

CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS DE ESTUDIANTES DE BACHILLERATO DEL COLEGIO CORAZÓN DE MARÍA DEL BARRIO SAN FRANCISCO DE LA CIUDAD DE CARTAGENA, COLOMBIA (2025)

ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS OF HIGH SCHOOL STUDENTS AT COLEGIO CORAZÓN DE MARÍA IN THE SAN FRANCISCO NEIGHBORHOOD OF CARTAGENA, COLOMBIA (2025)

Artículo recibido el: 25/11/2025

Artículo aceptado el: 24/2/2026

Amalio Segundo Otero Tapia*

*Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0142-0344>

amalio.otero@unad.edu.co

Francisca Hernandez Angel**

**Universidad Politécnica de Altamira, México

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4394-9817>

franyhangel@gmail.com

Javier Enrique Adarraga Mejía*

*Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2023-1602>

jadarragam@unadvirtual.edu.co

Luz Karime Suárez Yopez*

*Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2113-2462>

lksuarezy@unadvirtual.edu.co

Sol Adriana Caucaly Rubio*

*Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia

Orcid: <https://orcid.org/0009-0007-8113-659X>

sol.caucaly@unad.edu.co

Flor Manuela Ariza Molina*

*Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8046-5040>

flor.ariza@unad.edu.co

The authors declare that there is no conflict of interest

Resumen

El estudio analiza las percepciones y características emprendedoras en estudiantes de educación media de Cartagena, considerando barreras económicas, motivación y habilidades que influyen en la creación de proyectos juveniles. Objetivo: Evaluar las barreras económicas y las competencias emprendedoras de jóvenes de 9°, 10° y 11° del barrio San Francisco, identificando limitaciones, nivel de motivación y confiabilidad de los factores asociados a la intención de emprender. Metodología: Se empleó un enfoque cuantitativo exploratorio mediante estudio transversal. Se

Abstract

Introduction: The study analyzes perceptions and entrepreneurial characteristics of upper secondary students in Cartagena, examining economic barriers, motivation, and skills influencing youth project creation. Objective: To assess economic barriers and entrepreneurial competencies of ninth, tenth, and eleventh grade students from San Francisco, identifying limitations, motivation levels, and reliability factors linked to entrepreneurial intention. Methodology: An exploratory quantitative cross-sectional design used an online survey with sociodemographic questions, economic barriers,



aplicó una encuesta virtual con preguntas sociodemográficas, barreras económicas y 32 ítems para medir ocho variables latentes en escala Likert de 7 puntos. Los datos se procesaron en Excel y SPSS mediante análisis descriptivo, Alfa de Cronbach y análisis factorial exploratorio. Resultados: El 62% afirma no tener herramientas para emprender, el 60% desconoce programas de apoyo y el 58% percibe no tener acceso a créditos. A pesar de ello, el 92% desea iniciar un negocio y el 51% cuenta con familiares emprendedores. La encuesta presentó alta confiabilidad general ($\alpha=0.905$). Liderazgo, Manejo de Cambio, Proactividad y Creatividad destacan como variables más sólidas, mientras que Identificación de Oportunidades y Trabajo en Equipo requieren fortalecimiento. Conclusiones: Existe alto interés por emprender pese a limitaciones económicas, evidenciando la necesidad de fortalecer programas de apoyo, formación y acceso a recursos para potenciar el emprendimiento juvenil.

Palabras clave: Emprendimiento. Estudiantes. Educación. Actitudes Emprendedoras. Cartagena.

and thirty-two items measuring eight latent variables on a seven-point Likert scale. Data were processed in Excel and SPSS using descriptive statistics, Cronbach's alpha, and exploratory factor analysis. Results: About sixty-two percent lacked entrepreneurial tools, sixty percent were unaware of support programs, and fifty-eight percent reported limited credit access. Nevertheless, ninety-two percent wanted to start businesses, and fifty-one percent had entrepreneurial relatives. Overall reliability was high ($\alpha = 0.905$). Leadership, change management, proactivity, and creativity were strongest, whereas opportunity identification and teamwork required strengthening. Conclusions: Strong entrepreneurial interest persists despite economic constraints, highlighting the need to reinforce support programs, training, and resource access to promote youth entrepreneurship and equitable development opportunities within secondary education contexts facing structural limitations and emerging social challenges that shape students' aspirations and future economic participation pathways.

Keywords: Entrepreneurship. Students. Education. Entrepreneurial Attitudes. Cartagena.

1 INTRODUCTION

El emprendimiento se ha consolidado como un componente fundamental del desarrollo económico y social, al dinamizar la innovación, la generación de empleo y la transformación productiva. A lo largo del tiempo, su comprensión ha evolucionado desde enfoques centrados en el individuo innovador, como planteó Schumpeter hacia perspectivas más integrales que incorporan la gestión estratégica, la creación de valor social y la sostenibilidad, de otro modo autores como Drucker, Hisrich y Peters han enriquecido este debate al presentar el emprendimiento como un proceso sistemático que combina creatividad, identificación de oportunidades, toma de decisiones y capacidad para adaptarse al cambio.

En regiones como América Latina y particularmente en Colombia, donde persisten retos asociados a la desigualdad, la informalidad y el desempleo juvenil, el emprendimiento surge como una herramienta primordial para promover movilidad social, autonomía económica y resiliencia. Organismos internacionales como la CEPAL, la

UNESCO y el Banco Mundial destacan su papel en la construcción de sociedades más inclusivas y competitivas, además de su aporte al fortalecimiento de competencias transversales relevantes para la vida laboral.

En el ámbito educativo, la formación emprendedora ha cobrado especial importancia en la educación secundaria, dado que potencializa habilidades como el liderazgo, la creatividad, el pensamiento crítico y la disposición a asumir riesgos. En este panorama, el presente estudio considera la evolución conceptual del emprendimiento y su relevancia en el desarrollo de competencias estudiantiles, articulando perspectivas teóricas, experiencias educativas y tendencias actuales.

1.1 Emprendimiento: evolución conceptual y enfoque educativo

El emprendimiento ha sido reconocido como un factor estratégico para el desarrollo económico, social y educativo, debido a su capacidad para impulsar la innovación, generar oportunidades productivas y fortalecer la autonomía individual. Conceptualmente, su evolución ha transitado desde enfoques centrados en la economía hacia perspectivas integrales que incorporan dimensiones sociales y formativas.

Desde la tradición económica, el emprendimiento se asocia con la capacidad de generar nuevas combinaciones de recursos que transforman el entorno productivo. Dicha perspectiva resalta la relación entre emprendimiento e innovación como motores del desarrollo económico y social (OECD, 2008).

Posteriormente, el emprendimiento ha sido conceptualizado como una práctica sistemática vinculada a la identificación y explotación de oportunidades derivadas del cambio social y tecnológico, (Drucker, 1985, citado en Muñoz-Bullón, 2016) define al emprendimiento como un proceso aprendido y practicado sistemáticamente, en el cual los agentes deben identificar cambios en el entorno y convertirlos en oportunidades innovadoras. Por lo tanto, la visión de Drucker conlleva disciplina, aprendizaje y gestión estratégica, lo que abre la posibilidad de su formación en contextos educativos.

Organismos internacionales como la UNESCO y la Organización Internacional del Trabajo han promovido la educación emprendedora como una herramienta para estimular el espíritu emprendedor en educación secundaria, destacando su relevancia para preparar a los jóvenes ante economías y patrones de trabajo cambiantes, “La educación secundaria debe afrontar el reto de proporcionar competencias para desenvolverse con

éxito en economías y patrones de trabajo en transición” (UNESCO & ILO, 2006).

En el ámbito pedagógico, se ha ampliado el enfoque del emprendimiento educativo a la creación de competencias como iniciativa, creatividad, resolución de problemas y capacidad de gestión, trascendiendo la mera formación empresarial.

Particularmente en contextos vulnerables, el emprendimiento educativo se configura como una estrategia de empoderamiento juvenil y construcción de proyectos de vida, reforzando la inclusión social y la movilidad económica. La educación media constituye una etapa crítica para el fortalecimiento de rasgos emprendedores, ya que coincide con procesos de identidad y proyección personal. Integrar el emprendimiento como competencia transversal en bachillerato favorece la formación de estudiantes capaces de reconocer oportunidades, actuar con autonomía y proyectarse hacia escenarios académicos y laborales futuros.

1.2 Emprendimiento en estudiantes de educación media (bachillerato)

La investigación educativa ha mostrado que la incorporación de experiencias de emprendimiento en educación media tiene efectos positivos sobre la intención, actitudes y competencias de los estudiantes. (Shahin et al., 2021) indican que un elemento determinante en el ámbito emprendedor son las “habilidades interpersonales, particularmente en las áreas de pensamiento creativo, toma de riesgos, resolución de problemas y desarrollo de liderazgo”. El bachillerato representa una etapa estratégica para desarrollar estas competencias, ya que los estudiantes consolidan aspiraciones educativas y laborales mientras construyen capacidades socioemocionales fundamentales para la vida adulta. La formación emprendedora en este nivel favorece habilidades como resolución de problemas, comunicación efectiva, pensamiento crítico y trabajo colaborativo.

A diferencia del enfoque universitario que tiende a centrarse en la creación de modelos de negocio y la incubación de empresas el emprendimiento escolar se enfoca en el desarrollo de actitudes, disposiciones y aptitudes transferibles a distintos contextos de vida. Esto es consistente con estudios que han observado impactos positivos en la autoeficacia emprendedora y la intención de emprender entre estudiantes de secundaria que participaron en programas específicos de educación emprendedora.

En escuelas secundarias, los programas de emprendimiento han demostrado

efectos positivos en actitudes emprendedoras y en la intención de emprender, lo cual respalda que estos enfoques educativos —a diferencia del enfoque explícito en creación de modelos de negocio de nivel universitario— se concentran en desarrollar actitudes, perspectivas y disposiciones transferibles a diferentes situaciones. Por ejemplo, Dinis (2024) en su estudio con estudiantes de educación secundaria en Cabo Verde, concluyó que la participación en un programa curricular de emprendimiento incrementó significativamente la actitud emprendedora, las percepciones positivas sobre normas sociales y la intención emprendedora, especialmente en estudiantes más jóvenes.

En educación superior, la evidencia muestra que la intención emprendedora de los estudiantes está fuertemente influenciada por la combinación de características psicológicas, educación emprendedora estructurada y percepción del apoyo institucional. Galvão et al. (2024) demostraron que los programas formativos y los mecanismos de apoyo de las instituciones de educación superior fortalecen la autoeficacia emprendedora, lo que a su vez impulsa la intención de emprender dentro de marcos planificados de acción. Este énfasis institucional y estratégico contrasta con el propósito del emprendimiento en educación media, que busca desarrollar competencias personales y socioemocionales aplicables a la vida cotidiana, más que la creación inmediata de empresas.

En contextos latinoamericanos, la evidencia sugiere que los programas escolares con orientación emprendedora contribuyen a fortalecer la equidad de género, la sostenibilidad y la corresponsabilidad ciudadana, aunque su impacto está condicionado por el apoyo institucional y las oportunidades de continuidad educativa.

1.3 Teorías y enfoques sobre el emprendimiento

Enfoque Schumpeteriano: innovación y destrucción creativa. La comprensión del emprendimiento ha evolucionado a partir de la teoría schumpeteriana de la innovación, que sitúa a los emprendedores como agentes de cambio dentro del sistema capitalista. En su planteamiento clásico, Joseph Schumpeter, concibe la innovación como el principal motor del crecimiento económico y la competitividad, entendida como la introducción de nuevas combinaciones de producción, ya sea a través de nuevos productos, procesos, mercados, fuentes de insumos o estructuras organizacionales. Este proceso impulsa la denominada “destrucción creativa”, mediante la cual las empresas innovadoras desplazan

a aquellas menos eficientes, generando ciclos continuos de renovación económica y tecnológica. Con el paso del tiempo, la teoría de la innovación ha transitado desde una visión estrictamente económica hacia un enfoque más amplio, que incorpora dimensiones sociales, ambientales y éticas. En este sentido, la innovación no solo se asocia al crecimiento y la productividad, sino también a la capacidad de responder a desafíos globales como el cambio climático, la desigualdad y la sostenibilidad (Freeman, 1987; Lundvall, 1992). Así, se reconoce que los actores, factores determinantes y objetivos de la innovación han cambiado, orientándose hacia la búsqueda de soluciones integrales que generen valor social y ambiental además del económico.

De la innovación individual a la innovación social y colaborativa: La visión contemporánea de la innovación supera el modelo lineal impulsado exclusivamente por las empresas. Desde la perspectiva evolutiva y sistémica, la innovación se concibe como un proceso social y colaborativo, resultado de la interacción entre múltiples actores: el Estado, las universidades, el sector privado y la sociedad civil (Nelson & Winter, 1982; Leydesdorff & Etzkowitz, 1996). En este marco, el Estado deja de ser un mero regulador y asume el rol de cocreador de valor, promoviendo ecosistemas de innovación basados en redes, financiamiento y capacidades de absorción tecnológica.

Innovación sostenible y mecanismos financieros emergentes: La innovación sostenible constituye una vía esencial para enfrentar los retos del desarrollo global, al integrar simultáneamente objetivos económicos, sociales y ecológicos. Conceptos como la eco-innovación; orientada a reducir el impacto ambiental mediante procesos y productos limpios y los Principios de Daly, (2014) que establecen límites ecológicos al uso de recursos naturales se han convertido en pilares de esta nueva racionalidad innovadora. Paralelamente, han emergido mecanismos financieros que incentivan la sostenibilidad, tales como bonos verdes, fondos de capital riesgo sostenible, préstamos verdes y plataformas de financiamiento (crowdfunding) para sostenibilidad, los cuales canalizan recursos hacia proyectos de impacto positivo. Innovación responsable, inclusión social y redes de conocimiento. La convergencia tecnológica a través de la inteligencia artificial, el internet de las cosas y la digitalización; ha reconfigurado el panorama de la innovación, generando oportunidades, pero también riesgos relacionados con la exclusión social y el empleo. Frente a ello, la innovación responsable plantea la necesidad de gobernar el desarrollo tecnológico bajo principios éticos, asegurando que sus beneficios sean equitativos y sostenibles.

Del mismo modo, la innovación para la inclusión social busca ampliar el acceso a bienes y servicios esenciales, enfocándose en las poblaciones vulnerables y en la base de la pirámide económica. En este sentido, la innovación colaborativa y en red emerge como un mecanismo indispensable para afrontar los grandes desafíos globales. La cooperación entre instituciones públicas, privadas y académicas permite compartir conocimiento, recursos y riesgos, generando soluciones colectivas que contribuyen directamente al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Teoría de McClelland. David McClelland (1961) plantea que la conducta humana está impulsada por tres motivaciones sociales aprendidas a lo largo de la vida: la necesidad de logro, la necesidad de afiliación y la necesidad de poder. Estas necesidades no son innatas, sino que se desarrollan a partir de la interacción con el entorno social y las experiencias personales (Naranjo, 2009). La necesidad de logro se manifiesta en individuos que buscan la excelencia, se esfuerzan por alcanzar metas desafiantes y valoran el desempeño personal. Estas personas disfrutan asumiendo responsabilidades y prefieren entornos donde puedan medir su éxito a partir de sus propios resultados. Por otro lado, quienes presentan una alta necesidad de poder tienden a influir, dirigir o controlar el comportamiento de los demás, buscando autoridad y reconocimiento en el entorno laboral. En contraste, los individuos con una alta necesidad de afiliación priorizan la armonía social, la cooperación y la calidad de sus relaciones interpersonales (Santrock, 2002).

Desde una perspectiva comparativa, McClelland retoma elementos presentes en las jerarquías de Maslow, estableciendo paralelismos: la necesidad de poder puede relacionarse con las necesidades de estima y seguridad, la afiliación con las necesidades sociales, y el logro con las de autorrealización (Daft, 2004). Esta teoría resulta especialmente relevante para comprender la motivación emprendedora, ya que los individuos con una fuerte necesidad de logro tienden a crear e innovar, buscan desafíos moderados y se enfocan en alcanzar el éxito por mérito propio. En este sentido, la motivación de logro constituye un factor clave en el comportamiento emprendedor, al impulsar la iniciativa, la responsabilidad y la búsqueda constante de mejora.

Enfoques de capital humano y social. Desde la óptica del capital humano, la educación y la formación orientada al emprendimiento se presentan como mecanismos fundamentales para desarrollar habilidades, actitudes y competencias que fortalecen la autonomía, la creatividad y la capacidad innovadora de las personas. Según Gómez

Miranda (2023), la educación superior desempeña un papel crucial en la formación de una mentalidad emprendedora, especialmente entre los jóvenes que provienen de entornos con escasas oportunidades. Los resultados de su investigación evidencian que cualidades como la autoeficacia, la resiliencia y el optimismo son predominantes, reflejando un capital humano enfocado en el logro y la superación personal, incluso en condiciones adversas. Sin embargo, las limitaciones en autonomía, creatividad y flexibilidad evidencian la influencia del entorno social y familiar, así como la tendencia a preferir la estabilidad sobre el riesgo, lo cual restringe el impulso emprendedor.

Respecto al capital social, este se manifiesta en las redes de colaboración, la empatía y el trabajo en equipo, variables que, según el estudio, presentan un desempeño favorable. Dichas dimensiones promueven la creación de redes de apoyo y la consolidación de iniciativas colectivas, especialmente en contextos donde el acceso a recursos financieros y técnicos es limitado. No obstante, las debilidades identificadas en negociación y relaciones estratégicas evidencian la necesidad de fortalecer las capacidades de los jóvenes para establecer alianzas y gestionar recursos, factores que, como destacan Putnam (1993) y Coleman (1988), resultan esenciales para la sostenibilidad de los ecosistemas emprendedores.

De esta manera, ambos enfoques se complementan: el capital humano impulsa el desarrollo de competencias personales y cognitivas, mientras que el capital social refuerza la cooperación, la confianza y el acceso a recursos compartidos. Esta interacción favorece la creación de entornos inclusivos de aprendizaje y emprendimiento, donde la educación actúa como un puente entre el potencial individual y la transformación social.

En consecuencia, el emprendimiento en contextos de vulnerabilidad debe entenderse no solo como una estrategia económica, sino como un instrumento de empoderamiento y equidad social, capaz de reducir brechas estructurales y fomentar una cultura de innovación sostenible. Tal como lo sostienen Gómez Miranda (2023) y el Global Entrepreneurship Monitor – GEM Colombia (2021), el fortalecimiento del capital humano y social mediante la educación, la mentoría y las redes colaborativas es esencial para convertir la vulnerabilidad en una fuente de resiliencia, productividad y bienestar colectivo.

1.4 Modelos contemporáneos de emprendimiento educativo

El aprendizaje experiencial y las nuevas demandas formativas. En los últimos años, el aprendizaje experiencial ha adquirido una relevancia significativa, en consonancia con las tendencias educativas actuales y las crecientes exigencias sociales. En un contexto caracterizado por un rápido cambio y constante evolución del conocimiento, impulsado por los avances científicos y tecnológicos, resulta comprensible que también se transformen las necesidades formativas y los perfiles profesionales requeridos para afrontar dichos retos con éxito.

Entre las competencias más valoradas en la actualidad, destaca la capacidad de aprender de manera autónoma, esencial para adaptarse a una sociedad dinámica y en permanente cambio. Este principio se encuentra respaldado en el Memorándum sobre el Aprendizaje a lo Largo de la Vida elaborado por la Comisión Europea (2000), el cual subraya la importancia del aprendizaje continuo. Dicha competencia implica aprovechar la interacción multisensorial (vista, oído, tacto, olfato, gusto) y el entorno, para construir conocimiento significativo. Su efectividad se potencia cuando se integran los diversos estímulos físicos junto con la inteligencia lingüística y lógico-matemática, promoviendo un aprendizaje más profundo. En esta línea, diversos autores resaltan el valor del aprendizaje experiencial como vía para fortalecer la capacidad de “aprender a aprender” (Department for Education and Skills, 2006).

Asimismo, el aprendizaje experiencial constituye un medio idóneo para vincular teoría y práctica. Al enfrentarse a situaciones reales, los estudiantes desarrollan un conocimiento contextualizado, funcional y transferible, lo cual potencia su capacidad de aplicar lo aprendido en escenarios diversos.

El aprendizaje experiencial ha sido reconocido como un enfoque educativo que sitúa al individuo en una relación directa con el objeto de estudio, promoviendo una comprensión activa y significativa del conocimiento. De acuerdo con Smith (2001), una de sus principales características radica en que el aprendizaje se genera a partir de la interacción práctica con la realidad, más que de la mera observación o descripción intelectual. No obstante, el autor enfatiza que la experiencia, por sí sola, no garantiza la adquisición de conocimiento, ya que este surge del proceso reflexivo mediante el cual el sujeto interpreta y otorga sentido a lo vivido.

Pedagogía del emprendimiento. La pedagogía del emprendimiento se entiende

como un conjunto de acciones organizadas de manera lógica, coherente y flexible, orientadas al cumplimiento de objetivos educativos. Según el Ministerio de Educación de Santa Fe (2017), este enfoque busca desarrollar en los estudiantes habilidades y destrezas encaminadas a la resolución de problemas, considerando el emprendimiento como un pilar esencial del proceso formativo. Se plantea que esta pedagogía promueve la comprensión, contextualización y valoración de diversas situaciones laborales, integrando aspectos legales, sociales, económicos, operativos y éticos. Además, propone que los contenidos curriculares se articulen de forma no lineal, permitiendo la interacción entre diferentes espacios de aprendizaje, tanto actuales como previos. El aula se concibe, por tanto, como un espacio experimental donde los estudiantes abordan el mundo laboral mediante prácticas reflexivas, diversas y colaborativas; de esta manera, el impacto educativo de esta metodología busca consolidar en el estudiante la competencia emprendedora, entendida como la capacidad de pensar, razonar y actuar con base en la identificación y aprovechamiento de oportunidades que contribuyan al desarrollo de un proyecto de vida. Este enfoque se inscribe dentro del Paradigma de la Complejidad, sustentado en tres principios epistémicos: conocer para hacer (integrando teoría y práctica), conocer para innovar (creando nuevos saberes más allá del conocimiento técnico) y conocer para repensar lo conocido (revisando críticamente las categorías conceptuales empleadas en la docencia).

1.5 Emprendimiento juvenil en el contexto educativo

Papel de la escuela en la formación de actitudes emprendedoras. La escuela cumple una función determinante en el desarrollo de actitudes emprendedoras, al constituirse en el entorno donde los estudiantes pueden reconocer sus potencialidades, fortalecer su pensamiento crítico y asumir un papel activo frente a los desafíos del contexto social y económico. En este sentido, la labor educativa trasciende la simple transmisión de conocimientos, convirtiéndose en un proceso integral que impulsa la autonomía, la creatividad y la iniciativa de los jóvenes hacia la creación de proyectos personales y colectivos con impacto. El ámbito escolar se convierte en un espacio que estimula el liderazgo, la innovación, la colaboración y la resiliencia, cualidades necesarias para afrontar entornos cambiantes y promover la autogestión. En coherencia con la Ley 1014 de 2006, la Formación para el Emprendimiento (FpE) se consolida como un

componente esencial de la educación integral, orientando a los estudiantes hacia la generación de ideas sostenibles y el fortalecimiento de proyectos de vida con sentido social. En consecuencia, el papel de la escuela no se limita a instruir, sino que se centra en formar ciudadanos emprendedores capaces de transformar su entorno, promoviendo una educación que vincula el conocimiento con la acción y que fortalece la identidad, la autonomía y el compromiso con el desarrollo comunitario.

1.6 Definición de características emprendedoras

1.6.1 Concepto de características emprendedoras

Las características emprendedoras se entienden como el conjunto de rasgos personales, comportamentales y cognitivos que predisponen al individuo a identificar oportunidades, asumir riesgos calculados y generar iniciativas innovadoras en contextos específicos. Estas disposiciones integran dimensiones motivacionales, cognitivas y emocionales que influyen sobre la actitud y el comportamiento emprendedor. Según Neupane, Bhattarai, & Lowery (2025) rasgos como tolerancia al riesgo, creatividad e innovación, la tolerancia a la ambigüedad, el entusiasmo, necesidad de logro y control sobre los resultados constituyen elementos centrales del perfil emprendedor, impactando la intención de emprender y la manera como las personas se enfrentan a la incertidumbre y la ambigüedad en procesos de creación de valor.

1.6.2 Principales características emprendedoras en estudiantes

En coherencia con la operacionalización del instrumento de investigación, las siguientes características han sido identificadas como determinantes de la propensión emprendedora en estudios empíricos: iniciativa, entendida como disposición proactiva frente a oportunidades; creatividad, relacionada con la generación de ideas originales ante desafíos; autonomía, que refleja la capacidad para tomar decisiones propias; tolerancia al riesgo, entendida como capacidad de enfrentar escenarios inciertos con resiliencia; persistencia/orientación al logro, que evidencia impulso hacia metas desafiantes; y liderazgo, vinculado con la capacidad de coordinar y motivar equipos. Estas características coinciden con rasgos que han mostrado asociación positiva con actitudes

y comportamientos emprendedores en distintos contextos educativos.

Iniciativa. Disposición para actuar proactivamente frente a oportunidades.

Creatividad. Capacidad para generar soluciones originales ante desafíos.

Autonomía. Habilidad para tomar decisiones independientes y gestionar responsabilidades.

Tolerancia al riesgo. Capacidad de enfrentar escenarios inciertos con reflexión y resiliencia.

Persistencia/Orientación al logro. Fuerte impulso hacia metas desafiantes.

Liderazgo. Capacidad de coordinar y motivar equipos hacia objetivos compartidos.

1.7 Actitudes emprendedoras

La Teoría del Comportamiento Planificado (TPB), desarrollada por Icek Ajzen (1991), plantea que la intención de realizar una conducta constituye el principal predictor del comportamiento humano. Dicha intención se ve influenciada por tres elementos fundamentales: la actitud hacia la conducta, las normas subjetivas y el control conductual percibido. Desde este enfoque, la actitud representa la evaluación que el individuo realiza sobre ejecutar una acción, ya sea positiva o negativa (Ajzen, 1991); así, cuando una persona percibe que emprender puede generar beneficios como independencia, éxito o desarrollo personal, adopta una actitud favorable, lo que incrementa la probabilidad de actuar en consecuencia; las características emprendedoras, en coherencia con la teoría de Ajzen y la literatura sobre emprendimiento, se derivan directamente de estos tres componentes psicológicos. Por ejemplo: Una actitud positiva hacia el emprendimiento refleja confianza en el propio potencial y en la posibilidad de alcanzar el éxito; las normas subjetivas expresan la influencia del contexto social, familia, amigos o instituciones; que puede motivar o desalentar la decisión de emprender y el control conductual percibido se vincula con la autoeficacia, es decir, la creencia del individuo en su capacidad para ejecutar con éxito las acciones necesarias para crear y mantener un negocio. Ajzen (1991), sostiene que una actitud favorable hacia el emprendimiento, combinada con un entorno social de apoyo y una alta percepción de control, fomenta una intención emprendedora sólida, la cual se traduce en comportamientos característicos de los emprendedores, tales como la iniciativa, perseverancia, creatividad y disposición al riesgo. En esta línea, las

competencias emprendedoras como la creatividad, innovación, liderazgo, autonomía, toma de riesgos y orientación a resultados pueden entenderse como manifestaciones conductuales de estos factores psicológicos que determinan la intención emprendedora (García, et al., 2010).

2 MATERIAL AND METHOD

2.1 Diseño de investigación

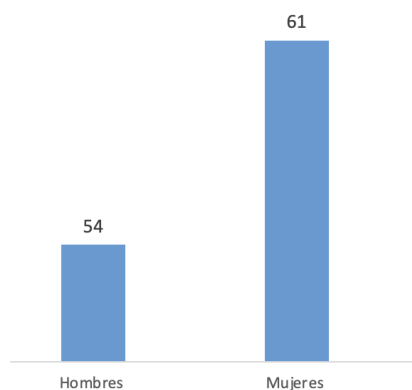
Esta investigación adopta un enfoque cuantitativo de tipo exploratorio. Se trata de un estudio transversal, que empleó una encuesta como instrumento para la recolección de datos. La cuál contenía preguntas sociodemográficas, cuestionamientos sobre las barreras económicas y las características emprendedoras. Posteriormente, la información obtenida fue analizada estadísticamente por medio de Excel y de software estadístico SPSS y los resultados se interpretaron de forma descriptiva.

2.2 Población y muestra

La Población, fueron los estudiantes del barrio San Francisco de la ciudad de Cartagena – Colombia, de 9°, 10° y 11° grado, Después de reunirlos y explicarles la dinámica, la encuesta se les compartió de manera electrónica en sus dispositivos móviles.

Figura 1

Cantidad de Encuestados.



Fuente: Autoría propia.

2.3 Instrumentos de recolección de datos

Para recopilar los datos, se empleó una encuesta como herramienta para medir 8 variables latentes: Identificación de Oportunidades (4 preguntas), Proactividad (4 preguntas), Creatividad (4 preguntas), Visión (3 preguntas), Trabajo en Equipo (3 preguntas), Liderazgo (4 preguntas), Sentido de Riesgo (5 preguntas) y Manejo de Cambio (5 preguntas), sumando un total de 32 preguntas. Estos se evaluaron en una escala Likert de 7 puntos, donde 1 significa: Totalmente en desacuerdo y 7: Totalmente de acuerdo. La forma de medir las variables se basó en estudios de Bolbao y Pachano, (2002), Amorós, (2011), Cabana-Villca, et al, (2013), Loli, et al, (2010), Ochoa, et al, (2015), Hernández-Angel et al, (2019), Hernández Angel, et al, (2019), Hernández Angel, et al, (2024), De Rivas (2019), Villalba y Ortega (2021) y Ríos (2023). En la Tabla 1 se presentan las variables a analizar

Tabla 1

Operacionalización de las variables de investigación

Variable	Indicador	Operacionalización	Referencias
Identificación de Oportunidades	PO1	Me siento motivado para generar mis propias oportunidades de desarrollo personal.	
	PO2	Identifico las habilidades que tienen las demás personas.	Bolbao & Pachano, (2002)
	PO3	Considero importante buscar permanentemente nuevas maneras de realizar las cosas.	Amorós, (2011) Cabana-Villca, et al, (2013)
	PO4	Participo en actividades extracurriculares para mantener conexiones con otros grupos.	Loli, et al, (2010) Ochoa, et al, (2015) Hernández-Angel et al, (2019)
Proactividad	PP1	Ante una situación, soy de las personas que tiene la iniciativa.	Hernández Angel, et al. (2019)
	PP2	Cuando se presenta un problema, procuro buscar la solución.	Hernández Angel, et al. (2024)
	PP3	He tomado las precauciones necesarias ante de un problema antes de actuar.	De Rivas (2019) Villalba y Ortega (2021)
	PP4	Ante situaciones ante pongo mis valores sobre los impulsos o sentimientos del momento.	Ríos (2023)
Creatividad	PC1	Propongo ideas que se implementan en los equipos de trabajo.	

	PC2	Utilizo mi creatividad para llevar a cabo las actividades de manera innovadora
	PC3	Generalmente, tengo ideas autentica y las llevo a cabo
	PC4	Me gusta analizar y encontrar maneras diferentes de hacer las cosas.
Visión	PV1	Propongo nuevas ideas o visiones para el desarrollo de las actividades.
	PV2	Me visualizo empezando actividades en mi rutina diaria
	PV3	Selecciono resultados de acciones previamente implementadas como base para establecer futuras acciones.
Trabajo en Equipo	PT1	Participo abiertamente en actividades grupales.
	PT2	En la realización de actividades grupales, involucro a las demás personas.
	PT3	Muestro interés por las personas con las que realizo actividades.
Liderazgo	PL1	Me gusta tomar iniciativa en las actividades.
	PL2	Considero que influyo notablemente sobre las personas.
	PL3	Propongo nuevas formas o actividades con el propósito de mejorarlas.
	PL4	Facilito el dialogo con las personas.
Sentido de Riesgo	PS1	Considero que es fundamental tomar riesgos para progresar
	PS2	Creo que las personas que asumen riesgos tienen mayores posibilidades de lograr sus objetivos en comparación con aquellos que no lo hacen.
	PS3	Disfruto respaldando una idea prometedora, incluso si no está completamente garantizada
	PS4	Disfruto asumir riesgos calculados (tomar decisiones en las que podré acertar o fallar) con las nuevas ideas.
	PS5	Pienso que es necesario arriesgarse para progresar.
Manejo de Cambio	PM1	Considero que puedo adaptarme al cambio.

PM2	Planeo nuevas formas para realizar actividades con el propósito de que sean más fáciles y aceptadas.
PM3	Procuro mejorar cada actividad que realizo.
PM4	Busco que mis actividades no sean monótonas.
PM5	Desarrollo nuevas formas o maneras que promueven la mejora de los procedimientos.

Fuente: Propia, de acuerdo a la revisión de la literatura

2.4 Procedimientos de recopilación y análisis de datos

La encuesta se aplicó de manera virtual, se les compartió mediante un link enviado a sus teléfonos móviles a la App de WhatsApp durante una reunión grupal en las instalaciones del colegio, los encuestados recibían la invitación para responder la encuesta, las respuestas eran enviadas a una plataforma a un archivo en Excel, posteriormente fueron codificadas para su tratamiento estadístico.

El tratamiento de datos se realizó por medio del software estadístico Statistical Package for Social Sciences, SPSS Statistics y Excel. Analizaron las respuestas de las encuestas respondidas por los 115 alumnos de ambos países. Como primer procedimiento por medio de Excel se analizaron las preguntas sobre las barreras económicas con el propósito de conocer la percepción de su entorno, posteriormente por se comprobó la fiabilidad de la encuesta, se empleó el Alfa de Cronbach y finalmente, se efectuó un análisis factorial exploratorio.

3 RESULTS

Al analizar el apartado de barreras económicas para conocer la percepción de los encuestados sobre este tema se encontraron los siguientes resultados: el 62% de la población manifiesta que no tiene herramientas necesarias para comenzar un emprendimiento, un 24% indica que si las tiene un 16% desconoce si existen. Este resultado puede estar relacionado con la percepción que tienen de carencia de programas de económicos que apoyen a los jóvenes emprendedores, de acuerdo con los resultados, el 60% indica que no conocen tales programas, el 31% no está al tanto y solo el 9% indica que tales programas si existen. En cuanto al acceso a préstamos para iniciar un

emprendimiento, el 58% de los estudiantes consideran no tener acceso a financiamientos para emprender, solo el 14% considera que lo tienen y el 28% lo desconoce.

A pesar de estos resultados, el 43% de los encuestados se siente motivado por el emprendimiento, el 17% no lo está y 40% no se siente seguro, no obstante, la mayoría de los estudiantes tiene un marcado interés por emprender, el 92% de ellos desea iniciar su propio negocio, el 2% no tiene el deseo y el 6% está indeciso. Por otro lado, en cuanto a su entorno familiar, el 51 % de la muestra tiene algún familiar que cuenta que, con emprendimiento, lo que se puede considerar que tienen influencia y no son ajenos al tema. El 41% no tienen familiares con emprendimiento y el 8% lo desconoce. En general existe un marcado interés sobre el emprendimiento, el 92% de los estudiantes manifestaron su deseo de iniciar su propio negocio, a pesar de que su percepción sobre la falta de herramientas, la ausencia de programas de apoyo el acceso a préstamos

En cuanto a su entorno familiar, el 51% de los encuestados tiene algún familiar que es emprendedor, lo que podría servirles de inspiración y modelo a seguir. El 41% no tiene familiares emprendedores y un 8% no está seguro. Existe un marcado interés sobre el emprendimiento entre los encuestados, el 92% de los alumnos desea iniciar su propio negocio, a pesar de enfrentar barreras como la falta de herramientas, la ausencia de programas de apoyo y el acceso a préstamos.

A continuación, en la Tabla 2 se muestran los resultados obtenidos al analizar la validez de las variables: Identificación de Oportunidades, Creatividad Proactividad, Liderazgo, Visión, Trabajo en Equipo, Manejo de Cambio y Sentido de Riesgo.

Tabla 2

Confiabilidad de la encuesta

Variables	Validez	
	Confiabilidad	Alpha de Cronbach
General		0.905
Identificación de Oportunidades		0.616
PO1	0.612	
PO2	0.641	
PO3	0.764	
PO4	0.651	
Proactividad		0.799
PP1	0.731	
PP2	0.708	
PP3	0.619	
PP4	0.711	
Creatividad		0.785

PC1	0.798
PC2	0.714
PC3	0.815
PC4	0.754
Visión	0.736
PV1	0.697
PV2	0.723
PV3	0.643
Trabajo en equipo	0.648
PT1	0.567
PT2	0.626
PT3	0.598
Liderazgo	0.816
PL1	0.678
PL2	0.574
PL3	0.723
PL4	0.766
Sentido de riesgo	0.794
PS1	0.731
PS2	0.616
PS3	0.578
PS4	0.656
PS5	0.765
Manejo de Cambio	0.859
PM1	0.754
PM2	0.823
PM3	0.705
PM4	0.796
PM5	0.765

Fuente: Autoría propia.

La confiabilidad de la encuesta, evaluada a través del Alfa de Cronbach para las distintas variables muestra de manera general una alta confiabilidad con un valor de 0.905, lo que señala una consistencia de las cuestiones en su totalidad. Con respecto a los resultados de cada variable se visualiza que en Identificación de Oportunidades tiene un alfa de Cronbach de 0.616, mostrando una confiabilidad aceptable, siendo la PO3 la de más valor, en la variable Proactividad muestra un valor 0.799, los valores de los ítems correspondientes varían entre un 0.619 y 0.0731 mostrando valores aceptables.

En el aspecto de Creatividad muestra un resultado de 0.785, los valores de cada cuestión se encuentran entre 0.714 y 0.815, siendo PC3 el de mayor resultado. En la variable Visión muestra

una confiabilidad de 0.736, mientras que, Trabajo en equipo tiene un valor de 0.648, teniendo los valores más bajos en sus ítems, que se encuentran entre 0.567 y 0.626, sin embargo, están dentro de los parámetros aceptables. En el aspecto de Liderazgo, muestra un total de 0.816 y los valores de las preguntas van de 0.574 y 0.766, dentro del aspecto de sentido de Riesgo tiene un Alfa de Cronbach de 0.794, reflejando una

confiabilidad aceptable y finalmente el manejo de cambio con un valor de 0.859, destacando la pregunta PM2.

La encuesta en su totalidad es confiable, en las variables Identificación de Oportunidades y Trabajo en Equipo hay aspectos de mejora, ya que a pesar de presentar valores aceptables podría mejorar bajo una revisión o ajuste para mejor consistencia interna.

4 DISCUSSION

Los resultados del estudio se comprenden mejor a la luz de la evolución conceptual del emprendimiento como fenómeno económico, social y educativo. Desde la perspectiva clásica, el emprendimiento ha sido entendido como motor de transformación productiva mediante la introducción de innovaciones que rompen equilibrios existentes, generando dinámicas de cambio estructural (Schumpeter, 1911; 1987). Esta visión se amplía cuando el emprendimiento se concibe como una práctica sistemática de identificación de oportunidades derivadas de cambios sociales y tecnológicos, susceptible de ser aprendida y desarrollada (Drucker, 1985; 1993; Muñoz-Bullón, 2016). En este sentido, el interés emprendedor observado en estudiantes no puede interpretarse únicamente como inclinación económica, sino como expresión de capacidades formativas vinculadas al desarrollo de la autonomía, la innovación y la gestión del cambio, coherente con el enfoque promovido por organismos internacionales (OECD, 2008; UNESCO & ILO, 2006).

La alta motivación emprendedora identificada, incluso en presencia de barreras económicas, dialoga con la literatura que vincula la intención de emprender con factores psicológicos y educativos. Desde la Teoría del Comportamiento Planificado, la intención emprendedora surge de la interacción entre actitudes favorables, apoyo social percibido y sensación de autoeficacia (Ajzen, 1991). Esto se refleja en estudios que muestran cómo la educación emprendedora fortalece percepciones positivas y competencias socioemocionales en estudiantes de secundaria (Shahin et al., 2021; Dinis, 2024). En consecuencia, los hallazgos refuerzan la idea de que el bachillerato constituye una etapa estratégica para consolidar actitudes transferibles como creatividad, liderazgo e iniciativa que trascienden la mera creación de empresas.

Las características emprendedoras identificadas en los estudiantes se alinean con

modelos que integran dimensiones personales, cognitivas y conductuales. Rasgos como tolerancia al riesgo, creatividad, necesidad de logro y control percibido han sido reconocidos como componentes centrales del perfil emprendedor (Neupane et al., 2025), en concordancia con enfoques que destacan la interacción entre factores individuales y contextuales en el proceso de creación de valor (Hisrich & Peters, 2002; García et al., 2010). La fortaleza observada en liderazgo y proactividad sugiere que la formación escolar puede actuar como catalizador de competencias clave, aun cuando persistan limitaciones estructurales que condicionan su aplicación práctica.

La comparación entre emprendimiento escolar y universitario también aporta elementos interpretativos relevantes. Mientras que en educación superior la intención emprendedora se ve fuertemente influida por la percepción del apoyo institucional y la estructuración de programas formativos (Galvão et al., 2024), en educación media el énfasis se sitúa en el desarrollo de disposiciones personales y sociales que configuran una base para decisiones futuras. Este contraste sugiere que la educación emprendedora cumple funciones diferenciadas según el nivel educativo: formación actitudinal en etapas tempranas y consolidación estratégica en niveles superiores.

En conjunto, los resultados respaldan la concepción del emprendimiento como competencia transversal que articula innovación, desarrollo personal y preparación para entornos económicos cambiantes (OECD, 2008). La presencia simultánea de alta intención emprendedora y limitaciones percibidas revela una tensión estructural: el potencial formativo existe, pero requiere ecosistemas educativos que refuercen la autoeficacia, la continuidad formativa y el acceso a recursos. Así, el emprendimiento escolar emerge como una herramienta de empoderamiento juvenil coherente con los principios de educación para la adaptación social y productiva (UNESCO & ILO, 2006).

5 CONCLUSION

La presente investigación arroja información sobre el estado del emprendimiento en los estudiantes de bachillerato, por medio de una enfoque cuantitativo y exploratorio, arrojando un resultado donde indica que se tiene una percepción sobre la carencia de herramientas y recursos para iniciar un negocio, con ausencias de programas económicos, a pesar de ellos los estudiantes manifiestan su interés de emprender. Por otra parte, el análisis de la confiabilidad reveló una alta consistencia, demostrando que los ítems son

fiables y arrojan información verídica, sin embargo, las variables identificación de oportunidades y trabajo en equipo a pesar de ser aceptables, podrían mejorar.

La investigación resalta el alto interés de emprender y la presencia de características emprendedoras, lo que se considera importante fomentar el emprendimiento juvenil, es importante mejorar la difusión y acceso a programas de apoyo, financiamiento y herramientas para fomentar el emprendimiento. Se considera que, con el apoyo adecuado, los jóvenes podrían materializar sus aspiraciones empresariales.

REFERENCIAS

- Amorós, J. E. (2011). The Global Entrepreneurship Monitor project (GEM): A Latin-American context approach. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, (46), 1-15.
- Ajzen, I. (1991). Theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Bilbao, A., & Pachano, S. (2002). Rasgos y actitudes de los emprendedores. *Venezuela: Corporación Andina de Fomento*
Cabana-Villca, R., Cortes-Castillo, I., Plaza-Pasten, D., Castillo-Vergara, M., & Alvarez-Marin, A. (2013). Análisis de las capacidades emprendedoras potenciales y efectivas en alumnos de centros de educación superior. *Journal of technology management & innovation*, 8(1), 65-75.
- Coleman, James S. (1989). Rationality and Society. *Rationality and Society*. 1(1).
- Daft, L. (2004). *Administración*. Sexta edición. Thompson.
Daly, H. E. (2014). *Beyond growth: the economics of sustainable development*. Beacon Press.
- De Rivas, M. T. R. (2019). Perfil emprendedor de estudiantes de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional de Pilar. *Brazilian Journal of Development*, 5(12), 33339-33353.
- Dinis, A. (2024). The impact of entrepreneurship education on students' desirability and intentions to pursue an entrepreneurial career: a study in general and vocational secondary schools of Cabo Verde. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00382-8>
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship*. Harper Collins. (23)
- Drucker, P. F. (1995). Really reinventing government. *The Atlantic Monthly*, 275(2), 49-61. (8)

- Galvão, A. R., Marques, C. S., Mendes, T., & Azevedo, C. (2024). How does perceived university support boost students' entrepreneurial intentions? *Journal of the Knowledge Economy*, 16(3), 12698–12726. <https://doi.org/10.1007/s13132-024-02441-7>
- Gómez, O. (2023). Actitudes emprendedoras... *Tendencias*, 24(1), 174-197. <https://doi.org/10.22267/rtend.222302.220>
- Hernández-Angel Francisca , Mayer- Granados Elizabeth Lizeth, C. A. H. C. (2019). Estudio sobre las cualidades emprendedoras en docentes y alumnos de nivel superior. *Journal CIM-Revista Digital*, 7, 2336 2342.
- Hernández Angel Francisca, Mayer Granados Elizabeth Lizeth, W. G. y S. V. (2019). Análisis sobre las Características Emprendedoras en los Estudiantes de la Universidad Politécnica de Altamira. En Asociación Mexicana de Mecatrónica A.C. (Ed.), *Emprendedurismo e Ingeniería (Primera)*. Recuperado de https://www.mecamex.net/Libros/2019-Libro_Emprendedurismo-e-Ingenieria.pdf
- Hernández Angel Francisca , Tapia, A. S. O., Sanchez, J. C. S., & Mejía, J. A. (2024). Estudio exploratorio sobre características emprendedoras en estudiantes de universidades de México y Colombia. *Aglala*, 15(1), 212-228.
- Hisrich, R. D. (1990). Entrepreneurship/intrapreneurship. *American Psychologist*, 45(2), 209-222.
- Leydesdorff & Etzkowitz (1996). Emergence of a Triple Helix... *Science and Public Policy*, 23(5), 279-286. <https://doi.org/10.1093/spp/23.5.279>
- Loli, A., Dextre, E., Del Carpio, J., & La Jara, E. (2010). Actitudes de creatividad y emprendimiento en estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería y su relación con algunas variables socio demográficas. *Revista de investigación en psicología*, 13 (2), 139-151.
- Lundvall, B. A. (1992). *National systems of innovation*. Pinter. (42) Lundvall, B. (2002). *Innovation, growth, and social cohesion*. Edward Elgar.
- Naranjo, M. (2009). Motivación... *Revista Educación* 33(2), 153-170. Santrock, J. (2002). *Psicología de la educación*. McGraw-Hill.
- Nelson, R., & Winter, S. (1982). *An evolutionary theory of economic change*. Harvard. Leydesdorff & Etzkowitz (1996). Emergence of a Triple Helix... *Science and Public Policy*, 23(5), 279-286. <https://doi.org/10.1093/spp/23.5.279>
- Neupane, S. M., Bhattarai, P. C., & Lowery, C. L. (2025). Personality traits in describing entrepreneurial intentions: a sequential mixed methods study. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00459-4>

OCDE (2008), Promoción del espíritu empresarial y de las PYME innovadoras en una economía global , Publicaciones de la OCDE, París, <https://doi.org/10.1787/9789264044357-en> .

OCDE (2019), Fortalecimiento de las PYME y el emprendimiento para la productividad y el crecimiento inclusivo: Conferencia Ministerial de la OCDE de 2018 sobre las PYME , Estudios de la OCDE sobre las PYME y el emprendimiento, Publicaciones de la OCDE, París, <https://doi.org/10.1787/c19b6f97-en> .

Ochoa Hernández, M. L., Azuela Flores, J. I., & Rangel Lyne, L. (2015). Características emprendedoras en universitarios próximos a egresar de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico. *Revista de psicología y ciencias del comportamiento de la Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales*, 6(2), 21-35.

Putnam, R. (1993). *Making Democracy Work*. Princeton. (54) Raelin, J.A. (2000). *Work-based Learning*. Prentice Hall. (55) Ramos, C. G., et al. (2010). Características del emprendedor... *Revista europea de dirección*.

Ríos, Á. T. P. (2023). Características emprendedoras en los estudiantes de la educación media en la Institución Educativa Departamental Domingo Savio. *Revista CIES Escolme*, 14(1), 5-26.

Schumpeter, J. A. (1987). *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Berlín.

Villalba Benítez, E. F., & Ortega Carrasco, R. J. (2021). El perfil emprendedor en Paraguay, análisis de la población juvenil. *Suma de Negocios*, 12(26), 31-40.

<https://doi.org/10.14349/sumneg/2021.v12.n26.a4>

Contribución de los autores

Todos los autores contribuyeron por igual al desarrollo de este artículo.

Disponibilidad de datos

Todos los conjuntos de datos relevantes para los resultados de este estudio están disponibles en su totalidad en el artículo.

Cómo citar este artículo (APA)

Tapia, A. S. O., Angel, F. H., Mejía, J. E. A., Yopez, L. K. S., Rubio, S. A. C., & Molina, F. M. A. (2026). CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS DE ESTUDIANTES DE BACHILLERATO DEL COLEGIO CORAZÓN DE MARÍA DEL BARRIO SAN FRANCISCO DE LA CIUDAD DE CARTAGENA, COLOMBIA (2025). *Veredas Do Direito*, 23(5), e235419. <https://doi.org/10.18623/rvd.v23.5419>