

Plan de fortalecimiento empresarial para nuevos emprendimientos en la ciudad de Ibagué

Facultad de Ingeniería

Elaborado por:

Paula Andrea Blandón Ramirez

Universidad Ean

Seminario de Investigación especialización

Bogotá

23/09/2023

Resumen

El presente trabajo de investigación está basado en el interés de diseñar un modelo empresarial de intervención para fortalecer las capacidades organizacionales de los nuevos negocios de subsistencia (emprendimientos espejo o imitación), que se generan en la ciudad de Ibagué; teniendo en cuenta los factores coyunturales que dificultan el crecimiento y sostenibilidad de los mismo en el tiempo. Por ende, se plantea un posible modelo de intervención considerando las etapas de creación, estructuración, consolidación y desenvolvimiento empresarial. Para llegar a ello se realizó una revisión de los principales factores tanto internos como externos que afectan la durabilidad y escalabilidad.

Palabras clave: Ibagué, Emprendimiento, subsistencia, durabilidad, modelo empresarial.

Problema de Investigación

El emprendimiento como término que proviene del francés (entrepreneur), que significa pionero. Es una palabra que se viene usando recientemente en el mundo; este término comenzó a usarse por Schumpeter, posteriormente ha venido transformándose a lo que hoy día conocemos como aquella acción que una persona ejerce gracias a su capacidad de innovación y creatividad para proponer proyectos con alto impacto social y económico; entendiendo además que para ser emprendedor no es necesario llegar a crear organizaciones, basta con una idea, propuesta o proyecto que puede ejecutarse en una empresa o en la comunidad a donde se pertenece y que ofrece una alternativa de solución a diferentes problemáticas previamente identificadas. (Alzate, 2017, p.12)

Algunos autores han dado las siguientes definiciones de emprendimiento:

1803: Jean-Baptiste Say: un emprendedor es un agente económico que une todos los medios. Dios de producción. La tierra de uno, el trabajo de otro y el capital de un tercero y produce un producto. Mediante la venta de un producto en el mercado, paga la renta de la tierra, el salario de sus empleados, interés en el capital y su provecho es el remanente. Intercambia recursos económicos desde un área de baja productividad hacia un área de alta productividad y alto rendimiento.

1934: Schumpeter: los entrepreneur son innovadores que buscan destruir el estatus-quo de los productos y servicios existentes para crear nuevos productos y servicios.

1964: Peter Drucker: un entrepreneur busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una herramienta específica de un emprendedor, por ende el emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso.

1975 Howard Stevenson: el emprendedorismo es la búsqueda de oportunidades, independientemente de los recursos controlados inicialmente.

Actualmente, se habla de diferentes emprendimientos y la transformación del concepto y su aplicación se ha dado gracias a los cambios sociales y económicos de la sociedad. Los emprendedores se lanzan a hacer reales su visión y su negocio. Para tener éxito, deben abandonar su status quo, reclutar un equipo que comparta su visión y ponerse a recorrer lo que parece ser un nuevo camino, a menudo envuelto en incertidumbre, miedo y duda. Obstáculos, dificultades y un potencial desastre es lo que les espera y su viaje al éxito pone a prueba algo más que sus recursos financieros; pone a prueba su fuerza, agilidad y coraje. (Blank & Bob, 2013, p.29)

La creación de empresas, es una de las actividades más difíciles de desarrollar, entendiendo que deben afrontar diferentes retos en materia de competitividad, desarrollo y sostenibilidad. Los constantes cambios tributarios y las nuevas exigencias del mercado y los consumidores llevan a que día a día las empresas deban implementar tecnología, procesos innovadores y generar valor agregado a sus productos y/o servicios; lo que eventualmente disminuye las posibilidades de crecimiento de las empresas colombianas en un entorno donde la competencia no es igualitaria. Por lo cual, es pertinente resaltar la participación de los emprendimientos y microempresas como los principales actores que conforman el tejido empresarial en Colombia.

Teniendo en cuenta el informe de dinámica de creación de empresas de Confecámaras, en el cual se analiza el comportamiento de la constitución de sociedades y matrícula de personas naturales para el año 2022, se crearon 310.731 unidades productivas, las cuales se encuentran ubicadas principalmente en el sector de servicios. Así mismo, los subsectores que más crecieron fueron expendio de bebidas alcohólicas para consumo dentro del establecimiento, peluquería y otros tratamientos de belleza, y otros tipos de alojamiento para visitantes.

Finalmente, de acuerdo con el tamaño de la empresa medido por el valor de sus activos, se evidencia que nuevas unidades productivas están conformadas por microempresas (99,6%), seguido por las pequeñas empresas (0,4%). (Confecámaras, 2022)

Dentro de la dinámica empresarial de la Cámara de Comercio de Ibagué se presenta una participación de más del 98% de micro y pequeñas empresas. Mientras las microempresas aportan el 97,50% del total de las empresas que conforman la jurisdicción, equivalentes a 30.104, las pequeñas participan con el 2,05% del total del tejido empresarial correspondientes a 632 empresas. Generalmente tanto las microempresas como las pequeñas presentan un modelo de negocio tradicional (negocio que ya existe en el mercado y que no cuenta con ningún elemento innovador o diferencial). Teniendo en cuenta las estadísticas de creación de empresas, durante el año 2022 se crearon 6.642 empresas nuevas y a su vez; 2.340 empresas terminaron con su actividad económica.

De la misma manera, los nuevos negocios o emprendimientos que se crearon durante el año 2022 se encuentran en el sector de servicios clasificados en los subsectores de: expendio de comidas preparadas, comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados y peluquerías. Lo cual permite inferir que, los negocios de la ciudad se desarrollan bajo un esquema que no garantiza la subsistencia ni la

perdurabilidad de este, teniendo como resultado final una alta mortalidad de negocios en la ciudad.

Debido a la gran cantidad de empresas que surgen bajo el mismo modelo de negocio, cada día es más difícil que los nuevos emprendimientos de la ciudad tengan éxito y se mantengan a flote en el mercado. Los emprendedores han dejado de lado la verdadera naturaleza de los emprendimientos (negocios innovadores, solución a un problema, creación de algo inexistente) y sólo se crean negocios nuevos con los mismos parámetros que los existentes; los emprendedores propositivos, líderes y con iniciativa carecen de participación en la ciudad.

En este contexto surge la pregunta:

¿Cómo aportar a la disminución de la mortalidad temprana de los nuevos negocios de subsistencia en la ciudad de Ibagué?

Objetivos

Objetivo general

Diseñar un modelo empresarial de intervención para fortalecer las capacidades organizacionales de las nuevas microempresas de subsistencia (emprendimientos espejo o imitación) que se generan en la ciudad de Ibagué de los sectores de expendio de comida, peluquerías y tiendas, apoyándolos en sus etapas de creación, estructuración, consolidación y desenvolvimiento empresarial.

Objetivos específicos.

- Caracterizar los principales modelos de negocio en la ciudad de Ibagué
- Identificar los principales nichos de mercado de la ciudad para los negocios que se crean en los sectores de expendio de comida, peluquerías y tiendas
- Diseñar la hoja de ruta de intervención para fortalecer los nuevos negocios de los sectores de expendio de comida, peluquerías y tiendas en la ciudad.
- Validar el modelo de intervención diseñado para fortalecer a las nuevas microempresas de los sectores de expendio de comida, peluquerías y tiendas.

Justificación

A través presente trabajo de investigación se describieron los antecedentes y el problema identificado el cual permite formular la pregunta de investigación, para dar paso al tema planteado para el desarrollo de la investigación. Adicionalmente, se enuncian los objetivos la justificación, así como la construcción del marco teórico, donde se hace la caracterización de los elementos claves e influyentes en los emprendimientos.

Fue indispensable realizar la identificación de los factores determinantes que influyen en el desarrollo y crecimiento de los emprendimientos tradicionales de manera que fueran enfocados hacía un camino diferenciador, en el cual los emprendimientos puedan evolucionar al punto de ser dinámicos y afrontar los cambios del mercado, para convertirse en las futuras empresas promotoras de desarrollo en la ciudad.

Para llegar a definir el plan de fortalecimiento empresarial para los nuevos emprendimientos en la ciudad de Ibagué, fue necesario realizar un análisis exhaustivo de la información adquirida tanto de fuentes primarios como de secundarias; de manera que a partir de esto se definieran las herramientas y lineamientos necesarios para una adecuada puesta en marcha de la estrategia.

Finalmente se realizan las conclusiones con base a los resultados obtenidos durante el proceso de investigación, los cuales a su vez se encuentran cohesionados con la información encontrada en las principales fuentes.

Marco Teórico

Teniendo en cuenta las diversas definiciones en torno al emprendimiento y los diferentes tipos de emprendimientos, para el desarrollo del presente trabajo se toman las siguientes definiciones en torno a diferentes autores:

El emprendimiento es la actitud y aptitud que tiene la persona para emprender una idea basada en oportunidades, lo cual es clave en la generación de empleo (García-Hernández et al., 2020), la innovación, la productividad, por ende, generar crecimiento económico (Flores et al., 2017).

Así mismo, se tiene que, la actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes” (Kundel, 1991).

El emprendimiento, es un término utilizado en el mundo de los negocios, debido a la creación de nuevos emprendimientos, basado en productos o servicios, unos más innovadores que otros (García-Pérez de Lema et al., 2016).

Para que el emprendimiento perdure, depende de varios factores como la liquidez y la rentabilidad. Por lo tanto, se considera perdurabilidad a la capacidad que tienen las empresas para perdurar o mantener una tasa de vida alta respecto a la puesta en marcha, teniendo en cuenta los diversos cambios que presenta el mercado y los avances tecnológicos, es decir; la empresa debe contar con la capacidad de adaptarse a los cambios bruscos que pueda tener en su entorno, de manera que puedan manejar el emprendimiento sin tener resultados negativos, transformando aquellas desventajas en soluciones representativas, que contribuyan al mejoramiento y de esta manera logre la perdurabilidad (Castillo, 2018).

Así mismo, el emprendedor empresarial es la persona que distingue oportunidades, genera ideas novedosas, plasma en productos o servicios innovadores y comercializa en el mercado (Acuña, 2021).

La orientación del emprendedor crea una imagen indispensable para el crecimiento social y económico de su localidad, región o país (Silveira-Pérez et al., 2016), sin embargo, luchan por mantener su emprendimiento en el mercado con base en la competitividad, innovación y adaptándose al mercado cada vez más competitivo y globalizado.

De acuerdo con De la Garza et al. (2017), el emprendimiento es el proceso de creación de un producto o servicio con un valor agregado a través de esfuerzo que hace sostenible en el tiempo.

El emprendimiento posee elementos indispensables, algunos de ellos son: el conocimiento, habilidades, destrezas y actitudes los cuales son imprescindibles en los emprendedores, que llaman poderosamente la atención de investigadores y académicos, que con el correr del tiempo se convierten en agendas de trabajo y políticas públicas, tanto en economías consolidadas como en economías emergentes (Machmud y Sidharta, 2016)

De acuerdo con lo anterior, el emprendimiento se ve reflejado en aquellos que están dispuestos a transformar y a innovar ya sea personalmente o como una empresa está poniendo en práctica la actividad de emprender.

(Say, 1776-1832) economista francés, afirma que aquel que se considera como un agente de cambio, que tiene la destreza para reunir y combinar los medios de producción, de la mano con los recursos naturales, humanos y económicos, con los cuales espera construir una entidad productiva, recuperando los recursos invertidos, y alcanzando las utilidades esperadas, es un emprendedor.

Otra de las características fundamentales de emprender es la innovación; La innovación es una de las herramientas clave de los emprendedores, el medio por el cual explotan el cambio

como una oportunidad para desarrollar diferentes ideas, negocios o prácticas; puede ser presentada como una disciplina, capaz de ser aprendida y necesaria para ser practicada (Drucker, 1986).

La innovación representa un camino mediante el cual el conocimiento se traslada y se convierte en un proceso, producto o servicio que incorpora nuevas ventajas para el mercado y para la sociedad (Castillo H., 1999).

Existen factores involucrados con el emprendimiento que determinan la perdurabilidad en el tiempo. Uno de estos factores recae en el financiamiento o el capital propio que puede tener el emprendedor para hacer frente a sus obligaciones, siendo que los resultados óptimos en los niveles de deuda son más evidentes en empresas diversificadas que en empresas enfocadas, ya que su capacidad de endeudamiento les permite estar más cerca de estos niveles (Ahuja y Novelli, 2017)

Otro de los factores a tener en cuenta es el capital humano, siendo este uno de los más importantes para mover el emprendimiento iniciado; sin embargo, o, este capital es difícil de cuantificar, pues, existen diversos factores que afectan la cantidad y calidad del capital humano, como la educación, que conduce a la especialización, la tasa de empleo y desempleo, y la cantidad y calidad de horas trabajadas (Erken et al., 2018).

Uno de los grandes desafíos después de emprender es que el emprendimiento perdure en el tiempo, y eso depende de los factores antes mencionados y otros que surgen durante su desarrollo. Sin embargo, la perdurabilidad en sí misma es un factor importante para el emprendimiento. Este concepto fue valorado desde sus inicios con la revolución industrial, hasta la empresa que conocemos hoy en día (Almaraz, 2020).

Hablamos de un emprendimiento perdurable cuando este se ve consolidado, es decir, es solvente y puede hacer frente a sus obligaciones empresariales. Una empresa consolidada maximiza sus ganancias y los beneficios (Yamada et al., 2020), además, tiene una buena e

importante gestión financiera para adquirir nuevas maquinarias y equipos, comprar insumos oportunamente y abonar retribuciones decentes a sus colaboradores.

Por otro lado, también es posible hablar del emprendimiento como un fenómeno social orientado a la mejora de las condiciones socioeconómicas de un grupo social o individuo en un contexto particular, sin duda, se ha constituido en la característica más importante que desde diferentes perspectivas teóricas y epistemológicas se ha dado para explicar tal iniciativa. Sin embargo, cuando se menciona los emprendimientos de subsistencia, lo que se evidencia es que estos surgen dentro de entornos desfavorables y cuyo horizonte está en la supervivencia. (Segura Gutiérrez, Vásquez Ávila, & Niño Gil, 2020)

Por otro lado, para (Sánchez et al., 2018), el emprendimiento también tiene una connotación social y se trata de un tipo de emprendimiento que busca brindar servicios o bienes a las necesidades insatisfechas de la sociedad, poniendo por encima de las expectativas personales el valor social.

Finalmente, se encuentran los emprendimientos de subsistencia, los cuales se anclan a perseguir una oportunidad en la cual de acuerdo con Zahra, Korri y Yu (2005) citado por García-Cabrera, Déniz-Déniz, y Cuéllar-Molina D. G. (2015, p.67) “[...] el emprendedor toma sus decisiones basándose tanto en criterios racionales como no racionales”, que podrían identificarse como atributos de su personalidad (asumir riesgos y ser auto eficiente), y que terminarían por influir de forma positiva en el desarrollo y mantenimiento de tales iniciativas dentro de los respectivos contextos en que se gestan.

Los emprendimientos de subsistencia han sido de forma tradicional representados como negativos para la dimensión económica en el mundo de la vida, obviando su valor como reconstructores de vínculos sociales en contextos de atomización. (Segura Gutiérrez, Vásquez Ávila, & Niño Gil, 2020)

Por otro lado, también es importante conocer las estrategias que se han utilizado durante los últimos años para fortalecer las micro y pequeñas empresas.

Según, En el ambiente empresarial, gran parte de las micro y pequeñas empresas carecen del conocimiento en temas contables, financieros y tributarios. Esto ha impedido el adecuado desarrollo y crecimiento para que sean competitivas a escala nacional e internacional. (Rey Romero, Velandia Daza, Vera-Ramírez, Puello Socarrás, & Peña Lapeira, 2019)

La consultoría empresarial se ha convertido en una herramienta estratégica para el fortalecimiento y crecimiento de los negocios, enfocada a dar un apoyo especializado a los directivos de las mipymes en cuanto a la toma de decisiones para el desarrollo del proceso administrativo que les permita ser más eficientes y competitivas. (Rey Romero, Velandia Daza, Vera-Ramírez, Puello Socarrás, & Peña Lapeira, 2019).

Metodología

Realizar un trabajo de investigación implica seguir una metodología estructurada que permita obtener resultados válidos y confiables.

El enfoque cualitativo en investigación es un método que se centra en la comprensión profunda y contextual de fenómenos a través de la recopilación y análisis de datos no numéricos. Este enfoque se utiliza para explorar experiencias, significados, perspectivas y contextos, a menudo a través de métodos como entrevistas, observaciones y análisis de contenido.

Características del enfoque cualitativo:

1. **Comprensión en profundidad:** busca una comprensión detallada y rica de los fenómenos estudiados, centrándose en la calidad y la complejidad de la información.
2. **Datos no numéricos:** la información se recopila en forma de texto, imágenes, grabaciones de audio o video, sin asignar números a los datos.

3. **Contextualización:** pone énfasis en comprender los fenómenos en su contexto natural y considerar las influencias culturales y sociales.
4. **Flexibilidad:** permite la adaptación y ajuste durante el proceso de investigación en función de nuevas ideas y descubrimientos.
5. **Análisis inductivo:** se utiliza un enfoque inductivo para analizar datos, permitiendo que los patrones y temas emerjan durante el proceso de investigación.
6. **Descripción detallada:** proporciona descripciones detalladas y narrativas de los fenómenos estudiados.

Para el desarrollo de la presente investigación, se realizó una encuesta a un grupo de 20 personas, para conocer aspectos importantes durante la etapa en la que funcionó el emprendimiento. La encuesta se aplicó de manera presencial a los emprendimientos de los sectores de expendio de comida, peluquerías y tiendas. La encuesta se estructuró de la siguiente manera:

1. Datos Demográficos:

Edad del emprendedor.

Género.

Nivel educativo.

Experiencia previa en emprendimiento.

2. Aspectos del Negocio:

¿Cuál era la naturaleza de su negocio?

¿Cuánto tiempo funcionó su emprendimiento?

3. Razones para empezar el negocio:

¿Cuáles fueron las principales motivaciones para iniciar su emprendimiento?

¿Cuáles eran sus metas y objetivos iniciales?

4. Desafíos financieros:

¿Cuáles fueron los principales desafíos financieros que enfrentó su emprendimiento?

5. Desafíos Operativos:

¿Qué desafíos operativos experimentó su emprendimiento?

7. Competencia y diferenciación:

¿Cómo manejó la competencia su emprendimiento?

¿Qué estrategias implementó para diferenciarse en el mercado?

8. Aprendizaje y adaptación:

¿Cómo aprendió y se adaptó su emprendimiento a los cambios en el mercado?

¿Hubo un proceso de retroalimentación y mejora continua?

9. Apoyo y recursos:

¿Qué tipo de apoyo o recursos buscaron para ayudar al crecimiento del emprendimiento?

¿Hubo dificultades para acceder a financiamiento o asesoramiento?

10. Lecciones aprendidas:

¿Qué lecciones importantes ha aprendido de la experiencia de emprendimiento?

¿Qué cambiaría si tuviera la oportunidad de comenzar de nuevo?

11. Futuros intentos emprendedores:

¿Tiene planes de emprender nuevamente en el futuro?

¿Qué medidas tomaría para aumentar las posibilidades de éxito en futuros emprendimientos?

Estas preguntas se realizaron con el objeto de proporcionar una visión completa de los desafíos y factores que contribuyeron al fracaso del emprendimiento.

Resultados de la aplicación de la encuesta:

La aplicación de la encuesta como parte de la metodología para la investigación, arrojó los siguientes resultados:

1. El 80% de los encuestados respondió que el motivo inicial de emprender fue la falta de ingresos, lo que indica que, la mayoría de los emprendedores no contaban con plan de negocios sólido que abordará estrategias, objetivos, estructura financiera y proyecciones.
2. La falta de comprensión del mercado objetivo, la demanda del consumidor y la competencia, incidieron en el fracaso de los emprendimientos, ya que los productos y/o servicios que no se ajustaban a las necesidades del mercado, por el contrario, eran emprendimientos tradicionales, los cuales ya existían en gran medida en el mercado.
3. Falta de innovación por parte de los emprendedores, para hacer diferencial el producto o servicio de la competencia. La incapacidad para adaptarse y adoptar la innovación influyó para que el emprendimiento quedará rezagado frente a la competencia.
4. Mala gestión financiera, falta de capital inicial o la incapacidad para obtener financiamiento llevaron a los emprendimientos a dificultades económicas y, en última instancia, al fracaso.

Adicionalmente, el 100% de los encuestados afirmó que esperan en un futuro poder emprender nuevamente, teniendo en cuenta los aprendizajes obtenidos durante su primera experiencia como emprendedores. Los encuestados, afirman que emprender es una forma de crecimiento personal y profesional, desafiándolos a superar obstáculos y aprender constantemente, así como la posibilidad tener la oportunidad de crear algo nuevo, aportar valor al mercado y satisfacer necesidades no cubiertas.

Conclusiones:

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos durante el proceso de investigación, es importante que exista un modelo de acompañamiento o intervención para los nuevos emprendedores de manera que les permita desarrollar con éxito los nuevos proyectos empresariales.

Teniendo en cuenta lo anterior, se plantea una incubadora de emprendimientos, para que esta sea el modelo de acompañamiento a los emprendedores; las incubadoras plantean programas diseñados para apoyar y fomentar el desarrollo de nuevas empresas y emprendimientos durante sus primeras etapas de vida. Estas incubadoras ofrecen una variedad de recursos, servicios y apoyo, con el objetivo de ayudar a los emprendedores a superar los desafíos iniciales y establecer negocios exitosos.

Las incubadoras de emprendimientos desempeñan un papel vital en el ecosistema empresarial al proporcionar un entorno de apoyo que ayuda a las nuevas empresas a superar los desafíos iniciales y a establecer una base sólida para el crecimiento a largo plazo.

Bibliografía

Segura Gutiérrez, J. M., Vásquez Ávila, L. P., & Niño Gil, J. (01 de Enero de 2020). *Emprendimientos de subsistencia: Concepto, alcances y limitaciones bajo el modelo neoliberal*. Obtenido de <https://web-s-ebsohost->

com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=4eb042df-fdaf-4b61-a11c-ac87033a26a0%40redis

Rey Romero, M. R., Velandia Daza, D. M., Vera-Ramírez, H. D., Puello Socarrás, G. E., & Peña Lapeira, C. J. (2019). *El emprendimiento social y la innovación como motor del crecimiento empresarial*. Bogotá: Bogotá : Corporación Universitaria Minuto de Dios. UNIMINUTO. Vicerrectoría Regional Bogotá Su.

Alzate, A. F. (2017). *Emprendimiento*. Bogotá : Fondo editorial Areandino. Obtenido de <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1207/Emprendimiento.pdf?sequence=1>

Blank, S., & Bob, D. (2013). *The Startup Owner's Manual*. España : Gestión 2000 es un sello editorial de Centro Libros PAFP, S. L. U.

Confecámaras. (2022). *Confecámaras red de Cámaras de Comercio - Análisis económico* . Obtenido de <https://confecamaras.org.co/analisis-economico>

Formichella, M., & Massigoge, J. (mayo de 2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con el empleo, la educación y el desarrollo local*. Obtenido de Researchgate: https://www.researchgate.net/publication/281465619_El_concepto_de_emprendimiento_y_su_relacion_con_el_empleo_la_educacion_y_el_desarrollo_local

Carmen, C., & Viveros, H. (2011). *Los Emprendedores Evolucionan El Concepto*. Obtenido de Gerencia de proyectos: http://files.gerenciadeproyectos-ctc.webnode.es/200000029-a9e07aadb3/Evolucion_conceptual_del_emprendimiento.pdf

Drucker, P. F. (1986). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: HarperCollins Publishers Inc

Castillo H., A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Intech Chile, pp. 1-21.

García-Cabrera, A. M., Déniz-Déniz, M. C. & Cuéllar-Molina D. G. (2015). Inteligencia emocional y emprendimiento: posibles líneas de trabajo. Cuadernos de Administración, 28 (51), 65-101. <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-51.ieep>

Acuña, E. L. (2021). Emprendimiento y resiliencia: Caso de las bodegas de barrio en el Perú durante la pandemia de covid-19. Desde el Sur, 13(1), 1-18. <https://doi.org/10.21142/DES-1301-2021-0012>

Silveira-Pérez, Y., Cabeza-Pullés, D. y FernándezPérez, V. (2016). Emprendimiento: Perspectiva cubana en la creación de empresas familiares. European Research on Management and Business Economics, 22(2), 70-77. <https://doi.org/10.1016/j.iedee.2015.10.008>

Machmud, S. y Sidharta, I. (2016). Entrepreneurial motivation and business performance of SMEs in the SUCI Clothing Center, Bandung, Indonesia. DLSU Business & Economics Review, 25(2), 63-78

- Lupiáñez, L., López-Cózar, C. y Priede, T. (2017). El capital intelectual y el capital emprendedor como impulsores del crecimiento económico regional. Cuadernos de Economía, 40(114), 223-235. <https://doi.org/10.1016/j.cesjef.2016.09.005>
- Méndez-Picazo, M. T., Galindo-Martín, M. A. y CastañoMartínez, M. S. (2021). Effects of sociocultural and economic factors on social entrepreneurship and sustainable development. Journal of Innovation & Knowledge, 6(2), 69-77. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.06.001>
- García-Hernández, Y., García-Rojas, J. A., RamírezSabino, A. I. y Amador-Martínez, M. de L. (2020). Formación académica e iniciativa emprendedora de los estudiantes de educación superior tecnológica. PODIUM, 38, 123-138. <https://doi.org/10.31095/podium.2020.38.8>
- De la Garza, M. T., Zavala, M. A. y López, J. A. (2017). Competencias del emprendedor y su impacto en el desempeño organizacional. Universidad & Empresa, 19(33), 53. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.4811>
- Sánchez, J., Martín, S., Bel Durán, P. y Lejarriaga, G. (2018). Educación y formación en emprendimiento social: Características y creación de valor social sostenible en proyectos de emprendimiento social. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, 129, 16-38. <https://doi.org/10.5209/REVE.62492>
- Ahuja, G. y Novelli, E. (2017). Redirecting research efforts on the diversification–performance linkage: the search for synergy. Academy of Management Annals, 11(1), 342-390. <https://doi.org/10.5465/annals.2014.0079>
- Erken, H., Donselaar, P. y Thurik, R. (2018). Total factor productivity and the role of entrepreneurship. The Journal of Technology Transfer, 43(6), 1493-1521. <https://doi.org/10.1007/s10961-016-9504-5>
- Almaraz, A. (2020). Perdurability, families, and internationalization processes: Approaches from business history in Latin America. Journal of Evolutionary Studies in Business, 5(2), 1-32. <https://doi.org/10.1344/jesb2020.2.i075>
- Yamada, A., Sakurai, Y. e Ishida, R. (2020). Influence of geographic distribution on real activities manipulation within consolidated companies: Evidence from Japan. Research in International Business and Finance, 54, 101306. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2020.101306>

Seminario de Investigación
Especialización

