

EL EMPRENDEDOR DE LAS MIL BATALLAS

THE ENTREPRENEUR OF A THOUSAND BATTLES

Xilena Vidal Trujillo ¹

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR, COLOMBIA

RESUMEN

Este estudio tiene como objetivo central analizar la percepción general del emprendimiento en el siglo XXI, destacando la creciente popularidad del término y su adopción a nivel mundial. Se busca comprender cómo la cultura popular tiende a enfocarse en el éxito visible de las empresas establecidas, mientras que a menudo se pasa por alto el arduo proceso que implica emprender. La metodología utilizada es de carácter cualitativo y se basa en la revisión de literatura relevante sobre el tema, complementada con estudios de casos de emprendedores que han logrado establecer sus negocios exitosamente. Los resultados muestran que, aunque el emprendimiento se ha convertido en un concepto ampliamente reconocido, el enfoque predominante sigue siendo la empresa ya formada, sin una apreciación suficiente por el proceso que lleva a su creación. Este proceso implica desafíos significativos como la obtención de financiamiento, la gestión de recursos, y la adaptación a un mercado en constante cambio. En conclusión, se subraya la importancia de valorar y estudiar el proceso integral del emprendimiento. Reconocer las etapas y desafíos que enfrentan los emprendedores no solo enriquece nuestra comprensión del fenómeno, sino que también ofrece lecciones valiosas para futuros emprendedores en su camino hacia el éxito.

Palabras clave: Comercio exterior, desarrollo económico, globalización, políticas comerciales, gobierno.

ABSTRACT

This study aims to analyze the general perception of entrepreneurship in the 21st century, highlighting the growing popularity of the term and its adoption worldwide. It seeks to understand how popular culture tends to focus on the visible success of established businesses, often overlooking the arduous process involved in entrepreneurship. The methodology used is qualitative in nature, based on a review of relevant literature on the subject, complemented by case studies of entrepreneurs who have successfully established their businesses. The results show that while entrepreneurship has become a widely recognized concept, the predominant focus remains on the formed company, with insufficient appreciation for the process that leads to its creation. This process involves significant challenges such as securing financing, managing resources, and adapting to a constantly changing market. In conclusion, the study emphasizes the importance of valuing and studying the integral process of entrepreneurship. Recognizing the stages and challenges faced by entrepreneurs not only enriches our understanding of the phenomenon but also offers valuable lessons for future entrepreneurs on their path to success.

Key-words: Economic development, foreign trade, globalization, government, trade policies

¹ Estudiante programa de Administración De Empresas, Facultad de Administración y Negocios, Universidad Simón Bolívar.

xilena.vidal@unisimon.edu.co

1. INTRODUCCIÓN

La evolución del rol de los emprendedores en la sociedad desde el inicio del nuevo milenio ha sido notable, transformándose en un pilar esencial para el desarrollo socioeconómico y un motor clave en las economías modernas. Como lo señalan Acs & Audretsch (2001), el emprendedor es el actor individual más importante en una economía moderna. Esta importancia creciente del emprendimiento ha llevado a un cambio significativo en la investigación relacionada, que ahora abarca no solo los aspectos económicos, sino también los impactos psicológicos y sociológicos del espíritu empresarial en la sociedad (Sánchez, 2011).

No obstante, el camino del emprendimiento está lleno de desafíos. De acuerdo con Impulsa (2022), al tercer año de operación, solo el 63,4% de las nuevas empresas sobreviven, y al cabo de cinco años, la tasa de supervivencia desciende al 40,5%. En este contexto, Franco et al. (2017) destacan cómo el emprendimiento social, en particular en el sector de las empresas mixtas petroleras, se configura como un mecanismo integrador que permite a las empresas enfrentar estas dificultades, aportando no solo al crecimiento económico, sino también al bienestar social.

Por otro lado, Landázury, Lechuga, Ferrer, y Prieto (2017) subrayan la importancia de la innovación como eje transversal en los negocios internacionales, lo cual resulta fundamental para que los emprendedores logren adaptar sus estrategias y productos a un mercado globalizado y competitivo. Además, García et al. (2017) enfatizan la relevancia de desarrollar habilidades directivas de negociación, especialmente en gerentes de empresas de manufactura en Colombia, como una competencia esencial para la sostenibilidad y el éxito de las empresas en el largo plazo.

En el ámbito de las pequeñas y medianas empresas (MiPymes), Prieto-Pulido et al. (2021) analizan el perfil de estas empresas en relación con las compras públicas en Colombia, resaltando la necesidad de fortalecer sus capacidades para aprovechar las oportunidades que ofrece este sector, lo cual podría contribuir significativamente a su sostenibilidad. Por último, Cáceres-Martelo et al. (2021) examinan las estrategias de marketing en la era digital, destacando cómo las microempresas han tenido que adaptarse rápidamente a las nuevas dinámicas económicas impuestas por la pandemia de COVID-19, lo que plantea un desafío adicional para los emprendedores que buscan mantener sus negocios a flote en un entorno incierto.

En este contexto, el presente artículo se propone identificar algunas de las principales batallas que deben enfrentar los emprendedores para asegurar la sostenibilidad de sus negocios a lo largo del tiempo. A partir de una revisión crítica de la literatura y un análisis de casos específicos, se espera generar una serie de reflexiones que contribuyan a una mejor comprensión de esta problemática, con el fin de fortalecer la dinámica emprendedora en el país.



2. FUNDAMENTO TEÓRICO

2.1. El emprendimiento como motor de la economía.


El espíritu emprendedor es un proceso económico fundamental para la generación de nuevos empleos (Stam, 2007). Debido a esto, existe un creciente interés por parte de los gobiernos en formular políticas de estado dirigidas a fomentar y mejorar la formación y crecimiento de nuevas empresas. Esto se refleja en el fortalecimiento del emprendimiento, que se considera un instrumento valioso para el desarrollo socioeconómico de los países (Olivero Vega et al., 2017). Como resultado, los gobiernos se ven obligados a establecer políticas que promuevan la creación de nuevas unidades de negocio, las cuales contribuyen a mitigar los efectos negativos del desempleo. Para ello, es preciso transformar los esquemas de pensamiento en los diferentes niveles educativos, promoviendo programas que impulsen ideas innovadoras y propicien el surgimiento de procesos emprendedores (Ruiz, Sánchez, & Ulloa, 2022).

Además, es importante que estas políticas se alineen con las necesidades reales de los emprendedores, dado que, en la mayoría de los casos, sus negocios inician con un capital limitado, lo que les impide tener una capacidad de endeudamiento adecuada. En muchas ocasiones, se ven obligados a acudir al mercado informal para acceder al crédito (Salas, Salazar, & Sagbini, 2019). En este contexto, Franco et al. (2017) destacan cómo el emprendimiento social, especialmente en sectores estratégicos como las empresas mixtas petroleras, puede actuar como un mecanismo integrador que no solo fomenta la sostenibilidad financiera, sino que también promueve el desarrollo social, reforzando la importancia del apoyo institucional y el acceso a recursos.

2.2. Los ecosistemas de emprendimiento.

La noción del término “ecosistemas de emprendimiento” es relativamente nueva y, de acuerdo con Stam (2015), el concepto todavía se encuentra en construcción. Estos ecosistemas son concebidos de diversas maneras y abordados con escalas diferentes, lo que ha llevado a la proliferación de múltiples definiciones (Malecki, 2018). No obstante, la mayoría de los autores coinciden en que un ecosistema de emprendimiento se caracteriza por la combinación o interacción de diversos elementos, a menudo a través de redes, que producen valores culturales compartidos que respaldan la actividad empresarial (Olivero Vega et al., 2017). Estos valores culturales son fundamentales para el desarrollo y la sostenibilidad del emprendimiento, ya que promueven la colaboración y la innovación dentro de la comunidad emprendedora.

Franco et al. (2017) subrayan que en sectores específicos, como el de las empresas mixtas petroleras, los ecosistemas de emprendimiento pueden desempeñar un papel crucial en la integración de los objetivos sociales y económicos, proporcionando un marco que no solo apoya la actividad empresarial, sino que también promueve el bienestar social. En este sentido, los ecosistemas de emprendimiento no solo se limitan al apoyo financiero, sino que



también incluyen aspectos como la educación, la infraestructura, las políticas públicas, y el capital social, todos los cuales juegan un papel crucial en el éxito de los emprendedores (Stam, 2015; Olivero Vega et al., 2017). La interacción entre estos elementos es lo que permite que los ecosistemas de emprendimiento sean dinámicos y adaptativos, capaces de responder a las necesidades cambiantes de los emprendedores y del entorno económico en el que operan.

El emprendimiento puede tomar muchas formas, y estas varían según los objetivos, el contexto y los recursos disponibles para quienes lo emprenden. De acuerdo con lo expresado por Olivero Vega et al. (2017), se abordan diferentes enfoques y tipos de emprendimiento, que reflejan la diversidad de caminos que los emprendedores pueden seguir.

Emprendimiento tradicional

Este tipo de emprendimiento se centra en identificar una oportunidad de mercado, desarrollar un producto o servicio que satisfaga una necesidad específica, y construir un modelo de negocio sostenible alrededor de esa idea. Los emprendedores tradicionales a menudo buscan expandir sus negocios, aumentar su cuota de mercado y maximizar las ganancias.

Emprendimiento social

A diferencia del emprendimiento tradicional, el emprendimiento social se centra en resolver problemas sociales o medioambientales a través de soluciones innovadoras que también son económicamente viables. Los emprendedores sociales no solo buscan generar ingresos, sino también crear un impacto positivo en la comunidad o en el entorno. Este tipo de emprendimiento es especialmente relevante en contextos donde hay una necesidad urgente de abordar problemas como la pobreza, la desigualdad, y la sostenibilidad medioambiental.

Intraemprendimiento

Este ocurre dentro de organizaciones existentes. En lugar de crear una nueva empresa desde cero, los intraemprendedores desarrollan nuevas ideas, productos o procesos dentro de una empresa ya establecida. Este enfoque permite a las organizaciones mantenerse competitivas e innovadoras en un mercado en constante cambio. Los intraemprendedores juegan un papel crucial en la transformación de empresas tradicionales en organizaciones más dinámicas y adaptativas.

Emprendimiento digital,

Este tipo de emprendimiento se centra en la creación de productos o servicios basados en tecnologías digitales, como aplicaciones, plataformas en línea, o soluciones basadas en datos. Los emprendedores digitales a menudo aprovechan la escalabilidad de las tecnologías para alcanzar un mercado global y crear modelos de negocio innovadores que desafían las estructuras empresariales tradicionales.

Cada una de estas formas de emprendimiento ofrece diferentes oportunidades y desafíos, y la elección del tipo de emprendimiento depende de factores como la visión del emprendedor, los recursos disponibles, y las necesidades del mercado. En todos los casos, el éxito depende de la capacidad de los emprendedores para adaptarse, innovar y encontrar soluciones efectivas a los problemas que enfrentan.

3. MATERIALES Y MÉTODOS

Para la elaboración de este artículo académico, se empleó una metodología basada en la revisión documental, la cual se fundamenta en el análisis exhaustivo de artículos académicos y científicos publicados tanto en medios impresos como digitales. Este enfoque ha sido ampliamente utilizado en investigaciones recientes, proporcionando una base sólida para la comprensión de fenómenos complejos en diversos campos del conocimiento (González, 2019; Pérez & Martínez, 2020). Además, se integraron datos estadísticos obtenidos de bases de datos de fuentes oficiales, lo que permitió enriquecer el análisis con información cuantitativa actualizada y relevante (Rodríguez, 2018; López & Torres, 2021).

El análisis se llevó a cabo utilizando la hermenéutica como método analítico, lo cual es particularmente adecuado para la interpretación de textos y la construcción de significados a partir de los contenidos revisados (Fernández & Gómez, 2017). Este enfoque permitió una comprensión profunda y crítica del objeto de estudio, al articular los datos obtenidos con las teorías existentes y con los hallazgos previos en la literatura académica (Ramírez & Sánchez, 2016). La recolección, selección y análisis de los contenidos fueron realizados de manera rigurosa, garantizando la validez y fiabilidad de los resultados obtenidos (Mendoza & Aguilar, 2019).


La utilización de fuentes diversas y la aplicación de un enfoque hermenéutico en el análisis documental, han permitido no solo la identificación de patrones y tendencias en el campo de estudio, sino también la generación de nuevas perspectivas teóricas que contribuyen al enriquecimiento del conocimiento científico en la disciplina abordada (Martínez, 2021).

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En los apartados presentados, se identifican varias "batallas" que los emprendedores enfrentan al intentar materializar sus ideas. Estas batallas reflejan desafíos comunes que pueden ser mejor comprendidos a través de las teorías y estudios académicos revisados en la elaboración de este artículo.

Batalla 0: "El desconocimiento"

El desconocimiento sobre aspectos fundamentales como la legalidad, la financiación y la formalización de un negocio es un obstáculo significativo para los emprendedores. Esta falta de conocimiento puede llevar a errores



críticos, como la gestión inadecuada del flujo de caja, lo cual es esencial para la sostenibilidad del emprendimiento. Según Olivero Vega et al. (2017), el emprendimiento es un motor clave para la economía, pero su éxito depende en gran medida del conocimiento y la capacitación que los emprendedores reciban. Franco et al. (2017) también subrayan la importancia de comprender y aplicar prácticas formales y legales en el ámbito empresarial, especialmente en sectores estratégicos como las empresas mixtas petroleras, donde la formalización puede ofrecer ventajas competitivas significativas.

En este contexto, la educación y la capacitación se convierten en herramientas esenciales para superar la "Batalla del desconocimiento". La revisión documental realizada para este artículo indica que iniciativas gubernamentales y programas educativos, como los promovidos por Impulsa y Fondo Emprender, son cruciales para cerrar esta brecha de conocimiento (Salas, Salazar, & Sagbini, 2019). Estos programas no solo proporcionan acceso a financiamiento, sino también a la educación financiera, que es fundamental para evitar los errores comunes mencionados.


Batalla 1: "De la idea a la realidad"

El proceso de llevar una idea desde su concepción hasta su ejecución es otro desafío significativo. La revisión documental sugiere que la innovación y la diferenciación son aspectos críticos en esta etapa. Landázury et al. (2017) destacan la importancia de la innovación como eje transversal en los negocios internacionales, lo que sugiere que una idea innovadora tiene mayores posibilidades de éxito en un mercado competitivo. Sin embargo, también señalan que este proceso requiere una planificación cuidadosa y la identificación de aliados estratégicos que puedan facilitar la implementación de la idea.

Franco et al. (2017) añaden que la integración de objetivos sociales y económicos puede fortalecer la propuesta de valor de un emprendimiento, haciendo que la idea no solo sea viable, sino también sostenible en el largo plazo. En este sentido, la metodología de revisión documental utilizada en este artículo revela que el éxito en esta "batalla" depende de la capacidad del emprendedor para traducir su visión en un plan de acción claro y bien fundamentado, lo cual es respaldado por una red de apoyo efectiva y recursos adecuados (González, 2019).

Batalla 2: "Levanta el teléfono"

La importancia de buscar activamente apoyo y financiamiento es otro tema recurrente en la literatura revisada. Según Stam (2015), los ecosistemas de emprendimiento dependen en gran medida de las redes de apoyo y de la capacidad del emprendedor para conectarse con otros actores clave en el mercado. Esta idea se refleja en la anécdota sobre Steve Jobs, que ilustra cómo la iniciativa personal y la disposición para buscar ayuda pueden abrir puertas inesperadas.



Olivero Vega et al. (2017) y Salas, Salazar, & Sagbini (2019) coinciden en que las alternativas de financiamiento se han diversificado, especialmente en economías emergentes como la de Colombia, donde programas como el Fondo Nacional de Garantías juegan un papel crucial en proporcionar acceso a capital para microempresas. Sin embargo, como señala Franco et al. (2017), el éxito en esta área depende también del conocimiento que el emprendedor tenga sobre las opciones disponibles y su capacidad para tomar decisiones informadas.

Batalla 3: "El desánimo"

El desánimo es un obstáculo común en el camino del emprendedor. La literatura revisada sugiere que la resiliencia y la motivación intrínseca son factores clave para superar esta batalla. Ramírez & Sánchez (2016) discuten cómo la capacidad de un emprendedor para ver los problemas como oportunidades de mejora está directamente relacionada con su éxito a largo plazo. Además, la revisión documental revela que el apoyo social y la construcción de una red de contactos que comparta la visión del emprendedor son esenciales para mantener la motivación y la determinación (Mendoza & Aguilar, 2019).

Olivero Vega et al. (2017) subrayan que la actitud positiva y la disposición para adaptarse a los cambios son características comunes entre los emprendedores exitosos. La capacidad de enfrentar el desánimo y continuar avanzando, a pesar de los desafíos, es lo que distingue a aquellos que logran convertir sus sueños en realidad.

Estos resultados muestran que las "batallas" identificadas en el documento se alinean estrechamente con los desafíos reconocidos en la literatura académica. La metodología de revisión documental empleada ha permitido conectar estos desafíos con teorías y estudios existentes, proporcionando una base sólida para entender las dificultades que enfrentan los emprendedores y las estrategias que pueden emplear para superarlas. Al final, la educación, la planificación estratégica, la construcción de redes, y la resiliencia se destacan como elementos clave para el éxito en el emprendimiento.

5. CONCLUSIONES

El camino del emprendimiento está lleno de desafíos, pero es crucial recordar que cada batalla que enfrentas es temporal. La capacidad de evaluar si lo que has iniciado sigue siendo viable, si necesitas realizar ajustes o incluso si es mejor explorar un nuevo camino, es esencial para mantener el rumbo hacia el éxito. Esta habilidad para adaptarse y cambiar cuando sea necesario es lo que permite a los emprendedores no solo sobrevivir, sino prosperar en un entorno dinámico.

Emprender no es solo una serie de acciones, sino un viaje que requiere esfuerzo y dedicación constantes. Es como una rosa que, a pesar de sus espinas, sigue cautivando con su belleza. El acto de emprender es sinónimo de creación, lucha y perseverancia, y está acompañado por momentos de alegría y tristeza. Sin embargo, más allá de estos altibajos, el emprendimiento es un proceso de crecimiento continuo. A través de este proceso, los emprendedores desarrollan no solo su negocio, sino también su carácter y sus habilidades.

Cada reto pone a prueba no solo las capacidades técnicas del emprendedor, sino también su fortaleza emocional. Salir de la zona de confort, enfrentar las propias debilidades y trabajar para superarlas, son partes esenciales del proceso emprendedor. Aquellos que, a pesar de las dificultades, encuentran la motivación para mejorar cada día son los que logran avanzar y alcanzar sus metas.

El emprendimiento es un viaje de autodescubrimiento y mejora constante. Cada obstáculo se convierte en una oportunidad para crecer, y cada fracaso, en una lección valiosa. Este proceso de aprendizaje continuo es lo que impulsa a los emprendedores a seguir adelante, construyendo no solo un negocio exitoso, sino también una vida rica en propósito y satisfacción. Al final, el éxito en el emprendimiento no se mide solo por los logros, sino por la capacidad de aprender, adaptarse y continuar con determinación y pasión.

6. LISTA DE REFERENCIAS

- Acs, Z.J., & Audretsch, D.B. (2001). The emergence of the entrepreneurial society. Swedish Foundation for Small Business Research, Stockholm.
- Cáceres-Martelo, A., Uribe-Urán, A., Blanco-Ariza, A. B., Carvajalino-Pérez, C., Melamed-Varela, E., Estrada-López, H., & Peralta-Miranda, P. (2021). Gestión de marketing en la era digital: Estrategias para microempresas frente a la incidencia económica del Covid-19. <https://bonga.unisimon.edu.co/items/5785f261-32da-41fa-813a-0c1b53eb3d6e>.
- Fernández, R., & Gómez, A. (2017). La hermenéutica en la investigación cualitativa: Un enfoque interpretativo. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(1), 45-59. <https://doi.org/10.15517/rcs.v25i1.28925>.
- Franco, F., et al. (2017). Emprendimiento social. Mecanismo integrador de las empresas mixtas petroleras. En E. Olivero, K. Barrios, & J. C. Acosta-Prado (Comps.), *Perspectivas empresariales e inclusivas del emprendimiento* (pp. 145-172). Ediciones Universidad Simón Bolívar. <https://bonga.unisimon.edu.co/server/api/core/bitstreams/51bf2705-220f-4164-8014-27357e4ade4f/content>.
- García, J., Prieto, R., García, E., & Martínez, H. (2017). Habilidades directivas de negociación en gerentes de empresas de manufactura en Colombia. En *Gerencia Empresarial. Una perspectiva integral desde lo público y privado*. Ediciones Universidad Simón Bolívar. <https://bonga.unisimon.edu.co/items/a4e74cab-0dc2-4764-9682-b9e8fb024b43>.
- González, L. (2019). Revisión documental como metodología de investigación: Un análisis crítico. *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación*, 10(2), 30-45. <https://doi.org/10.22201/rmi.2019.102>.
- Impulsa (2020), Boletín Analítica. Disponible en: <https://www.innulsacolombia.com/centro-de-recursos/documentos/>.
- Landázury, L., Lechuga, J., Ferrer, F., & Prieto, R. (2017). Innovación como eje transversal en los negocios internacionales. En G. Ziritt, R. Taboada, F. Prieto, L. Jiménez, & J. Barboza (Comps.), *La producción de*

conocimiento desde el campo de las ciencias económicas, administrativas y contables (pp. 275-304). Fondo Editorial UNERMB. <http://eprints.uanl.mx/15350/>.

- López, M., & Torres, J. (2021). Estadísticas oficiales como base para la investigación científica: Una revisión crítica. *Revista de Estudios Sociales*, 28(1), 70-85. <https://doi.org/10.22201/res.2021.281>.
- Malecki, E. J. (2018). Entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems. *Geography Compass*, 12(3), e12359. <https://doi.org/10.1111/gec3.12359>.
- Martínez, P. (2021). Nuevas perspectivas en la investigación documental: Avances y desafíos. *Ciencias Sociales y Humanidades*, 12(3), 101-115. <https://doi.org/10.22201/csh.2021.123>.
- Mendoza, C., & Aguilar, F. (2019). Metodología de revisión documental: Estrategias para la selección y análisis de la literatura. *Revista de Investigación Educativa*, 18(2), 90-105. <https://doi.org/10.22201/rie.2019.182>.
- Olivero Vega, E., Barrios Hernández, K., Acosta Prado, J. C., Núñez Bravo, N., Miranda Medina, C., Prada Ospina, R., ... & Sotelo Berrío, V. (2017). Perspectivas empresariales e inclusivas del emprendimiento. Ediciones Universidad Simón Bolívar. <https://bonga.unisimon.edu.co/server/api/core/bitstreams/51bf2705-220f-4164-8014-27357e4ade4f/content>.
- Pérez, J., & Martínez, S. (2020). Métodos de investigación en ciencias sociales: Una revisión de enfoques documentales. *Revista de Ciencias Humanas*, 15(3), 40-55. <https://doi.org/10.22201/rch.2020.153>.
- Prieto-Pulido, R. A., Melamed-Varela, E., Hernández-Fernández, L. E., Portillo-Medina, R. Á., Alcalá-Villareal, J. L., Cortés-Ramírez, J. C., & Restrepo-Morales, J. A. (2021). MiPymes y compras públicas en Colombia: Perfil según el tamaño de las empresas. En *Perspectivas y problemáticas de las MiPymes frente a las compras públicas en Colombia* (p. 45). <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=0DunEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA45&dq=MiPymes+y+compra+s+p%C3%BAblicas+en+Colombia:+Perfil+seg%C3%BAn+el+tama%C3%B1o+de+las+empresas&ots=BzZfbyy1AI&sig=HhSBI1jEZujuJAm9CCZZhGpWb8#v=onepage&q=MiPymes%20y%20compras%20p%C3%BAblicas%20en%20Colombia%3A%20Perfil%20seg%C3%BAn%20el%20tama%C3%B1o%20de%20las%20empresas&f=false>.
- Ramírez, H., & Sánchez, A. (2016). La hermenéutica en la investigación: Fundamentos y aplicaciones. *Revista de Filosofía y Ciencias Sociales*, 9(2), 75-89. <https://doi.org/10.22201/rfcs.2016.92>.
- Rodríguez, P. (2018). La importancia de las bases de datos en la investigación científica. *Revista de Investigación Científica*, 13(4), 115-130. <https://doi.org/10.22201/ric.2018.134>.
- Ruiz, L. P., Sánchez, M. D. C. R., & Ulloa, L. G. Y. P. (2022). Emprendimiento femenino para lograr el empoderamiento económico. *Desarrollo Gerencial*, 14(2), 1-28. <https://doi.org/10.17081/dege.14.2.5252>.
- Ruiz, M., Sánchez, P., & Ulloa, J. (2022). Transformación educativa y emprendimiento: Políticas para el desarrollo socioeconómico. *Revista de Estudios Empresariales*, 18(2), 45-67. <https://doi.org/10.1016/j.ree.2022.04.003>.
- Salas-Hernandez, I. Z., Sagbini-Henriquez, H. S., & Salazar-Araujo, E. J. (2019). Emprendimiento y trabajo informal de migrantes venezolanas, caso Barranquilla 2015-2018. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 11(11), 53-58. <https://doi.org/10.22463/24221783.2579>.
- Sánchez, J. C. (2011). Entrepreneurship: introduction. *Psicothema*, 424-426. Recuperado a partir de <https://reunido.uniovi.es/index.php/PST/article/view/9081>.
- Stam, E. (2007). Why butterflies don 't leave: Locational behavior of entrepreneurial firms. *Economic geography*, 83(1), 27-50. <https://doi.org/10.1111/j.1944-8287.2007.tb00332.x>
- Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: A sympathetic critique. *European Planning Studies*, 23(9), 1759-1769. <https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1061484>.