

El Proyecto de Vida Como Base para la Creación de Emprendimientos en Estudiantes de Gestión
Empresarial de la Universidad Industrial de Santander

Vivian Stefania Manrique Muñoz y Brayán David Romero Camacho

Trabajo de Grado para Optar Al Título de Profesional en Gestión Empresarial

Directora

Luz Helena Villamizar Cáceres

Magister En Administración De Las Organizaciones

Universidad Industrial de Santander

Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia

Gestión Empresarial

Bucaramanga

2025

Dedicatoria

A Dios, quien me ha llenado de fuerza y esperanza para alcanzar esta meta.

A mi familia: quienes han sido mi mayor inspiración y sin cuyo apoyo no habría podido llegar hasta aquí, María Edith, Javier, Sebastián y Santiago.

A Susi y Hana, mis peluditas compañeras, que me han regalado innumerables momentos de alegría y compañía.

A Brayan, mi compañero de investigación, gracias por estar siempre a mi lado.

Vivian Stefania Manrique Muñoz

A mi madre, Janneth Camacho, por su amor incondicional y apoyo constante a lo largo de mi vida académica. Tu fortaleza y dedicación han sido mi mayor inspiración.

A mi amada esposa, Nathalie Vega, por su paciencia infinita, comprensión y ánimo durante las largas horas de estudio e investigación. Tu amor ha sido mi fuerza en los momentos más difíciles.

A mi querida hija, Davinia Romero, cuya sonrisa ilumina mis días y me motiva a ser mejor cada día. Este logro es para ti, con la esperanza de que te inspire a perseguir tus sueños.

A mi compañera de investigación, Vivian Manrique, por su colaboración invaluable, ideas brillantes y apoyo mutuo durante este viaje académico. Juntos hemos logrado más de lo que hubiéramos imaginado.

Este trabajo de grado es el fruto del esfuerzo conjunto y el amor de todos ustedes. Gracias por ser parte fundamental de este logro y de mi vida.

Brayan David Romero Camacho

Agradecimientos

A nuestra alma máter, la Universidad Industrial de Santander, por brindarnos las herramientas y el conocimiento necesarios para llevar a cabo esta investigación.

A nuestra directora de tesis, Luz Helena Villamizar, por su invaluable guía, paciencia y conocimientos. Sus consejos han sido fundamentales para el desarrollo de este trabajo.

A los miembros del jurado evaluador, por dedicar su tiempo y conocimientos a la revisión de este trabajo. Sus observaciones y sugerencias han sido muy valiosas.

A todas las personas que de una u otra forma contribuyeron a la realización de este trabajo, nuestro más sincero agradecimiento.

"El éxito no es un accidente. Es trabajo duro, perseverancia, aprendizaje, estudio, sacrificio y, sobre todo, amor por lo que estás haciendo o aprendiendo a hacer." - Pelé

Tabla de Contenido

	Pág.
Introducción	14
1. Objetivos	16
1.1 Objetivo general	16
1.2 Objetivos específicos	16
2. Marco teórico	17
2.1 Gestión empresarial	17
2.1.1 Definición y evolución de la gestión empresarial	17
2.1.2 Funciones clave de la gestión empresarial	18
2.1.3 Programa de gestión empresarial IPRED – UIS	18
2.2 Emprendimiento	19
2.3 Emprendedor	19
2.3.1 Perfil emprendedor del estudiante de gestión empresarial IPRED - UIS	20
2.3.2 Características del emprendedor	20
2.4 Proyecto de vida	22
2.4.1 Características del proyecto de vida	23
2.4.2 Dimensiones del proyecto de vida	24
2.4.3 Teorías del proyecto de vida	25
2.4.3.1 Proceso del proyecto de vida	26
2.5 Motivación del emprendedor	31
2.5.1 La motivación	31
2.5.2 Perspectivas teóricas sobre la motivación	31

2.5.3 Motivaciones intrínseca, extrínseca y trascendental en estudiantes emprendedores.....	36
2.5.4 Motivación en el contexto del emprendedor.....	38
2.6 Vocación del emprendedor	39
2.7 Propósito del emprendedor	40
2.7.1 El método IKIGAI	41
2.8 Talentos del emprendedor.....	44
2.8.1 Elementos que se integran en el modelo del talento emprendedor.....	45
2.9 Identidades del emprendedor	47
2.9.1 Proyecto de vida e identidad del emprendedor.....	47
2.9.2 Tipologías de identidad.....	48
3. Metodología	49
3.1 Enfoque de la investigación	49
3.2 Fuentes de recolección de la información.....	50
3.3 Población.....	51
3.4 Recolección de la información.....	51
3.5 Alcance de la investigación	52
4 Análisis de resultados	52
4.1 Pregunta 1: ¿Cuál es su género?	52
4.2 Pregunta 2: ¿Cuál es su rango de edad?.....	53
4.3 Pregunta 3: ¿En qué semestre de gestión empresarial se encuentra?.....	54
4.4 Pregunta 4: ¿Qué ofrece en el emprendimiento?	56
4.5 Pregunta 5: ¿En qué etapa se encuentra el emprendimiento?	57
4.6 Pregunta 6: ¿Desde cuándo existe el emprendimiento?.....	58

4.7 Pregunta 7: ¿Cuántas horas a la semana dedica al emprendimiento?.....	59
4.8 Pregunta 8: ¿Cuál es el estado actual del emprendimiento?.....	61
4.9 Pregunta 9: ¿su proyecto de vida es llegar a ser empresario, con una empresa consolidada, rentable y sostenible a partir del emprendimiento actual?.....	62
4.10 Pregunta 10: ¿Cuál sería la razón en caso de responder no a la pregunta anterior?	63
4.11 Pregunta 11: ¿Cuáles son los talentos que usted tiene y utiliza en el emprendimiento?	65
4.12 Pregunta 12: ¿Cuál es su vocación?.....	67
4.13 Pregunta 13: ¿Cuál es el propósito por el cual emprendió con la idea de negocio?.....	69
4.14 Pregunta 14: ¿Considera que hay relación entre su proyecto de vida, vocación, propósito y talentos?	71
4.15 Pregunta 15: ¿Tiene definido las metas, objetivos y actividades para alcanzar su proyecto de vida?.....	72
4.16 Pregunta 16: ¿Cuál sería la razón en caso de responder no a la pregunta anterior?	74
4.17 Pregunta 17: ¿Cuál es la motivación que tiene para continuar con el emprendimiento y convertirlo en una empresa consolidada?	75
5. Discusión de resultados.....	78
5.1 Características identificadas en el proyecto de vida de estudiantes emprendedores	79
5.2 Relación entre proyecto de vida y la motivación de estudiantes emprendedores.....	79
5.3 Relación entre proyecto de vida y vocación, propósito y talento de estudiantes emprendedores	81
6. Conclusiones.....	84
7. Recomendaciones	86
Referencias Bibliográficas	88

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1 <i>Funciones de la gestión empresarial</i>	18
Tabla 2 <i>Dimensiones del proyecto de vida</i>	25
Tabla 3 <i>Género de los estudiantes emprendedores</i>	52
Tabla 4 <i>Rangos de edad de los estudiantes emprendedores</i>	53
Tabla 5 <i>Semestre de los estudiantes emprendedores</i>	54
Tabla 6 <i>Oferta</i>	56
Tabla 7 <i>Etapas del emprendimiento</i>	57
Tabla 8 <i>Tiempo del emprendimiento</i>	58
Tabla 9 <i>Horas dedicadas al emprendimiento</i>	59
Tabla 10 <i>Formalidad del emprendimiento</i>	61
Tabla 11 <i>Ser empresario como proyecto de vida</i>	62
Tabla 12 <i>Razón para no ser empresario</i>	63
Tabla 13 <i>Talentos del emprendedor</i>	65
Tabla 14 <i>Respuestas agrupadas en relación con los talentos del emprendedor</i>	65
Tabla 15 <i>Vocación del emprendedor</i>	67
Tabla 16 <i>Propósito del emprendedor</i>	69
Tabla 17 <i>Proyecto de vida y su relación con la vocación, el propósito y talentos</i>	71
Tabla 18 <i>Metas, objetivos y actividades para alcanzar el proyecto de vida</i>	72
Tabla 19 <i>Razón para no definir metas, objetivos y actividades</i>	74
Tabla 20 <i>Motivación para emprender</i>	75

Tabla 21 *Clasificación de las motivaciones de los emprendedores* 77

Tabla 22 *Participación de los tipos de motivaciones* 77

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1 <i>Características del emprendedor</i>	21
Figura 2 <i>Características del proyecto de vida</i>	24
Figura 3 <i>Pasos clave para el desarrollo de un proyecto de vida</i>	26
Figura 4 <i>Etapas del desarrollo psicosocial según Erikson</i>	28
Figura 5 <i>Pirámide de Maslow</i>	29
<i>Figura 6 Modelo de autodeterminación</i>	30
Figura 7 <i>Ikigai y sus cuatro pilares</i>	42
Figura 8 <i>Intersecciones del Ikigai</i>	42
Figura 9 <i>Segundas intersecciones</i>	43
Figura 10 <i>Ingredientes del talento</i>	45
Figura 11 <i>Talento emprendedor</i>	47
Figura 12 <i>Género de los estudiantes emprendedores</i>	53
Figura 13 <i>Rangos de edad de los estudiantes emprendedores</i>	54
Figura 14 <i>Semestre de los estudiantes emprendedores</i>	55
Figura 15 <i>Oferta</i>	56
Figura 16 <i>Etapa del emprendimiento</i>	57
Figura 17 <i>Tiempo del emprendimiento</i>	59
Figura 18 <i>Horas dedicadas al emprendimiento</i>	60
Figura 19 <i>Formalidad del emprendimiento</i>	62
Figura 20 <i>Ser empresario como proyecto de vida</i>	63

PROYECTO DE VIDA COMO BASE PARA CREAR EMPRESA EN ESTUDIANTES 10

Figura 21	<i>Razón para no ser empresario</i>	64
Figura 22	<i>Respuestas agrupadas en relación con los talentos del emprendedor</i>	66
Figura 23	<i>Vocación del emprendedor</i>	68
Figura 24	<i>Propósito del emprendedor</i>	70
Figura 25	<i>Proyecto de vida y su relación con la vocación, el propósito y talentos</i>	71
Figura 26	<i>Metas, objetivos y actividades para alcanzar el proyecto de vida</i>	73
Figura 27	<i>Razón para no definir metas, objetivos y actividades</i>	74
Figura 28	<i>Motivación para emprender</i>	76
Figura 29	<i>Participación de tipos de motivaciones</i>	77

Lista de Apéndices

Apedice A *Encuesta*93

Apéndice B *Clasificación de categorías de Emprendedores según Fauchart y Gruber*101

Resumen

Título: El proyecto de vida como base para la creación de emprendimientos en estudiantes de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander*

Autores: Vivian Stefania Manrique Muñoz y Brayan David Romero Camacho**

Palabras Clave: Proyecto de vida, Emprendimiento, Emprendedor, Estudiantes.

Descripción

Esta investigación se centra en analizar la relación entre el proyecto de vida y el emprendimiento en los estudiantes del programa de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander. El estudio incluyó una exhaustiva revisión bibliográfica sobre los conceptos de proyecto de vida, emprendimiento, y los componentes y características del primero. Posteriormente, se empleó una metodología cuantitativa mediante una encuesta estructurada, lo que permitió obtener una comprensión más profunda de la relación entre proyecto de vida, motivación, vocación y emprendimiento en los participantes. Los resultados revelaron una diversidad de patrones entre los factores personales y empresariales.

Los hallazgos derivados de la encuesta muestran una conexión entre la vocación, el propósito y los talentos con la creación de negocios, y exploran cómo los proyectos personales influyen en la motivación para emprender. Este enfoque relacional permite comprender de qué manera elementos personales como la vocación, el propósito y los talentos impactan tanto en la creación de negocios como en la motivación emprendedora de los estudiantes.

Contar con un proyecto de vida bien definido y alineado con las aspiraciones profesionales favorece mejores resultados en la creación de emprendimientos. Lo más relevante de este hallazgo es la importancia de integrar el desarrollo personal y profesional en los programas académicos, Además se evidencia la importancia de la inclusión de formación en habilidades emprendedoras y orientación vocacional. Permitiendo fomentar un emprendimiento más consciente y sostenible en el ámbito universitario.

* Trabajo de Grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia – IPRED. Programa de Gestión Empresarial Director Luz Helena Villamizar Cáceres. Magíster en Administración de Organizaciones.

Abstract

Title: The life project as a basis for the creation of entrepreneurship in Business Management students of the Universidad Industrial de Santander*

Authors: Vivian Stefania Manrique Muñoz and Brayan David Romero Camacho **

Key Words: Life project, Entrepreneurship, Entrepreneur, Students.

Description

This research focuses on analyzing the relationship between the life project and entrepreneurship in students of the Business Management program at the Universidad Industrial de Santander. The study included an exhaustive literature review on the concepts of life project, entrepreneurship, and the components and characteristics of the former. Subsequently, a quantitative methodology was used through a structured survey, which allowed obtaining a deeper understanding of the relationship between life project, motivation, vocation, and entrepreneurship in the participants. The results revealed a diversity of patterns between personal and entrepreneurial factors.

The findings derived from the survey show a connection between vocation, purpose, and talents with business creation, and explore how personal projects influence motivation for entrepreneurship. This relational approach allows us to understand how personal elements such as vocation, purpose, and talents impact both business creation and students' entrepreneurial motivation.

Having a well-defined life project aligned with professional aspirations favors better results in the creation of entrepreneurial ventures. The most relevant aspect of this finding is the importance of integrating personal and professional development in academic programs, as well as the importance of including training in entrepreneurial skills and vocational orientation. This allows for the promotion of a more conscious and sustainable entrepreneurship in the university environment.

* Degree Work

**Institute of Regional Projection and Distance Education - IPRED. Business Management Program. Director: Luz Helena Villamizar Cáceres. Masters in organizational management.

Introducción

El presente estudio surge del interés por comprender la relación entre el proyecto de vida y el emprendimiento en estudiantes del programa de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander. En un contexto en el que el emprendimiento adquiere cada vez mayor relevancia en el desarrollo personal y profesional, resulta necesario explorar cómo los jóvenes emprendedores integran sus aspiraciones vitales y su vocación en la creación de negocios sostenibles.

El concepto de proyecto de vida ha experimentado una evolución significativa. Tradicionalmente, se entendía como una trayectoria lineal orientada hacia metas específicas. Sin embargo, en la actualidad se reconoce como un enfoque más amplio y dinámico que abarca tanto el desarrollo profesional como aspectos emocionales, sociales y personales. D'Angelo (2003) define el proyecto de vida como un marco que refleja cómo la persona se orienta hacia su futuro, abarcando sus aspectos fundamentales y las áreas clave que demandan decisiones cruciales, este concepto cobra especial relevancia, dado que las motivaciones, talentos y propósito personal de los emprendedores están profundamente conectados con sus decisiones empresariales.

El propósito de esta investigación fue identificar la relación entre el proyecto de vida y el emprendimiento en los estudiantes emprendedores del programa de Gestión Empresarial. En particular, se analizó cómo los componentes y características de sus proyectos de vida influían en su motivación para crear empresas. Asimismo, se describió la relación entre vocación, propósito y talentos con la trayectoria empresarial de los participantes.

Este estudio cobra importancia al proporcionar una comprensión más profunda sobre cómo los proyectos personales impactan en la creación y sostenibilidad de iniciativas empresariales. Al

explorar los factores internos que motivan a los jóvenes emprendedores, se pretende destacar la relevancia de integrar el desarrollo personal y profesional en los programas académicos, promoviendo un emprendimiento más consciente y alineado con los valores individuales.

El estudio se enfoca en estudiantes emprendedores de Gestión Empresarial, analizando su relación con el emprendimiento desde una perspectiva integral que incluye no solo las metas empresariales, sino también sus proyectos de vida. Los hallazgos se centrarán en la identificación de patrones que relacionen vocación, propósito y talento con la creación de negocios, proporcionando así una base para recomendaciones orientadas a mejorar los programas educativos y de apoyo al emprendimiento universitario.

Para abordar este análisis, se empleó una metodología cuantitativa. A través de una encuesta estructurada, se recolectaron datos sobre el proyecto de vida, la motivación y las vocaciones empresariales de los estudiantes participantes. Este enfoque permitió identificar correlaciones entre las variables analizadas, proporcionando una comprensión precisa y objetiva del fenómeno estudiado. Los resultados obtenidos serán clave para formular conclusiones y recomendaciones aplicables tanto en el ámbito académico como en la práctica emprendedora.

El documento se estructura en cinco capítulos principales. En primer lugar, se presenta un marco teórico que aborda conceptos clave como la gestión empresarial, el emprendimiento, y el proyecto de vida. A continuación, se describe la metodología empleada para la recolección y análisis de los datos. Posteriormente, se discuten los resultados obtenidos a través de encuestas aplicadas a estudiantes emprendedores, seguido de las conclusiones y recomendaciones derivadas del análisis.

1. Objetivos

1.1 Objetivo general

Identificar la relación entre el proyecto de vida y el emprendimiento en estudiantes emprendedores de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander.

1.2 Objetivos específicos

Identificar los componentes y características del proyecto de vida, a partir de información primaria y secundaria en estudiantes emprendedores de Gestión Empresarial.

Reconocer la relación existente entre el proyecto de vida de los estudiantes emprendedores y la motivación por crear una empresa, a partir del análisis de información primaria.

Describir la relación entre vocación, propósito y talento con el proyecto de vida empresarial en estudiantes emprendedores de gestión empresarial.

2. Marco teórico

2.1 Gestión empresarial

2.1.1 Definición y evolución de la gestión empresarial

La gestión empresarial, también conocida como administración de empresas o management, es el conjunto de actividades, acciones y estrategias implementadas con el fin de planificar, organizar, dirigir y controlar recursos de una organización con el objetivo de alcanzar las metas y objetivos. Según el padre de la administración moderna Drucker (2002) la gestión empresarial es el proceso de coordinar personas y recursos para alcanzar objetivos en una organización de manera eficiente y efectiva.

A lo largo de su evolución, la gestión empresarial ha sido un proceso dinámico impulsado por cambios en el entorno económico, tecnológico y social. Inicialmente, la gestión centraba esfuerzos en la administración científica, eficiencia operativa, con figuras como Frederick Taylor y Henry Ford marcando el camino. A medida que las organizaciones crecieron y diversificaron, surgieron enfoques más holísticos, como el management estratégico y el enfoque basado en procesos. La revolución tecnológica introdujo nuevas herramientas para la gestión de datos y comunicación, dando lugar a la gestión basada en la información y el análisis de big data. Hoy en día, la gestión empresarial incluye la innovación, la sostenibilidad y la adaptación ágil a un entorno globalizado y en constante cambio.

2.1.2 Funciones clave de la gestión empresarial

Tabla 1.

Funciones de la gestión empresarial

Función	Descripción
Planificación	Determinación de objetivos a corto, mediano y largo plazo, así como las estrategias y acciones necesarias para alcanzarlos.
Organización	Establecimiento de la estructura organizativa, asignación de recursos y definición de roles y responsabilidades.
Dirección	Liderazgo y motivación del personal, así como la toma de decisiones y la comunicación efectiva dentro de la organización.
Control	Supervisión y evaluación del progreso hacia objetivos establecidos, incluyendo la implementación de medidas correctivas cuando sea necesario.

Nota. Elaborado por los autores

Para un emprendedor, dominar estas funciones Tabla 1 no solo es crucial para la gestión diaria del negocio, sino también para asegurar su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo.

2.1.3 Programa de gestión empresarial IPRED – UIS

El programa de Gestión Empresarial del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia (IPRED) de la UIS, enfoca formación profesional a distancia. La misión del programa es formar profesionales altamente calificados, capaces de impulsar la excelencia empresarial en organizaciones modernas a nivel nacional e internacional.

El objetivo consiste que estos profesionales gestionen cambio con innovación estratégica, asegurando el éxito futuro de las empresas en entornos dinámicos. El programa fomenta una cultura empresarial que promueve la creatividad, la innovación, la competitividad y el

aprovechamiento de las tecnologías de información y comunicación para mejorar la productividad y la gestión del conocimiento (Barbosa, et al., 2014).

2.2 Emprendimiento

Fenómeno asociado con la actividad empresarial, que es la tarea llevada a cabo por un individuo en busca de la generación de valor, por medio de la creación o expansión de la actividad económica, identificando y aprovechando nuevos productos, procesos o mercados (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, 2013).

Es 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 (Congreso de la republica de Colombia, 2006).

2.3 Emprendedor

Es la persona que detecta una oportunidad de negocio, crea un producto o servicio, o inicia un proyecto impulsado por su propio entusiasmo. Entre las cualidades destacan, la capacidad organizativa, el pensamiento analítico, la innovación entusiasta, el optimismo, la flexibilidad, el dinamismo, la disposición a asumir riesgos, la creatividad y la orientación al crecimiento.

Antes de comenzar un proyecto, un emprendedor debe evaluar factores como el entorno y la viabilidad de este, recursos financieros disponibles y la selección adecuada de socios, en caso de que decida asociarse (Prieto, 2017).

Se dice entonces que un emprendedor “Es 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” (Congreso de la republica de Colombia, 2006).

2.3.1 Perfil emprendedor del estudiante de gestión empresarial IPRED - UIS

El perfil emprendedor dentro del programa de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander fundamenta desarrollo de competencias que permiten a los estudiantes identificar, evaluar y aprovechar oportunidades en entornos empresariales dinámicos. Este perfil está orientado en cultivar habilidades específicas que fomentan una mentalidad proactiva y creativa, fundamental para la creación, gestión e innovación empresarial (Villamizar, 2023).

Según la información obtenida por la página web de la universidad, uno de los objetivos del programa es que el estudiante pueda contribuir con la cultura empresarial basada en la creatividad, la investigación, la innovación, la competitividad y el uso creativo de las tecnologías de información y comunicación, como bases para la creación de nuevas empresas productivas.

2.3.2 Características del emprendedor

Algunas de las características de la personalidad de un emprendedor son:

a) Persistencia. Capacidad de continuar con los esfuerzos a pesar de los desafíos, fracasos o contratiempos que puedan presentarse.

b) Asumir riesgos. Implica estar dispuesto a enfrentar la incertidumbre y aceptar las posibles consecuencias negativas de las decisiones empresariales.

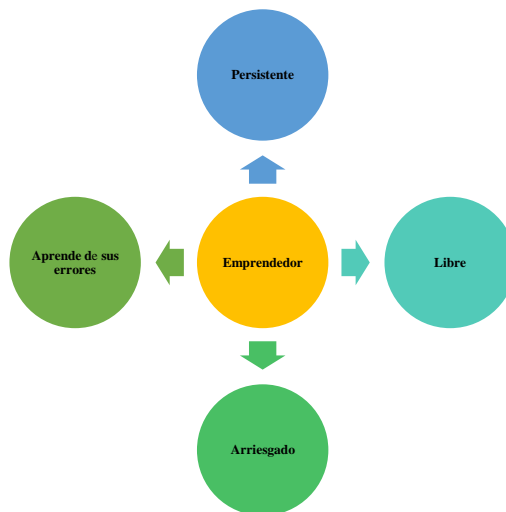
c) Aprender de los errores. Significa reconocer que fracasos y errores son parte del proceso de emprendimiento y, en lugar de desalentarse, utilizar esas experiencias para mejorar y adaptarse.

d) Libre. Una persona emprendedora es aquella que, en mayor o menor medida, muestra persistencia, tiene la libertad de actuar con valentía y está dispuesta a asumir riesgos y aprender de los errores.

Estas cualidades sugieren que todos pueden desarrollar un comportamiento emprendedor. La clave radica en asumir riesgos y no esperar a que llegue la inspiración, sino en trabajar de manera inmediata, realista y objetiva para alcanzar las metas a corto y largo plazo (Prieto, 2017).

Figura 1.

Características del emprendedor



Nota. Elaborado por los autores

Con este perfil y estas características un emprendedor puede abarcar todo el ámbito del emprendimiento porque identifica oportunidades al detectar necesidades y tendencias en el mercado, desarrolla un plan de negocio sólido estableciendo objetivos claros, definiendo estrategias y asignando recursos, y lanza su producto o servicio al mercado utilizando diversos canales de distribución y marketing.

Además, gestiona su empresa a través de la administración, las finanzas y el crecimiento del negocio, se adapta a los cambios manteniéndose actualizado sobre las últimas tendencias y tecnologías, y construye relaciones al establecer redes de contactos y colaborar con otros emprendedores.

2.4 Proyecto de vida

El Proyecto de Vida enmarca las direcciones y orientaciones principales de despliegue de la vida personal o grupal, en el conjunto de las contradicciones de sus relaciones reales y de elaboraciones conscientes e inconscientes, en el contexto material, sociocultural y en las diferentes esferas de su actividad social.

Podríamos considerarla como una categoría de la praxis social-personal, en tanto revela la materialización del sentido de vida en direcciones concretas y alternativas de acción individual y colectiva.

El sentido de vida no debería considerarse como una construcción exclusivamente encerrada en los límites de la experiencia-sufrimiento-ansiedad-deseo, al nivel íntimo subjetivo-existencial, sino que esta materia constitutiva, lejos de cerrarse en un estado contemplativo íntimo

tiene, al menos, la potencialidad de expresarse proactiva y prosocialmente, en la construcción de proyectos de vida individuales y colectivos para su realización en el sistema de la acción social.

Aunque el concepto de proyecto de vida no pretende abarcar todos los procesos sociales del individuo, grupo o colectividad, aborda aspectos esenciales de su presente en relación con el pasado y las perspectivas futuras, contribuyendo a la formación de un sentido y estilo de vida que puede ser armónico o desajustado, realista o irrealista, autónomo o heterónomo, y que puede fomentar el estancamiento o el desarrollo de las potencialidades autorrealizadoras de las personas. (D'Angelo, 2002, p. 27)

2.4.1 Características del proyecto de vida

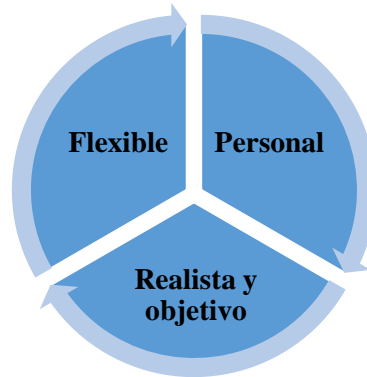
Una de las características fundamentales del proyecto de vida es su naturaleza personal, construida a partir de la historia de vida, ilusiones, expectativas, aspiraciones y posibilidades de cada individuo.

Es realista y objetivo. Al planificar un proyecto de vida, es crucial considerar la realidad socioeconómica y las oportunidades disponibles, así como las habilidades y destrezas propias.

Otra característica del proyecto de vida es su flexibilidad. No es estático, sino que puede adaptarse y ajustarse a las circunstancias e imprevistos que surjan a lo largo del tiempo. Aunque el proyecto inicial de una persona puede cambiar, es importante tener en cuenta los deseos, intereses, gustos, personalidad y posibilidades al diseñarlo (Consejo Estatal de Población, s.f).

Figura 2.

Características del proyecto de vida



Nota. Adaptado de COESPO con base en CONALEP (s/f).

2.4.2 Dimensiones del proyecto de vida

Un proyecto de vida puede incluir diferentes áreas, como la personal, familiar, profesional, laboral y educativa. A pesar de la imposibilidad de prever con certeza ciertos aspectos de la vida, como quién será la pareja, resulta factible establecer que sucedan ciertos eventos. También se puede planear la trayectoria para trabajar en el lugar deseado o para dedicarse a una profesión específica.

Al planificar cada aspecto del proyecto de vida, es importante hacerlo mediante un proceso reflexivo. En este proceso, el autoconocimiento y un buen acompañamiento o guía son esenciales, ya sea por parte de la familia (padres) o de profesionales (educadores, maestros, especialistas en salud emocional, entre otros). A continuación, encontrarán una tabla con las distintas dimensiones y posibles preguntas que ayudarán a orientar los objetivos vitales hacia un resultado exitoso (Consejo Estatal de Población, s.f).

Tabla 2.

Dimensiones del proyecto de vida

Dimensión	A qué se refiere	Preguntas orientadoras
Personal	Al conjunto de características individuales que conforman la identidad de una persona, incluyendo valores, creencias, actitudes y metas personales.	¿Qué cualidades desea desarrollar? ¿Cómo se ve a sí mismo en el futuro? ¿Cuáles son sus mayores motivaciones? ¿Qué tipo de vida quiere llevar?
Familiar	A las relaciones interpersonales que establecen dentro del núcleo familiar y su impacto en el bienestar individual.	¿Qué tipo de relación desea tener con sus familiares? ¿Cómo puede fortalecer los vínculos familiares existentes? ¿Qué rol quiere desempeñar dentro de su familia?
Educativo-profesional	Al proceso de aprendizaje formal e informal que lleva a cabo una persona a lo largo de su vida, con el objetivo de adquirir conocimientos y habilidades para su desarrollo profesional.	¿Qué áreas de estudio le apasionan? ¿Cuáles son sus objetivos profesionales a corto, mediano y largo plazo? ¿Qué tipo de trabajo le gustaría desempeñar? ¿Qué competencias necesita desarrollar para alcanzar sus metas?
Laboral	A la actividad que realiza una persona para obtener un ingreso económico y satisfacer sus necesidades básicas y aspiraciones.	¿Qué tipo de trabajo se ajusta a sus intereses y habilidades? ¿Qué tipo de ambiente laboral prefiere? ¿Cuáles son sus expectativas salariales y de desarrollo profesional?
Afectivo-social	A las relaciones interpersonales que establecen fuera del núcleo familiar, incluyendo amistades, relaciones de pareja y participación en grupos sociales.	¿Qué tipo de relaciones desea cultivar? ¿Cómo puede mejorar sus habilidades sociales? ¿Qué papel quiere desempeñar en su comunidad?
Espiritual	A la búsqueda de sentido y propósito en la vida, así como a la conexión con algo más grande que uno mismo.	¿Qué creencias espirituales o religiosas tiene? ¿Cómo encuentra significado en su vida? ¿Qué prácticas espirituales realiza?

Nota. Adaptado de COESPO con base en el UNFPA (2013).

2.4.3 Teorías del proyecto de vida

El concepto de proyecto de vida puede entenderse de diferentes maneras según las teorías psicológicas y del desarrollo humano. Cada teoría ofrece una perspectiva única sobre cómo las

personas planifican, estructuran y llevan a cabo sus vidas, destacando distintos aspectos del desarrollo personal, la motivación y la toma de decisiones.

2.4.3.1 Proceso del proyecto de vida. Este proceso implica una serie de pasos que ayudan a una persona a definir metas y objetivos a largo plazo, así como a trazar un camino para alcanzarlos. Este es fundamental para el crecimiento personal y profesional, ya que proporciona una dirección clara y un sentido de propósito.

Figura 3.

Pasos clave para el desarrollo de un proyecto de vida



Nota. Elaborado por los autores.

2.4.3.2 Teoría del desarrollo psicosocial de Erik Erikson. Erikson plantea que el desarrollo psicosocial es un proceso continuo que influye en la capacidad de las personas para desarrollar y cumplir su proyecto de vida. Cada etapa del desarrollo, marcada por conflictos o desafíos, es fundamental para la construcción de la identidad y las habilidades necesarias para enfrentar la vida.

Las ocho etapas del desarrollo psicosocial son:

PROYECTO DE VIDA COMO BASE PARA CREAR EMPRESA EN ESTUDIANTES 27

Confianza vs. Desconfianza (0-1 año). Establece la base de confianza necesaria para abordar futuros proyectos y desafíos.

Autonomía vs. Vergüenza y Duda (1-3 años). Fomenta la independencia y la capacidad de tomar decisiones, esenciales para el desarrollo del proyecto de vida.

Iniciativa vs. Culpa (3-6 años). Promueve la toma de iniciativas y la capacidad de establecer y perseguir objetivos personales.

Laboriosidad vs. Inferioridad (6-12 años). Desarrolla la autoestima y la ética de trabajo a través de logros en diversas actividades.

Identidad vs. Confusión de Rol (12-18 años). Permite definir una identidad clara, crucial para establecer un proyecto de vida coherente.

Intimidad vs. Aislamiento (18-40 años). Facilita la formación de relaciones significativas que apoyan la consecución de objetivos personales y profesionales.

Generatividad vs. Estancamiento (40-65 años). Implica contribuir a la sociedad y dejar un legado, esencial en el proyecto de vida.

Integridad del Yo vs. Desesperación (65 años en adelante). Refleja la evaluación de la vida vivida y la búsqueda de satisfacción y paz interior, vinculada a las decisiones tomadas a lo largo del camino.

Comprender estas etapas ayuda a las personas a reflexionar sobre su desarrollo y a tomar decisiones más conscientes en la planificación y realización de sus objetivos vitales. (Mentes Abiertas Psicología S.L., 2023)

Figura 4.

Etapas del desarrollo psicosocial según Erikson



Nota. Tomado de: <https://infogram.com/teoria-psicologia-erikson-1h7j4dvlxv5l94n>

2.4.3.3 Teoría de la Autorrealización de Maslow. La Pirámide de Maslow, un modelo de motivación humana organiza las necesidades en una jerarquía que va desde lo más básico hasta lo más avanzado. Integrar la teoría de la autorrealización de Maslow en un proyecto de vida promueve un enfoque holístico hacia el desarrollo personal, que no solo se centra en el logro de objetivos materiales, sino también en el crecimiento emocional, intelectual y espiritual. Esto ayuda a construir una vida plena y significativa.

Para aplicar esta teoría a un proyecto de vida, es fundamental identificar en qué nivel de la jerarquía se encuentran las necesidades personales, que incluyen aspectos fisiológicos, de seguridad, de pertenencia y de estima. Luego, se deben establecer metas de crecimiento en cada nivel, desarrollando un plan de acción claro con pasos específicos y recursos necesarios para alcanzar la autorrealización.

Además, es crucial reflexionar y ajustar el plan de forma continua, dado que la autorrealización es un proceso dinámico que puede verse afectado por cambios en las circunstancias y prioridades. Por último, la búsqueda de un propósito y significado profundo en la vida, como descubrir una vocación o contribuir a una causa significativa, es un aspecto clave para lograr una vida auténtica y alineada con los propios valores. (Sabater, 2022)

Figura 5.

Pirámide de Maslow



Nota. Tomado de: Institutocarlogers (2023) ¿Qué es la autorrealización y cómo se puede alcanzar?

2.4.3.4 La Teoría de la Autodeterminación de Deci y Ryan. Aplicar la Teoría de la Autodeterminación al proyecto de vida implica estructurar metas y decisiones para fomentar la autonomía, potenciar la competencia y cultivar relaciones significativas. Esto conduce a una mayor satisfacción con la vida y un sentido de propósito.

La teoría destaca tres necesidades psicológicas básicas:

Autonomía. En el proyecto de vida, la autonomía se traduce en la capacidad de elegir y definir metas y acciones basadas en intereses y valores personales. Un proyecto autodeterminado se basa en motivaciones intrínsecas, no en presiones externas.

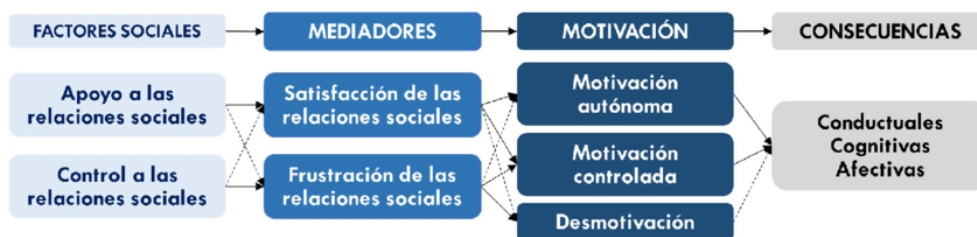
Competencia. Esta necesidad se refiere a la sensación de eficacia y capacidad en las actividades. Un proyecto de vida satisfactorio permite que la persona desarrolle las habilidades necesarias para alcanzar sus metas, lo que fomenta la persistencia y el esfuerzo continuo.

Relación. Sentirse conectado y apoyado por los demás es fundamental. Las relaciones significativas proporcionan apoyo emocional, validación y un sentido de pertenencia, actuando como fuentes de inspiración y motivación en la consecución de los objetivos personales.

Integrar la Teoría de la Autodeterminación en la construcción del proyecto de vida permite a las personas tomar decisiones más conscientes y alineadas con sus verdaderos deseos, favoreciendo su bienestar y realización personal. (Rodríguez, 2022)

Figura 6.

Modelo de autodeterminación



Nota. Tomado de: modelo de la teoría de la autodeterminación (Deci Y Ryan, 2000) focalizado en las relaciones sociales.

2.4.3.5 La Teoría Sociocultural de Vygotsky. La teoría de Vygotsky proporciona un marco conceptual valioso para entender cómo se construye el proyecto de vida de una persona,

destacando la importancia de la interacción social y la mediación cultural en el desarrollo cognitivo. En este contexto, el proyecto de vida se ve como una construcción conjunta, influenciada por las relaciones sociales y las experiencias culturales.

Conceptos clave de esta teoría, son la Zona de Desarrollo Próximo (ZDP), que representa la distancia entre lo que una persona puede lograr por sí sola y lo que puede alcanzar con la ayuda de otros, y la mediación, donde los instrumentos culturales, como el lenguaje y la educación, guían las decisiones y aspiraciones personales. Además, la interacción social es fundamental, ya que las relaciones con familiares, amigos y la comunidad influyen en la formación del proyecto de vida. Mota de Cabrera y Villalobos (2007)

2.5 Motivación del emprendedor

2.5.1 La motivación

La motivación, según diversos autores, es la fuerza que impulsa a las personas a actuar de determinada manera. Este proceso, que involucra la fijación de metas, la utilización de recursos y la persistencia en la acción, es esencial para comprender el comportamiento humano. Desde una perspectiva etimológica, la motivación se vincula con los factores que incitan a la acción, mientras que, desde una perspectiva psicológica, se considera el motor que inicia, dirige y sostiene la conducta.

2.5.2 Perspectivas teóricas sobre la motivación

Trechera (2005) explica que, etimológicamente, el término motivación procede del latín motus, que se relaciona con aquello que moviliza a la persona para ejecutar una actividad. De esta

manera, se puede definir la motivación como el proceso por el cual el sujeto se plantea un objetivo, utiliza los recursos adecuados y mantiene una determinada conducta, con el propósito de lograr una meta. (Naranjo, 2009)

2.5.2.1 Teoría: Existencia, Relación y Crecimiento (E.R.G.). Es una teoría de la motivación desarrollada por Clayton Alderfer. Esta teoría propone que las necesidades humanas se agrupan en tres categorías:

Existencia (E). Estas necesidades son las básicas para la supervivencia física, como la comida, el agua, el refugio y la seguridad.

Relación (R). Estas necesidades están relacionadas con las conexiones sociales y el sentido de pertenencia. Incluyen la necesidad de amor, amistad, aceptación y reconocimiento.

Crecimiento (G). Estas necesidades centran en el desarrollo personal y la realización. Implican la necesidad de aprender, crecer, alcanzar el potencial y tener un sentido de logro.

Alderfer sugirió que estas necesidades están jerarquizadas de manera que las necesidades de existencia deben ser satisfechas previamente para que las necesidades de relación adquieran relevancia., además las necesidades de crecimiento surgen únicamente cuando las necesidades de existencia y relación están satisfechas. (Naranjo, 2009)

2.5.2.2 Teoría de las necesidades de McClelland. Es un modelo psicológico que busca explicar la motivación humana a través de tres necesidades fundamentales que adquirimos a lo largo de nuestra vida: logro, afiliación y poder. A diferencia de otras teorías, McClelland postula que estas necesidades no son innatas, sino que aprenden y varían en intensidad de persona a persona. Las tres necesidades fundamentales según McClelland:

Necesidad de logro. Este concepto alude al deseo de alcanzar metas desafiantes, superar obstáculos y sobresalir. Las personas con una alta necesidad de logro suelen ser competitivas, autónomas y orientadas a resultados. Buscan tareas que les permitan demostrar habilidades y capacidades.

Necesidad de afiliación. Hace referencia al deseo de establecer y mantener relaciones interpersonales positivas. Las personas con una alta necesidad de afiliación suelen ser cooperativas, leales y buscan la armonía en las relaciones sociales.

Necesidad de poder. Refiere al deseo de influir y controlar a otros, así como de tener un impacto en el entorno. Las personas con una alta necesidad de poder pueden ser líderes natos, pero también pueden ser más autoritarias y dominantes. (Naranjo, 2009)

2.5.2.3 Perspectivas cognitivas. Su enfoque está centrado en los procesos mentales internos, como los pensamientos, las creencias y las expectativas. Entiende la motivación como resultado de interpretación y evaluación de situaciones. Las creencias sobre las capacidades y la posibilidad de éxito influyen en la motivación. Por ejemplo, un atleta motivado para entrenar que cree en su capacidad para mejorar y alcanzar metas. Esta perspectiva puede resultar demasiado abstracta y difícil de medir empíricamente.

2.5.2.3.1 Teoría de las expectativas de Vroom. Es un modelo psicológico que busca explicar cómo las personas toman decisiones sobre su esfuerzo en el trabajo. Esta teoría sugiere que la motivación de un individuo está influenciada por la creencia de que un esfuerzo particular llevará a un rendimiento deseado y que este rendimiento será recompensado de manera que satisfaga necesidades personales.

Vroom propone que la fuerza de la motivación (M) está determinada por la interacción de tres factores:

Expectativa (E). Es la creencia de que un determinado nivel de esfuerzo conducirá a un nivel específico de desempeño. Si un empleado cree que aumentar su esfuerzo resultará en un mejor desempeño, la expectativa será alta.

Instrumentalidad (I). Es la creencia de que un determinado nivel de desempeño conducirá a la obtención de resultados específicos. Si un empleado cree que un buen desempeño le permitirá obtener una promoción o un aumento salarial, la instrumentalidad será alta.

Valencia (V). Es el valor que un individuo asigna a los resultados esperados. La valencia representa la importancia o el atractivo de una recompensa particular.

La fórmula de Vroom se expresa de la siguiente manera:

$$\text{Motivación (M)} = \text{Expectativa (E)} \times \text{Instrumentalidad (I)} \times \text{Valencia (V)}$$

Esta fórmula implica que para que una persona esté motivada, debe creer que su esfuerzo dará resultados, que esos resultados conducirán a recompensas y que esas recompensas son valiosas para ella. (Naranjo, 2009)

2.5.2.3.2 Teoría de la equidad de Stacey Adams. Enfoca su atención en cómo las personas perciben la justicia en las relaciones de intercambio, especialmente en el ámbito laboral. Según Adams, los empleados comparan constantemente aportaciones (esfuerzo, habilidades, experiencia) y resultados (salario, beneficios, reconocimiento) con los de otros.

La teoría de la equidad se fundamenta en dos pilares fundamentales que explican cómo los individuos evalúan la justicia en sus entornos laborales y sociales. El primer pilar es la comparación social, un proceso innato por el cual las personas tienden a contrastar su situación

con la de otros, sean estos compañeros de trabajo, amigos o individuos en posiciones similares en otras organizaciones. Esta comparación sirve como punto de referencia para evaluar la propia situación.

El segundo pilar es la percepción de justicia, que se basa en cómo los empleados interpretan la relación entre sus aportaciones y los resultados obtenidos en comparación con los demás. Cuando un trabajador percibe que esta relación es equilibrada respecto a sus pares, experimenta un sentimiento de equidad que fomenta su motivación. Por el contrario, si detecta una inequidad, ya sea por recibir más o menos de lo que considera justo, se genera una tensión interna que lo impulsa a buscar formas de restablecer el equilibrio.

Estos dos pilares interactúan constantemente, moldeando las actitudes y comportamientos de los individuos en sus entornos profesionales y personales.

2.5.2.3.3 Modelo de fijación de metas u objetivos. La fijación de metas es una herramienta fundamental para mejorar el desempeño individual y organizacional. Consiste en establecer objetivos claros, específicos y alcanzables que guíen las acciones y motiven a lograr resultados.

La teoría más influyente en este ámbito es la de Edwin Locke, quien sostiene que las metas bien definidas y desafiantes son un poderoso motivador. Estas metas, cuando son aceptadas por la persona, generan un mayor esfuerzo y persistencia, además de dirigir la atención hacia las estrategias más relevantes para alcanzarlas.

Para que una meta sea efectiva, debe cumplir con las siguientes características:

Específicas. Deben ser claras y concisas, evitando términos vagos o ambiguos.

Medibles. Deben ser cuantificables para poder evaluar el progreso y el logro.

Alcanzables. Deben ser desafiantes pero realistas, para evitar la frustración y la desmotivación.

Relevantes. Deben estar alineadas con los objetivos generales de la persona o la organización.

Tiempo limitado. Deben tener un plazo de cumplimiento definido.

2.5.3 Motivaciones intrínseca, extrínseca y transcendental en estudiantes emprendedores

2.5.3.1 Motivación intrínseca. La motivación intrínseca surge del interior de cada persona, impulsada por la satisfacción personal que obtienen al realizar su trabajo. Es una fuerza interna que los lleva a buscar la autorrealización y a comprometerse con tareas, sin necesidad de incentivos externos. Al fomentar esta motivación, las organizaciones pueden aumentar la productividad y el bienestar de sus colaboradores (García, 2023).

2.5.3.1.1 Características de la motivación intrínseca. La motivación intrínseca en las organizaciones se caracteriza por tener su origen en el propio individuo, es decir, surge de factores internos. A diferencia de la motivación extrínseca, los motivadores de esta clase no necesariamente son monetarios, sino que suelen ser intangibles, relacionados con la realización personal y el crecimiento interno. Además, esta motivación es altamente eficaz para potenciar a los equipos, promoviendo un desempeño sostenido y una mejora continua en los resultados a lo largo del tiempo.

2.5.3.2 Motivación extrínseca. De las dos clases de motivación general que existen, la motivación extrínseca es aquella que depende de fuerzas externas. En esta, los comportamientos o acciones están determinados por la búsqueda de recompensas tangibles o intangibles (García, 2023).

2.5.3.2.1 Características de la motivación extrínseca. La motivación extrínseca se caracteriza por estar impulsada principalmente por factores externos, los cuales pueden ser tanto internos como externos en su naturaleza. Esta clase de motivación es especialmente efectiva en el corto y mediano plazo, aunque su impacto tiende a disminuir en el largo plazo. Las recompensas asociadas pueden ser de tipo financiero o no financiero, y suele estar estrechamente ligada al reconocimiento en el ámbito laboral.

2.5.3.3 Motivación trascendente. Esta clase de motivación laboral supera la satisfacción personal. Por el contrario, la motivación trascendente tiene que ver con el beneficio que obtienen terceras personas. En otras palabras, la satisfacción pasa por la satisfacción de otras personas, para alcanzar la propia (García, 2023).

2.5.3.3.1 Características de la motivación trascendente. Las principales características de esta motivación laboral se centran en su orientación hacia los demás. Es una motivación que trasciende a la propia persona, buscando siempre el beneficio de terceras personas y actuando como un impulso para generar un impacto positivo en su entorno. Está fuertemente relacionada con valores como la solidaridad y el servicio, lo que la convierte en una fuerza impulsora para contribuir al bienestar colectivo.

2.5.4 Motivación en el contexto del emprendedor

La motivación para emprender es un factor clave que se desarrolla en función del entorno y de razones personales, como señalan diversos estudios. (Barba & Atienza, 2012) destacan que esta motivación tiene una naturaleza subjetiva, vinculada a la decisión de crear una nueva empresa. Por su parte, (Castillo et al., 2019) afirman que las capacidades y recursos internos de una persona influyen en su habilidad para desarrollar una empresa exitosa, lo cual es fundamental para su sostenibilidad a largo plazo.

Investigaciones comparativas entre distintos países han identificado una serie de factores que impulsan a las personas a emprender. Entre los principales motivos se encuentran la búsqueda de estabilidad laboral, el deseo de mejorar los ingresos, el anhelo de autonomía y el desarrollo personal. El control sobre las decisiones, la libertad de gestionar el propio tiempo y la independencia económica también destacan entre las razones más comunes para iniciar un negocio.

Por otra parte, se ha identificado que la motivación puede agruparse en dimensiones como la obtención de ingresos, la realización personal, la autonomía y la seguridad económica. Estos factores varían según las circunstancias individuales y las aspiraciones personales. Además, en términos de género, las motivaciones de hombres y mujeres tienden a diferir, ya que los hombres suelen estar impulsados por el logro y la autodirección, mientras que las mujeres ven en el emprendimiento una oportunidad para contribuir a la comunidad y crear espacios de interacción social.

Según el artículo de Deci y Ryan (2000) titulado "The 'What' and 'Why' of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior", la motivación se clasifica en tres tipos

principales dentro del marco de la Teoría de la Autodeterminación (Self-Determination Theory, SDT). Estas son; de tres tipos, alta, media y baja.

Tipo alta. Emprendedores con motivaciones de autonomía e independencia laboral.

Satisfacción de necesidades. Estas motivaciones indican una fuerte satisfacción de la necesidad de autonomía.

Grado de motivación. Alto, ya que la satisfacción de la autonomía es un predictor clave de la motivación intrínseca.

Tipo medio. Emprendedores motivados por contribuir al bienestar de la comunidad.

Satisfacción de necesidades. Estas motivaciones satisfacen la necesidad de relación, al buscar conexiones significativas y aportar al bienestar colectivo.

Grado de motivación. Alto, dado que la satisfacción de la necesidad de relación promueve una motivación intrínseca sostenida.

Tipo bajo. Emprendedores que buscan un medio de subsistencia económica:

Satisfacción de necesidades. Estas motivaciones pueden estar más alineadas con la satisfacción de necesidades extrínsecas, como seguridad financiera.

Grado de motivación. Variable; si bien la motivación extrínseca puede ser efectiva a corto plazo, la falta de satisfacción de las necesidades intrínsecas podría afectar la motivación a largo plazo.

2.6 Vocación del emprendedor

La vocación es la convergencia de los talentos, pasiones y valores de una persona. Para un emprendedor, la vocación va más allá de simplemente iniciar un negocio; trata de encontrar un propósito significativo que alinee habilidades únicas con las necesidades del mundo. Según (Leider

& Shapiro, 2002), "la vocación es el lugar donde tu mayor talento se encuentra con la mayor necesidad del mundo". Esto indica que los emprendedores exitosos no solo buscan ganancias financieras, sino que también aspiran a generar un impacto positivo en la sociedad.

Encontrar la vocación es un proceso continuo, no un destino final. Para un emprendedor, esto significa estar dispuesto a adaptarse y permitir que su negocio y misión personal evolucionen con el tiempo. El "trabajo ideal", según (Leider & Shapiro, 2002), es aquel que permite expresar la autenticidad personal y contribuir al bienestar de los demás.

Esta perspectiva invita a los emprendedores a construir negocios que no solo sean rentables, sino que también reflejen valores y beneficien a la comunidad. Destacan que, al alinear su trabajo con su vocación, los emprendedores experimentan mayor satisfacción, resiliencia y éxito a largo plazo.

Por su parte, (Ojanguren, 2016) aborda la vocación desde la perspectiva del emprendedor, definiéndola como la unión entre la pasión personal y la capacidad de generar valor en el mercado. Argumenta que "la vocación de un emprendedor no es simplemente hacer dinero, sino crear algo significativo que resuelva problemas reales".

Además, sostiene que "un emprendedor vocacional es aquel que encuentra alegría en el proceso de creación, no solo en el resultado final". Esto sugiere que la vocación emprendedora va más allá del éxito financiero, enfocándose en el impacto positivo y la satisfacción personal.

2.7 Propósito del emprendedor

El emprendimiento con propósito implica la intención decidida de generar un impacto positivo en la sociedad, inspirando a otros a través de las propias acciones. Un emprendedor con propósito tiene una visión clara: sabe lo que quiere lograr y encuentra la manera de hacerlo

realidad. Este tipo de emprendedor tiene definidos su misión personal, valores y el legado que desea dejar en el mundo, y utiliza estos elementos como guía para servir e influir positivamente en la sociedad.

De acuerdo con el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2019/2020, una organización internacional que analiza datos sólidos sobre ecosistemas empresariales, el emprendimiento es un factor clave para la salud y la prosperidad de la sociedad, además de ser un motor poderoso del crecimiento económico. En su análisis, los emprendedores de los 50 países evaluados incluyen como una de las principales motivaciones el deseo de hacer una diferencia en el mundo (Be Nikken, 2021).

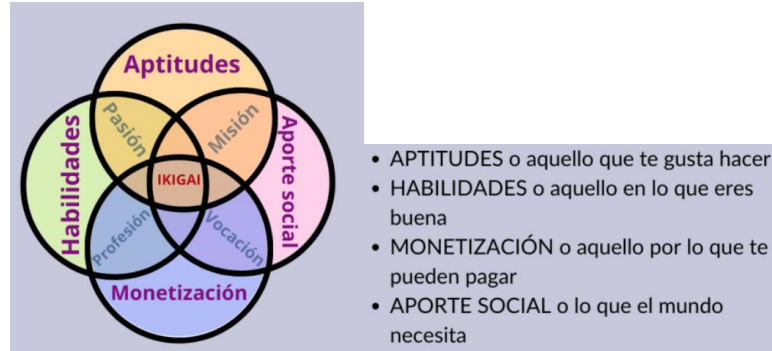
2.7.1 El método IKIGAI

El Método Ikigai es una filosofía japonesa que ayuda a las personas a encontrar su propósito en la vida. Para los emprendedores, aplicar el Ikigai puede ser clave para crear el negocio ideal y alcanzar el éxito tanto profesional como personal. Este concepto integra cuatro componentes fundamentales: aquello que apasiona, lo que el mundo necesita, en lo que son hábiles y aquello por lo que puede ser remunerado.

Al identificar y conectar estos cuatro elementos, es posible diseñar un negocio alineado con los valores, habilidades y aspiraciones (Ramírez, s.f).

Figura 7.

Ikigai y sus cuatro pilares



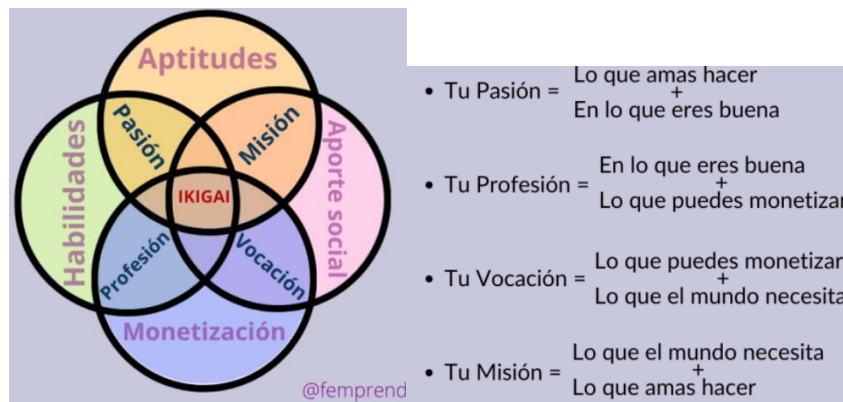
Nota. Tomado de: <https://femprendiendo.com/ikigai-para-empendedoras/>

Una vez completados los primeros círculos, siguen las primeras 4 intersecciones del Ikigai.

Estas intersecciones son las cosas que coinciden de los círculos y son:

Figura 8.

Intersecciones del Ikigai



Nota. Tomado de: <https://femprendiendo.com/ikigai-para-empendedoras/>

Finalmente, las segundas intersecciones del Ikigai

Figura 9.

Segundas intersecciones



Nota. Tomado de: <https://femprendiendo.com/ikigai-para-emprendedoras/>

El equilibrio entre pasión, profesión y contribución social es un desafío complejo que muchos enfrentan en sus carreras. Este fenómeno se puede describir a través de cuatro escenarios distintos, cada uno con sus propias tensiones y compensaciones.

En el primer caso, una persona puede experimentar gran satisfacción personal al fusionar su pasión con su profesión, pero paradójicamente sentir que su trabajo carece de un impacto social significativo. El segundo escenario ilustra cómo es posible alcanzar un estado de comodidad cuando la profesión y la vocación se alinean, aun cuando el trabajo en sí no genere una pasión intensa.

El tercer caso aborda la situación en la que, a pesar de recibir una remuneración por un trabajo que beneficia a la sociedad, el individuo puede experimentar el Síndrome del Impostor, caracterizado por sentimientos de incertidumbre y dudas sobre la propia competencia. Por último, se presenta la situación en la que un emprendimiento proporciona felicidad personal y una percepción de contribución positiva al mundo, pero genera bajos ingresos económicos. Estos

escenarios reflejan la complejidad de equilibrar la realización personal, el impacto social y la estabilidad financiera en la vida profesional.

2.8 Talentos del emprendedor

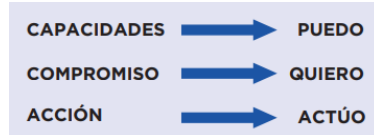
De acuerdo con la (Real Academia Española, s.f.), el talento posee varias significados, dentro de las cuales encontramos que el talento es la inteligencia o la capacidad de entender, pero también lo describe como la aptitud y la capacidad para el desempeño, o bien para el ejercicio de una determinada ocupación.

Según Pilar Jericó (como se cita en Crespo et al., 2013), existen seis tipos de talento: directivo, comercial, técnico, operativo, innovador y emprendedor. Jericó también propone una "receta del talento", cuyos ingredientes clave son las capacidades, el compromiso y la acción. Estos elementos combinados permiten desarrollar y potenciar el talento en sus distintas formas.

Cuando habla de capacidades, hace referencia al conjunto de los conocimientos, las habilidades, actitudes y competencias que desarrollan dentro de la empresa (o de cualquier otro entorno). El compromiso lo explica como el grado de involucración hacia la empresa (organización) para la cual opera, ya que de esto depende que el profesional aporte su mayor esfuerzo. Resumiendo, de manera sencilla, pero tremendamente clarificadora, podemos decir que el talento es la suma de:

Figura 10.

Ingredientes del talento



Nota: tomado de: https://www.injuve.es/sites/default/files/guia_jovenes_talento_perfilemprendedor_1.pdf

2.8.1 Elementos que se integran en el modelo del talento emprendedor.

El primer factor es que la persona posea y haya desarrollado el talento emprendedor. Debe disfrutar de crear cosas, de realizar proyectos e iniciativas. Debe sentir un elemento lúdico, una pasión tanto por el diseño de una idea, de un concepto, de una posibilidad, como –y esto es especialmente significativo- del disfrute durante el recorrido para alcanzarla. Apasionarse por el camino que ha de transitar hasta alcanzar lo que pretende.

El segundo factor es la pasión (emoción) como un elemento esencial del talento. Pero esta emoción no está ligada únicamente al emprendimiento como factor de disfrute. Los intereses, junto con las esferas donde una persona halla realización, las actividades que le “llenan” y revierte en satisfacción, son elementos esenciales para poder desplegar las energías esenciales de cara a poner en marcha una iniciativa emprendedora.

En otras palabras, debe disfrutar realizando lo que le gusta, y lo que le guste debe suponer un emprendimiento del cual disfrute. Con estos dos ingredientes, puede contar con una situación de partida muy favorable para el desarrollo del talento emprendedor.

La pasión lleva a la motivación. Es importante establecer una distinción en este aspecto, considerando que diferenciar entre motivación y motivos resulta fundamental. La motivación es la energía y la fuerza que guía y dota de capacidad de acción. Emprender es acción. Es actuar.

Trata de una acción reflexionada, no de una acción reflexiva. Esta acción está dirigida por un tipo específico de inteligencia orientada hacia la resolución de problemas. Una inteligencia que integra la vertiente emocional, el conjunto de conocimientos y habilidades disponibles, y un compromiso de logro hacia las metas propuestas.

El compromiso no debe entenderse como algo surgido del entorno o de la situación en la que genera y desarrolla la iniciativa emprendedora. El compromiso debe ser un contrato interno, en el cual la parte involucrada, la persona emprendedora, responde con acciones ante una demanda planteada por sí misma. En la firma de este contrato, la persona debe ser, en la medida de lo posible, lo más libre posible para poder estipular las condiciones que ordenan su contrato personal.

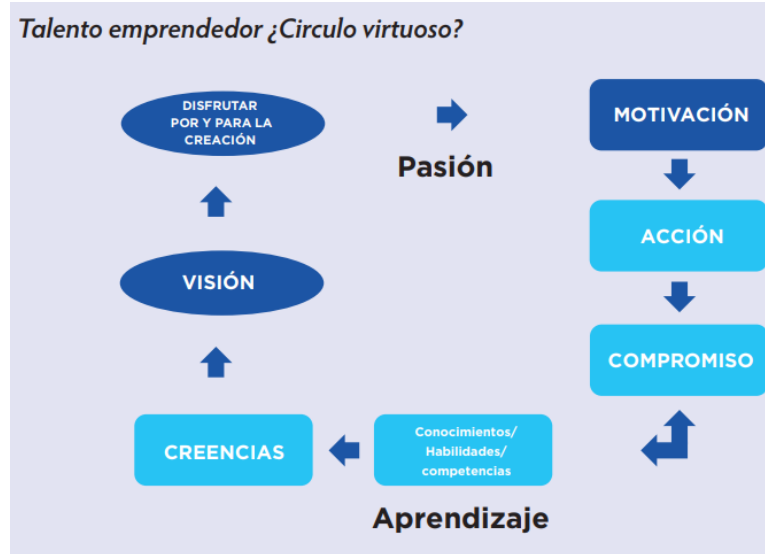
Las habilidades están incorporadas en la persona como hábitos de conducta, como pautas de acción sistematizadas y convertidas en modelos recurrentes no de manera consciente. Estas transformaciones resultan en competencias personales, sociales y profesionales. Es decir, deben estar guiadas bajo la premisa de saber hacer algo y querer hacer algo.

Es necesario identificar la pretensión y la visión. Aquello mediante lo cual capacidades individuales despliegan potencial. Este deseo de hacer algo implica creer en la posibilidad de alcanzarlo. El conjunto de creencias de una persona abre o cierra las posibilidades de actuar sobre el mundo y el entorno en el que finalmente materializaran las metas. Estas creencias ayudan a dar forma a la idea y a la manera en que se pondrá en marcha dicha idea. Resulta necesario integrar creencias potenciadoras que permitan activar (Crespoet al., 2013).

En definitiva, el concepto de Talento emprendedor podría ilustrarse en el siguiente esquema:

Figura 11.

Talento emprendedor



Nota: tomado de: https://www.injuve.es/sites/default/files/guia_jovenes_talento_perfilemprendedor_1.pdf

2.9 Identidades del emprendedor

El artículo de Gruber y Fauchart (2011) clasifica a los fundadores de empresas en tres tipos de identidad: Darwiniana, Comunitaria y Misionera, cada una asociada con motivaciones y enfoques distintos hacia la creación de la empresa. Estas identidades influyen no solo en las decisiones estratégicas de la empresa, sino también en la forma en que los emprendedores estructuran su vida y sus proyectos.

2.9.1 Proyecto de vida e identidad del emprendedor.

En este sentido, el proyecto de vida de un emprendedor está estrechamente relacionado con su identidad social y su visión sobre lo que espera lograr con su empresa. Según la teoría de la identidad social, las decisiones de los emprendedores están profundamente influenciadas por sus

concepciones sobre sí mismos y sobre su rol en la sociedad, lo que afecta tanto sus motivaciones como sus comportamientos dentro de la creación de una nueva firma.

2.9.2 Tipologías de identidad

2.9.2.1 Emprendedores Darwinianos. Aquellos que siguen una identidad darwiniana están motivados principalmente por el interés económico y la competencia. Su enfoque en el proyecto de vida suele estar centrado en el éxito financiero y la creación de un legado a través de la acumulación de riqueza. Este tipo de emprendedor busca optimizar sus capacidades empresariales, con un fuerte enfoque en la competitividad y la expansión económica. Este proyecto de vida refleja una orientación hacia la maximización de resultados a corto y largo plazo, basados en principios de eficiencia empresarial.

2.9.2.2 Emprendedores Comunitarios. Los emprendedores con una identidad comunitaria valoran las relaciones interpersonales y el apoyo mutuo dentro de su entorno. En su proyecto de vida, se encuentran más centrados en el bienestar colectivo y en el fortalecimiento de una comunidad a través de su empresa. Este tipo de emprendedores tiene una visión de negocio que busca fortalecer los lazos dentro de su grupo social, basando sus decisiones en la autenticidad y la creación de productos que respondan a necesidades reales de su comunidad. Para ellos, el proyecto de vida está vinculado no solo al éxito económico, sino también al impacto social y la conexión emocional con sus clientes y colaboradores.

2.9.2.3 Emprendedores Misioneros. Los fundadores misioneros poseen una identidad que busca generar un impacto significativo en la sociedad, utilizando su empresa como un vehículo

para promover causas sociales, medioambientales o políticas. Su proyecto de vida está marcado por la intención de cambiar prácticas sociales, demostrar alternativas sostenibles y educar a la sociedad sobre nuevos modos de consumo. Estos emprendedores ven a su empresa como una plataforma para avanzar en sus ideales y causas, y su éxito no solo se mide en términos económicos, sino en términos de impacto social y ambiental.

El proyecto de vida de un emprendedor no solo refleja sus aspiraciones personales, sino también las motivaciones subyacentes de su identidad como fundador. Según el artículo, las decisiones clave sobre el mercado, las necesidades de los clientes y los recursos utilizados por los emprendedores están influenciadas por la identidad que tienen de sí mismos, lo cual impacta directamente en cómo perciben y llevan a cabo sus proyectos empresariales.

3. Metodología

El proyecto ha empleado una metodología de investigación, junto a un conjunto organizado de procedimientos y técnicas para recopilar y analizar datos con el fin de probar una hipótesis. La elección del método de investigación facilitó la toma de decisiones precisas, la confiabilidad de los resultados y su capacidad para abordar el problema de investigación.

3.1 Enfoque de la investigación

Este estudio desarrolló un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, empleando métodos de medición y análisis numérico para comprender y describir el fenómeno en cuestión. A través de la cuantificación de los parámetros estudiados, permitió identificar relaciones entre individuos,

situaciones o grupos particulares, proporcionando una descripción precisa y detallada del fenómeno en la población.

(Baptista, et al., 2014)

3.2 Fuentes de recolección de la información

La investigación se basó en el análisis de fuentes primarias y secundarias cuidadosamente seleccionadas.

Las fuentes primarias consistieron en información recopilada directamente de estudiantes emprendedores mediante encuestas diseñadas específicamente para el estudio.

Por otro lado, las fuentes secundarias incluyeron materiales obtenidos a través de búsquedas relacionadas, como artículos científicos, libros, documentos en línea, y recursos de la biblioteca universitaria. El proceso de selección de estas fuentes se llevó a cabo siguiendo estrictos criterios de inclusión y exclusión.

Se incluyeron materiales que abordaran el marco teórico o los conceptos clave del estudio, así como libros y capítulos publicados por editoriales académicas reconocidas, informes oficiales de instituciones confiables y documentos disponibles en bases de datos académicas y repositorios digitales de renombre. Por el contrario, se excluyeron aquellos documentos que no guardaban relación directa o indirecta con los objetivos de la tesis, artículos provenientes de blogs no académicos, y materiales sin autor identificado o con una base científica limitada. Esta metodología garantizó la solidez y relevancia de los datos utilizados en el estudio.

3.3 Población

Para determinar la población del estudio, se realizaron visitas a las aulas durante las semanas de presencialidad, abarcando estudiantes de primero a décimo semestre del programa de Gestión Empresarial, así como a aquellos de la jornada sabatina y nocturna. Con la autorización de la coordinación, la directora de grado y los profesores, se consultó a los asistentes para identificar a los estudiantes emprendedores.

A quienes se identificaron, se les registraron datos como nombre, número de celular y semestre en curso. Además, se enviaron correos electrónicos a 182 estudiantes de una base de datos obtenida con el fin de abarcar una muestra más amplia. Este procedimiento permitió conformar una muestra específica de participantes para la encuesta. Finalmente, el estudio se enfocó en 41 estudiantes emprendedores del programa, quienes cursaban diferentes semestres y participaron de manera voluntaria.

3.4 Recolección de la información

Para recolectar la información, primero se realizó una toma de datos visitando cada aula de clase durante las semanas de presencialidad. Con permisos otorgados por la coordinación, la directora de grado y los profesores, fue posible preguntar a cada asistente quiénes son emprendedores. A los identificados, se les tomó los siguientes datos: nombre, número de celular y semestre en curso. Este proceso resultó en una muestra cerrada de destinatarios para la encuesta.

Posteriormente, fue enviado un formulario de Google Forms con 20 preguntas, organizadas en secciones de información perfilatoria, emprendimiento y proyecto de vida, a través de WhatsApp y por correo electrónico. También se llevó a cabo una investigación documental, explorando fuentes y documentos vinculados al tema, la selección de estos documentos fue

realizada aplicando criterios de inclusión y exclusión preestablecidos, lo cual facilitó la identificación de los artículos relevantes para el estudio.

3.5 Alcance de la investigación

El alcance descriptivo busca identificar la relación entre el proyecto de vida y el desarrollo del emprendimiento en estudiantes emprendedores de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander

A través de una encuesta estructurada en Google Forms que incluyó preguntas cerradas para identificar el perfil de los participantes como emprendedores, así como preguntas específicas para conocer la motivación, la vocación, el talento, el propósito y el proyecto de vida. Esta información fue utilizada para realizar análisis y discusión de resultados, respetando los derechos de los participantes protegiendo su anonimato en la presentación de estos. La confidencialidad de los datos y el consentimiento informado fueron fundamentales durante todo el proceso (ver Apéndice A para la estructura de la encuesta).

4 Análisis de resultados

4.1 Pregunta 1: ¿Cuál es su género?

Tabla 3.

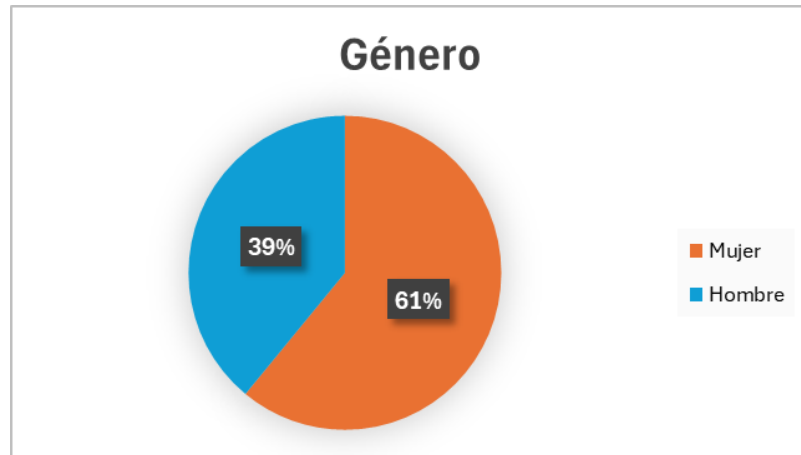
Género de los estudiantes emprendedores

Género	Cantidad	Porcentaje
Mujer	25	61%
Hombre	16	39%
No binario	0	0%
Prefiero no decirlo	0	0%

Total	41	100%
--------------	-----------	-------------

Figura 12.

Género de los estudiantes emprendedores



La distribución por género de estudiantes emprendedores arroja que el 61% son mujeres y el 39% son hombres. Esta distribución indica una mayor participación femenina en el programa, lo que podría reflejar un interés creciente de las mujeres en el emprendimiento dentro del ámbito empresarial. Un resultado que contrasta con la percepción general de que el emprendimiento es un área dominada por hombres.

4.2 Pregunta 2: ¿Cuál es su rango de edad?

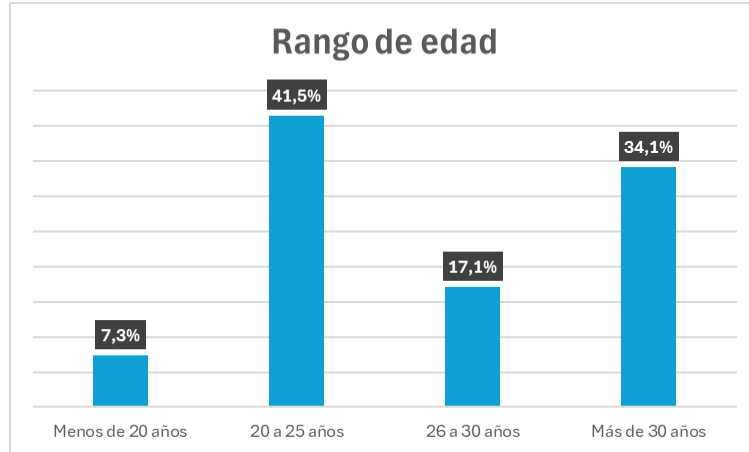
Tabla 4.

Rangos de edad de los estudiantes emprendedores

Rango de edad	Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 años	3	7%
20 a 25 años	17	41%
26 a 30 años	7	17%
Más de 30 años	14	34%
Total	41	100%

Figura 13.

Rangos de edad de los estudiantes emprendedores



Los rangos de edad predominantes entre los estudiantes emprendedores son aquellos mayores de 20 años con un 92.7%. Este fenómeno puede atribuirse a que el programa de gestión empresarial está diseñado para aceptar a estudiantes de diversas edades, ofreciendo una formación flexible y adaptada a las necesidades de distintos grupos etarios. Muchos jóvenes-adultos ven el emprendimiento como una oportunidad viable al terminar sus estudios secundarios o durante su formación universitaria. Finalmente, la minoría de los emprendedores, con un 7.3%, son menores de 20 años, lo que puede deberse a la falta de experiencia y recursos en esta etapa temprana de la vida.

4.3 Pregunta 3: ¿En qué semestre de gestión empresarial se encuentra?

Tabla 5.

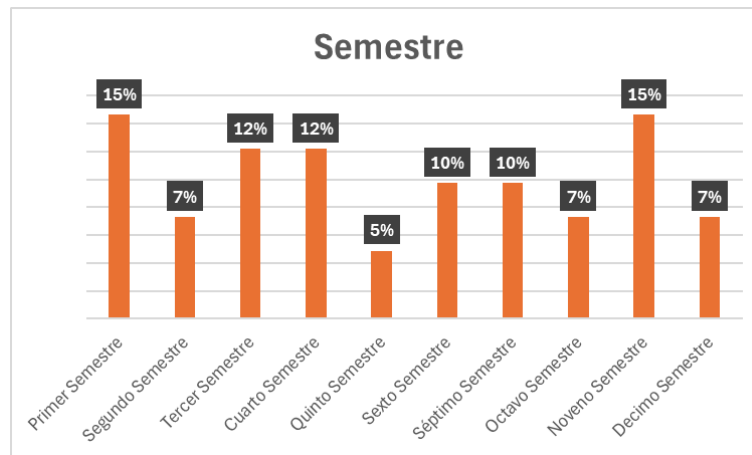
Semestre de los estudiantes emprendedores

Semestre	Cantidad	Porcentaje
Primer	6	15%
Segundo	3	7%
Tercer	5	12%

Cuarto	5	12%
Quinto	2	5%
Sexto	4	10%
Séptimo	4	10%
Octavo	3	7%
Noveno	6	15%
Decimo	3	7%
Total	41	100%

Figura 14.

Semestre de los estudiantes emprendedores



En cuanto al semestre, se observa una mayor presencia de estudiantes emprendedores en los extremos: el primer y noveno semestre tienen la mayor representación, con un 15% cada uno. Esto insinúa un alto interés en el emprendimiento tanto al inicio como al final de la carrera. En contraste, el quinto semestre muestra la menor representación, con solo un 5%, indicando un bajo interés por emprender en esa etapa.

4.4 Pregunta 4: ¿Qué ofrece en el emprendimiento?

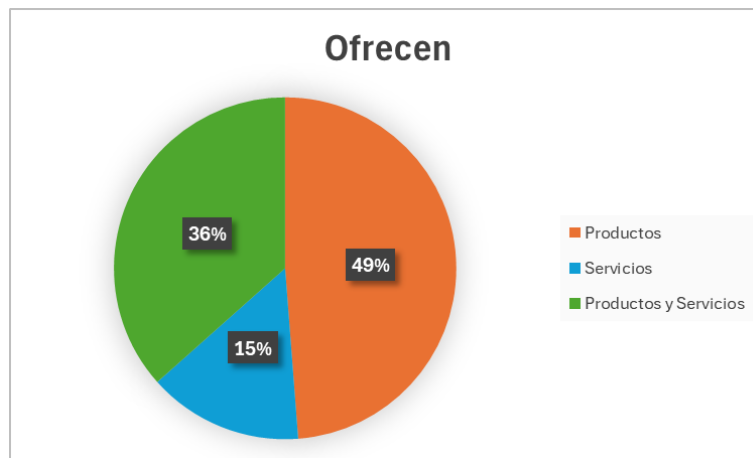
Tabla 6.

Oferta

Oferta	Cantidad	Porcentaje
Productos	20	49%
Servicios	6	15%
Productos y Servicios	15	36%
Total	41	100%

Figura 15.

Oferta



La mayoría de los emprendedores 49% ofrecen productos. Esto podría deberse a que los productos pueden generar mayores márgenes de ganancia que los servicios. Sin embargo, un número significativo de emprendedores 15% también ofrece servicios, lo que indica que existe una demanda de servicios profesionales en el mercado.

Por otro lado, el 36% de los emprendedores mencionaron que ofrecen tanto productos como servicios. Esto propone que combinar ambos tipos de oferta puede satisfacer las necesidades y preferencias de diferentes grupos de clientes, lo que potencialmente incrementa las posibilidades de éxito.

4.5 Pregunta 5: ¿En qué etapa se encuentra el emprendimiento?

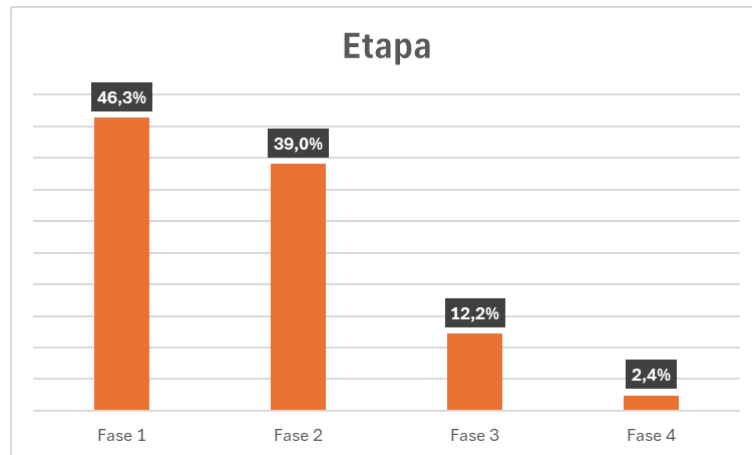
Tabla 7.

Etapa del emprendimiento

Etapa	Cantidad	Porcentaje
Fase 1 Ideación: En esta fase, construyes y validas la idea.	19	46,3%
Fase 2 crecimiento: En esta fase, tu negocio está en funcionamiento con nuevos clientes y afinas tu modelo de negocio.	16	39,0%
Fase 3 Consolidación: Cuando tu negocio se consolida, generas ingresos de forma recurrente	5	12,2%
Fase 4 Aceleración: Esta fase de tu negocio estará marcada por los objetivos que persigas: Aumentar los ingresos, Abrir nuevas líneas de negocio, Tener más tiempo libre.	1	2,4%
Total	41	100%

Figura 16.

Etapa del emprendimiento



Cerca de la mitad 46.3% de los emprendedores están en la etapa inicial de ideación, dando sus primeros pasos en el desarrollo de proyectos y explorando la viabilidad de ideas. Un porcentaje significativo, el 39% ya ha dado el salto y ahora está en fase de crecimiento, donde están

conquistando nuevos clientes y perfeccionando modelos de negocio, marcando un avance en la madurez de emprendimientos.

Sin embargo, solo un 12.2% ha logrado alcanzar la fase de consolidación, donde negocios generan ingresos recurrentes, evidenciando que llegar a esta etapa es un reto mayor y menos común entre los emprendedores actuales.

Un escaso 2.4% ha alcanzado la fase de aceleración, enfocándose en objetivos como el aumento de ingresos, la apertura de nuevas líneas de negocio o la búsqueda de un mejor equilibrio entre trabajo y vida personal, lo que indica que son pocos los que han logrado un nivel de estabilidad y éxito que les permita perseguir la expansión o mejoras significativas.

4.6 Pregunta 6: ¿Desde cuándo existe el emprendimiento?

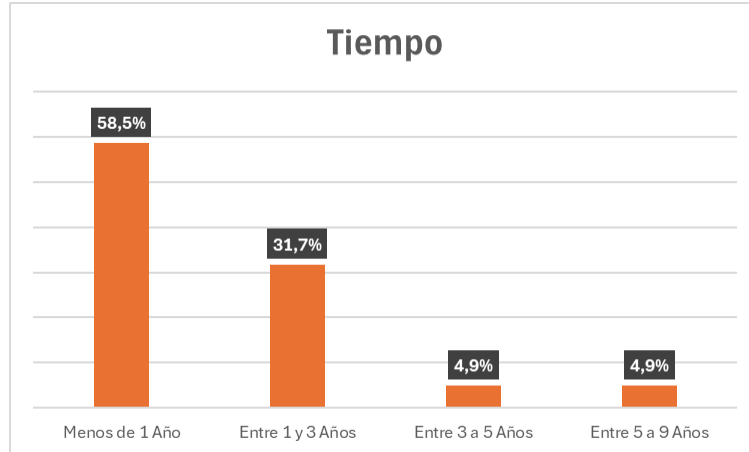
Tabla 8.

Tiempo del emprendimiento

Tiempo	Cantidad	Porcentaje
Menos de 1 Año	24	58,5%
Entre 1 y 3 Años	13	31,7%
Entre 3 a 5 Años	2	4,9%
Entre 5 a 9 Años	2	4,9%
Total	41	100%

Figura 17.

Tiempo del emprendimiento



El 58.5% de los emprendedores llevan menos de 1 año con el emprendimiento, esto podría indicar que muchos están comenzando emprendimientos recientemente por otro lado el 31.7% ha mantenido emprendimientos durante un período intermedio, lo cual indica una fase de desarrollo y posible estabilización.

Solo unos pocos emprendedores 9.8% han sostenido emprendimientos por más de 3 años, lo que podría señalar desafíos en la sostenibilidad a largo plazo.

4.7 Pregunta 7: ¿Cuántas horas a la semana dedica al emprendimiento?

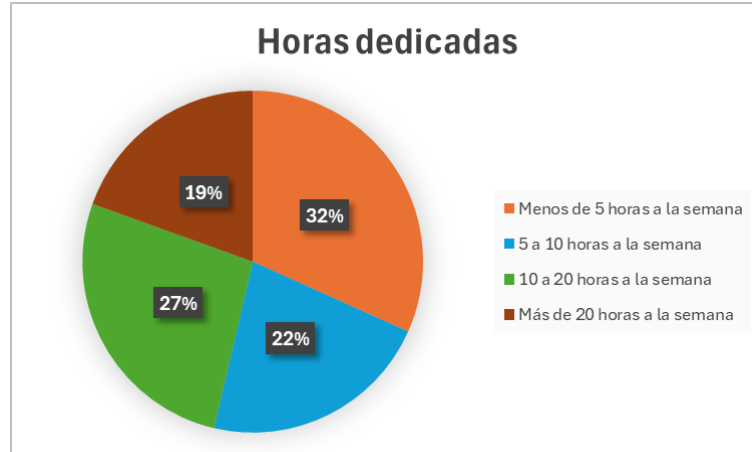
Tabla 9.

Horas dedicadas al emprendimiento

Horas Dedicadas	Cantidad	Porcentaje
Menos de 5 horas a la semana	13	31,7%
5 a 10 horas a la semana	9	22,0%
10 a 20 horas a la semana	11	26,8%
Más de 20 horas a la semana	8	19,5%
Total	41	100%

Figura 18.

Horas dedicadas al emprendimiento



Los datos presentados revelan una realidad compleja sobre el emprendimiento y su papel en el proyecto de vida de los encuestados. La mayoría de los participantes 80,5% dedica menos de 20 horas semanales a sus emprendimientos, lo cual sugiere que esta actividad no constituye su ocupación principal para la mayoría.

En particular, un 31,7% dedica menos de 5 horas a la semana, lo que indica una baja dedicación horaria en general, seguida de un 22,0% que invierte entre 5 y 10 horas, y un 26,8% que destina entre 10 y 20 horas. Solo el 19,5% de los encuestados dedica más de 20 horas semanales, posiblemente reflejando un mayor compromiso o una mayor dependencia del emprendimiento como fuente de ingresos.

Esta distribución del tiempo sugiere que el emprendimiento es, para muchos, una actividad secundaria o complementaria, probablemente llevada a cabo en paralelo con un empleo formal u otras responsabilidades. Este patrón permite cuestionar la concepción tradicional de que el proyecto de vida deba consumir todo el tiempo disponible; en cambio, refleja que, para la mayoría,

el emprendimiento es una parte más de un proyecto de vida multifacético, en el que se compaginan metas profesionales, personales y familiares.

La baja dedicación horaria al emprendimiento no necesariamente implica una falta de compromiso con el proyecto de vida, sino que podría indicar una estrategia de diversificación o un enfoque gradual hacia el emprendimiento a tiempo completo. Para algunos, la actividad emprendedora representa solo un componente en un panorama más amplio, que incluye desarrollo personal, relaciones familiares, trabajo asalariado y otras metas personales y profesionales.

Conocer cuánto tiempo dedican los emprendedores a sus proyectos es fundamental para entender el rol que el emprendimiento ocupa en sus vidas y su grado de compromiso. La cantidad de horas invertidas puede revelar si el emprendimiento es una actividad secundaria, una etapa inicial con dedicación parcial o un compromiso a tiempo completo.

4.8 Pregunta 8: ¿Cuál es el estado actual del emprendimiento?

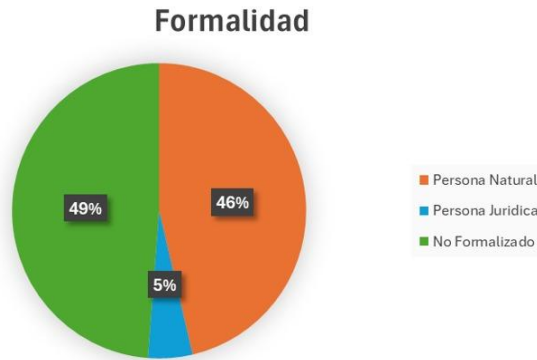
Tabla 10.

Formalidad del emprendimiento

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Formalizado como persona natural	19	46%
Formalizado como persona jurídica	2	5%
No Formalizado	20	49%
Total	41	100%

Figura 19

Formalidad del emprendimiento



De 41 emprendimientos, el 46% están formalizados como persona natural, lo que indica que la mayoría de los emprendedores optan por una estructura más simple y menos costosa en términos legales y fiscales. Solo un 5% de los emprendimientos han optado por formalizarse como persona jurídica. Finalmente, un 49% de los emprendimientos no están formalizados, y creo que todavía están validando el modelo de negocio, o un mercado aún en fase inicial donde la formalización no es percibida como una prioridad inmediata.

4.9 Pregunta 9: ¿su proyecto de vida es llegar a ser empresario, con una empresa consolidada, rentable y sostenible a partir del emprendimiento actual?

Tabla 11.

Ser empresario como proyecto de vida

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	37	90%
No	4	10%
Total	41	100%

Figura 20.

Ser empresario como proyecto de vida



El 90% de los emprendedores expresaron que sí desean convertirse en empresarios con una empresa consolidada y sostenible, como una parte integral de su proyecto de vida a largo plazo. Esta perspectiva refleja una visión donde el desarrollo profesional y personal está entrelazado con la evolución de iniciativas empresariales.

Por otro lado, el 10% que no ve potencial de crecimiento en emprendimientos podría estar contemplando diferentes rutas para su proyecto de vida. Estos podrían estar explorando el emprendimiento como una fase temporal, priorizando otras formas de desarrollo personal o profesional que alineen mejor con valores y objetivos a largo plazo.

4.10 Pregunta 10: ¿Cuál sería la razón en caso de responder no a la pregunta anterior?

Tabla 12.

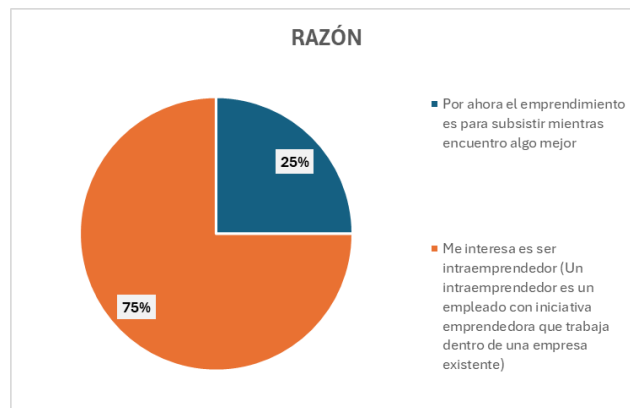
Razón para no ser empresario

Razón	Cantidad	Porcentaje
No lo tengo claro	0	0%
Por ahora el emprendimiento es para subsistir mientras encuentro algo mejor	1	25%

Me interesa es ser intraemprendedor (Un intraemprendedor es un empleado con iniciativa emprendedora que trabaja dentro de una empresa existente)	3	75%
Me interesa más conseguir un trabajo y ser empleado	0	0%
Otra	0	0%
Total	4	100%

Figura 21.

Razón para no ser empresario



75% que prefiere ser intraemprendedor apunta a que estos emprendedores valoran la seguridad y las oportunidades que pueden encontrar dentro de una empresa establecida. Esto puede reflejar una preferencia por roles que combinen iniciativa empresarial con la estabilidad y recursos de una organización establecida.

El 25% que ve el emprendimiento actual como una solución temporal para subsistir podría indicar que algunos ven el emprendimiento como una opción transitoria, posiblemente mientras buscan otras oportunidades o estabilizan su situación económica antes de considerar roles más permanentes o estructurados.

4.11 Pregunta 11: ¿Cuáles son los talentos que usted tiene y utiliza en el emprendimiento?

Tabla 13.

Talentos del emprendedor

Opción	Talentos	Frecuencia	Porcentaje
A	Comunicación	26	10%
B	Creatividad	21	8%
C	Liderazgo	26	10%
D	Resolución de problemas	22	8%
E	Organización	30	11%
F	Toma de decisiones	27	10%
G	Trabajo en equipo	22	8%
H	Adaptabilidad	20	8%
I	Persuasión	11	4%
J	Negociación	28	11%
K	Orientación al cliente	31	12%
Total		264	100%

Tabla 14.

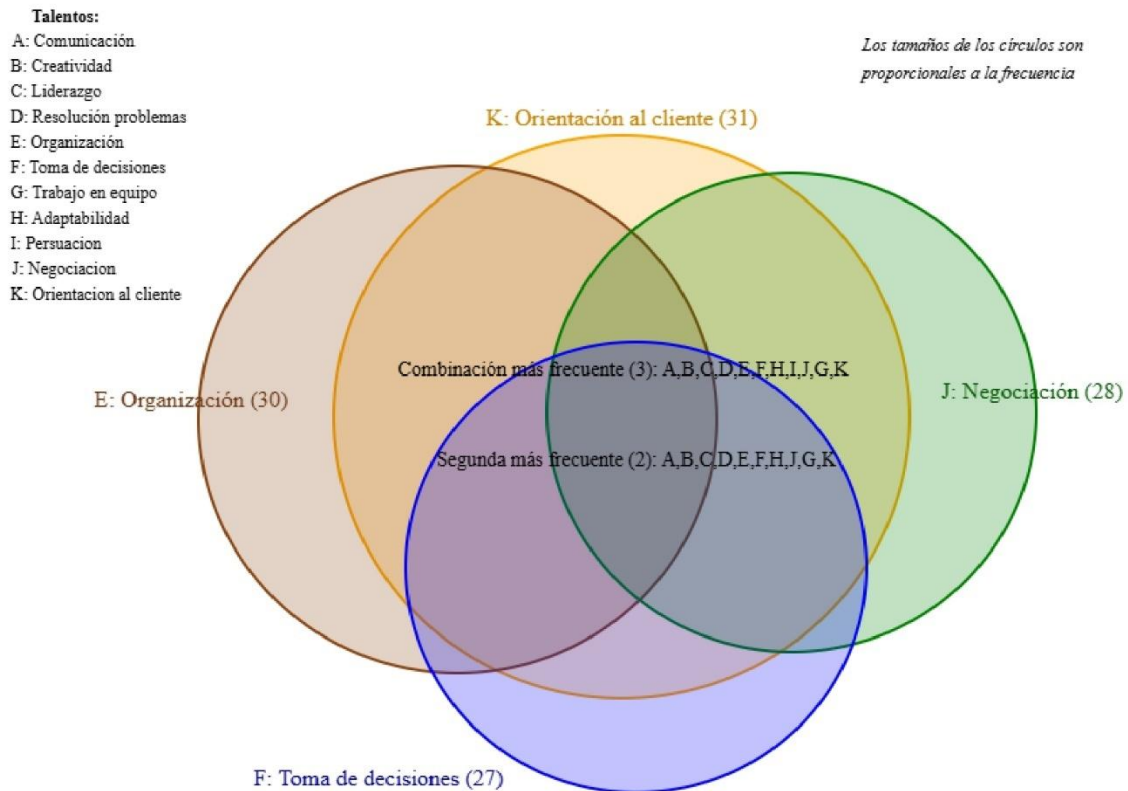
Respuestas agrupadas en relación con los talentos del emprendedor

Respuestas agrupadas	Frecuencia	Porcentaje
A, B, C, D, E, F, H, I, J, G, K	3	7.32%
A, B, C, D, E, F, H, J, G, K	2	4.88%
B, C, E, F, J	2	4.88%
A, B, C, D, J, G, K	2	4.88%
B, C, E, G, K	1	2.44%
A, B, C, D, E, F, H, I, J, K	1	2.44%
C, F, I, J	1	2.44%
A, B, H, G, K	1	2.44%
A, B, K	1	2.44%
B, E, F, H, G, K	1	2.44%
A, C, F, H, J, G	1	2.44%
A, B, D, E, H, K	1	2.44%
A, C, E, K	1	2.44%
A, B, E, H, G, K	1	2.44%
B, C, D, E, H, G, K	1	2.44%
B, K	1	2.44%
A, B, F, I, J, K	1	2.44%
D, F, H, J	1	2.44%
A, C, D, E, F, I, J, G, K	1	2.44%
A, B, C, D, E, F, J, G, K	1	2.44%
A, B, C, D, E, F, J, G	1	2.44%

A, D, E, F, I, J	1	2.44%
B, D, E, F, I, J, G, K	1	2.44%
B, C, D, E, F, J, K	1	2.44%
B, C, E, F, H, G, K	1	2.44%
A, B, C, D, F, H, I, J, G, K	1	2.44%
A, B, D, E, F, J, K	1	2.44%
A, B, D, E, H, J, K	1	2.44%
B, C, E, F, J, G, K	1	2.44%
B, C, D, E, F, J	1	2.44%
B, D, E	1	2.44%
A, C, D, E, F, J, K	1	2.44%
A, B, C, D, E, H, J, K	1	2.44%
A, B, C, E, J, G, K	1	2.44%
G	1	2.44%
B, C, D, F, H	1	2.44%
Total	41	100%

Figura 22.

Respuestas agrupadas en relación con los talentos del emprendedor



Según la Tabla 13, los talentos más mencionados fueron: Orientación al cliente con 12%, Organización con 11%, Negociación con 11%, Toma de decisiones con 10%, Comunicación y Liderazgo con 10% cada uno. Esto sugiere que los estudiantes priorizan habilidades interpersonales y organizativas como claves en sus emprendimientos. Estas habilidades están alineadas con la gestión eficiente de negocios, el trabajo colaborativo y la satisfacción de las necesidades del cliente.

Por otro lado, los talentos con menor representación incluyen: Persuasión con 4%, Adaptabilidad y Creatividad con 8% cada uno. Aunque tienen menor frecuencia, estas habilidades podrían jugar un papel crítico en la innovación y resiliencia frente a desafíos.

En la Tabla 14, las respuestas agrupadas muestran una alta dispersión en las combinaciones de talentos identificados. La respuesta más común abarca todos los talentos listados (A, B, C, D, E, F, H, I, J, G, K), pero representa solo el 7.32% del total, mientras que las demás combinaciones tienen frecuencias similares, generalmente con un solo caso por cada grupo.

Este hallazgo resalta la diversidad de talentos y estrategias que los estudiantes emplean en sus proyectos empresariales. La variabilidad en las combinaciones de talentos sugiere que no existe un único perfil de triunfo, sino que los estudiantes adaptan sus capacidades individuales a las demandas específicas de sus emprendimientos.

4.12 Pregunta 12: ¿Cuál es su vocación?

Tabla 15.

Vocación del emprendedor

Vocación	Cantidad	Porcentaje
Crear oportunidades de trabajo	8	20%
Ofrecer productos o servicios a cambio de dinero	5	12%

Asesorar y orientar a personas o empresas	3	7%
Liderar y gestionar una empresa u organización.	15	37%
Organizar y controlar los recursos de una empresa u organización	4	10%
Desarrollar nuevas ideas y soluciones creativas	5	12%
Llegar a acuerdos con otras personas o empresas	1	2%
Total	41	100%

Figura 23.

Vocación del emprendedor



La vocación predominante entre los emprendedores encuestados es liderar y gestionar una empresa u organización, con un 37% de las respuestas. Esto indica una fuerte inclinación hacia roles de liderazgo y dirección empresarial. La segunda vocación más común es crear oportunidades de trabajo, representando el 20% de las respuestas. Este dato sugiere que una porción significativa de emprendedores está motivada por el impacto social y económico de generar empleo. Estas dos vocaciones combinadas representan más de la mitad de las respuestas, lo que resalta la importancia del liderazgo y la creación de empleo en la mentalidad emprendedora.

El 12% de los emprendedores identifica su vocación en la oferta de productos o servicios a cambio de dinero, mientras que otro 12% muestra preferencia por desarrollar nuevas ideas y soluciones creativas. Estas cifras iguales sugieren un equilibrio entre el enfoque comercial y la

innovación en el ecosistema emprendedor. El 10% de los encuestados expresa atracción por organizar y controlar los recursos de una empresa, lo que indica un interés en la gestión eficiente. Por último, el 7% manifiesta una identificación con la vocación de asesorar y orientar a personas o empresas, y solo el 2% con llegar a acuerdos con otras personas o empresas. Estos porcentajes menores reflejan una menor inclinación hacia roles de consultoría y negociación entre los emprendedores encuestados.

4.13 Pregunta 13: ¿Cuál es el propósito por el cual emprendió con la idea de negocio?

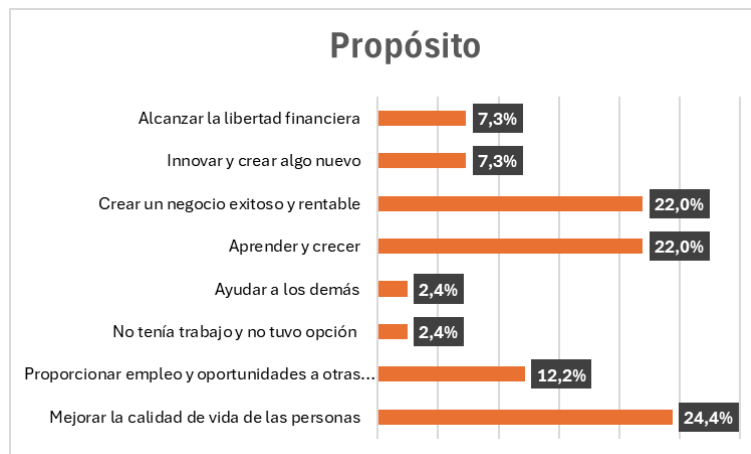
Tabla 16.

Propósito del emprendedor

Propósito	Cantidad	Porcentaje
Mejorar la calidad de vida de las personas	10	24%
Proporcionar empleo y oportunidades a otras personas	5	12%
No tenía trabajo y no tuvo opción	1	2%
Ayudar a los demás	1	2%
Aprender y crecer	9	22%
Crear un negocio exitoso y rentable	9	22%
Innovar y crear algo nuevo	3	7%
Alcanzar la libertad financiera	3	7%
Total	41	100%

Figura 24.

Propósito del emprendedor



Mejorar la calidad de vida de las personas con 24%, proporcionar empleo y oportunidades a otras personas con 12%, ayudar a los demás con 2%. Estas respuestas 39% en total, reflejan una orientación hacia proyectos de vida alineados con valores como la solidaridad, la mejora del entorno y la contribución al bienestar colectivo. Esto evidencia que muchos estudiantes integran objetivos sociales en su visión emprendedora, conectando directamente con un propósito de vida orientado hacia la comunidad.

Aprender y crecer con 22%, crear un negocio exitoso y rentable con 22%, innovar y crear algo nuevo con 7%. Estos motivos 51% en total sugieren que una parte significativa de los estudiantes emprende como un medio para alcanzar metas de autorrealización, aprendizaje continuo y superación personal. Esto indica que el emprendimiento es visto como un camino para desarrollar habilidades, consolidar un proyecto profesional sólido y expresar creatividad.

Alcanzar la libertad financiera con 7%, no tenía trabajo y no tuvo opción con 2%, aunque estas respuestas representan una menor proporción 9% en total, revelan que algunos estudiantes

empresen motivados por necesidades inmediatas o por aspiraciones financieras específicas, lo que refleja un enfoque más instrumental del emprendimiento.

4.14 Pregunta 14: ¿Considera que hay relación entre su proyecto de vida, vocación, propósito y talentos?

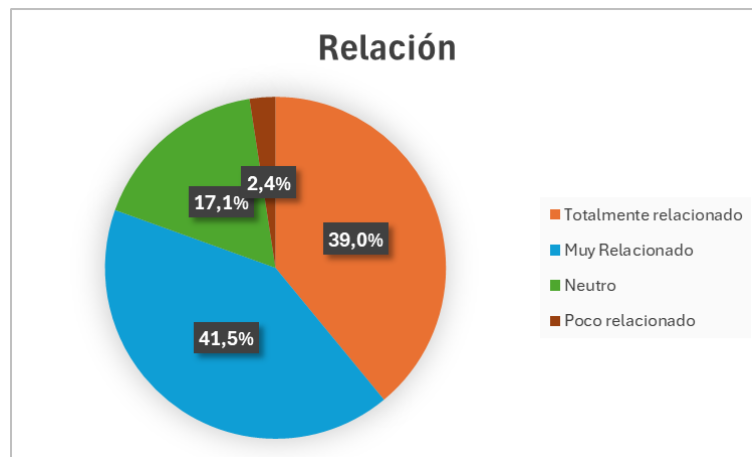
Tabla 17.

Proyecto de vida y su relación con la vocación, el propósito y talentos

Relación	Cantidad	Porcentaje
Totalmente relacionado	16	39%
Muy Relacionado	17	41%
Neutro	7	17%
Poco relacionado	1	2%
Total	41	100%

Figura 25.

Proyecto de vida y su relación con la vocación, el propósito y talentos



Las opciones Totalmente relacionado y Muy relacionado, estos dos grupos juntos representan el 80.5% de las respuestas. Esto indica que la gran mayoría de los emprendedores perciben una fuerte conexión entre su proyecto de vida y su vocación, propósito y talentos. Esto

puede interpretarse como un signo positivo de alineación personal y profesional entre metas de vida y habilidades naturales.

El 17.1% de los emprendedores indicaron estar neutrales en cuanto a la relación entre su proyecto de vida y su vocación, propósito y talentos. Esto indica que una minoría considera que la conexión no es clara o no están seguros de cómo perciben esa relación. El 2.4% Poco relacionado, indicaron que hay una conexión mínima entre su proyecto de vida y su vocación, propósito y talentos. Esto podría indicar que, para algunos emprendedores, el proyecto de vida puede estar más separado de lo que consideran habilidades y propósitos personales.

4.15 Pregunta 15: ¿Tiene definido las metas, objetivos y actividades para alcanzar su proyecto de vida?

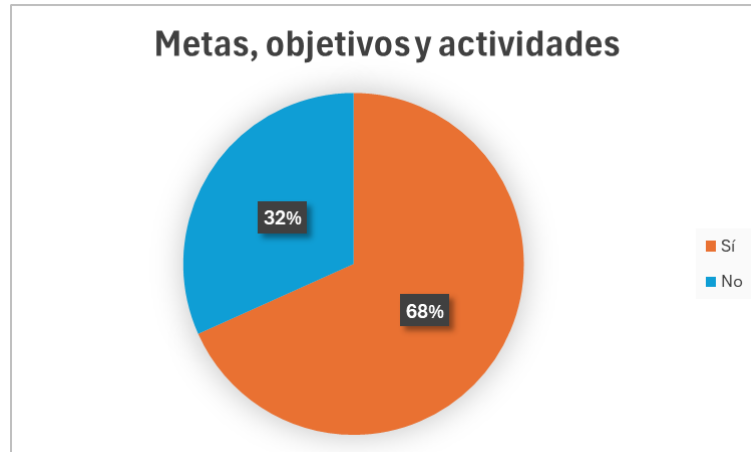
Tabla 18.

Metas, objetivos y actividades para alcanzar el proyecto de vida

Metas, objetivos y actividades	Cantidad	Porcentaje
Sí	28	68%
No	13	32%
Total	41	100%

Figura 26.

Metas, objetivos y actividades para alcanzar el proyecto de vida



El 68% de los emprendedores han definido metas, objetivos y actividades concretas para alcanzar su proyecto de vida. Esto indica que la mayoría posee una dirección clara y un sentido de propósito sólido, fundamentales para el bienestar personal y profesional. Indica un nivel razonablemente alto de compromiso con la planificación y la claridad en proyectos personales y empresariales.

Aunque el 32% restante aún no ha identificado su proyecto de vida, esto no significa que carezcan de ambición o motivación, pueden estar en una etapa diferente de su desarrollo personal o profesional, explorando diversas opciones antes de comprometerse con un camino específico. Esta situación puede deberse a diversos factores como la falta de claridad en intereses, experiencias de vida que los han llevado a replantearse metas, o simplemente están en una etapa de exploración personal.

4.16 Pregunta 16: ¿Cuál sería la razón en caso de responder no a la pregunta anterior?

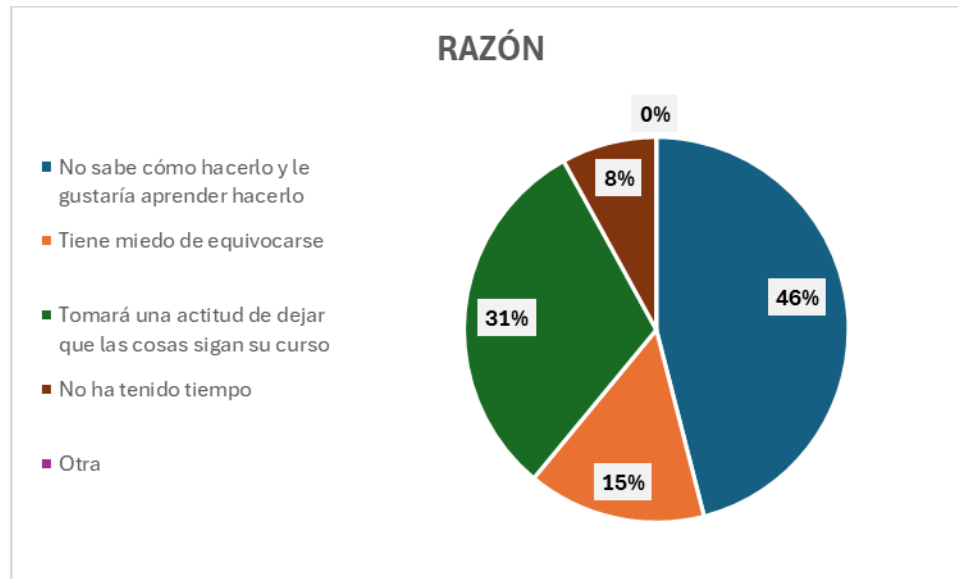
Tabla 19.

Razón para no definir metas, objetivos y actividades

Razón	Cantidad	Porcentaje
No sabe cómo hacerlo y le gustaría aprender hacerlo	6	46%
Tiene miedo de equivocarse	2	15%
Tomará una actitud de dejar que las cosas sigan su curso	4	31%
No ha tenido tiempo	1	8%
Otra	0	0%
Total	13	100%

Figura 27.

Razón para no definir metas, objetivos y actividades



Los emprendedores 47% mencionan que están interesados en aprender cómo definir metas, objetivos y actividades para su proyecto de vida, pero actualmente no saben cómo hacerlo. Un pequeño porcentaje 20% menciona el miedo como una barrera. Esto propone que algunos emprendedores pueden estar reacios a definir metas y objetivos por temor a cometer errores en el proceso.

El 27% representa a aquellos que parecen adoptar una postura más pasiva respecto a la definición de metas y objetivos. Prefieren dejar las cosas fluir sin una planificación explícita. Un número reducido de emprendedores 8% atribuye la falta de tiempo como la razón principal por la cual no han definido metas y objetivos para su proyecto de vida.

4.17 Pregunta 17: ¿Cuál es la motivación que tiene para continuar con el emprendimiento y convertirlo en una empresa consolidada?

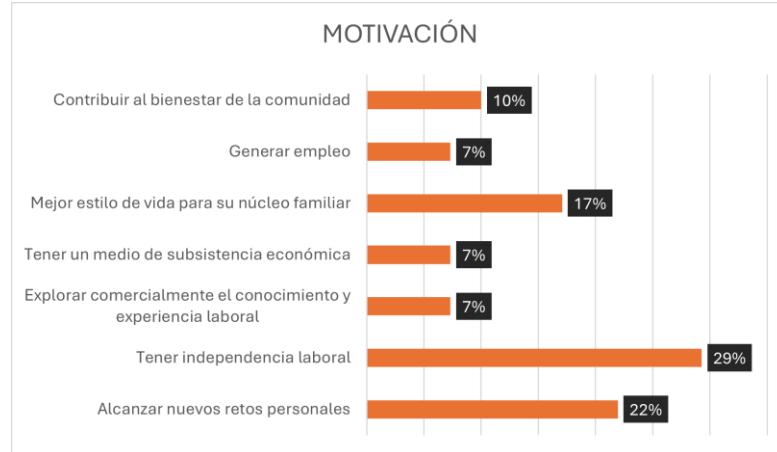
Tabla 20

Motivación para emprender

Motivación	Cantidad	Porcentaje
Alcanzar nuevos retos personales	9	22%
Tener independencia laboral	12	29%
Explorar comercialmente el conocimiento y experiencia laboral	3	7%
Tener un medio de subsistencia económica	3	7%
Mejor estilo de vida para su núcleo familiar	7	17%
Generar empleo	3	7%
Contribuir al bienestar de la comunidad	4	10%
Total	41	100%

Figura 28

Motivación para emprender



La opción independencia laboral y alcanzar nuevos retos personales tienen un 29% y 22% respectivamente. Esto quiere decir que muchos emprendedores están impulsados por el deseo de controlar su propio destino y superar desafíos personales. Subsistencia económica 7% y mejor estilo de vida para su núcleo familiar 17% representan una proporción significativa. Estas motivaciones indican que algunos emprendedores están buscando mejorar su situación financiera personal y la de familias.

Contribuir al bienestar de la comunidad 10% y generar empleo 7% son motivaciones que reflejan un interés en hacer un impacto más allá de lo personal. Esto muestra que algunos emprendedores están motivados por el deseo de beneficiar a la sociedad y crear oportunidades de empleo para otros. Exploración comercial del conocimiento y experiencia laboral 7% aunque es la motivación menos citada, muestra que algunos emprendedores están interesados en capitalizar su conocimiento y experiencia laboral previa para emprender.

Tabla 21

Clasificación de las motivaciones de los emprendedores

Tipo	Motivación	# de Emprendedores
Intrínseca	Alcanzar nuevos retos personales	9
Intrínseca	Tener independencia laboral	12
Intrínseca	Explorar comercialmente el conocimiento y experiencia laboral	3
Extrínseca	Tener un medio de subsistencia económica	3
Intrínseca	Mejor estilo de vida para su núcleo familiar	7
Trascendental	Generar empleo	3
Trascendental	Contribuir al bienestar de la comunidad	4
Total		41

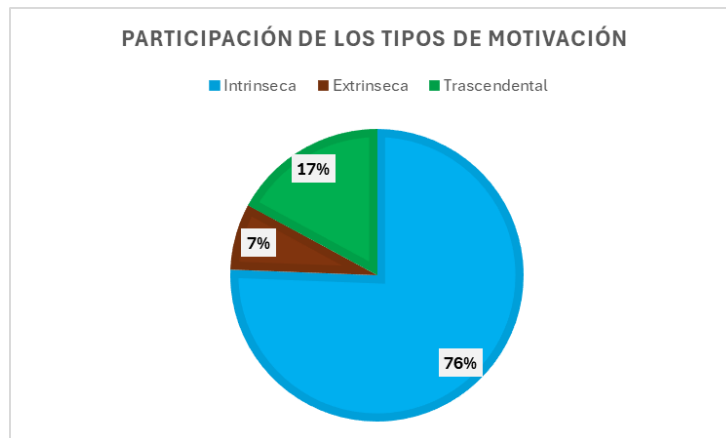
Tabla 22

Participación de los tipos de motivaciones

Tipo de motivación	Numero de motivaciones	Porcentaje
Intrínseca	31	76%
Extrínseca	3	7%
Trascendental	7	17%
Total	41	100%

Figura 29

Participación de tipos de motivaciones



El predominio de la motivación intrínseca 76% y trascendental 17% sugiere un entorno donde las personas están profundamente conectadas con lo que hacen, ya sea por interés personal o porque encuentran un propósito más amplio en sus acciones. Esto refleja un contexto donde las necesidades psicológicas básicas (autonomía, competencia y relación) están, en general, satisfechas.

La baja presencia de motivación extrínseca 7% podría indicar que el ambiente no depende de incentivos externos o presiones para fomentar la participación, lo cual es positivo desde la perspectiva de la Teoría de la Autodeterminación, ya que las formas más autónomas de motivación suelen estar vinculadas a un mayor bienestar y desempeño.

5. Discusión de resultados

El análisis de los datos muestra que el proyecto de vida en emprendedores estudiantes de Gestión empresarial que han tomado la decisión de emprender, a partir de ahí se clasificaron los datos, obteniendo que el 90% de los encuestados considera su proyecto de vida como un medio para consolidarse como empresarios, que concuerda con D'Angelo, (2003) quien afirma la importancia de alinear los objetivos personales con las aspiraciones empresariales, asimismo hay una relación entre vocación y propósito con el emprendimiento refuerza la sostenibilidad y la proyección de sus iniciativas, enfatizando que un proyecto de vida bien definido puede incrementar la capacidad de los estudiantes para enfrentar retos empresariales, como lo proponen las teorías de Maslow y Deci & Ryan.

5.1 Características identificadas en el proyecto de vida de estudiantes emprendedores

El análisis de las encuestas aplicadas revela que los proyectos de vida de los estudiantes emprendedores están íntimamente relacionados con la definición de metas profesionales y personales, sustentados en principios de autorrealización de Maslow (Sabater, 2022) y autodeterminación (Deci & Ryan, 2000). La mayoría de los participantes consideran que su proyecto de vida incluye el objetivo de consolidar empresas sostenibles y rentables 90%, mostrando un enfoque pragmático hacia sus aspiraciones de largo plazo.

La flexibilidad y personalización del proyecto de vida, mencionadas en el marco teórico, son evidentes en cómo los estudiantes ajustan sus metas al contexto socioeconómico y sus capacidades individuales (Consejo Estatal de Población, s.f.). Además, el fuerte enfoque en la planificación profesional sugiere una comprensión integrada entre las dimensiones educativa y laboral, en línea con el modelo de desarrollo psicosocial de Erikson, que destaca la importancia de la identidad y la generatividad en las etapas jóvenes y adultas (Mentes Abiertas Psicología, 2023).

5.2 Relación entre proyecto de vida y la motivación de estudiantes emprendedores

Los resultados obtenidos evidencian que la motivación para emprender de los estudiantes de Gestión Empresarial está influenciada por un balance entre factores intrínsecos, extrínsecos y trascendentales, en línea con las propuestas de Deci y Ryan (2000) en su Teoría de la Autodeterminación. Esta teoría sugiere que el nivel de motivación de un individuo está directamente relacionado con la satisfacción de las necesidades de autonomía, competencia y relación.

Frecuencia de Proyecto de Vida vs Nivel de Motivación



Nota. Mapa de calor motivación vs proyecto de vida. Elaborado por los autores teniendo en cuenta la teoría de Deci y Ryan (2000)

La motivación intrínseca, considerada como el impulso por realizar actividades que resultan inherentemente gratificantes, se refleja en el 90% de los estudiantes que ven el emprendimiento como un componente clave de su proyecto de vida. Este grupo muestra un alto grado de compromiso y satisfacción personal en la creación y desarrollo de sus negocios, lo cual es coherente con la categoría de motivación tipo alta descrita por Deci y Ryan (2000). Este nivel de motivación intrínseca es clave para mantener un enfoque sostenido en el logro de objetivos empresariales, independientemente de las recompensas externas.

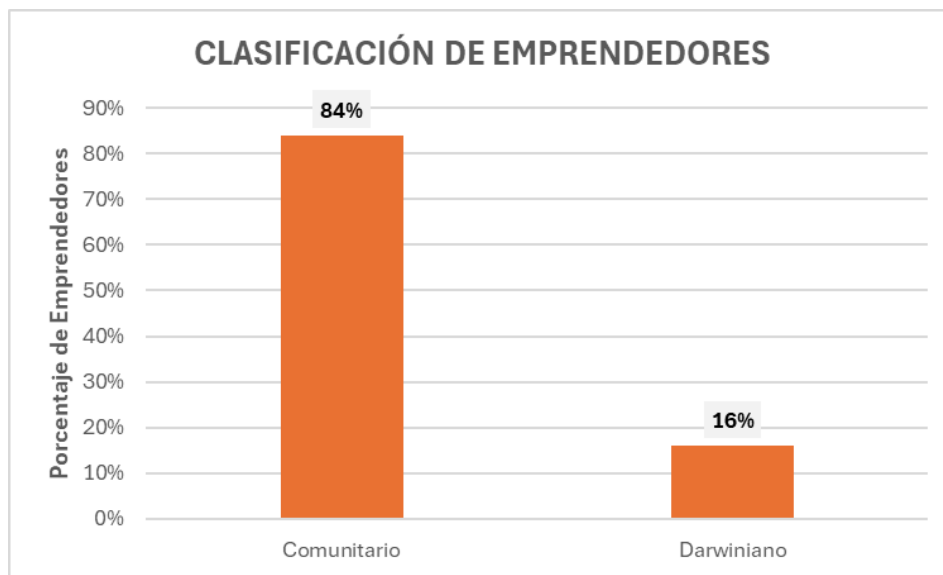
En contraste, aquellos que ven el emprendimiento como una actividad complementaria o transitoria siendo el 10% del total, tienden a operar bajo motivaciones extrínsecas de intensidad variable. Estas motivaciones de tipo bajo están relacionadas con factores externos como la estabilidad económica, la búsqueda de ingresos adicionales o la obtención de reconocimiento.

Según Deci y Ryan, las motivaciones extrínsecas, aunque menos sostenibles a largo plazo, pueden ser efectivas cuando las recompensas externas están alineadas con los valores personales del individuo.

Finalmente, la motivación trascendental, caracterizada por la intención de generar un impacto positivo en el entorno o en la sociedad, se observa en los estudiantes que identifican sus emprendimientos como un medio para contribuir al bienestar colectivo. Este tipo de motivación de tipo medio está asociado con valores altruistas y se clasifica en el nivel más alto de intensidad en la escala de Deci y Ryan, ya que no solo beneficia al individuo, sino también a terceros.

5.3 Relación entre proyecto de vida y vocación, propósito y talento de estudiantes emprendedores

La relación entre el proyecto de vida, la vocación, el propósito y el talento en estudiantes emprendedores se fundamentó en la teoría de Fauchart y Gruber (2011). Esta teoría define tres tipos de emprendedores —darwinianos, comunitarios y misionales— en función de la motivación, el propósito y la vocación vinculados a su proyecto de vida emprendedor (ver Tabla en el Apéndice B). Para el análisis, se utilizó Python como herramienta para categorizar las respuestas obtenidas en la encuesta. Se tomaron los datos de las preguntas relacionadas con el proyecto de vida (pregunta 9), la vocación (pregunta 12) y el propósito (pregunta 13), clasificándolos según las categorías propuestas por Fauchart y Gruber.



Nota. Gráfico de barras sobre tipo de emprendedores según su vocación, motivación propósito y talentos. Elaborado por los autores.

Al realizar la categorización se realizó una relación a partir de los resultados obteniendo que un 84% de los estudiantes emprendedores son de tipo comunicatorio y 16 % tipo darwiniano.

Con respecto a los talentos los autores Fauchart y Gruber (2011) organizaron los talentos como características de la personalidad como la buena comunicación, manejo de conflictos y problemas, negociación, liderazgo, adaptabilidad, capacidad de planeación, y organización entre otras la cuales concuerdan con los talentos comunicación, creatividad, liderazgo, resolución de problemas, organización, toma de decisiones, trabajo en equipo, adaptabilidad, persuasión, negociación, orientación al cliente propuestos para la encuesta.

La relación entre vocación, propósito y talento con el proyecto de vida empresarial de los estudiantes emprendedores de Gestión Empresarial se manifiesta en cómo estos elementos impulsan la creación y consolidación de sus emprendimientos. La vocación, entendida como la inclinación natural hacia una actividad, orienta a los estudiantes hacia la identificación de oportunidades de negocio que alinean con sus pasiones y habilidades. El propósito, por su parte,

da sentido y dirección a sus iniciativas, motivando a los emprendedores a contribuir de manera positiva a la sociedad a través de sus proyectos empresariales. Finalmente, el talento, como conjunto de habilidades y capacidades, permite a los estudiantes convertir sus ideas en negocios viables y sostenibles, generando un impacto tanto en su vida personal como en el entorno económico y social.

6. Conclusiones

La investigación demuestra que el proyecto de vida de los estudiantes no es solo una guía personal, sino un elemento crucial que orienta y potencia sus iniciativas empresariales. Aquellos estudiantes que cuentan con una visión clara de sus metas y aspiraciones integran sus proyectos personales con sus objetivos empresariales, lo que les permite actuar con mayor motivación, planificación y resiliencia frente a los desafíos del entorno emprendedor; este hallazgo subraya la importancia de un enfoque holístico que articule desarrollo personal y profesional.

La relación entre la vocación y el propósito personal en los proyectos empresariales permite a los estudiantes generar una conexión significativa entre su vida personal y profesional. Este vínculo contribuye a que sus decisiones empresariales reflejen sus valores y aspiraciones, aumentando la coherencia entre lo que hacen y lo que buscan lograr. Por tanto, identificar estos elementos desde etapas tempranas no solo fomenta la autenticidad en sus emprendimientos, sino que también le otorga una dirección clara y sostenible a largo plazo.

La formación en habilidades emprendedoras y la orientación vocacional fortalece el proyecto de vida como empresarios además permiten construir proyectos empresariales más conscientes y alineados con sus valores. Al fomentar un enfoque educativo que priorice tanto el desarrollo humano como la innovación, se contribuye a la creación de un emprendimiento más sostenible, competitivo y éticamente comprometido.

El 90% de los estudiantes emprendedores de gestión empresarial consideran su actual emprendimiento su proyecto de vida, mostrando interés por consolidar sus proyectos, sin embargo hay limitantes en la gestión de tiempo y recursos económicos, por otro lado al categorizarlos a partir de la relación del talento, vocación, propósito y motivación se encontró que el 84% son emprendedores tipo comunitarios que se caracterizan por el deseo de servir y ser parte de una comunidad frente a un 16% de tipo darwiniano que busca el beneficio económico y creación de riqueza.

En los emprendedores sobresale, las motivaciones intrínsecas con un 76% como la autorrealización, la pasión por aprender y el deseo de contribuir a la sociedad superan a las extrínsecas en su influencia sobre la creación de negocios. Este predominio refleja que el emprendimiento no se percibe únicamente como un medio económico, sino como un camino hacia el cumplimiento personal y la generación de valor colectivo lo que al relacionarla con el proyecto de vida es una motivación alta y por ende una relación muy estrecha que permitirá alcanzar con éxito las metas propuestas; por otro lado las motivaciones extrínsecas que también son importantes como la búsqueda de estabilidad financiera, juegan un rol relevante, especialmente en etapas iniciales.

7. Recomendaciones

Con base en los hallazgos de este estudio, se recomienda que la carrera de Gestión Empresarial promueva una mayor integración de los talentos y la vocación de los estudiantes con sus proyectos de vida. Al identificar sus habilidades y pasiones, los estudiantes pueden encontrar un propósito más profundo en su emprendimiento, lo que contribuye a una mayor satisfacción personal y profesional. La implementación de talleres de autoconocimiento y asesorías vocacionales será clave para que los futuros empresarios logren una mayor coherencia entre sus aspiraciones personales y sus metas empresariales.

Asimismo, la formación en liderazgo y creatividad debe ser una prioridad para los estudiantes de Gestión Empresarial. Estos programas pueden incluir mentorías, simulaciones empresariales y proyectos reales que impulsen a los estudiantes a ser innovadores. La capacidad de liderar equipos y adaptarse a las nuevas tecnologías es fundamental en el desarrollo de un proyecto de vida empresarial sostenible, fortaleciendo la capacidad de los estudiantes para crear negocios competitivos y alineados con sus objetivos.

Por otro lado, es fundamental que los estudiantes perciban el emprendimiento no solo como una fuente de ingresos, sino como una herramienta para generar un impacto positivo en la sociedad. Para fortalecer esta perspectiva, es necesario enfatizar la importancia de los módulos ya existentes sobre responsabilidad social empresarial y sostenibilidad dentro del plan de estudios. Estos módulos permiten a los estudiantes alinear sus valores y propósito con los resultados de sus emprendimientos, mejorando su sentido de dirección y su compromiso con su proyecto de vida.

La carrera de Gestión Empresarial incluya formación en gestión del tiempo y bienestar personal. Los emprendedores deben aprender a equilibrar sus responsabilidades laborales con su vida personal para evitar el agotamiento y mantener un bienestar integral. Esto no solo mejorará su rendimiento como emprendedores, sino que también contribuirá a su felicidad y realización dentro de su proyecto de vida.

Referencias Bibliográficas

- Baptista Lucio, P., Fernández Collado, C., & Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación* (sexta ed.). Mc Graw-hill. Obtenido de https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2012). *Comportamiento emprendedor: impacto de los factores motivacionales en la decisión de crear una nueva empresa*. España. Obtenido de [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)70003-5](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)70003-5)
- Barbosa Chacón, J. W., Barbosa Herrera, J. C., Buitrago Sanabria, A. C., Calderón Lozano, C. P., Gualdrón De Aceros, L., Hernández Suarez, M., . . . Santamaría Sarmiento, L. C. (2014). *Documento para reforma académica del Programa de Gestión Empresarial*. Bucaramanga.
- Be Nikken. (15 de julio de 2021). *Emprendimiento con propósito: Un camino para inspirar y transformar*. Obtenido de Be Nikken Blog: <https://nikkenlatam.com/blog/articulo/emprendimiento-con-proposito-un-camino-para-inspirar-y-transformar>
- Castillo Leal, M., Paredes Hernandez, S. P., & Saavedra García, M. L. (2019). *Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México*. México. Obtenido de <https://editorial.konradlorenz.edu.co/2019/06/factores-que-influyen-en-el-emprendimiento-femenino-en-mexico.html>
- Congreso de la republica de Colombia. (2006). *Ley 1014 de 2006*. Funcion Publica. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=18924#:~:text=1.,de%20los%20servicios%20de%20capacitaci%C3%B3n>.

Consejo Estatal de Población. (s.f.). *Proyecto de vida para las y los adolescentes*. México: EDOMEX.

Crespo Jareño, J. A., García-Minguillán, M., & Monsalve Serrano, J. E. (2013). *Guía "Jóvenes, talento y perfil emprendedor"*. España: Injuve. Obtenido de <https://www.injuve.es/conocenos/ediciones-injuve/guia-jovenes-talento-y-perfil-emprendedor>

D'Angelo Hernández, O. (2002). *Sentido de vida, sociedad y proyectos de vida*. La Habana: CIPS, Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas. Obtenido de <https://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cuba/cips/caudales05/Caudales/ARTICULOS/ArticulosPDF/07D054.pdf>

D'Angelo Hernández, O. (2003). Proyecto de vida y desarrollo integral humano. *CIPS, Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas*. Obtenido de <https://biblioteca-repositorio.clacso.edu.ar/bitstream/CLACSO/5592/1/07D050.pdf>

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "What" and "Why" of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01

Drucker, P. F. (2002). *La gerencia: tareas, responsabilidades y practicas*. Buenos Aires: El Ateneo.

Fauchart, E., & Gruber, M. (2011). Darwinians, Communitarians, and Missionaries: The Role of Founder Identity in Entrepreneurship. *Academy of Management Journal*, 54(5), 935-957. <https://doi.org/10.5465/amj.2009.0211>

García, M. (23 de enero de 2023). *Tipos de motivación: ¿cuáles son para maximizar el potencial de tu equipo?* Obtenido de Crehana: <https://www.crehana.com/blog/reclutamiento-contratacion/tipos-de-motivacion/>

Leider, R. J., & Shapiro, D. A. (2002). *El Trabajo Ideal: Descubre Cual Es tu Verdadera Vocación*. España: Paidós.

Mentes Abiertas Psicología S.L. (16 de enero de 2023). *Teoría del Desarrollo Psicosocial de Erik Erikson*. Obtenido de Mentes Abiertas Psicología S.L.: <https://www.mentesabiertaspsicologia.com/blog-psicologia/teoria-del-desarrollo-psicosocial-de-erik-erikson>

Mota de cabrera, C., & Villalobos, J. (2007). *El aspecto socio-cultural del pensamiento y del lenguaje: visión Vygotskyana*. Obtenido de Scielo: https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-49102007000300005

Naranjo Pereira, M. L. (2009). Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. *Revista Educación*. Obtenido de [https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/educacion/article/download/510/525/784#:~:text=De%20acuerdo%20con%20Santrock%20\(2002,dirigido%20y%20sostenido%E2%80%9D%20\(p](https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/educacion/article/download/510/525/784#:~:text=De%20acuerdo%20con%20Santrock%20(2002,dirigido%20y%20sostenido%E2%80%9D%20(p)

Ojanguren, I. (2016). *Apasiónate haz que cada día cuente*. Kajota.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (12 de Diciembre de 2013). *Panorama del emprendimiento 2012*. Obtenido de OECD iLibrary: https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/panorama-del-emprendimiento-2012_9789264208346-es

- Prieto Sierra, C. (2017). *Emprendimiento: Conceptos y plan de negocios* (2 ed.). México: Pearson Educación. Obtenido de <https://www-ebooks7-24-com.bibliotecavirtual.uis.edu.co/?il=4881&pg=1>
- Ramadani, V. (21 de enero de 2015). La mujer empresaria en Albania: un estudio exploratorio sobre la motivación, los problemas y los factores de éxito. *Journal of Balkan and Near Eastern Studies*, 204–221. Obtenido de <https://doi.org/10.1080/19448953.2014.997488>
- Ramírez, S. R. (s.f.). Método Ikigai para emprendedores: Creando tu negocio soñado. *Economía TIC*. Obtenido de Economía TIC: <https://economiatic.com/startups/early-stage/metodo-ikigai-emprendedores/>
- Real Academia Española. (s.f.). *talento*. Obtenido de Real Academia Española Web Site: <https://dle.rae.es/talento>
- Rodríguez, E. M. (7 de abril de 2022). *La teoría de la autodeterminación*. Obtenido de La Mente Es Maravillosa: <https://lamenteesmaravillosa.com/la-teoria-de-la-autodeterminacion/>
- Sabater, V. (25 de julio de 2022). *La teoría de la autorrealización: la clave del potencial humano*. Obtenido de La Mente es Maravillosa: <https://lamenteesmaravillosa.com/la-teoria-de-la-autorrealizacion-la-clave-del-potencial-humano/>
- Sastre, R. F. (2013). La motivación emprendedora y los factores que contribuyen con el éxito del emprendimiento. *Ciencias Administrativas*, 1-10. Obtenido de <https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/article/view/586/554>
- Villamizar Arias, M. (2023). *La Motivación del Emprendedor e Intraemprendedor en Estudiantes y Egresados de Gestión Empresarial. (Tesis de pregrado)*. Universidad Industrial de Santander, Bucaramanga.

Apéndice A Encuesta

El proyecto de vida como base para la creación de emprendimientos en estudiantes de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander

Apreciado Participante,

Agradecemos primeramente el tiempo que brinda para responder la siguiente encuesta, es de vital importancia para nuestra investigación de trabajo de grado. Su participación en esta encuesta es completamente voluntaria, la información que proporcione será tratada de forma confidencial, sus datos serán utilizados únicamente para fines académicos y no serán compartidos con ninguna otra persona o entidad sin su consentimiento expreso.

¿Está de acuerdo en que las respuestas sean tratadas de manera confidencial y utilizadas únicamente con fines de investigación académica?

- Sí, acepto que mis respuestas sean tratadas de manera confidencial y utilizadas solo para fines de investigación académica.
- No, no deseo participar en el cuestionario.

Información Perfilatoria

La información perfilatoria, también conocida como "información de perfil", comprende cualquier tipo de dato personal recopilado y empleado para conformar un perfil de un individuo. La recopilación y el uso de la información perfilatoria están sujetos a una serie de leyes y regulaciones, como la Ley de Protección de Datos Personales de Colombia.

1. ¿Cuál es su género?

- Hombre

- Mujer
- No Binario
- Prefiero No Decirlo

2. ¿Cuál es su rango de edad?

- Menos de 20 años
- 20 a 25 años
- 26 a 30 años
- Más de 30 años

3. ¿En qué semestre de gestión empresarial se encuentra?

- Primer Semestre
- Segundo Semestre
- Tercer Semestre
- Cuarto Semestre
- Quinto Semestre
- Sexto Semestre
- Séptimo Semestre
- Octavo Semestre
- Noveno Semestre
- Decimo Semestre

Emprendimiento

Emprendimiento implica convertir una idea nueva en una innovación exitosa utilizando habilidades, visión, creatividad, persistencia y exposición al riesgo.

4. ¿Que ofrece en el emprendimiento?

- Productos
- Servicios
- Producto y Servicios

5. ¿En qué etapa se encuentra el emprendimiento?

- Fase 1 Ideación: En esta fase, construyes y validas la idea.
- Fase 2 crecimiento: En esta fase, tu negocio está en funcionamiento con nuevos clientes y afinas tu modelo de negocio.
- Fase 3 Consolidación: Cuando tu negocio se consolida, generas ingresos de forma recurrente.
- Fase 4 Aceleración: Esta fase de tu negocio estará marcada por los objetivos que persigas: Aumentar los ingresos, Abrir nuevas líneas de negocio, Tener más tiempo libre.

6. ¿Desde cuándo existe el emprendimiento?

- Menos de 1 Año
- Entre 1 y 3 Años
- Entre 3 a 5 Años
- Entre 5 a 9 Años
- Más de 10 años

7. ¿Cuántas horas a la semana dedica al emprendimiento?

- Menos de 5 horas a la semana
- 5 a 10 horas a la semana
- 10 a 20 horas a la semana

- Más de 20 horas a la semana

8. ¿Cuál es el estado actual del emprendimiento?

- Formalizado como persona Natural
- Formalizado como persona Jurídica
- No Formalizado

Proyecto De Vida

Plan personal a largo plazo que define quién eres, qué quieres lograr y cómo quieres vivir.

Vocación

Entendida como la inclinación natural hacia una actividad.

Talento

Entendido como conjunto de habilidades y capacidades.

Propósito

Razón de ser o meta que guía las acciones, alineada con valores y un impacto significativo.

Referentes de éxito en su proyecto de vida:

Mark Zuckerberg (Facebook, Meta)

Talentos: Programación, Innovación, Pensamiento Estratégico, Visión.

Vocación: desarrollo de software, ingeniería

Propósito: Conectar A Las Personas Y Hacer Del Mundo Un Lugar Más Abierto Y Conectado.

Luz Mary y Jesús Guerrero (Servientrega y Efecty)

Talentos: Vender, Escucha Activa, Comunicación Asertiva, Empatía, Negociar.

Vocación: Comercial

Propósito: Facilitar A Las Personas Enviar Y Recibir Envíos De Manera Fácil Y Segura.

9. ¿su proyecto de vida es llegar a ser empresario, con una empresa consolidada, rentable y sostenible a partir del emprendimiento actual?

- Sí
- No

10. ¿Cuál sería la razón en caso de responder no a la pregunta anterior?

- No lo tengo claro
- Por ahora el emprendimiento es para subsistir mientras encuentro algo mejor
- Me interesa es ser intraemprededor (Un intraemprededor es un empleado con iniciativa emprendedora que trabaja dentro de una empresa existente)
- Me interesa más conseguir un trabajo y ser empleado
- Otra: _____

11. ¿Cuáles son los talentos que usted tiene y utiliza en el emprendimiento?

- Comunicación
- Creatividad
- Liderazgo
- Resolución de problemas
- Organización
- Toma de decisiones
- Adaptabilidad
- Persuasión
- Negociación
- Trabajo en equipo

- Orientación al cliente
- Otra: _____

12. ¿Cuál es su vocación?

- Crear oportunidades de trabajo
- Liderar y gestionar una empresa u organización.
- Organizar y controlar los recursos de una empresa u organización
- Ofrecer productos o servicios a cambio de dinero
- Llegar a acuerdos con otras personas o empresas
- Asesorar y orientar a personas o empresas
- Desarrollar nuevas ideas y soluciones creativas
- Otra: _____

13. ¿Cuál es el propósito por el cual emprendió con la idea de negocio?

- Mejorar la calidad de vida de las personas
- Crear un negocio exitoso y rentable
- Ayudar a los demás
- No tenía trabajo y no tuvo opción
- Innovar y crear algo nuevo
- Aprender y crecer
- Alcanzar la libertad financiera
- Proporcionar empleo y oportunidades a otras personas
- Otra: _____

14. ¿Considera que hay relación entre su proyecto de vida, vocación, propósito y talentos?

- Totalmente relacionado
- Muy relacionado
- Neutro
- Poco relacionado
- Totalmente no relacionado

15. ¿Tiene definido las metas, objetivos y actividades para alcanzar su proyecto de vida?

- Sí
- No

16. ¿Cuál sería la razón en caso de responder no a la pregunta anterior?

- No sabe cómo hacerlo y le gustaría aprender hacerlo
- No ha tenido tiempo
- Tomará una actitud de dejar que las cosas sigan su curso
- Tiene miedo de equivocarse
- Otra: _____

17. ¿Cuál es la motivación que tiene para continuar con el emprendimiento y convertirlo en una empresa consolidada?

- Tener independencia laboral
- Explorar comercialmente el conocimiento y experiencia laboral
- Tener un medio de subsistencia económica
- Mejorar estilo de vida para su núcleo familiar
- Generar empleo
- Contribuir al bienestar de la comunidad

- Alcanzar nuevos retos personales

Apéndice B

Clasificación de categorías de Emprendedores según Fauchart y Gruber

EMPREDEDOR	PROYECTO DE VIDA	MOTIVACIONES	PROPOSITO	VOCACIÓN	CATEGORÍA
1	Sí	Tener autonomía e independencia laboral	Mejorar la calidad de vida de las personas	Crear oportunidades de trabajo	Comunitario
2	Sí	Mejor estilo de vida para su núcleo familiar	Proporcionar empleo y oportunidades a otras personas	Crear oportunidades de trabajo	Comunitario
3	Sí	Tener autonomía e independencia laboral	No tenía trabajo y no tuvo opción	Ofrecer productos o servicios a cambio de dinero	Comunitario
4	Sí	Alcanzar nuevos retos personales	Mejorar la calidad de vida de las personas	Ofrecer productos o servicios a cambio de dinero	Darwiniano
5	Sí	Contribuir al bienestar de la comunidad	Ayudar a los demás	Asesorar y orientar a personas o empresas	Comunitario
6	Sí	Mejor estilo de vida para su núcleo familiar	Mejorar la calidad de vida de las personas	Desarrollar nuevas ideas y soluciones creativas	Comunitario
7	Sí	Alcanzar nuevos retos personales	Aprender y crecer	Desarrollar nuevas ideas y soluciones creativas	Darwiniano
8	Sí	Generar empleo	Crear un negocio exitoso y rentable	Crear oportunidades de trabajo	Comunitario
9	Sí	Alcanzar nuevos retos personales	Crear un negocio exitoso y rentable	Liderar y gestionar una empresa u organización.	Darwiniano
10	Sí	Tener autonomía e independencia laboral	Crear un negocio exitoso y rentable	Liderar y gestionar una empresa u organización.	Darwiniano
11	Sí	Tener un medio de subsistencia económica	Proporcionar empleo y oportunidades a otras personas	Organizar y controlar los recursos de una empresa u organización	Darwiniano
12	Sí	Mejor estilo de vida para su núcleo familiar	Aprender y crecer	Liderar y gestionar una empresa u organización.	Darwiniano
13	Sí	Alcanzar nuevos retos personales	Mejorar la calidad de vida de las personas	Crear oportunidades de trabajo	Darwiniano
14	Sí	Mejor estilo de vida para su núcleo familiar	Mejorar la calidad de vida de las personas	Crear oportunidades de trabajo	Darwiniano
15	Sí	Alcanzar nuevos retos personales	Innovar y crear algo nuevo	Desarrollar nuevas ideas y soluciones creativas	Darwiniano
16	Sí	Tener un medio de subsistencia económica	Crear un negocio exitoso y rentable	Organizar y controlar los recursos de una empresa u organización	Darwiniano
17	Sí	Generar empleo	Proporcionar empleo y oportunidades a otras personas	Liderar y gestionar una empresa u organización.	Darwiniano
18	Sí	Tener autonomía e independencia laboral	Aprender y crecer	Crear oportunidades de trabajo	Darwiniano
19	Sí	Mejor estilo de vida para su núcleo familiar	Alcanzar la libertad financiera	Liderar y gestionar una empresa u organización.	Darwiniano
20	Sí	Generar empleo	Mejorar la calidad de vida de las personas	Asesorar y orientar a personas o empresas	Darwiniano

PROYECTO DE VIDA COMO BASE PARA CREAR EMPRESA EN ESTUDIANTES 101

21	Sí	Tener autonomía e independencia laboral	Aprender y crecer	Ofrecer productos o servicios a cambio de dinero	Darwiniano
22	Sí	Tener autonomía e independencia laboral	Mejorar la calidad de vida de las personas	Liderar y gestionar una empresa u organización.	Darwiniano
23	Sí	Explorar comercialmente el conocimiento y experiencia laboral	Innovar y crear algo nuevo	Desarrollar nuevas ideas y soluciones creativas	Darwiniano
24	Sí	Mejor estilo de vida para su núcleo familiar	Proporcionar empleo y oportunidades a otras personas	Organizar y controlar los recursos de una empresa u organización	Darwiniano
25	Sí	Tener autonomía e independencia laboral	Aprender y crecer	Liderar y gestionar una empresa u organización.	Darwiniano
26	Sí	Explorar comercialmente el conocimiento y experiencia laboral	Mejorar la calidad de vida de las personas	Liderar y gestionar una empresa u organización.	Darwiniano
27	Sí	Tener autonomía e independencia laboral	Crear un negocio exitoso y rentable	Liderar y gestionar una empresa u organización.	Darwiniano
28	Sí	Alcanzar nuevos retos personales	Crear un negocio exitoso y rentable	Liderar y gestionar una empresa u organización.	Darwiniano
29	Sí	Tener autonomía e independencia laboral	Aprender y crecer	Liderar y gestionar una empresa u organización.	Darwiniano
30	Sí	Tener autonomía e independencia laboral	Crear un negocio exitoso y rentable	Liderar y gestionar una empresa u organización.	Darwiniano
31	Sí	Mejor estilo de vida para su núcleo familiar	Crear un negocio exitoso y rentable	Asesorar y orientar a personas o empresas	Darwiniano
32	Sí	Contribuir al bienestar de la comunidad	Crear un negocio exitoso y rentable	Desarrollar nuevas ideas y soluciones creativas	Darwiniano
33	Sí	Tener autonomía e independencia laboral	Alcanzar la libertad financiera	Ofrecer productos o servicios a cambio de dinero	Darwiniano
34	Sí	Alcanzar nuevos retos personales	Aprender y crecer	Llegar a acuerdos con otras personas o empresas	Darwiniano
35	Sí	Alcanzar nuevos retos personales	Alcanzar la libertad financiera	Crear oportunidades de trabajo	Darwiniano
36	Sí	Contribuir al bienestar de la comunidad	Mejorar la calidad de vida de las personas	Ofrecer productos o servicios a cambio de dinero	Darwiniano
37	Sí	Alcanzar nuevos retos personales	Aprender y crecer	Liderar y gestionar una empresa u organización.	Darwiniano

