprendimiento en la educación media en Bogotá: una mirada crítica de los docentes. *Voces y Silencios. Revista Latinoamericana de Educación*, 12(1), 109-129.
- Analuisa, F. L., & Yacelga, A. M. (2022). *Estrategias empresariales en el contexto de las medianas empresas manufactureras. Una búsqueda especializada de literatura. Killkana sociales: Revista de Investigación Científica*, 6, 41-54.
- Asún, R., Ruiz, S., Aceituno, R., Venegas, J. I. & Reinoso, A. (2012). Integración subjetiva y apoyo institucional percibido entre estudiantes de secundaria en Chile. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 10 (1), pp. 321-338.
- Barraza, A. (2023) *Metodología De La Investigación Cualitativa Una Perspectiva Interpretativa. Benessere. Centro de Intervención para el Bienestar Físico y Mental A.C.*
- Belduma Gia, R. J. (2022). *Estrategias de marketing digital aplicadas por emprendedores jóvenes* [Trabajo de titulación, Universidad Técnica de Machala]. Repositorio UTMACH.  
[https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/18590/1/T-27124\\_BELDUMA%20GIA%20RICHARD%20JORDY.pdf](https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/18590/1/T-27124_BELDUMA%20GIA%20RICHARD%20JORDY.pdf)
- Castillo, N. (2021). Fenomenología como método de investigación cualitativa: preguntas desde la práctica investigativa. *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social*.
- Cifuentes, M., (2021). *Guía de entrevista a profundidad*  
<https://www.comisiondelaverdad.co/themes/custom/cevtheme/como-lo-hicimos/caja-de-herramientas/Documentos/toma-de-entrevistas-de-la-comision-de-la-verdad/clh-ch60-guia-de-entrevista-a-profundidad.pdf>
- Coronado, A. M. J., & Freites, Z. E. M. (2021). La Felicidad urbana factor clave para la promoción de la calidad, el estilo de vida y permanencia de los jóvenes emprendedores en la ciudad de Barranquilla. *Saber, Ciencia y Libertad*, 16(2), 204-215.
- De la Barra Eltit, I., Olavarría Yuraszeck, M., Rieutord Rosenfeld, C., & Rivera Aguilera, G. (2022). Pandemia de la Precariedad: jóvenes emprendiendo por necesidad en Chile. *Ultima década*, 30(59), 173-213.

- Espitia, G., Espitia, I., & Amado, M. (2022). Emprendimiento en Colombia, tendencias y perspectivas. Una aproximación desde el contador público. *Revista Innova ITFIP*, 10(1), 97-120.
- Fernández, C., Baptista, P., (2014) *Metodología de la investigación 6a edición / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.*
- Gerea, C., (2021). *Entrevista en profundidad: el diseño de análisis (con ejemplos)* <https://freed.tools/blogs/ux-cx/entrevistas-profundidad#1-que-es-una-entrevista-en-profundidad>
- Hernández, A. Y. V., García, Y. D. S., & Guillermo, E. G. M. Análisis Del Comportamiento Emprendedor En Jóvenes Universitarios En La Postpandemia Por Covid-19 Analysis Of Entrepreneurial Behavior In Young University Students In The Post-pandemic By Covid-19.
- Lambert, C., (2006). *Edmund Husserl: la idea de la fenomenología. Teología y Vida*, XLVII(4), 517-529.
- Lemos Bernal, R. (2022). *Dimensiones del emprendimiento en los estudiantes universitarios* (Doctoral dissertation, Tecnología en Gestión empresarial).
- Ley 1014 de 2006. (2006, enero 26). Congreso de la República de Colombia, Diario Oficial No. 46.164. <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>
- Ley 1429 de 2010. (2010, diciembre 29). Congreso de la republica de Colombia. Diario Oficial No. 47.937. [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1429\\_2010.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1429_2010.html)
- Ley 1780 de 2016. (2016, mayo 2). Congreso de la República de Colombia, Diario Oficial No. 49.888. [https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma\\_pdf.php?i=69573](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=69573)
- Ley 2069 de 2020.(2020, diciembre 31). Congreso de la república de Colombia. Diario Oficial No. 51.531. [https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma\\_pdf.php?i=160966](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=160966)
- Logroño, D., & Ojeda, L. (2023). El rol de las universidades en el impulso al emprendimiento estudiantil: Mentoría y redes institucionales. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 15(1), 102-118.

Molano, M., Valencia, A., & Apraez, M. (2021) Características e importancia de la metodología cualitativa en la investigación científica. Semillas del Saber Vol. 1 - No. 1

Vargas, K., Romero, Y., & Vega, N., 2023. Estrategias De Marketing Digital Enfocadas A Las Redes Sociales. Revisión Sistemática

[https://repositorio.cun.edu.co/bitstream/handle/cun/6143/VargasLunaKatherineAndrea\\_2023\\_MarketingdigitalRedesSocialesRevisionsistemica.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.cun.edu.co/bitstream/handle/cun/6143/VargasLunaKatherineAndrea_2023_MarketingdigitalRedesSocialesRevisionsistemica.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Navarro, R., 2004. El concepto de enseñanza-aprendizaje.

[https://www.researchgate.net/publication/301303017\\_El\\_concepto\\_de\\_enseñanza-aprendizaje](https://www.researchgate.net/publication/301303017_El_concepto_de_enseñanza-aprendizaje)

Nehuén, T., 2024. Creación - Qué es, definición y concepto. Disponible en

<https://definicion.de/creacion/>

Ortega Noriega, J. E. (2022). Proyecto de emprendimiento social para fuentes de empleo en el sector constructor en el municipio de San Alberto-Cesar.

Penalva, C., Alaminos, A., francés, F., Santacreu, O., (2015), *La Investigación Cualitativa, Técnicas De Investigación Y Análisis Con Atlas. Ti, PYDLOS EDICIONES,*

Peraza-Torres, J. M. (2022). La Planificación Estratégica del Emprendimiento a Largo Plazo en la Gestión Pública.

Porto, J & Gardey, A; 2022. *Vivencia - Qué es, definición y concepto.* Disponible en

<https://definicion.de/vivencia/>

Riaño, N. C. (2021, 16 noviembre). *El 72 % de los jóvenes cree que emprender es muy difícil en Colombia. El Tiempo.*

<https://www.eltiempo.com/economia/sectores/emprendimiento-en-colombia-jovenes-consideran-que-es-dificil-emprender-632392>

Sandoval Acevedo, J. V., Cortes Cardoso, O. E., Parra Molina, L. N., & Arroyave Cañaverl, E. (2022). *Ruta de aprendizaje en emprendimiento para los jóvenes del municipio Piedras-Tolima* (Bachelor's thesis, Especialización en Gerencia Procesos de Calidad e Innovación Virtual).

Santos, D., (2023) *Qué es una estrategia de negocio: concepto, características y ejemplos.* <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-estrategia-de-negocios>

Silva-Peralta, Y., Rompató, M. E., Pesce, N., Tassier, D., & Castaño, A. (2022).

Estrategias de fomento al emprendimiento en la educación superior. Un

análisis desde la perspectiva de estudiantes de pregrado universitarios. *Revista de estudios y experiencias en educación*, 21(46), 328-344.

Tamayo, G., (2015) *Diseños muestrales de investigación*

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5262273.pdf>

Tejero, J. (2021) *Técnicas De Investigación Cualitativa En Los Ámbitos Sanitario Y Sociosanitario. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha*

Valero, E. J. R. (2019). *Psicología Organizacional como Componente Determinante de la Gerencia Interdisciplinaria.*

<https://www.redalyc.org/journal/5636/563662154006/html/>

VARGAS MELGAREJO, L. M., (1994). *Sobre el concepto de percepción. Alteridades*, 4(8), 47-53.

Vega, S; 2021. *DESARROLLO DE NEGOCIOS*,

<https://es.linkedin.com/pulse/desarrollo-de-negocios-santiago-vega-giaccone>

Vila Angulo, E. (2021). *La Evolución Del Concepto Emprendimiento Y Su Relación Con La Innovación Y El Conocimiento. Investigación & Negocios*, 14(23), 32-48.



Hago constar que el presente documento ha sido leído y entendido por mí en su integridad. Por lo anterior, hago constar que he sido informado a satisfacción sobre los procesos, procedimientos o pruebas que se realizarán por parte de los profesionales participantes en el proyecto como investigadores y, por tanto, doy mi consentimiento.

**Firma del Participante:**

---

Firma del Participante

**Firma de los investigadores principal que tengan relación directa con la aplicación del procedimiento o prueba:**

---

Investigador principal  
**Camilo Javier Martínez Castro**  
camilojaviermartinez@unicesar.edu.co  
C.c: 1003377943

---

Investigador Principal  
**Naileth Zambrano Rodríguez**  
ndzambrano@unicesar.edu.co  
C.c: 1193576233

ANEXO 2

**Entrevista:**

**Introducción del tema**

**Objetivo y tiempo estimado**

**Autorización, consentimiento informado.**

**Información General:**

Describa la manera en la que surgió su idea de negocio.

¿Qué nombre lleva su idea de negocio?

¿En qué se basa su idea de negocio?

¿Hace cuanto se lleva materializando la idea de negocio?

¿Que lo motivó a crear su emprendimiento?

**Sección 1: percepciones y experiencias en el ecosistema empresarial**

1. En el proceso de creación de su emprendimiento ¿visionó algún tipo de objetivo a los que esperaba darle cumplimiento?
2. Para fortalecer su negocio cuéntenos cuáles han sido las estrategias que ha implementado para el desarrollo de este.
3. De acuerdo a la experiencia del mercado ¿has pensado en crear nuevos productos?

### **Sección 2. Estrategias de emprendimiento**

1. ¿Cómo ha experimentado los desafíos que ha enfrentado en este proceso de emprender?
2. ¿Cómo ha sido tu experiencia en la universidad frente a los productos y servicios que estás ofreciendo?
3. En su experiencia como emprendedor que ha sido lo más gratificante que ha logrado
4. ¿Cómo ha contribuido la interacción con su entorno a la adquisición de conocimientos en su emprendimiento?

### **Sección 3: Apoyo de la Universidad Popular del Cesar**

1. Cuénteme sobre las herramientas que la Universidad Popular del Cesar ofrece a sus estudiantes emprendedores.
2. Desde su experiencia, relata el apoyo institucional recibido durante el desarrollo de tu idea de negocio.
3. De acuerdo con su vivencia, describe el impacto del respaldo universitario en el fomento de un desarrollo económico sostenible

### **Cierre**

#### **Agradecimiento**

Agradecimiento por la participación y tiempo dedicado a la entrevista.

Reiteración de la confidencialidad de las respuestas.

Valledupar, 08 de abril del 2025

Señores:

**NAILETH ZAMBRANO RODRIGUEZ**

**CAMILO MARTINEZ CASTRO**

Estudiantes del Programa de Psicología

Universidad Popular del Cesar

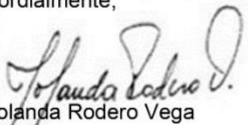
Cordial saludo,

Con el ánimo de fortalecer los procesos investigativos y conocer la percepción de los emprendedores inscritos en la Unidad de Emprendimiento, que se encuentran ubicados en la Plazoleta, me permito otorgar el aval para aplicar la entrevista, logrando así recolectar información para su proyecto de grado.

Para esta fecha contamos con un grupo de 20 jóvenes aproximadamente que se colocan de lunes a viernes de 8 am a 3 pm.

Reiteramos nos permitan conocer como dependencia los resultados de su proyecto.

Cordialmente,



Yolanda Rodero Vega

Directora Unidad de Emprendimiento



COSCCER518726



## ANEXO 4



Departamento de  
Psicología



Valledupar 03 de marzo de 2024

Cordial saludo,

**Unidad De Emprendimiento**  
Universidad Popular del Cesar  
unidaddeemprendimiento@unicesar.edu.co


**REF:** Solicitud para la realización de entrevista profunda con la finalidad de conocer las estrategias de emprendimiento juvenil y el apoyo que les brinda la Universidad Popular del Cesar en el desarrollo empresarial

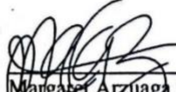
Respetado (a):

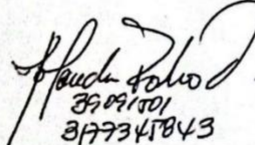
En nuestra calidad de docentes de las estudiantes Camilo Javier Martínez Castro y Naileth Dayana Zambrano Rodríguez del **Programa de Psicología**, solicito su colaboración y aprobación para que puedan realizar una entrevista abierta a los jóvenes emprendedores que hacen parte de la unidad de emprendimiento, para continuar con su proyecto de investigación titulado: **Estrategias de emprendimiento juvenil y el apoyo de la Universidad Popular del Cesar en el desarrollo empresarial**

Cordialmente,

FIRMA:

  
\_\_\_\_\_  
Irina Liceth Palacios Paternina  
Docente Programa de Psicología  
[irinapalacios@unicesar.edu.co](mailto:irinapalacios@unicesar.edu.co)  
Cel. 317 432 0433

  
\_\_\_\_\_  
Margaret Arzuaga Mendoza  
Docente Programa de Psicología  
[margaretharzuaga@unicesar.edu.co](mailto:margaretharzuaga@unicesar.edu.co)  
Cel. 310 2741551

  
31091501  
3177341843

[www.unicesar.edu.co](http://www.unicesar.edu.co)  
Balneario Hurtado Vía a Patillal. PBX (57) (5) 5845336 EXT. 1052  
Línea de atención al ciudadano 01 8000 400380  
Valledupar Cesar Colombia