

## Fortalezas y debilidades de los jóvenes emprendedores desde la visión de las ciudades inteligentes

### Strengths and weaknesses of young entrepreneurs from the smart cities' viewpoint

Jiménez Coronado, Angelica María; Hernández-Palma, Hugo Gaspar; Pitre Redondo, Remedios Catalina

**Angelica María Jiménez Coronado**  
hugohernandezp@mail.uniatlantico.edu.co  
Universidad del Atlántico, Colombia

**Hugo Gaspar Hernández-Palma**  
hugohernandezp@mail.uniatlantico.edu.co  
Universidad del Atlántico, Colombia

**Remedios Catalina Pitre Redondo**  
hugohernandezp@mail.uniatlantico.edu.co  
Universidad de la Guajira, Colombia

**Desarrollo Gerencial**  
Universidad Simón Bolívar, Colombia  
ISSN-e: 2145-5147  
Periodicidad: Semestral  
vol. 14, núm. 2, 2022  
desarrollogerencial@unisimonbolivar.edu.co

Recepción: 16 Febrero 2022  
Aprobación: 18 Octubre 2022  
Publicación: 16 Noviembre 2022

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/722/7223646004/>

DOI: <https://doi.org/10.17081/dege.14.2.5689>

**Resumen: Objetivo:** El propósito de este estudio se centró en caracterizar las fortalezas y debilidades de los jóvenes emprendedores desde la visión de las ciudades inteligentes con el fin de identificar los elementos más significativos en su comportamiento.

**Método:** Se desarrolló un estudio descriptivo-comparativo en el que se analizaron 19 dimensiones de personalidad. Se trabajó sobre una población de 500 empresarios de la ciudad de Barranquilla, Colombia, tomando como muestra un grupo de jóvenes empresarios menores de 26 años.

**Resultados:** Se identificaron hallazgos relevantes para su uso en el diseño de propuestas gubernamentales o fortalecimiento de programas educativos; encontrando que las dimensiones de autoconfianza, escucha activa y perseverancia fueron las competencias de personalidad mejor percibidas entre los jóvenes de ambos géneros; y, asimismo, destacándose la competitividad, constancia y curiosidad, dentro del grupo de competencias laborales. De igual forma, en las dimensiones de perseverancia y originalidad, las mujeres obtuvieron mejores calificaciones; mientras que, en el ingenio, los hombres mostraron mejores resultados.

**Conclusiones:** Los hallazgos encontrados permiten dar cuenta que los jóvenes de la ciudad de Barranquilla poseen un alto nivel de potencialidad para su crecimiento en el ámbito emprendedor.

**Palabras clave:** Ciudades emergentes, Desarrollo económico, Dimensiones de emprendimiento, Desarrollo urbanístico, Oportunidades de emprendimiento, Población joven.

**Abstract: Goal:** This study focused on characterizing the strengths and weaknesses of young entrepreneurs from the smart cities' viewpoint to identify the elements in their behavior that were the most significant.

**Method:** A descriptive-comparative study was developed in which 19 dimensions of personality were analyzed. A population of 500 entrepreneurs was studied in the city of Barranquilla, Colombia, and the sample comprised a group of young entrepreneurs aged under 26.

**Results:** Relevant findings were identified among the results for use in designing governmental proposals or in strengthening educational programs; the dimensions of self-confidence, active listening, and perseverance were found to be the

personality competencies best perceived among young people of both genders. Additionally, competitiveness, perseverance, and curiosity were highlighted within the group of work competencies. Similarly, in the dimensions of perseverance and originality, women obtained better scores, while men showed better results in ingenuity.

**Conclusions:** The findings provided evidence that the young people of the city of Barranquilla account for a great deal of potential for growth in the entrepreneurial field.

**Keywords:** Emerging cities, Economic development, Entrepreneurship dimensions, Urban development, Entrepreneurship opportunities, Young populations.

## INTRODUCCIÓN

Actualmente, el emprendimiento es un fenómeno que ha ido comprendiendo la dinámica social en los distintos tipos de comunidades que se desarrollan a nivel global, este se ha utilizado, no solo como un recurso para desarrollar ideas innovadoras, sino también como alternativas al desempleo o al ejercicio de un oficio o profesión en condiciones laborales deseadas, que derivan en oportunidades de desarrollo económico destacables (Pitre-Redondo et al., 2017; Ramírez et al., 2021).

Este fenómeno se presenta como una de las variables que demarca un gran interés en los estudios científicos, sobre todo en las poblaciones jóvenes, de modo que permita recabar información para la estructuración de políticas públicas que logren estimular el desarrollo del comportamiento e intención hacia el emprendimiento.

Autores Arango et al. (2020), destacan la definición de un primer concepto de emprendimiento como la búsqueda de oportunidades sin tener en cuenta los recursos de los que se tienen control y, el segundo, como el estado mental de un individuo hacia la creación de nuevos negocios.

Por otra parte, Acs et al. (2007) manifiestan que la actividad emprendedora es la respuesta a los estímulos gubernamentales dispuestos para esto, de tal manera que permite crear un ambiente de oportunidades y crecimiento para ser aprovechado por los nuevos empresarios. En consecuencia, si una ciudad emergente se proyecta como ciudad inteligente o *Smart City*, debe considerar la influencia que ejercen sus políticas públicas en el comportamiento emprendedor de sus habitantes, sobre todo, en aquellos que son jóvenes, puesto que son los individuos llamados al fortalecimiento de la nueva economía.

Un estudio de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2017) establece que el emprendimiento en América Latina es fundamental en el desarrollo económico de la región, en la medida en que las pequeñas y medianas empresas (PyMes) constituyen el 90% del aparato empresarial de esta área, aportando el 80% del empleo total y contribuyendo con el 70% del Producto Interno Bruto (PIB) de los países que lo conforman. Así mismo la diversidad de los emprendimientos es característica de estas poblaciones, primando las microempresas y la informalidad, siendo evidentes la existencia de barreras que obstaculizan el desarrollo de los proyectos productivos.

En este sentido, y en función de los motivadores que impulsan estas iniciativas, los jóvenes se ven cada vez más inclinados hacia este tipo de alternativas de empleabilidad, llevándolos a desarrollar proyectos y conformar empresas sin contar con los recursos suficientes y necesarios para garantizar un adecuado desarrollo de las ciudades y por ende de la región (CEPAL, 2017).

A su vez, la CEPAL (2019) asegura que en el continente aproximadamente un 16% de los jóvenes recurren al emprendimiento como medio de subsistencia, quienes muchas veces provienen de hogares con ingresos medio bajos lo que les dificulta el acceso a recursos financieros para la puesta en marcha de sus ideas de

negocio. Este tipo de emprendimientos por factores de necesidad según evidencia científica y a partir de la perspectiva de los autores podrían tender a tener un nivel de éxito poco elevado. Ciertamente, se reconoce que los procesos de emprendimiento no solo benefician a los pobladores de una comunidad en especial, sino que también, generan aportes positivos al entorno productivo del país, en la medida en que los estímulos para el desarrollo de ideas innovadoras (Coronado et al., 2018; Niebles et al., 2020).

En consecuencia, Colombia es uno de los países que han identificado al emprendimiento como el componente principal y la ruta para el desarrollo y progreso económico, por lo cual sus políticas gubernamentales se han enfocado en incentivar el desarrollo de las competencias del emprendimiento dentro de la formación técnica o profesional en las diversas entidades educativas que ejercen en el país; así como también el desarrollo de programas estatales que faciliten el desarrollo de propuestas de negocio innovadoras, como la creación de nuevas empresas, ayudando a sus fundadores con el suministro de conocimientos y laboratorios de innovación para el fortalecimiento de sus propuestas, con miras a incursionar efectivamente en mercados altamente competitivos (Buitrago, 2014).

Asimismo, a nivel nacional, Barranquilla es una ciudad costera emergente que registra una actividad emprendedora (*Total Entrepreneurial Activity TEA*) del 24,62%, mostrándose superior al de Colombia, que alcanza un 20,64%, lo cual pone en evidencia que el nacimiento de nuevas empresas representa un factor de impacto en el desarrollo de esta ciudad. Adicionalmente, este comportamiento emprendedor también se ve reflejado en la tasa de creación de empresas, representado por el 8,62% y la correspondiente a empresarios establecidos que alcanza un 17,8%, superando igualmente las cifras del país, las cuales son representadas por un 12,22% (Global Entrepreneurship Monitor-GEM, 2014).

Dado el contexto anterior, el presente estudio reconoce la gran relevancia que posee el emprendimiento como un fenómeno social y económico que impacta de forma positiva al entorno en un proceso de transformación y desarrollo hacia la igualdad y la dignidad, en donde se generan nuevos empleos y hay desarrollo tecnológico de las ciudades. De esta manera, el potenciar y promover los procesos de emprendimiento exitoso es una de las preocupaciones más grandes de la actualidad, buscando por parte los entes públicos el aprovechamiento de las nuevas tendencias tecnológicas como eje central de este hecho.

En este ámbito surge la iniciativa de una *Smart City Station* como alternativa para manejar las posibilidades de acción de los ciudadanos y gobiernos en espacios públicos, de manera tal que se logre versatilidad en el uso de las herramientas tecnológicas disponibles, con diversos fines, según las necesidades de las entidades públicas y privadas (Berrone y Ricart, 2017). Estas nuevas herramientas basadas en el IOT (inteligencia de las cosas) podrían ser aprovechadas por parte los nuevos emprendimientos; quienes podrían enlazar sus ideas de negocio innovadoras a las potencialidades disponibles en esta nueva visión de la ciudad.

Según la perspectiva del Banco Internacional de Desarrollo (BID), la noción de Smart City incluye la implementación de un modelo integral de desarrollo que se enfoca en facilitar las vidas de las personas, poniendo al ser humano en el centro de los aspectos concernientes al desarrollo y la planificación, por lo que se pretende establecer una visión a largo plazo de cómo se vive y cómo se podría vivir mejor (Bouskela, et al, 2016); en razón de esto, el fin último es hacer que los individuos obtengan un mayor índice de felicidad al poder ver que se facilitan algunas situaciones que podrían resultar complejas o que se pueden adecuar con el uso de herramientas tecnológicas.

Al extrapolar los elementos de las ciudades inteligentes al estudio propuesto, resulta fundamental que exista una clara interacción entre las nuevas oportunidades de negocio a partir de los nuevos productos y servicios con la capacidad de los jóvenes emprendedores de proponer nuevas visiones empresariales innovadoras, en donde esta alineación podría significar directamente en una cohesión urbana con el ecosistema de emprendimiento local.

En este sentido, el presente estudio buscó caracterizar las fortalezas y debilidades de los jóvenes emprendedores de la ciudad de Barranquilla desde la visión de las ciudades inteligentes fundamentándose en la importancia antes mencionada de repensar las características de los jóvenes emprendedores dentro

este nuevo contexto de ciudad, para lo cual se hizo necesario la puesta en marcha de un trabajo de campo dictaminado por una encuesta cerrada aplicada a jóvenes emprendedores de la ciudad de Barranquilla.

## Fundamentación teórica

El emprendimiento puede ser entendido como la capacidad que tienen las personas para, partiendo de su iniciativa, inventiva e ingenio, evaluar proyectos que le permitan movilizar recursos, tanto físicos como humanos, en la búsqueda de un objetivo que se ha delimitado anteriormente; en razón de esto, como emprendedor se puede visualizar a una persona que utiliza ciertas habilidades o conocimientos para darle valor a un bien o producto, de tal forma que pase de emplear una estrategia competitiva de precios bajos, a una en donde se obtenga mayores rendimientos por su intercambio (Cantillon, 1755; Say, 1852 citado en Jiménez Coronado, 2020).

Un acercamiento más reciente es el de Weber (1922) quien afirma que el emprendimiento es una conducta más cercana a las intenciones de un individuo para afrontar ciertas necesidades, en función de la realización de una acción directiva racional, que lo guía en su labor, y un hacer social, que también resulta de tener en cuenta, tácita o explícitamente, ciertos sucesos económicos que escapan de lo cotidiano.

Igualmente, autores como Schumpeter (1950) plantean que este tipo de actuar podría llegar a ser un estimulante para fomentar el rendimiento máximo de los bienes y servicios, lo que terminaba siendo un factor que beneficiaba, no sólo a los individuos implicados en él, sino además a la economía de todo el sector en el cual se desenvolvían. Así mismo, Thornton (1999) hace énfasis en que el emprendedor es una persona que asume riesgos medidos y soporta ciertos déficits que están presentes en el mercado al intentar salir del sistema tradicional o convertirse en generador de empleo, por medio de la utilización de las habilidades que ha desarrollado a lo largo de su vida, que no siempre coinciden con su formación o educación.

Esta última postura tiene cercanía con la de Gámez (2019) quien plantea que, en la medida en que van cambiando las necesidades de las sociedades y las ofertas de empleo disponibles en el mercado, existen personas que, ya sea por una cultura innovadora o por la necesidad de mejorar sus circunstancias, tienen el impulso, la vocación o el sueño de crear, lo cual también ocurre con aquellos que han desarrollado labores durante un número extenso de años de su vida y desean renovar sus prácticas para transformar algo que ya consideran rutinario o que puede desarrollarse de maneras más fiables o eficientes.

Desde una mirada más reciente, Hidalgo et al. (2018) propone al emprendimiento como algo más que la simple creación de empresas, en la medida en que se trata de impulsar nuevas organizaciones, revitalizar las existentes e innovar con nuevos negocios o proyectos, en función de ofertar alternativas de solución a las necesidades de las comunidades, involucrando la creatividad, la innovación y la prevención de riesgos dentro de la planificación y gestión de proyectos.

La lectura de situaciones como la planteada anteriormente, dan cuenta de que una de las consecuencias del crecimiento de la economía es que el aumento de la mano de obra es mayor al incremento de la primera, por lo que se puede llegar a generar un número considerable de personas desempleadas. Gracias a esto, en algunos países de primer mundo, y en otros en vías de desarrollo, algunas entidades públicas y privadas se han encargado de entrenar a las personas para que tengan la experticia suficiente para crear un servicio, un bien, una empresa y, de esta manera, no dependan, o lo hagan parcialmente, de los métodos tradicionales de contratación.

De lo enunciado se logra percibir que algunas empresas o grandes consorcios han surgido de las necesidades, sueños y disciplina de emprendedores que han iniciado con PyMes, algunas de ellas unipersonales, y las han llevado a un grado tal de desarrollo que, con el paso de los años, se han establecido como ejemplos de administración, visión y atención al detalle a las necesidades de sus clientes y del mercado en términos generales. Este tipo de accionar ha sido perturbador para algunas empresas tradicionales, quienes han visto

como la creatividad e iniciativa de personas pujantes y con perspectiva han logrado suplir o generar un mercado en donde ellos han fallado o no han pensado aprovechar necesidades de las personas.

Por último, Veciana (1999) asevera que es necesario contemplar tres características que distinguen al emprendedor del empresario y que están relacionadas con sus competencias, habilidades y comportamientos, tales como la manera en que visionan una empresa, las formas que dan a la estructura y función empresarial, además de la perspectiva que tienen del empresario y de cómo suple o crea un mercado, en medio de tanta oferta de bienes y servicios que existe en el momento en que inician sus acciones.

De igual manera, se logran llevar a la práctica las ideas de autores como Calvino, quien ha logrado diseñar en su imaginación ciudades curiosas, innovadoras y que utilizan la tecnología actual como instrumento de realización de todos estos ideales de desarrollo (Yaneva, 2020), lo que finalmente repercute en la solución de muchas de las dificultades y necesidades de las personas, bajo las perspectivas particulares en las que cotidianamente se desenvuelven. Lo anterior se hace posible en la medida en que se puedan reinventar las técnicas narrativas que definen a la ciudad como un espacio en donde conviven múltiples personalidades, que terminan por convertir los paisajes en cotidianos debido al permanente tránsito que hacen los individuos de ella.

Unido a esto, se debe considerar que uno de los grandes retos que la humanidad ha de solventar durante el siglo XXI es la migración, cada vez mayor, de la ruralidad hacia las ciudades, por lo que la planificación, la gobernanza y la administración de los múltiples aspectos involucrados en el traslado y hábitat de las urbes se convertirá en una situación de primera necesidad para los gobiernos y las entidades públicas y privadas alrededor de todo el planeta (Kumar, 2019). Es así como esta labor implica conocer y saber lo que ocurre en las urbes, para lo cual, estos sistemas deben verse como sistemas biológicos, en razón de la ecología social en las que subyacen sistemas complejos y continuos que permiten conexiones entre sus individuos, bajo la presencia de diferentes ambientes.

En este sentido, transformar ciudades tradicionales en ciudades inteligentes es una oportunidad y una necesidad si se desean adecuar los recursos, bienes y servicios que se tienen disponibles dentro de cada urbe o centro habitado. Para ello, el uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) es un factor primordial, puesto que la utilización de este tipo de herramientas se convierte en factor clave para la competitividad y solución de muchos de los inconvenientes que se venían generando desde el siglo XX, los cuales se han incrementado a raíz del traslado masivo hacia las zonas urbanas que ha sido característica del siglo XXI (Mossberger y Tolbert, 2021).

Por lo anterior, resulta un servicio adicional atrayente el que los gobiernos y los planes de gobernabilidad generen espacios más seguros, en los que el nivel de participación es más elevado y en los cuales se estimule a las personas a convivir en ambientes de innovación y creatividad. Asimismo, estos ambientes pueden contribuir a disminuir las brechas sociales y económicas que son tan notorias en las comunidades actuales, en la medida en que contribuyen al bienestar económico, político y social (Spiegel y Harrison, 2018). En consecuencia, la conectividad, la implementación de sensores con fines diversos, la planificación y la sostenibilidad son factores claves para la conservación de la especie humana y de la vida como se está creando, por lo que estos aspectos también aportan a una ciudadanía más empática y al desarrollo de competencias ciudadanas que favorecen la convivencia, en la medida en que se logran modificar muchas de las dinámicas de relacionamiento.

En concordancia con lo anterior, el análisis del comportamiento orientado al emprendimiento se puede realizar a partir de la desagregación de las competencias que influyen en su desarrollo; es así como Parra (2013) lo fundamenta en dimensiones subdivididas en dos grupos, el primero relacionado con el contexto personal del individuo, y el segundo, asociado con su funcionalidad laboral, tomando en cuenta que todo ser humano es el resultado de conocimientos, experiencias y habilidades que determinan su personalidad, pensamientos y actuar.

En este orden de ideas, vale la pena señalar que una competencia resulta de la confluencia de componentes motivacionales y cognitivos que determinan el comportamiento del individuo, frente a tareas y situaciones

particulares; asimismo, el concepto de competencia también se relaciona con la integración de diferentes saberes, como el saber ser, el saber hacer, y por último, el saber conocer, utilizados para el desarrollo de actividades o la resolución de problemas en torno a la motivación, la flexibilidad, la creatividad y la comprensión desde un punto de vista metacognitivo (Cervantes et al., 2018).

Ahora bien, en cuanto a la agrupación realizada por Parra (2013), el conjunto de competencias personales se compone de 11 elementos, como son la autoconfianza, el autoconocimiento, la autoconsciencia, la comunicación, la creatividad, la escucha activa, el ingenio, la originalidad, la perseverancia, el positivismo y la sensibilidad, por lo que resulta fundamental definir claramente cada uno de dichos componentes con el fin de comprender mejor su contexto, aplicación y participación en este estudio.

De esta manera, la autoconfianza puede ser interpretada como la convicción de poder realizar exitosamente, una conducta o acción requerida para producir el resultado esperado (Hong et al., 2021). También puede definirse como la confianza o creencia que posee un individuo sobre sus propias habilidades para lograr el objetivo deseado, siendo considerado como uno de los motivadores más influyentes en la vida cotidiana de las personas (Agüero et al., 2016).

Otra de las competencias personales es el autoconocimiento, entendida como la capacidad de monitorear autoconscientemente las actividades cognitivas, los recursos empleados para desarrollarlas y sus resultados; utilizando para ello habilidades de autoanálisis y autoevaluación que permitan cuestionar, confirmar, validar y corregir los razonamientos derivados (Prieto, 2018). Dicha competencia resulta similar a la autoconsciencia, referenciada por Xu et al. (2021) como la capacidad de una persona para auto reconocerse en los diferentes contextos en los que se desenvuelve, a partir de su relación con los demás actores de su entorno.

Por su parte, la competencia de comunicación, tal como su nombre lo indica, se refiere a la conjunción de conocimiento y capacidad para producir y comprender los mensajes de manera adecuada, a partir del uso correcto del lenguaje, ya sea en su forma oral o escrita. Adicionalmente, se considera esta competencia cuando se evalúa la capacidad de interpretar los diversos eventos comunicativos, considerando su significado explícito o literal (Ruiz et al., 2017). En relación con lo anterior, la escucha activa se vincula con una habilidad comunicativa superior, en donde se integra la interpretación de aspectos verbales y no verbales (Martin, 2018).

Del mismo modo, la creatividad está relacionada con la integración de procesos cognitivos para procesar y organizar la información, influenciado por un constructo de interacciones y por la socialización que termina por condicionar el desarrollo creativo de un individuo, junto con sus actuaciones y resultados (Abdulla et al., 2021). De este modo, una competencia asociada es el ingenio, definida por la Real Academia Española (RAE) como la facultad del hombre para discernir o hacer invenciones con agilidad y prontitud (RAE, 2021); y la otra competencia asociada es la originalidad propia de lo novedoso, lo inventado, lo distinto a las copias, plagios o réplicas, que es desarrollado por un individuo con la capacidad de crear (Roche, 2020).

Otras competencias relacionadas son la perseverancia, el positivismo y la sensibilidad, en donde la primera habla sobre la tendencia a trabajar insistentemente en situaciones consideradas como difíciles, durante un tiempo prolongado, superando inconvenientes y dificultades (Sugawara y Katahira, 2021); mientras que el positivismo se refiere a la capacidad del ser humano para considerar los eventos negativos como inestables, específicos y generados por causas externas, con la tendencia a generar expectativas positivas hacia el futuro, vinculándose directamente por la motivación y el esfuerzo (Ferrer, 2020).

Por último, se encuentra la sensibilidad, entendida como la capacidad de percibir las sensaciones a través de los sentidos para identificar las diferentes variables del entorno (Lee y Park, 2021). De otro lado, se encuentra el conjunto de competencias laborales, integradas por los aspectos de atención al detalle, capacidad de solución, competitividad, constancia, innovación, curiosidad, trabajo bajo presión y trabajo en equipo, los cuales deben ser conceptualizadas para asegurar su adecuada comprensión.

En este sentido, cuando se alude a la atención al detalle se hace referencia a la capacidad de una persona para identificar, evaluar y controlar las situaciones que enfrenta, las cuales pueden estar acompañadas de

grandes volúmenes de información o datos, empleando un nivel de detalle superior que le permita una toma de decisiones más asertiva (Ferrell et al., 2020). Lo anterior se vincula directamente con la capacidad de solución o resolución de problema, relacionada con la capacidad de identificar y analizar las causas, efectos y opciones que pueden emplearse para solucionar diversas situaciones o problemas, considerando también las consecuencias y efectos que pueden generar las acciones escogidas (Roll y Ifenthaler, 2021).

Siguiendo con lo anterior, la constancia se define como la firmeza y perseverancia empleada para la resolución de problemas o la consecución de los propósitos perseguidos (RAE, 2021). Asimismo, la competitividad debe ser interpretada como la habilidad para enfrentar agentes similares o factores del entorno de forma sostenible, asociándose directamente con el deseo de competir, de crecer y de ganar (Gómez y González, 2017; Rodríguez et al., 2019). De manera relacionada, la innovación se refiere a la capacidad de idear, imaginar y llevar a cabo ideas nuevas y conceptos diferenciados que concluyan en la creación de nuevos productos o procesos (Ulhøi, 2021). Por su parte, la curiosidad es entendida como la búsqueda del ser humano por identificar y entender un nuevo conocimiento, por placer o el disfrute de los estímulos (Román, 2016).

Por último, el trabajo bajo presión se define como la capacidad de mantener el control ante situaciones de apremio, de manera equilibrada, logrando una toma de decisiones adecuada y oportuna, en función de la efectividad de la labor ejercida (Stewart, 2021). Y, finalmente, el trabajo en equipo se refiere a la habilidad de ejercer una labor en compañía de otros, a la vez que promueve, fomenta y mantiene buenas relaciones con sus colaboradores, compañeros y otros grupos de trabajo, en función de la consecución de resultados comunes (Jamieson et al., 2021).

Como se observa, el comportamiento humano resulta de la confluencia de diversos factores y variables que caracterizan las diversas experiencias, conocimientos y componentes de la personalidad de los individuos, resultando en acciones propias y únicas de cada una de las personas; en virtud de esto, el análisis de las dimensiones de emprendimiento en los jóvenes de ciudades emergentes conducen a la identificación de aquellos elementos que pueden ejercer una mayor influencia para la ejecución de dichas iniciativas, y por tanto, aportar así al desarrollo de sus economías, teniendo en consideración las características que definen a las *Smart Cities*.

## MÉTODO

La presente investigación tuvo como objetivo caracterizar las fortalezas y debilidades de los jóvenes emprendedores de la ciudad de Barranquilla desde la visión de las ciudades inteligentes. En función de lo anterior, como instrumento de recolección de información se aplicó una encuesta *online* a través de la plataforma *Google Forms*; por medio de la cual se recabaron datos sobre la edad, sexo y las diferentes dimensiones de emprendimiento contempladas. Adicionalmente, se utilizó una escala de medición subjetiva tipo *Likert* de 6 puntos, en donde 0 representa a una dimensión de emprendimiento nulamente desarrollada y 5 a una dimensión de emprendimiento muy desarrollada.

Dicho cuestionario aplicado se validó por medio de tres expertos en emprendimiento quienes suministraron un criterio de valor sobre el mismo; a su vez siendo determinada su confiabilidad por medio de las varianzas de su Alfa de Cronbach en donde se muestra un coeficiente de 0,83 (valor considerado como confiable).

Con relación a la población se tuvo como referencia un grupo de 500 empresarios de la ciudad de Barranquilla, registrados en la Cámara de Comercio de la ciudad y extraídos de su informe expedido en el año 2019, tomando como muestra a empresarios jóvenes que tuviesen menos de 26 años y que fuesen representantes legales de un negocio, de ellos se extrajo una muestra empleada para el análisis de las dimensiones pretendidas. Por otra parte, el muestreo de los individuos fue realizado por conveniencia sobre la población estudiada, la cual estuvo conformada por jóvenes emprendedores residentes en la ciudad de

Barranquilla que contaran con un negocio propio. Entiéndase como jóvenes, de acuerdo con el ciclo de vida considerado por el Ministerio de Salud de Colombia, a aquellas personas cuya edad está comprendida entre los 14 y 26 años (Ministerio de Salud, 2021).

Lo anterior, permitió obtener una muestra de 180 individuos sobre la cual se realizaron análisis descriptivos relativos al desarrollo promedio obtenido en cada dimensión de emprendimiento. Así mismo, el resultado global de cada dimensión se diferenció por sexo con el objetivo de analizar posibles diferencias en el desarrollo de las dimensiones, en función del género de los jóvenes emprendedores barranquilleros. Es así como esto permitió generar un diagnóstico acerca de las características de la juventud de la ciudad de Barranquilla, en función de las dimensiones de emprendimiento contempladas y su sexo, de tal forma que dichos resultados puedan ser asimilados y comparados con poblaciones de ciudades emergentes orientadas a lograr un nivel de desarrollo característicos de las *Smart Cities*.

Cabe recordar que las dimensiones de emprendimiento empleadas fueron separadas en dos partes: la primera parte, hace referencia a aquellas dimensiones que guardan una relación más cercana con competencias personales (Autoconfianza, Autoconocimiento, Autoconsciencia, Comunicación, Creatividad, Escucha activa, Ingenio, Originalidad, Perseverancia, Positivismo, y Sensibilidad); y la segunda parte, se refiere a dimensiones más cercanas, a competencias laborales como: Atención al detalle, Capacidad de solución, Competitividad, Constancia, Innovación, Curiosidad, Trabajo bajo presión, y Trabajo en equipo; dicha selección de categorías fue realizada con base en el estudio desarrollado por Parra (2013) acerca de la influencia de autoconocimiento y autoconsciencia del emprendedor en su toma de decisiones.

De igual forma se tomaron otras investigaciones científicas de base, tales como la realizada por Palmar y Valero (2014), en torno al análisis de las competencias como dimensiones que influyen en el desempeño laboral; y la elaborada por Duque et al. (2017) que buscó determinar la influencia de la inteligencia emocional en las competencias laborales; obteniendo de ella fundamentos para la metodología que fue aplicada en el desarrollo del presente estudio.

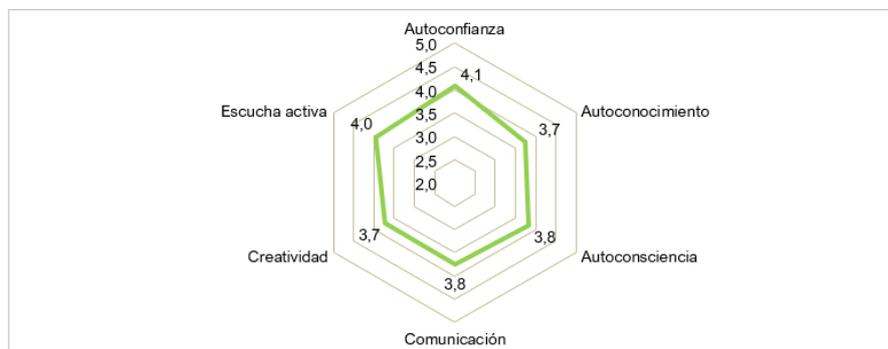
A partir de los resultados recopilados por medio de un formulario se hizo un procesamiento inicial en el *software Excel* del *paquete Office* para proceder a revisar los datos, luego se procedió a realizar análisis en el *paquete estadístico SPSS*, donde se hizo el estudio de estadísticos descriptivos para la caracterización de las fortalezas y debilidades de los jóvenes emprendedores de la ciudad de Barranquilla desde la visión de las ciudades inteligentes.

## RESULTADOS

Luego de procesar los datos obtenidos mediante el instrumento de recolección de información diseñado, se procedió a calcular el promedio de desarrollo de cada dimensión de emprendimiento evaluada. Es así como, una calificación de desarrollo de: 0 indica un desarrollo nulo, una calificación de 1 se otorga a una dimensión casi nulamente desarrollada, de 2 un leve desarrollo, 3 para indicar un mediano desarrollo, 4 una dimensión desarrollada y, finalmente, 5 como la calificación que obtiene una dimensión muy desarrollada.

Adicionalmente, cada una de estas categorías de desarrollo se valora porcentualmente en función de la utilización que hacen los encuestados de las competencias o dimensiones definidas en el análisis; de tal manera, que en el nivel 0 o nada desarrollada se concluye que los individuos consideran que la dimensión evaluada se encuentra desarrollada en un rango entre el 0% y el 16,67%; en el caso del nivel 1 o casi nada desarrollada, solo se desarrolla en un porcentaje entre el 16,67% y el 33,33%; en cuanto al nivel 2 o levemente desarrollada, el porcentaje de apreciación sube al rango comprendido entre el 33,33% y el 50%; para el nivel 3 o medianamente desarrollada, la medida de desarrollo se encuentra entre el 50,00% y el 66,67%; para el nivel 4 o desarrollada, el grado se ubica entre el 66,67% y el 83,33%; mientras que para el nivel 5 o muy desarrollada, las consideraciones se enmarcan en un porcentaje entre el 83,33% y el 100%.

En virtud de lo anterior, la siguiente Figura 1 muestra, a modo de diagrama de radar, el desarrollo promedio calculado para las dimensiones personales.



**FIGURA 1**  
Desarrollo de dimensiones de emprendimiento personales (primera parte).  
elaboración propia del autor (2021).

De la figura anterior se observa que la dimensión Autoconfianza se encuentra desarrollada en los jóvenes emprendedores barranquilleros, esto indica que, generalmente, dichos jóvenes confían plenamente en sus capacidades y creen firmemente que tendrán éxito en todo lo que se propongan hacer. Así mismo la dimensión Escucha activa mostró una calificación muy cercana a la de una dimensión desarrollada, lo que indica que generalmente dichos jóvenes suelen escuchar y entender la opinión de aquellos que interpretan un problema de manera diferente a la suya. Por otra parte, las dimensiones Autoconocimiento, Autoconsciencia, Comunicación y Creatividad mostraron estar medianamente desarrolladas.

Ahora bien, cabe resaltar que las dimensiones Autoconocimiento y Autoconsciencia difieren en cuanto a su enfoque; es decir, el autoconocimiento se enfoca en el conocimiento que tiene un individuo sobre sus rasgos, más o menos característicos, y la propia estructura de su personalidad; mientras que la autoconsciencia se enfoca en la atención consciente que un individuo presta hacia su interior (Parra, 2013).

De las dimensiones mostradas en la Figura 1, se realizaron análisis discriminados para cada variable en función del sexo de los encuestados. Los resultados para las dimensiones Autoconfianza, Autoconocimiento y Autoconsciencia no arrojaron diferencias relevantes en función del sexo de la muestra bajo estudio. No obstante, la variable-dimensión Comunicación mostró poseer un ligero mayor desarrollo en individuos de sexo masculino que en el femenino. Por otra parte, la dimensión Escucha activa mostró estar ligeramente más desarrollada en individuos de sexo femenino que en los de sexo masculino. Dicho análisis diferenciado es consignado en la Figura 2.

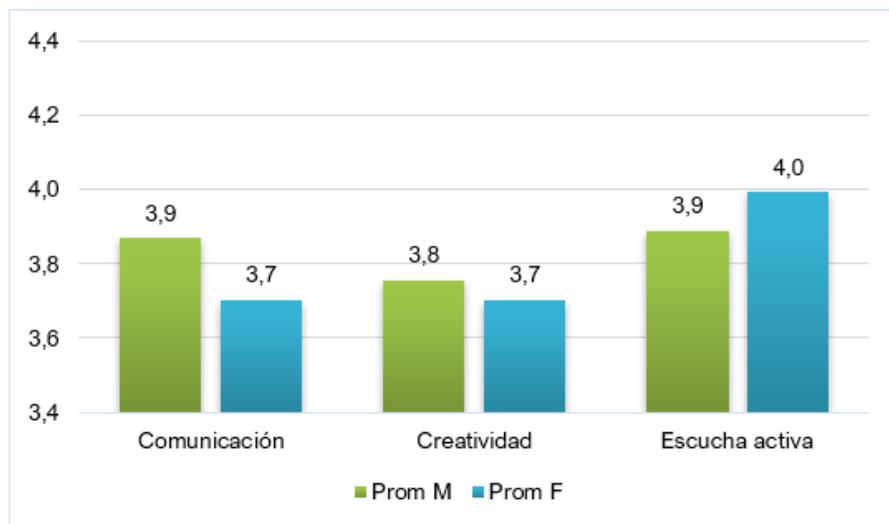


FIGURA 2.  
Variables Comunicación vs Creatividad vs Escucha activa en función del sexo  
elaboración propia (2021)

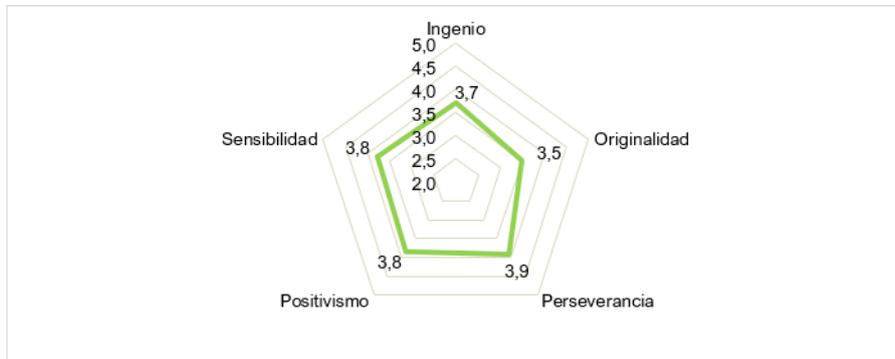
Con base en el análisis anterior se desarrolló un análisis de varianza con respecto a ambos sexos, con el objeto de determinar a través de métodos estadísticos si realmente existe una diferencia entre las medias de estos grupos.

**TABLA 1**  
Comparativa tipo Anova Comunicación vs Creatividad vs Escucha activa en función del sexo

Grupos	Cuenta	Suma	Promedio	Varianza
7	180	660	7,42	2,859295199
5	180	347	3,9	0,978294178
4	180	369	4,15	0,648876404
4	180	393	4,42	0,518386108
5	180	357	4,01	0,874872319
5	180	374	4,2	0,708631256
5	180	368	4,13	0,822522983
5	180	383	4,3	0,713738509
5	180	379	4,26	0,625638407
5	180	361	4,06	0,89453524
5	180	385	4,33	0,790347293
4	180	368	4,13	0,663432074
4	180	365	4,1	0,682839632
5	180	404	4,54	0,796731359
4	180	336	3,78	1,062563841
4	180	355	3,99	0,852145046
5	180	388	4,36	0,755617978
4	180	384	4,31	0,740806946
4	180	380	4,27	0,631001021
5	180	389	4,37	0,667773238
5	180	363	4,08	0,891470889
5	180	374	4,2	0,867722165
5	180	364	4,09	0,85546476
5	180	350	3,93	1,040858018
5	180	351	3,94	0,962717058
5	180	369	4,15	0,807967314
5	180	369	4,15	0,762512768
5	180	384	4,31	0,763534219
4	180	378	4,25	0,96092952
4	180	375	4,21	0,783452503
4	180	393	4,42	0,677477017
2	180	315	3,54	1,705822268
2	180	344	3,87	1,322522983
2	180	321	3,61	1,832226762
5	180	333	3,74	1,98927477
2	180	357	4,01	1,238508682
2	180	347	3,9	1,478294178

elaboración propia del autor (2021)

En la tabla 1 se observa que para un nivel de confianza del 95% se tiene un valor F calculado de 31,4778908687592 el cual es mayor que el F esperado, lo que implica que la hipótesis nula con respecto a la igualdad entre las medias se rechaza, lo que se puede corroborar con el valor del P probabilístico ya que este es menor que la significancia de la prueba, de tal manera que se establece que entre ambos grupos hay una diferencia significativa. Sumado a lo anterior y continuando con los resultados generales obtenidos en las dimensiones personales, se muestra en la Figura 3 el grado de desarrollo promedio obtenido para cada uno de los aspectos analizados.

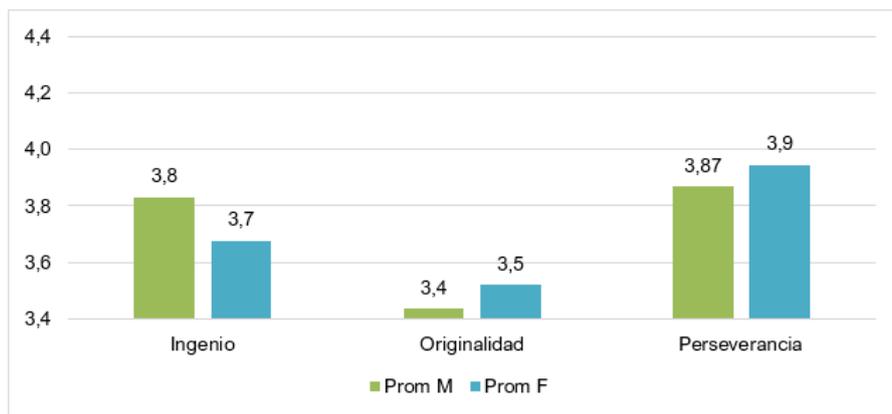


**FIGURA 3**  
Desarrollo de dimensiones de emprendimiento personales (segunda parte).  
elaboración propia (2021)

Todas las dimensiones de emprendimiento mostradas en la Figura 4 poseen un nivel de desarrollo mediano para el caso de los jóvenes emprendedores barranquilleros; esto permite establecer que aún restan muchos aspectos por desarrollar para obtener una madurez sostenida y generalizada en las dimensiones bajo estudio. En consecuencia, de las dimensiones analizadas en la Figura 4 resalta Perseverancia como aquella variable-dimensión mejor calificada, lo cual indica que, generalmente, los jóvenes emprendedores barranquilleros poseen consistencia en el logro de sus objetivos, lo cual va relacionado con el buen resultado obtenido en la dimensión Autoconfianza (expuesto en la Figura 1).

En contraste, se observa que la dimensión Originalidad fue la que obtuvo menor calificación, con 3,5 puntos; es decir que, según la escala de valoración utilizada, dicho resultado indica que la muestra bajo estudio tiene ideas originales y las pone en práctica en un grado comprendido en el rango del 50% al 66,66% de las ocasiones; lo que no resulta ajeno a las dimensiones Ingenio, Originalidad, Positivismo y Sensibilidad a este rango de porcentajes.

A continuación, se muestra en la Figura 4 un análisis discriminado para las dimensiones en función del sexo de los encuestados; al respecto, cabe resaltar que las dimensiones Positivismo y Sensibilidad no son analizadas debido a que estas no mostraron diferencias relevantes.



**FIGURA 4.**  
Variables Ingenio vs Originalidad vs Perseverancia en función del sexo.  
elaboración propia de autor (2021).

En la Figura 4 es posible observar cómo los individuos de sexo femenino poseen un ligero mejor desarrollo en las dimensiones Perseverancia y Originalidad, en términos de la muestra bajo estudio; no obstante, para la dimensión Ingenio, los emprendedores de sexo masculino mostraron poseer una mejor percepción de esta

capacidad en relación con los individuos del sexo femenino. Lo anterior pone de manifiesto hasta este punto que, para la muestra bajo estudio, los individuos de sexo masculino tienden a tener una mejor percepción de sus habilidades en las dimensiones de emprendimiento, como son la Comunicación, Creatividad e Ingenio; en contraparte, los individuos de sexo femenino tienden a tener una mejor percepción de sus habilidades en las dimensiones Escucha activa, Perseverancia y Originalidad.

En la tabla 2 se presenta un análisis de varianza en el que se comparan las dimensiones antes mencionadas, en este se analizan los dos grupos con base en las competencias personales y laborales de ambos sexos con un nivel de confianza del 95%.

TABLA 2  
Comparativa por dimensiones en función del sexo

ANÁLISIS DE VARIANZA				
Origen de las variaciones	Suma de cuadrados	Grados de libertad	Promedio de los cuadrados	F
Entre grupos	1109,584573	36	30,8217937	31,47789087
Dentro de los grupos	3188,134831	3256	0,979156889	
Total	4297,719405	3292		

elaboración propia de autor (2021).

De la tabla anterior, se observa que el valor del F calculado es mayor que el F esperado, como también se puede apreciar que el P probabilístico es mucho menor que la significancia, lo que se traduce en el rechazo de la hipótesis de igualdad entre las medias lo que es coherente con los resultados expuestos en la tabla 1. Ahora bien, se entiende que hay una diferencia en al menos uno de los grupos, esto con respecto al sexo, aunque se considera pertinente identificar el grupo para el cual se presenta esta variación.

Es así como, a modo de identificar el grupo con respecto a las competencias previamente descritas a través de las dimensiones agrupadas, se desarrolló la *prueba de Tukey*, en la que se caracterizaron los mismos y se procesaron los datos con base en los valores obtenidos en el análisis de varianza. Para desarrollar la prueba se determinó la diferencia honestamente significativa (HSD), el M que representa el *Q alfa* de la *prueba de Tukey*, el cuadrado del error medio (Mse) y el tamaño de la muestra objeto de estudio.

TABLA 3  
Diferencia honestamente significativa de la prueba de Tukey

HSD	0,157920294
M	3,63
Mse	0,340670983
n	180

elaboración propia (2021).

Con base en el valor de la diferencia honestamente significativa se calcularon las medias de los grupos objeto de análisis y procedió a construir la tabla que mostraría de acuerdo con este valor el grupo que representa una variabilidad considerable con respecto a los demás.

TABLA 4  
Prueba de Tukey

	G1CP	G1CL	G2CP	G2CL
G1CP		1,00	0,00	0,40
G1CL	-1,00		-1,00	-0,60
G2CP	1,00	1,00		0,40
G2CL	-0,40	0,60	-0,40	

elaboración propia (2021).

La tabla 4 muestra las comparativas de los grupos objeto de estudio, esta se interpreta de acuerdo con la diferencia entre las medias objeto análisis con respecto a las competencias, esto es, si la diferencia entre las medias de los grupos es mayor que la diferencia honestamente significativa, entonces si hay diferencia entre estos. En ese sentido se observa que entre el grupo G1CP y G2CP los cuales corresponden a las competencias personales entre ambos sexos presentan igualdades, siendo que entre estos se evidenciaran diferencias entre las dimensiones agrupadas en las competencias laborales.

En ese mismo sentido, en torno a las dimensiones más relacionadas con las competencias laborales, se muestran en la Figura 5 los resultados promedio de desarrollo obtenidos para las dimensiones Atención al detalle, Capacidad de solución, Competitividad, Constancia, Innovación, Curiosidad, Trabajo bajo presión, y Trabajo en equipo.



FIGURA 5.  
Desarrollo de dimensiones de emprendimiento laborales  
elaboración propia (2021).

De la figura anterior, es posible apreciar que las dimensiones Competitividad, Constancia y, aproximadamente, Curiosidad, se encuentran desarrolladas; lo que sugiere que, en razón a los rangos de correspondencia que enmarcan dicha categoría, en un grado de desarrollo referenciado entre el 66,67% y el 83,33%, los jóvenes emprendedores barranquilleros gustan de trabajar para estar entre los mejores, son constantes en las actividades que creen que los llevarán a lograr sus objetivos y sienten curiosidad y entusiasmo por cosas nuevas e inusuales; de tal manera que las anteriores dimensiones constituyen fortalezas en este segmento de dimensiones.

Por otro lado, como debilidades resaltan las dimensiones Trabajo bajo presión, Capacidad de solución e Innovación; lo que sugiere que, en un nivel de desarrollo comprendido entre el 50% y el 66,66%, asociado con la categoría de medianamente desarrollada, los jóvenes emprendedores barranquilleros pueden resolver problemas rápidamente trabajando bajo presión, encuentran soluciones eficaces a los problemas y promueven un ambiente de innovación constante; de modo que las anteriores representan debilidades sobre las cuales

trabajar en este conjunto de dimensiones. Adicionalmente, se muestra un análisis diferenciado en función del sexo de los individuos encuestados es mostrado en la Figura 6.

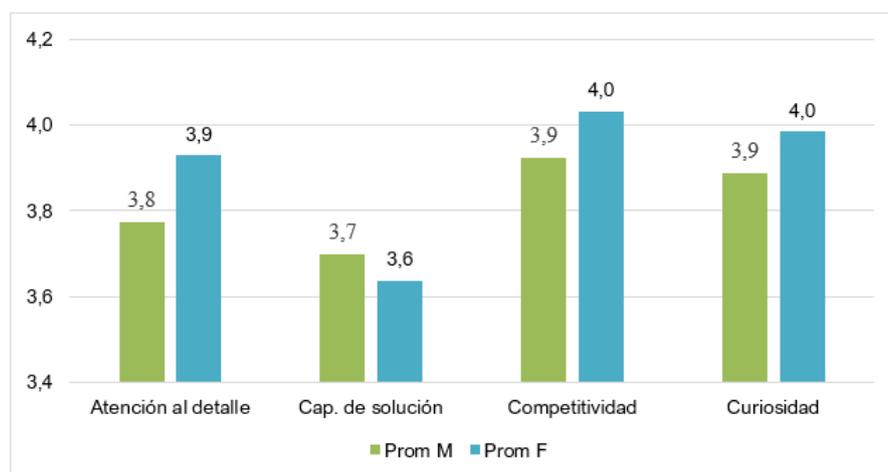


FIGURA 6.  
Variables Atención al detalle vs Capacidad de solución  
vs Competitividad vs Curiosidad en función del sexo.  
elaboración propia (2021).

De la anterior figura se observa cómo los individuos de sexo femenino poseen un mejor desarrollo en las dimensiones Atención al detalle, Competitividad y Curiosidad para la muestra bajo estudio; sin embargo, para la dimensión Capacidad de solución, los emprendedores de sexo masculino mostraron poseer una ligera mejor percepción de este aspecto en relación con los individuos del sexo femenino. Cabe resaltar que los anteriores análisis diferenciados por sexo de los encuestados tienen fines descriptivos y no inferenciales, por lo que solamente muestran el comportamiento observado en la muestra bajo estudio, la cual, al ser no-probabilística, impide extrapolar resultados a su respectiva población.

## DISCUSIONES

Un gran número de investigadores del contexto académico se han propuesto analizar las principales características de personalidad de los jóvenes, en diversos contextos geográficos, lo anterior deriva en la identificación de algunas de las dimensiones comunes de mayor impacto en su desarrollo (Campos, 2009; Palacios y Martínez, 2017). Al respecto, llama la atención sobre los aspectos de mejor percepción, como son la Autoconfianza, la Escucha Activa, la Perseverancia, que pueden asociarse directamente con la voluntariedad que distingue a los individuos de esta edad, haciéndolos más perceptivos a la influencia de su entorno y soportándolos en la creencia de poder hacer todo lo que se proponen.

Estudios como los de Fundora (2020) muestran asociaciones interesantes entre estos elementos de autoconfianza, escucha activa y perseverancia con la voluntariedad de los jóvenes emprendedores, quienes dentro de un sistema economía solidaria se convierten en actores clave para el desarrollo de nuevas oportunidades para la sociedad. A su vez, los aporte de Duran et al. (2016) sobre la perseverancia como un aspecto clave el proceso de emprendimiento, al igual que la postura voluntaria de estos actores en su contexto.

Ahora bien, en función de lo anterior, resulta relevante que la dimensión Originalidad haya obtenido bajos niveles de desarrollo, teniendo en cuenta que una percepción del mundo que no ha sido sesgada puede estar más inclinada a generar ideas innovadoras; no obstante, resulta igualmente interesante la observación que se realiza en torno a la diferencia de géneros, en tanto, para las mujeres prevalece la Perseverancia y Originalidad; y para los hombres el Ingenio; lo anterior va de la mano con las características ancestrales atribuidas al género

femenino y masculino, en los cuales las mujeres debían quedarse en casa para asegurar el bienestar de su familia; mientras que los hombres eran los encargados de salir de su hogar para hacer la recolección de los recursos necesarios para su subsistencia; esto se refleja en la manera como se destacan cada uno de los géneros hoy en día.

Estos resultados de la originalidad y perseverancia de los jóvenes emprendedores pueden ser contrastados con los hallazgos de García et al. (2017) quienes determinaron la presencia de estos elementos en un grupo de jóvenes emprendedores ubicados en México y caracterizados por su condición de vulnerabilidad. Del mismo modo demuestran los resultados de Mejía et al. (2020) quienes cuyos hallazgos concuerdan con lo encontrado en el presente estudio al demostrar niveles destacados de originalidad y perseverancia en mujeres migrantes; con un énfasis en madres cabeza de hogar.

Finalmente, en el segundo rango de dimensiones estudiadas, las características propias de la naturaleza humana que se han desarrollado desde niños, resaltan sobre otras que muestran un crecimiento cuando se lleva el cambio de entornos educativos a laborales y familiares; en este sentido se destacan la Competitividad, la Constancia y la Curiosidad; y se muestran débiles el Trabajo bajo presión, la Capacidad de solución e Innovación; lo que demuestra coherencia con relación a las características de personalidad del grupo etario estudiado. Sobre ello, Ricaurte et al., (2021) destacan como la curiosidad y la constancia son dos elementos clave para el desarrollo de un emprendimiento exitoso y siendo esta una oportunidad para la vida de los sujetos hacia el crecimiento personal y la búsqueda de mejores condiciones de vida.

De esta forma, con los resultados obtenidos es importante destacar que las dinámicas del emprendimiento son sumamente veloces en la actualidad; con el desarrollo y el crecimiento del comercio electrónico como una nueva oportunidad para jóvenes emprendedores en la actualidad; en donde se reducen las barreras de entrada hacia mercados competitivos y se abaratan los costos en la formalización de una idea de negocio efectiva en la cual los puntos de venta electrónicos son una nueva plaza para estos jóvenes (Cabrera et al., 2020).

Desde la visión de las ciudades inteligentes estas dinámicas permiten acelerar de forma significativa la integración de la tecnología al desarrollo urbano y el posicionamiento de nuevos emprendimientos formulados desde el ámbito tecnológico y digital, en la que estos jóvenes emprendedores se podrían convertir en protagonistas de este entorno (Saltos et al., 2021). Es fundamental realizar nuevas aproximaciones a este fenómeno con el objeto de ampliar las líneas de investigación de emprendimiento y ciudades inteligentes.

## CONCLUSIONES

El emprendimiento es una actividad de desarrollo económico que ha venido siendo estimulados en tiempos recientes, con el fin de subsanar los bajos niveles de empleabilidad en el mundo y, a la vez, motivar nuevos caminos de desarrollo y crecimiento para un país o una región; en este sentido, lo jóvenes, quienes son la nueva fuerza laboral que se abre paso, son los llamados a liderar este tipo de procesos. Sin embargo, los estudios de la región indican que los emprendimientos de los jóvenes se caracterizan por contar con menos oportunidades, en la medida en que surgen como alternativa de subsistencia, desarrollando sus iniciativas con bajos recursos, pocas redes de apoyo y formación académica deficiente, lo cual los pone en una posición inferior frente a su competencia.

En virtud de esto, se planteó el estudio desarrollado previamente, por el cual se buscó caracterizar los jóvenes emprendedores de Barranquilla, también con el fin de identificar los elementos que pueden ser más significativos en su comportamiento que sirvan para la construcción de políticas públicas que logren estimular efectivamente al emprendimiento. De igual manera, con los resultados de la presente investigación se busca aportar científicamente con una caracterización que pueda ser asimilada o comparada con otros estudios en ciudades emergentes que deseen evolucionar a las llamadas *Smart Cities*.

En estudio se obtuvo el análisis de los 19 aspectos más representativos, determinados en dos dimensiones, en la primera se reúnen la Autoconfianza, Autoconocimiento, Autoconsciencia, Comunicación,

Creatividad, Escucha activa, Ingenio, Originalidad, Perseverancia, Positivismo, y Sensibilidad; y en la segunda, Atención al detalle, Capacidad de solución, Competitividad, Constancia, Innovación, Curiosidad, Trabajo bajo presión, y Trabajo en equipo. De esta manera, los resultados permitieron identificar una coherencia con las características comunes de las personas en el grupo etario entre los 14 y 26 años, estableciendo que sus principales potenciales de desarrollo se concentran en la propia percepción de autoconfianza; que, de la mano, con su curiosidad y constancia, los llevan al proceso de emprendimiento.

Aun así, igualmente es ampliamente conocida la gran tasa de mortalidad de las nuevas empresas, que no solo son ocasionados por la falta de recursos o la deficiente administración de los mismos, sino que también, se generan por la capacidad de enfrentar los retos y desafíos que presentan los nuevos entornos competitivos: al respecto, en los jóvenes esto resulta destacable por su bajo nivel de desarrollo, lo que puede verse reflejado en la renuncia de sus propios emprendimientos.

Por otra parte, los hallazgos encontrados, para los jóvenes de la ciudad de Barranquilla dan cuenta de un gran nivel de potencialidad para su crecimiento en el ámbito emprendedor, sin embargo, resulta necesario aumentar más el fortalecimiento, desde niños, de aquellas competencias que puedan proporcionarles a los jóvenes mejores herramientas para un futuro exitoso, de tal manera que puedan enfrentar la adversidad, con la constancia y curiosidad que los caracteriza.

Finalmente, es importante destacar que cada uno de los géneros realiza aportes significativos al desarrollo de los negocios, por lo cual, dicha formación debe ser encaminada al fortalecimiento de cada uno de los aspectos con mayor potencialidad, independientemente del sexo, de modo tal que cuando llegue el momento de emprender, los jóvenes estén en la capacidad de comprender sus propias oportunidades y subsanar sus falencias con la conjunción de los aportes de otros individuos, entidades y organizaciones.

#### **Financiamiento**

El presente artículo resultado de investigación no recibió ningún tipo de financiamiento para su desarrollo y culminación.

#### **Agradecimientos**

El equipo de investigadores de este manuscrito agradece a la Universidad del Atlántico y a los emprendedores encuestados, quienes permitieron el desarrollo efectivo y la culminación del artículo de investigación.

## **REFERENCIAS**

- Abdulla, A., Sumners, S., Paek, S. & Runco, M. (2021). Association, Overlap, and Inhibition: A Study of Implicit Theories of Creativity. *Creativity*, 7(2), 251-283. <https://doi.org/10.2478/ctra-2020-0014>
- Acs, Z., Armington, C. & Zhang, t. (2007). The determinants of new firm survival across regional economies. *Papers in Regional Science*, 86, 367-391. <https://doi.org/10.1111/j.1435-5957.2007.00129.x>
- Agüero, E., Calderón, M., Meza, L. G. & Suárez, Z. (2016). Relación entre autoestima y autoconfianza matemática en estudiantes de educación media costarricense. *Comunicación*, 25(2), 4-13. <http://dx.doi.org/10.18845/rc.v25i2-16.3302>
- Arango, D., Arias, M., Montoya, M. & Valencia, A. (2020). Determinants of entrepreneurial intention among engineering students based on structural equation modeling. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 28(4), 2623-2644. <https://doi.org/10.47836/PJSSH.28.4.08>
- Berrone, P. & Ricart, J.E. (2017). *Índice IESE cities in motion*. IESE Bussines School. Universidad de Navarra. <https://dx.doi.org/10.15581/018.ST-471>
- Bouskela, M., Casseb, M., Bassi, S., De Luca, C., & Facchina, M. (2016). *La ruta hacia las Smart Cities: migrando de una gestión tradicional a la ciudad inteligente*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Buitrago, J. (2014). Emprendimiento en Colombia. Administración & Desarrollo. *Administración Pública*, 43(59), 7-21. <https://doi.org/10.22431/25005227.101>

- Cabrera, B. A., Lombeyda, C. O., Rodríguez, J. A. y Gómez, N. M. (2020). Marketing digital, una herramienta para el emprendimiento de estudiantes universitarios. *RevistaEruditus*, 1(3), 21-32. <https://doi.org/10.35290/re.v1n3.2020.364>
- Campos, L. (2009). Los estilos de vida y los valores interpersonales según la personalidad en jóvenes del departamento de Huánuco. *Revista de investigación en psicología*, 12(2), 89-100. <https://doi.org/10.15381/rinvp.v12i2.3757>
- Cantillon, R. (1775). *Ensayo sobre la naturaleza del comercio*. París: Mark Thornton.
- Cervantes, C. T., García, E. R. & Doña, A. M. (2018). Against the hegemony of competencies: Students' and teachers' perceptions of teacher training in physical education. *Estudios Pedagógicos*, 44(2), 93-100. <https://doi.org/10.4067/S0718-07052018000200093>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL. (2017). *Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento*. OECD Publishing. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/40721-perspectivas-economicas-america-latina-2017-juventud-competencias-emprendimiento>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL. (2019). *Perspectivas económicas de América Latina 2019: Desarrollo en transición*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/g2g9ff1a-es>.
- Coronado, A.J., Palma, H.G. & Redondo, R.P. (2018). Emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico desde los negocios inclusivos (Colombia). *Revista Logos, Ciencia & Tecnología*, 10(2), 198-211. <https://doi.org/10.22335/rict.v10i2.462>
- Duque, J. L., García, M. y Hurtado, A. (2017). Influencia de la inteligencia emocional sobre las competencias laborales: un estudio empírico con empleados del nivel administrativo. *Estudios Gerenciales*, 33(144), 250-260. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.06.005>
- Duran, S., Fuenmayor, A., Cárdenas, S., & Hernández, R. (2016). Emprendimiento como proceso de responsabilidad social en instituciones de educación superior en Colombia y Venezuela. *Desarrollo gerencial*, 8(2), 58-75. <https://doi.org/10.17081/dege.8.2.2560>
- Ferrell, B., Buller, H. & Paice, J. A. (2020). Communication Skills: Use of the interprofessional communication curriculum to address physical aspects of care. *Clinical Journal of Oncology Nursing*, 24(5), 547-553. <https://doi.org/10.1188/20.CJON.547-553>
- Ferrer, C. (2020). El optimismo y su relación con el bienestar psicológico. *Revista Científica Arbitrada de la Fundación MenteClara*, 5, 1-14. <https://doi.org/10.32351/rca.v5.199>
- Gámez, Y. (2019). El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. *Revista Universidad y empresa*, 21 (36), 179-194. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6197>
- García, R. A. C., Sánchez, Y. R. y Aldana, W. O. (2017). Emprendimiento de la población joven en México. Una perspectiva crítica. *Entreciencias: Diálogos en la sociedad del conocimiento*, 5(12), 1-29. <https://doi.org/10.21933/J.EDSC.2017.12.211>
- Global Entrepreneurship Monitor GEM. (2014). *GEM Colombia 2014*. Editorial Universidad del Norte. [https://cecar.edu.co/documentos/centro\\_de\\_emprendimiento/GEM-Colombia%202014.pdf](https://cecar.edu.co/documentos/centro_de_emprendimiento/GEM-Colombia%202014.pdf)
- Gómez, C. y González, J. (2017). Competencia y competitividad de las exportaciones de México y China en el mercado estadounidense: nueva evidencia. *México y la cuenca del pacífico*, 6(16), 70-105. <https://doi.org/10.32870/mycp.v6i16.522>
- Hidalgo, M.F., Hidalgo, M., Cerda, M.E., Chango, J.L., Guilcapi, F.E. & Martínez, F.X. (2018). Competencias emprendedoras en las universidades. *Revista Órbita Pedagógica*, 5(1), 1-8. <http://revista.isced-hbo.ed.ao/rop/index.php/ROP/article/view/151>
- Hong, J. C. Hsiao, H. S., Chen, P. H., Lu, C. C., Tai, K. H. & Tsai, C. R. Critical attitude, and ability associated with students' self-confidence and attitude toward "predict-observe-explain" online science inquiry learning. *Computer and Education*, 166, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2021.104172>
- Jamieson, M. V., Lefsrud, L. M., Sattari, F. & Donald, J. R. (2021). Sustainable leadership and management of complex engineering systems: A team based structured case study approach. *Education for Chemical Engineers*, 35, 37-46. <https://doi.org/10.1016/j.ece.2020.11.008>

- Jiménez Coronado, A. (2020). *El emprendimiento y la felicidad urbana: un estudio empírico en la retención de los jóvenes emprendedores en la ciudad de Barranquilla-Colombia* [Tesis doctoral, Universidad del Norte]. Repositorio institucional. <http://hdl.handle.net/10584/9668>
- Kumar, T. (2019). Concept of Happy City: The Smart Cities of the Future. *SSRN Electronic Journal*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3314531>
- Lee, H. K. & Park, J. E. (2021). Designing a New Empathy-Oriented Prototyping Toolkit for the Design Thinking Process: Creativity and Design Sensibility. *International Journal of Art and Design Education*, 40(2), 324-341. <https://doi.org/10.1111/jade.12345>
- Martin, M. G. (2018). *Escucha activa y empática*. Editorial Elearning S. L.
- Mejía Flores, O. G., Proaño Castro, M. F. y Murillo Delgado, E. P. (2020). Características del perfil emprendedor de las madres solteras del noroeste de la ciudad de Guayaquil. *Revista Investigación y Negocios*, 13(21), 98-111. <https://doi.org/10.38147/inv&neg.v13i21.86>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2021). *Protección social > Ciclo de Vida*. <https://www.minsalud.gov.co/proteccion-social/Paginas/cicloVida.aspx>
- Mossberger, K. & Tolbert, C. J. (2021). Digital Citizenship and Digital Communities: How Technology Matters for Individuals and Communities. *International Journal of E-Planning Research*, 10(3), 19-34. <https://doi.org/10.4018/IJEPR.20210701.0a2>
- Nevot, G. F. (2020). ¿Educación para qué y para quiénes? Universidad, desarrollo inclusivo y economía solidaria. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 8, 272-295.
- Niebles, N. W., Niebles, N. L. & Barrios, P. I. (2020). El emprendimiento en Colombia: análisis del marco legal y su incidencia en la generación de empleo. *Justicia*, 25(38), 35-52. <https://doi.org/10.17081/just.25.38.4390>
- Palacios, J. R. y Martínez, R. (2017). Descripción de características de personalidad y dimensiones socioculturales en jóvenes mexicanos. *Revista de Psicología*, 35(2), 453-484. <http://dx.doi.org/10.18800/psico.201702.003>
- Palmar, R. y Valero, J. (2014). Competencia y desempeño laboral de los gerentes en los institutos autónomos dependientes de la Alcaldía del municipio Mara del estado Zulia. *Espacios Públicos*, 17(39), 159-188. <https://espaciospublicos.uaemex.mx/article/view/19442>
- Parra, S. (2013). La Relevancia del Autoconocimiento y la Autoconciencia del Emprendedor en la Toma de Decisiones y la Creación de una Organización. *Current Opinion in Creativity, Innovation and Entrepreneurship*, 2(1), 28-34. <https://doi.org/10.11565/cuocient.v2i1.29>
- Pitre-Redondo, R., Rodríguez-López, J., Hernández-Palma, H. G. y Cardona-Arbeláez, D. (2017). Emprendimiento competitivo y productivo como renovador del sector salud en la región Caribe. *Revista Espacios*, 38(42), 7. <http://www.revistaespacios.com/a17v38n42/a17v38n42p07.pdf>
- Prieto, F.H. (2018). El pensamiento crítico y autoconocimiento. *Revista de filosofía*, 74, 173-191. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-43602018000100173>
- Ramírez, J., García, J.G. y Redondo, O. (2021). Migración como promotora del emprendimiento. Aproximaciones teóricas. *SUMMA. Revista disciplinaria en ciencias económicas y sociales*, 3(2), 1-22.
- Real Academia Española. (2021). *Ingenio*. <https://dle.rae.es/ingenio>
- Real Academia Española. (2021). *Constancia*. <https://dle.rae.es/constancia?m=form>
- Ricaurte, J. F., Loza, D. F. y Gómez, D. (2021). Emprendimiento, una nueva oportunidad de vida. *Travesía Emprendedora*, 5(1), 86-90. <https://doi.org/10.31948/travesiaemprendedora.vol5-1.art16>
- Roche, J. A. (2020). La originalidad de las civilizaciones axiales y el libre juego de la historia. *Revista española de sociología (RES)*, 30(1), a03. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2021.03>
- Rodríguez, J. L., Navarrete, Y., Valverde, R. D. y Gayrey, O. A. (2019). Controversia conceptual de competencia y competitividad. Enfoque en la formación inicial del educador ecuatoriano. *Revista Cubana de Educación Superior*, 38(2), 1-10. <http://www.rces.uh.cu/index.php/RCES/article/view/295>
- Roll, M. & Ifenthaler, D. (2021). Multidisciplinary digital competencies of pre-service vocational teachers. *Empirical Research in Vocational Education and Training*, 13(7), 1-25. <https://doi.org/10.1186/s40461-021-00112-4>

- Román, J. V. (2016). La curiosidad en el desarrollo cognitivo: análisis teórico. *Folios de Humanidades y Pedagogía*, 6, 1-20. <https://revistas.pedagogica.edu.co/index.php/FHP/article/view/6416>
- Saltos, J. E., Tutiven, L. R. y Urquiza, M. (2021). Las redes sociales como medio de emprendimiento. *RECIAMUC*, 5(4), 60-69. [https://doi.org/10.47464/reciamuc/5.\(4\).noviembre.2021.60-69](https://doi.org/10.47464/reciamuc/5.(4).noviembre.2021.60-69)
- Schumpeter, J. (1950). *Teoría de la evolución económica*. Dalloz.
- Stewart, B. A. (2021). An empirical approach to identifying employability skills required of graduates in the environmental sciences. *Industry and Higher Education*, 35(2), 89-101. <https://doi.org/10.1177/0950422220936869>
- Sugawara, M. & Katahira, K. (2021). Dissociation between asymmetric value updating and perseverance in human reinforcement learning. *Scientific Reports*, 11(1), 1-13. <https://doi.org/10.1038/s41598-020-80593-7>
- Thornton, P. H. (1999). La sociología del emprendimiento. *Revisión anual de sociología*, 25(1), 19-46.
- Ulhøi, J.P. (2021). From innovation-as-usual towards unusual innovation: using nature as an inspiration. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(2), 1-21. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00138-0>
- Veciana, J.M. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 8(3), 11-36. <https://doi.org/10.1016/j.redec.2015.09.001>
- Weber, M. (1922). *Economía y sociedad*. Bedminster Press.
- Xu, M., Liu, B., Gu, R., Yang, S., Wang, H. & Zhu, X. (2021). Self-awareness buffers the consequences of negative feedback: Evidence from an ERP study. *International Journal of Psychophysiology*, 164, 9-16. <https://doi.org/10.1016/j.ijpsycho.2021.02.004>
- Yaneva, A. (2020) The happy city: An actor-network-theory manifesto. In *Ecologies Design: Transforming Architecture, Landscape, and Urbanism*. Oxford. <https://doi.org/10.4324/9780429279904>