

EL EMPRENDIMIENTO FRENTE A LA PANDEMIA DEL COVID-19 EN LA CIUDAD DE PASTO-COLOMBIA¹

THE EMPREDIMENT IN FRONT OF THE PANDEMIC COVID 19 IN THE CITY OF PASTO – COLOMBIA

Gloria Alicia Rivera Vallejo²
Claudia Magali Solarte Solarte³
Luis Viveros Almeida⁴
Verónica García Ibarra⁵

Resumen

El artículo hace parte del estudio “Personalidad del emprendedor y el emprendimiento frente al COVID – 19, en la provincia del Carchi y el departamento de Nariño” esboza una investigación para evaluar el accionar de las personas emprendedoras para mantener y/o crear sus organizaciones poniendo en juego su creatividad, innovación y la explotación de las oportunidades en un medio ambiente social de dificultad, o liquidar la empresa teniendo presente la percepción de las personas. La muestra estuvo conformada por 194 emprendedores con negocios en plena actividad económica durante el periodo diciembre 2020 – enero 2021, en un período de cinco años, por medio de la exploración de las bases estadísticas de Pasto. Entre los resultados que se encontraron están que la mayor parte de los emprendedores que mantienen sus negocios por lo menos hace cinco años son de género masculino con un 57%, en contraste con un 42% que son mujeres y en un mínimo porcentaje la población LGTBI. Finalmente, los empresarios nariñenses demostraron su carácter de resiliencia al utilizar diferentes estrategias para continuar con sus negocios a pesar de la pandemia.

Palabras clave: COVID-19, resiliencia, emprendimiento, crisis, oportunidad.

Abstract

The paper is part of the study "Personality of the entrepreneur and entrepreneurship against COVID - 19, in the province of Carchi and the department of Nariño" outlines an investigation to evaluate the actions of entrepreneurs to maintain and / or create their organizations putting at stake their creativity, innovation and exploitation of opportunities in a difficult social environment or liquidate the company keeping in mind the perception of people. The sample

Recepción: 10 agosto de 2021 /Evaluación: 05 octubre de 2021 / Aprobado: 12 noviembre de 2021

¹ Artículo científico resultado del avance del proyecto de investigación Personalidad del emprendedor y el emprendimiento frente al COVID – 19, en la provincia del Carchi y el departamento de Nariño.

² Administradora de Empresas, Magister en educación desde la diversidad, Docente Tiempo Completo Universidad Cesmag, <https://orcid.org/0000-0001-7568-7466>, garivera@unicesmag.edu.co

³ Administradora de Empresas, Magister en mercadeo, Docente Tiempo Completo Universidad Cesmag, <https://orcid.org/0000-0001-8844-2070>, cmsolarte@unicesmag.edu.co

⁴ Magister en Administración de Empresas, Docente Universidad Politécnica Estatal del Carchi, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3612-1798>, correo: luis.viveros@upec.edu.ec

⁵ Magister en Administración de Empresas, Docente Universidad Politécnica Estatal del Carchi, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4443-7461>, correo: veronica.garcia@upec.edu.ec

consisted of 194 entrepreneurs with businesses in full economic activity during the period December 2020 - January 2021, over a period of five years, through the exploration of the statistical bases of Pasto. Among the results found are that most of the entrepreneurs who have maintained their businesses for at least five years are male with 57%, in contrast to 42% who are women and a minimum percentage of the LGTBI population. Finally, Nariñense businessmen demonstrated their resilience by using different strategies to continue their businesses despite the pandemic.

Keywords: COVID-19, resilience, entrepreneurship, crisis, opportunity.

Introducción

En la investigación: “El emprendimiento frente al Covid-19 en la ciudad de Pasto-Colombia”, se propuso analizar como los emprendedores frente a la crisis generada por la pandemia del Covid-19 podían mantener sus empresas y/o crearlas, sin desconocer a las entidades que orientan bajo unas premisas y políticas los emprendimientos en Colombia y así ayudan a forjar el contexto empresarial.

Teóricamente, la idea de emprendimiento comienza a plantearse en Europa desde el siglo XVIII, por la importancia que el tema adquirió en la consolidación de la disciplina económica. Las investigaciones acerca del fenómeno emprendedor, en los actuales momentos, continúan fortaleciéndose por los beneficios que genera para la sociedad, creando una cultura a través de las prácticas empresariales que conlleva al desarrollo humano y social dentro de su capacidad productiva y de negociación, constituyéndose ambos en agentes de cambio orientados a mejorar la calidad de vida de las familias. Es así como, el emprendimiento es un factor que beneficia el crecimiento de las regiones a través del fortalecimiento de las empresas de los emprendedores.

Desde una perspectiva interdisciplinaria, se busca identificar como las condiciones políticas, económicas y ante todo sociales del departamento de Nariño, pueden favorecer el emprendimiento y por ende a las empresas, sin desconocer que el Covid -19 ha llevado a un detrimento económico y algunos empresarios han tenido que reinventarse para continuar en el mercado.

Según, Alzua, M & Gosis, (2020) En América Latina y el Caribe la producción ha experimentado un descenso de -3 y - 4%. La crisis generada por el COVID 19 podría traer como consecuencia el cierre de empresas lo cual afectaría el comercio y esto repercute en el aumento del desempleo, derivando en una crisis financiera a medida que disminuye el consumo; el emprendedor enfrenta problemas de liquidez que pone en riesgo a su negocio, especialmente pequeñas y medianas empresas.

Marco Teórico

Diversas miradas se han hecho sobre el emprendedor, sin embargo, según Osorio, F, Gálvez, E & Murillo, (2010) el emprendedor transforma situaciones de riesgo en procesos de inversión e innovación con el fin de poner en práctica la aplicación de nuevos métodos de producción, nuevos productos y nuevas formas de organización siendo capaz de motivar a otros para crear e innovar.

En este orden de ideas, se debe tener claridad sobre el concepto de espíritu empresarial el cual de acuerdo con Méndez, (2008) consiste en la actitud y talento que tienen las personas para identificar oportunidades de negocio, innovar, mejorar unidades productivas existentes y ante todo tienen iniciativa para emprender.

De igual forma, la creatividad juega un papel fundamental, es así como Summo, V., Voisin, S.& Tellez, (2016) La creatividad inicia con el reconocimiento de que en todas las personas hay una capacidad innata y que esta depende que se desarrolle de su entorno y de su educación, Runco (2004) explica que la creatividad es una respuesta útil y efectiva a los cambios evolutivos y es motor de la evolución cultural, ..., “generalmente está vinculada al comportamiento original, así, la originalidad es necesaria para la creatividad, pero no es suficiente”. (p. 658). La flexibilidad en las personas creativas genera la habilidad de hacer frente a los avances, oportunidades (crearlas), tecnologías y cambios que forman parte del entorno actual, de manera que la creatividad es reactiva; responde, generalmente, a problemas o desafíos.

En este sentido, según Barroso, F. (2012) afirma que hoy en día las empresas son más conscientes de que se requiere una comunicación asertiva, un liderazgo efectivo y ante todo reconocer que la creatividad es fundamental para resolver problemas y que de nada sirve tener un nuevo material si este no contribuye a trabajar con más eficiencia es decir no es innovador.

Paulus y Nijstad (como se citó en Runco, 2004) definieron a la creatividad como “el desarrollo de ideas originales que son útiles o influyentes” (p. 660). En ese sentido, la creatividad no es solo una reacción sino también una contribución al cambio y la evolución; es decir, propone la resolución de problemas y la búsqueda de problemas; además, juega un papel en las reacciones (por ejemplo, adaptaciones y soluciones), pero también es proactiva elemento fundamental del emprendimiento.

Por otra parte, Shane (2015) estudiaron el efecto de tener una personalidad creativa en la identificación de oportunidades de negocio y la tendencia a iniciar negocios; los resultados confirmaron que las personas con personalidades creativas son más propensas que otras a identificar oportunidades de negocios y comenzar negocios. Finalmente, en los procesos de emprendimiento es común encontrar a quienes creen que la creatividad y la innovación son los diferenciales para el éxito y la consolidación del negocio.

Saroghi, Libaers & Burkemper (2015) indican que la investigación empírica sobre el impacto de la creatividad en la innovación, aunque positiva, ha producido una amplia gama de resultados. Los resultados encontrados, sugieren una fuerte relación positiva entre creatividad e innovación, especialmente a nivel individual. Además, encontraron efectos de moderación interesantes donde la relación entre creatividad e innovación es más fuerte para las grandes empresas, las innovaciones de procesos y las industrias de baja tecnología en relación con las pequeñas empresas, las innovaciones de productos y las industrias de alta tecnología. A partir de los estudios citados, anteriormente, de forma general; la creatividad dentro del campo del emprendimiento se encuentra relacionada con múltiples dimensiones propias del emprendedor y el contexto donde se desempeña, entonces, es preciso profundizar en los elementos para medir la creatividad que convergen con la creación y el descubrimiento de oportunidades, sin dejar de lado la relación con la innovación.

Metodología

De acuerdo, a Hernández, R. et al. (2014) el enfoque metodológico que se aplicó en esta investigación fue el cuantitativo; de corte transversal y descriptivo simple, ya que se realiza una descripción de la situación de los emprendedores durante la crisis del covid19. En un primer alcance se trató de caracterizar la realidad de la población de emprendedores que mantienen sus negocios por lo menos hace cinco años en Pasto y algunos municipios del departamento de Nariño, por medio de la exploración de la información suministrada por la Cámara de Comercio de Pasto y del Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE- actualmente se

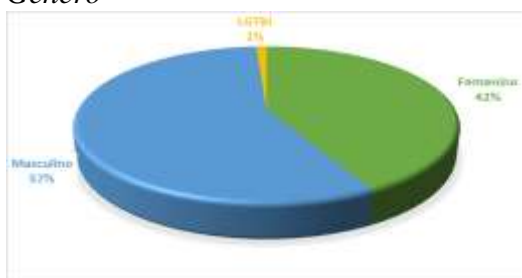
cuenta con una población de 1.830.567 habitantes de los cuales 918.907 son hombres y 911.660 son mujeres.

Para este efecto se aplicó una encuesta por medio electrónico (Microsoft formularios) a los emprendedores vía e-mail y mensajería de WhatsApp, debido a las restricciones ocasionadas por la pandemia, obteniendo 194 respuestas válidas de dichos emprendedores, mismas que fueron procesadas por medio de los aplicativos SPSS y Microsoft Excel, luego de estructurar y depurar la base de datos obtenida.

La validación del instrumento se realizó por medio de la revisión de expertos del área de administración y emprendimiento, se aplicó una prueba piloto, así mismo la fiabilidad del cuestionario en el levantamiento definitivo permitió obtener una Alfa de Cronbach de 0.89, coherente con el resultado del pilotaje.

Resultados

Figura 1
Genero

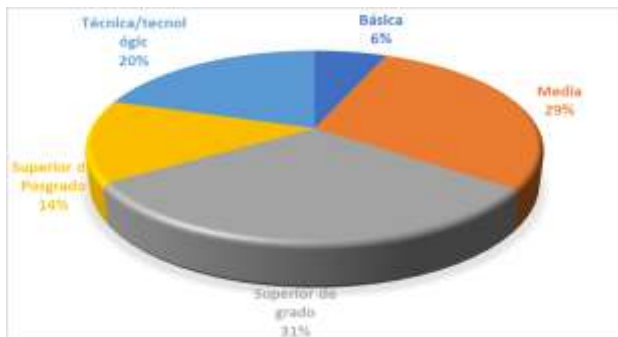


Con relación a la figura 1 se puede observar que la mayor parte de los emprendedores que mantienen sus negocios por lo menos hace cinco años son de género masculino con un 57%, en contraste con un 42% que son mujeres y en un mínimo porcentaje de 1% la población LGTBI.

Según, Colill, f, Ramirez, S.& Dasilva, (2019) cuando se menciona la palabra género es más un factor cultural y social en el que se menciona a hombres y mujeres, en cambio el sexo es una cuestión biológica que reconoce la diversidad más allá de la masculinidad y feminidad.

Por otra parte, para Ordoñez Gavilanes, M. (2019) existen diferencias en el comportamiento de las mujeres y de los hombres emprendedores quienes tienen diferentes motivaciones cuando se trata de emprender un negocio por cuanto las primeras se preocupan más por causas sociales y tienen un pensamiento altruista en tanto los hombres en su mayoría persiguen más objetivos económicos.

Figura 2
Nivel de formación

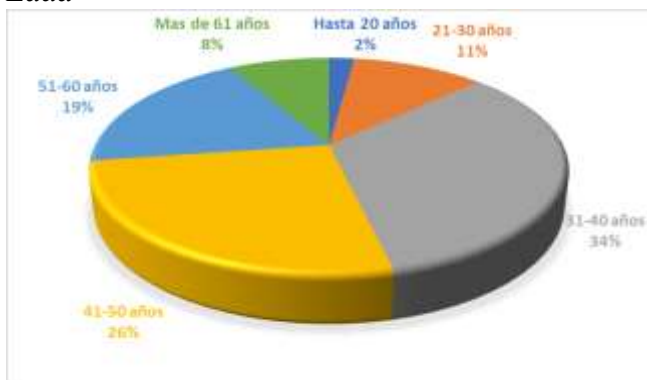


Con relación a la figura 2 se encontró que el 31% de los emprendedores tienen un nivel de formación superior de pregrado, 29% de educación media, 20% de nivel técnico o tecnológico y 14% de postgrado.

En este sentido, Rodríguez, (2016) afirma que la educación se constituye en el eje fundamental de una sociedad por la influencia que este factor ejerce en el desarrollo de esta y más aún porque es el entramado del comportamiento y de los valores que les da identidad a las personas. Es así como, la crisis derivada por la pandemia del COVID 19 y los paros de índole social que se presentaron exigieron que los emprendedores al tener un nivel de formación relativamente alto tuviesen en cuenta las directrices relacionadas con los planes locales, regionales y nacionales, para adoptar estrategias en pro de la consecución de recursos que contribuyeran al desarrollo de sus empresas y por ende al de la sociedad. Además, la educación en competencias de diversa índole permitirá obtener el empleo que dinamice la realidad económica (Contreras, J. et al., 2017)

Figura 3

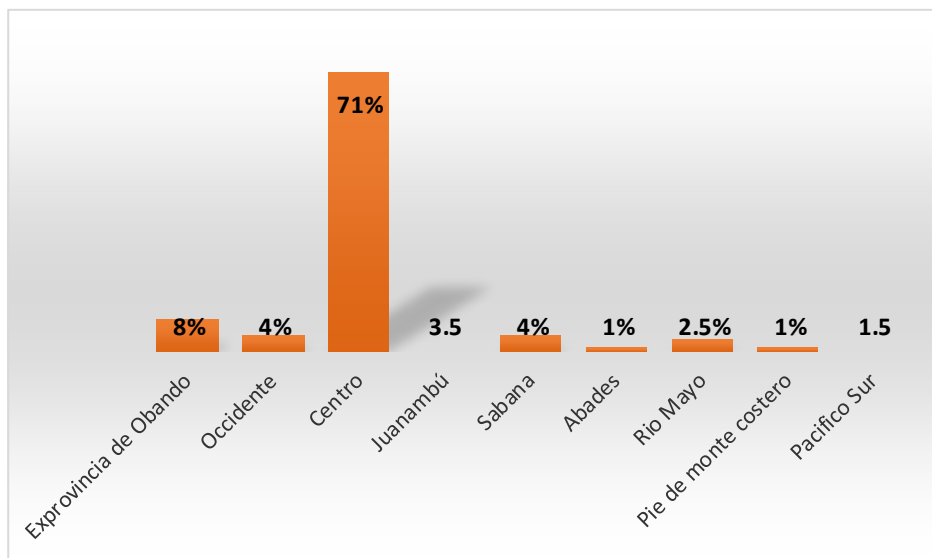
Edad



Los mayores porcentajes se mantienen a partir de los 31 años, en ese rango de edad existe mayor propensión al emprendimiento y se mantiene hasta los 60 años. Es decir, la motivación hacia el emprendimiento y la edad tienen directa correlación.

Por otra parte, de acuerdo con Salazar, F. y Nayascual, (2020) independientemente de la edad, para el Gem el emprendimiento se ve afectado por factores del entorno y las capacidades de los individuos para identificar, procesar y alcanzar iniciativas emprendedoras.

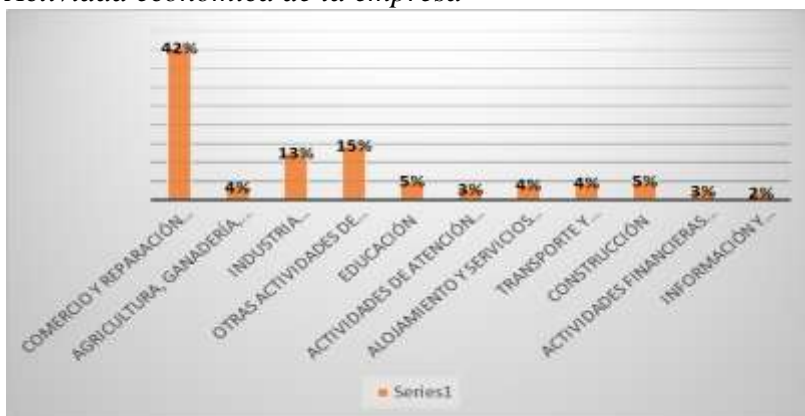
Figura 4
Lugar de emprendimiento



El departamento de Nariño se subdivide en varias regiones como la exprovincia de Obando que comprende Córdoba, Ipiales, Gualmatan, Cumbal, Guachucal y Puerres con un 8%; la región de Occidente que involucra a Ancuya, Consaca, Linares y Sandoná con un 4%; la región Centro representado por Pasto, Chachagüí y Yacuanquer con un 71%; la región de Juanambú que comprende Buesaco, la Unión y Pedro de Cartago con un 3.5%; la región de la Sabana representado por Guaitarilla, Ospina y Tuquerres con un 4%, la región de los Abades que comprende Providencia y Samaniego con un 1%; la región de Río Mayo que comprende La cruz y San pablo con un 2.5%; Pie de Monte Costero representado por Ricaurte con un 1% y la región del Pacífico Sur que comprende Tumaco con un 1.5%.

De acuerdo con la figura 4, la región donde más proyectos de emprendimiento se realiza es en la región Centro con un 71%, seguido de la exprovincia de Obando con un 8%, le siguen la región de Occidente con un 4% al igual que la región de la Sabana con un 4%.

Figura 5
Actividad económica de la empresa



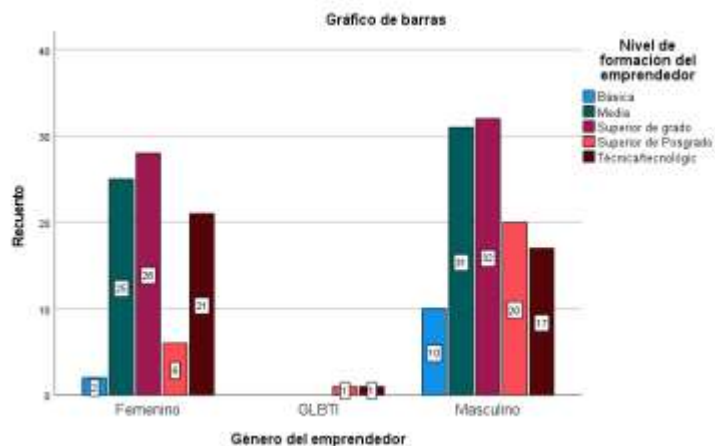
De acuerdo con la CEPAL, (2020) las empresas en Colombia experimentaron una caída en las ventas del 96%, de allí que el 82% de las organizaciones formales solo podrían permanecer entre uno y dos meses con sus propios recursos.

De la información obtenida se pudo encontrar que el 42% de los emprendedores nariñenses desarrollan actividades de comercio y reparación de vehículos, solo el 13% se dedican a la industria manufacturera y el 15% se dedica a otras actividades.

De acuerdo con Bullemore, J. y Fransi, (2021) en los tres meses comprendidos por marzo, abril y mayo, las empresas disminuyeron significativamente sus actividades comerciales, sin embargo, después de cuatro meses no existe evidencia sobre el impacto en las organizaciones.

Figura 6

Nivel de formación del emprendedor vs. genero del emprendedor

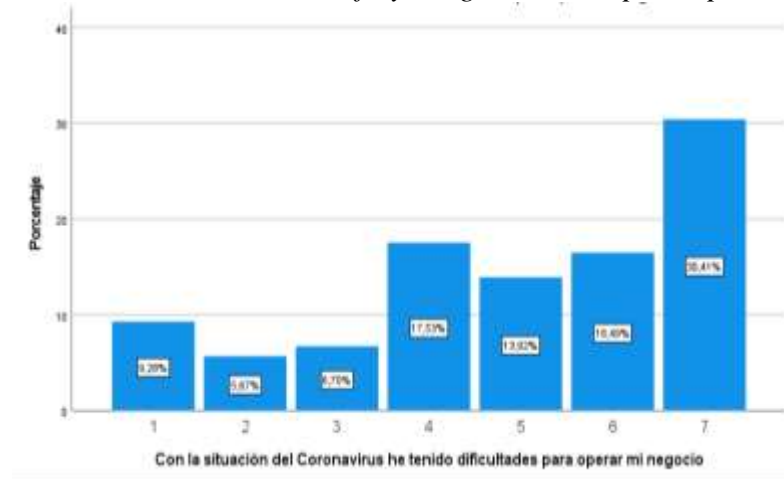


Con relación al género del emprendedor y su nivel de formación, la mayoría de las personas encuestadas son hombres, 32% tienen un nivel de formación de pregrado, 20% de postgrado, 31% de educación media y 10% educación básica; con respecto a las mujeres 28% tienen un nivel superior de pregrado, 25% de educación media y 6% de postgrado; con relación a la población LGBTQI que corresponden a un 2% de la población encuestada, su nivel de formación es de postgrado.

De acuerdo a Castro, (como se cito en Contreras, et al, 2017) el emprendimiento se facilita cuando se tiene un mayor nivel de educación, porque se tiene la habilidad para dar solución en forma creativa a los problemas que se presenten, además, trabajar en equipo y desarrollar actitudes asertivas para comunicarse en forma más efectiva al igual que tomar riesgos.

Figura 7.

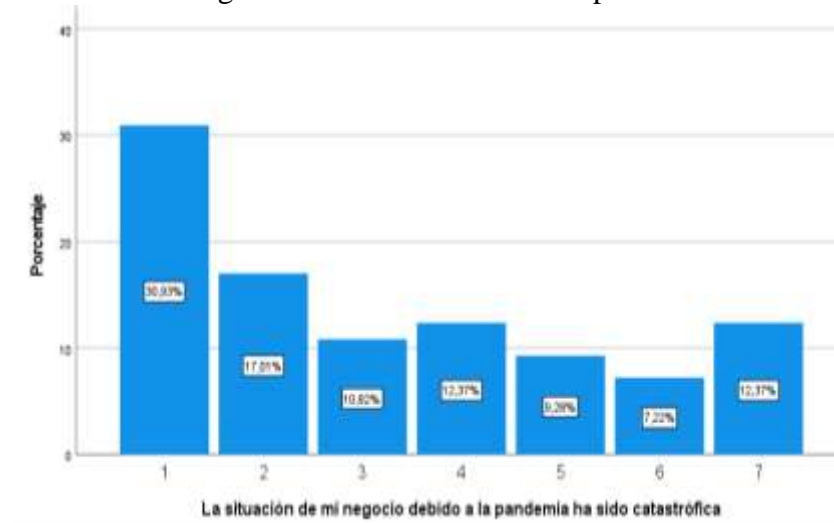
Situación del COVID 19 influyo negativamente para operar su empresa



Como se puede apreciar en la figura 7 con relación a los números que están por encima de 4, que corresponde a un 61% los emprendedores afirman que han tenido dificultades para operar su negocio en cuanto a la coyuntura del coronavirus, durante esta época las empresas se vieron afectadas fuertemente con el cierre de sus negocios dejando consecuencias inesperadas ya que no se estaba preparado para afrontar este escenario de cambios tan drásticos, es así como, tuvieron que reinventarse y acoplarse a la nueva realidad para sobrevivir de alguna manera, esta es una de las razones por las cuales los emprendedores no visualizaban un panorama más positivo; sin embargo en menor grado con un 39% los empresarios consideran que durante la pandémica pudieron aprovechar a su favor esta situación al reinventarse con el desarrollo de nuevas actividades o negocios.

Figura 8

Situación del negocio fue caótica debido a la pandemia



De acuerdo, a la figura 8 se observa que en un 71% la mayoría de los emprendedores consideran que aunque su situación durante la pandemia fue difícil por cuanto se vieron abocados a una reducción fuerte en el volumen de producción ocasionado por la disminución de

las ventas y por ende se tuvo que tomar determinaciones drásticas como la liquidación de personal, e inclusive algunas empresas tuvieron que cerrar; sin embargo, los empresarios manifestaron tener un gran espíritu de resiliencia al adoptar diferentes medidas con sus empleados como la rotación en las jornadas de trabajo, y vacaciones colectivas entre otros. De igual forma, solo un 29% consideraron que la situación de la pandemia fue caótica porque se vieron obligados a cerrar sus negocios.

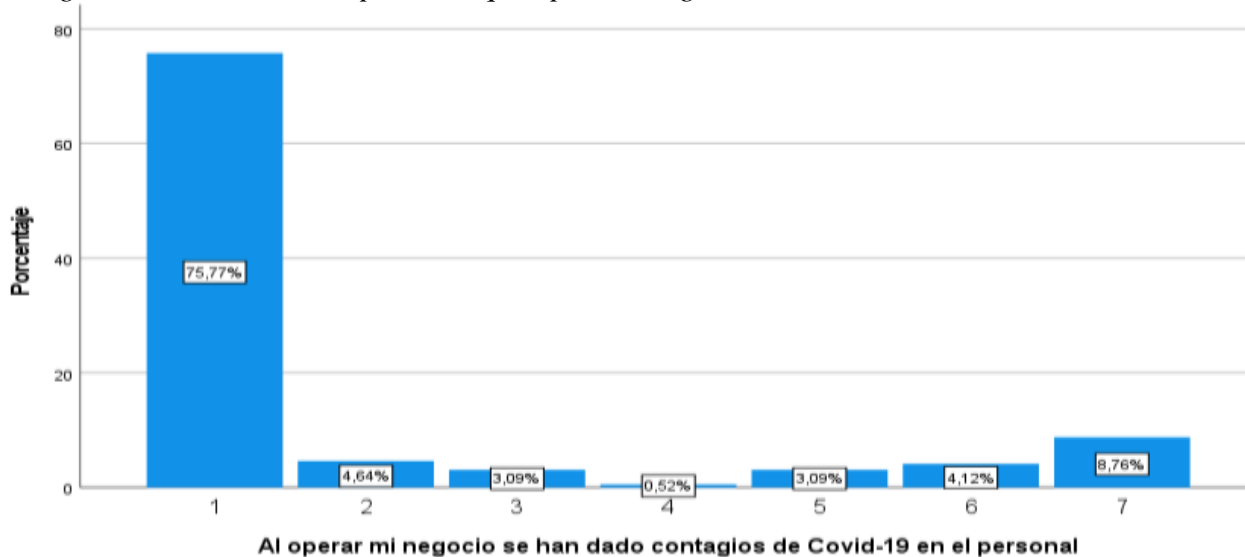
Figura 9.

Oportunidad del negocio debido a la pandemia



En la figura 9 se corrobora las respuestas que se obtuvo en la información anterior porque el 66% de las emprendedores encuestados consideran que la pandemia no fue una oportunidad, antes por el contrario lograron sobrevivir gracias a que tuvieron que realizar un esfuerzo conjunto con todos sus colaboradores para planear estrategias como realizar una reingeniería en la prestación de sus servicios a domicilio, contratar a su personal por turnos (cada quince días) y manejar una alta rotación de sus empleados. Por otra parte, un 33% de los empresarios consideran que debido a la pandemia tuvieron que reinventarse dándole un giro total a sus negocios, incursionando en actividades nuevas con productos nuevos.

Figura 10.
Contagio de COVID 19 en el personal que opera el negocio



Con relación a la figura 10 se observa que el 84% de los encuestados afirma que el personal no se contagió por el COVID 19, así lo corrobora Zabaleta, S y Gaona, J. (2020) cuando manifiestan que debido a que se implementaron diferentes estrategias como el teletrabajo, para que los colaboradores realizarán su trabajo desde sus hogares, cuando se consideraba que el personal no era necesario para laborar dentro de las empresas, Solo 16% de los empresarios afirma que algunos de sus empleados se contagiaron.

Discusión

Una vez analizados los resultados de estudio se pudo observar que para continuar con los negocios y fortalecer la actividad económica que estos desarrollan es determinante la edad del emprendedor, ya que se genera una mayor propensión a ser innovador cuando se tiene una mayor madurez, aunque disminuye cuando se tienen demasiados años por la disminución de algunas facultades mentales (Aubert et al., 2006). Respecto al nivel de educación se constituye en un componente definitivo en la adopción de estrategias para sobrevivir frente al COVID y las otras situaciones que se suscitaron; es decir, a mayor nivel educativo de los empresarios mayor capacidad de resiliencia.

Según Saleebey (como se citó en Sánchez et al, 2010) la resiliencia se da cuando una persona es capaz de sobreponerse a las diferentes crisis que se presentan en su vida; esta es una cualidad fundamental en los emprendedores porque les permite afrontar los obstáculos y sortear de una manera proactiva las adversidades que se presenten en su vida.

En este contexto, se puede afirmar que los empresarios del departamento de Nariño poseen una actitud de resiliencia que les permitió adaptarse a las circunstancias de dificultad por efecto del COVID 19 y los paros; logrando utilizar estrategias que les permitió reinventarse (Sánchez, J., et al. 2010).

Con respecto al género, el estudio demostró que tanto en los hombres como las mujeres las necesidades de la familia son fundamentales cuando se trata de ser emprendedores. Según Avolio, B & Di Laura, (2017) la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) las mujeres han logrado que sus emprendimientos se conviertan en una fuente de innovación y creación de empleos.

En estas circunstancias, se puede observar como el efecto del Covid – 19 hizo que muchas de las actividades económicas se suspendieran total o parcialmente. Específicamente en aquellas que tienen que ver con sectores donde hay más aglomeraciones de personas como: espectáculos, restaurantes, hoteles, transporte y servicios personales, sin embargo, fue menor en actividades donde era indispensable que los consumidores tenían que acceder a artículos de primera necesidad como medicamentos y alimentos entre otros.

En este orden de ideas, es importante tener en cuenta que las empresas de los emprendedores Nariñenses en su gran mayoría no se vieron favorecidas por entornos que les permita ser más innovadores. El emprendimiento surge por una necesidad, una oportunidad o simplemente es una actitud proactiva frente a diversas circunstancias de la vida que requieren el desarrollo de competencias. En este sentido, se puede afirmar que si bien es cierto el nivel de educación es relevante en el momento de crear empresa, es mayor el número de hombres con propensión al emprendimiento frente a las mujeres.

Conclusiones

En general, de acuerdo a Sánchez (2010) la persona que emprende mira los problemas como un reto, un desafío que hace que se proponga metas que lo lleven al éxito empresarial y personal, que si se obtienen proporciona un sentimiento de realización personal; además, hace que el emprendedor sea creativo e innovador; sin embargo, con relación al COVID 19, la mayoría de los emprendedores percibieron una situación de crisis que debieron enfrentar si querían sobrevivir, asumiendo una actitud resiliente.

La actividad económica a la que los emprendedores más se dedican son las relacionadas con comercio y reparación ante las cuales asumieron una actitud positiva frente al Covid-19, porque indican representan mayores oportunidades para enfrentar dificultades para operar un negocio.

El nivel de formación de pregrado está presente tanto en hombres como en mujeres y son los primeros los que más emprenden, ya sea porque muchas veces se les brinda mayor apoyo económico por parte de sus familias desconociendo el potencial que tienen las mujeres.

Los resultados de investigaciones anteriores coinciden en que los emprendedores en su gran mayoría son hombres, con edades por encima de los 34 años; y su nivel educativo e ingresos tienen una relación positiva con sus aspiraciones emprendedoras.

Una de las estrategias que utilizaron los empresarios para enfrentar la crisis generada por el Covid-19 fue el teletrabajo, la rotación de los empleados, vacaciones colectivas, reinventando la prestación de su servicio a través de adaptar la infraestructura y transporte para prestar el servicio a domicilio.

El nivel educativo de los microempresarios está directamente relacionado con una mayor capacidad de innovación, además, la motivación para emprender esta conexas con la capacitación y la adquisición de conocimiento e información. Jaramillo, J. et al (2012).

Con relación a las limitaciones de esta investigación se puede mencionar que tener en cuenta solo las bases de datos ya sea de la Cámara de Comercio de Pasto o del DANE sin hacer una depuración más exhaustiva puede producir sesgos.

Como futuras líneas de investigación, se puede realizar una investigación de carácter cualitativo con entrevistas en profundidad a los gerentes – emprendedores para verificar su percepción de los problemas relacionados con la crisis que experimentaron sus empresas durante la crisis de la pandemia del Covid -19.

Finalmente, se sugiere en futuros estudios profundizar en el tema de la resiliencia de los emprendedores y como este influye en el liderazgo para que un emprendedor explore mejor las oportunidades existentes y los procesos de innovación.

Referencias bibliográficas

- Alzua, M & Gosis, P. (2020). Impacto Social y Económico de la COVID-19 y Opciones de Políticas en Argentina. *Serie de Documentos de Política Pública*. file:///C:/Users/Gloria/Downloads/UNDP-RBLAC-CD19-PDS-Number6-ES-Arg.pdf
- Avolio, B & Di Laura, G. (2017). *Progreso y evolución de la inserción de la mujer en actividades productivas y empresariales en América del Sur*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42031/1/RVE122_Avolio.pdf
- Aubert, P. and Caroli, E. and Roger, M. (2006). New technologies, organization and age: firm-level evidence. *The Economic Journal*. 116(509):73-93.
- Barroso, F. (2012). Importancia y aplicaciones de los conceptos de la creatividad en empresas constructoras. <https://www.redalyc.org/pdf/467/46725067002.pdf>
- Bullemore, J. y Fransi, E. (2021). La dirección comercial en época de pandemia: el impacto del covid-19 en la gestión de ventas. *Información Tecnológica*, 32, 199–208. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/infotec/v32n1/0718-0764-infotec-32-01-199.pdf>
- CEPAL. (2020). Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación. *Informe Especial Covid 19 - No. 4*.
- Colill, f, Ramirez, S.& Dasilva, S. (2019). Importancia del sexo/genero y su distinción en la investigación biomedica. *Hacia La Promoción de La Salud*, 24, 11–13. <https://www.redalyc.org/journal/3091/309162719002/movil/>
- Contreras, J. Wilches, S., Rivas, M. y Bautista, M. (2017). Educación Superior y la Formación en Emprendimiento Interdisciplinario: Un Caso de Estudio. *Formación Universitaria*, 10. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-50062017000300003&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Chávez, A. (2016). *La importancia del emprendimiento en la educación media en Colombia*. [Tesis de postgrado, Universidad Militar Nueva Granada]. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14203/Rodr%C3%ADguezChavesAnaMar%C3%ADa2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Duarte, T. y Ruiz, M. (2009). Emprendimiento una opción para el desarrollo. <https://www.redalyc.org/pdf/849/84917310058.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Batista, P. (2014) <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Jaramillo, J. Escobedo, J. Morales, J., Ramos, J. (2012). Perfil emprendedor de los pequeños empresarios agropecuarios en el Valle de Puebla, México. *Revista Entramado*, 8.
- Méndez, R. (2008). Formulación y evaluación de proyectos. *Libro*.
- Ordoñez Gavilanes, M. E. Ruiz Alvarado, P. y Rodríguez Pillaga, R. (2019) Emprendimiento comunitario con enfoque de género: Un estudio en el cantón Cañar. *Revista de Ciencias Sociales* 25 (4). 1-13 <https://www.redalyc.org/journal/280/28062322011/28062322011.pdf>
- Osorio, F, Gálvez, E & Murillo, G. (2010). La estrategia y el emprendedor diversas perspectivas para análisis. *Cuadernos de Administración. Universidad Del Valle*. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-46452010000100006

- Rodriguez, A. (2016). *La importancia del emprendimiento en la educación media en Colombia* [Universidad Militar Nueva Granada]. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14203/RodríguezChavesAnaMaría2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Runco, M. (2004). Creativity. *Annual Review of Psychology*, 55, 657–687. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.141502>
<https://psycnet.apa.org/record/2004-10385-023>
- Ruiz, M., Peña, J.; y Prieto, B. Prieto (2020). Caracterización y motivaciones para el emprendimiento femenino en MiPymes de Villavicencio – Colombia. *Revista Tendencias*. 21 (2). 146 -166. <http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v21n2/2539-0554-tend-21-02-146.pdf>
- Salazar, F. y Nayascual, L. (2020). El comportamiento emprendedor en Ecuador, Chile y Colombia. *Sathiri*.
<https://revistasdigitales.upec.edu.ec/index.php/sathiri/article/view/930/2261>
- Saroooghi, H., Libaers, D. & Burkemper, a. (2015). Examining the relations between creativity and innovation: A meta – análisis of organizational, cultural, and enviromental factors. *Journal of Business venturing*, 30 (5), 714 – 731. doi: 10.1016/J.jbusvent.2014. 12.003
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2015). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217- 226.
- Smith, A. W., Moghaddam, K., & Lanivich, S. E. (2019). A set-theoretic investigation into the origins of creation and discovery opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 13(1), 75-92. doi:10.1002/sej.1299
- Summo, V., Voisin, S.& Tellez, B. (2016). Creatividad eje de la educación del siglo 21. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*.
<https://www.redalyc.org/journal/2991/299143567005/html/>
- Terán, A. y León, G. (2010). Visión del emprendimiento desde el Estado y la universidad: El plan de desarrollo de Antioquia visión 2020 con el programa de emprendimiento de la UPB, *Revista Ciencias Estratégicas*: 18(23), 119-129.
<https://www.redalyc.org/pdf/1513/151313724009.pdf>
- Zabaleta Contreras, S. y Gaona Pardo, J (2020). Como están afrontando la crisis las empresas colombianas durante el COVID 19.
<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24627/1/ENSAYO%20MOVILIDAD%20TECNICA%20INTERNACIONAL%20ADMON%20FINANCIERA.pdf>