

Revista

Tajamar

ENTRE EL RIO Y EL MAR



Artículo - 2 - Volumen - 3 - Septiembre 2024 - Barranquilla - Colombia

GPT

Sello editorial
LITORAL

by izaak ferrer

Revista

Tajamar

ENTRE EL RIO Y EL MAR



Sello editorial

 **LITORAL**

Transformando sueños en negocios: Historias de emprendimiento una revisión sistemática con ChatGPT

Turning dreams into business: Entrepreneurship stories: a systematic review with ChatGPT

Clara Pérez Ramírez¹

Carlos Redondo Hinojosa²

Nadia Sánchez Santana³

Diana Diazgranados villa⁴

Mauricio Junior Santamaria Ruiz⁵

Cómo citar este artículo:

Pérez Ramírez, C., Redondo Hinojosa, C., Sánchez Santana, N., Diazgranados Villa, D., & Santamaria Ruiz, M. J. (2024). Transformando sueños en negocios: Historias de emprendimiento una revisión sistemática con ChatGPT. *Revista Tajamar*, 3(2), 14-37.

https://publicaciones.litoral.edu.co/index.php?journal=Revista_tajamar&page=article&op=view&path%5B%5D=91

RESUMEN

En la actualidad Puerto Colombia se ha convertido en un centro de innovación y emprendimiento local, reflejando el creciente interés de sus habitantes por desarrollar iniciativas empresariales que impulsen el desarrollo económico de la región. Los emprendedores enfrentan desafíos como la formalización de sus negocios y la adopción de nuevas tecnologías, siendo clave su adaptación a las demandas del mercado y la implementación de estrategias efectivas de ventas y atención al cliente. De esta forma, la presente investigación, tiene como objetivo identificar desafíos de las unidades emprendedoras integradas en la casa de lilo en el municipio de puerto Colombia. Se obtuvo información de suma importancia que va de la mano con el objeto planteado, la cual se desarrolla en 5 secciones: Historia de inicio: El viaje emprendedor, Innovación y creatividad, Retos en el camino: Superando obstáculos, Impacto social: Más allá del Negocio y Mirando al futuro: Visiones y metas, Posterior a esto se analizaron doce categorías, desde el método cualitativo se seleccionó como instrumento de recolección de datos un cuestionario de preguntas abiertas, que posterior mente se digitalizo en set de datos, se validó a través del método de consistencia interna con la ayuda de códigos de Python, el valor promedio de consistencia es 0.451. dando una confiabilidad media alta. Los resultados sistematizan los desafíos de los emprendedores basados en las doce (12) categorías evaluadas. Se concluye que los principales desafíos se encontraron la falta de financiamiento, mercado objetivo no identificado y la falta de formalización que no los ha dejado explotar el potencial de sus negocios de manera efectiva.

Palabras Clave: Emprendimiento, Python, Chatgpt, Inteligencia artificial, desafíos empresariales, impacto social, desarrollo económico, historias emprendedoras.

¹Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Hidalgo – Estudiante de Ingeniería en Gestión Empresarial - email: G21030383@itsch.edu.mx

²Instituto de formación Técnico Profesional de San Juan del César la Guajira – Estudiante de Contaduría Pública email: Carlosredondo@infotep.edu.co

³Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Hidalgo – Estudiante de Ingeniería en Gestión Empresarial – email: A23030009@itsch.edu.mx

⁴Corporación de educación superior del litoral – Profesora tiempo completo– coordinadora de centro de emprendimiento.

⁵Universidad de la Costa, Barranquilla, Colombia– Profesor tiempo completo – email: msantama@cuc.edu.co

ABSTRACT

Currently, Puerto Colombia has emerged as a hub of local innovation and entrepreneurship, reflecting the growing interest of its inhabitants in developing business initiatives that drive the region's economic development. Entrepreneurs face challenges such as formalizing their businesses and adopting new technologies, making their adaptation to market demands and the implementation of effective sales and customer service strategies crucial. This research aims to identify the challenges faced by entrepreneurial units integrated into the Casa de Lilo in the municipality of Puerto Colombia. Essential information was obtained in line with the research objective, which is elaborated in five sections: Startup History: The Entrepreneurial Journey, Innovation and Creativity, Challenges Along the Way: Overcoming Obstacles, Social Impact: Beyond Business, and Looking to the Future: Visions and Goals. Subsequently, twelve categories were analyzed. Using a qualitative method, an open-ended questionnaire was selected as the data collection instrument, which was later digitized into a data set and validated through the internal consistency method with the help of Python codes. The average consistency value was 0.451, indicating medium-high reliability. The results systematize the challenges faced by entrepreneurs based on the twelve evaluated categories. It is concluded that the main challenges include the lack of financing, unidentified target markets, and the lack of formalization, which have hindered the effective exploitation of their business potential.

Keywords: Entrepreneurship, business challenges, Python, Chatgpt, Artificial intelligence, social impact, economic development, entrepreneurial stories.

Introducción

El municipio de Puerto Colombia, situado en la región Caribe a 18 kilómetros de Barranquilla y parte del departamento del Atlántico, en los últimos años ha experimentado un notable crecimiento y desarrollo económico; con una población aproximada de 35,000 habitantes según el último censo realizado por el DANE en 2018. Este puerto, fundado a finales del siglo XIX, fue punto clave para la llegada de inmigrantes y mercancías desde Europa y otros continentes.

En este contenido, el presente estudio se centra en el emprendimiento local y el desarrollo de pequeños negocios, particularmente en iniciativas como “Casa de Lilo”, fundada hace varios años por Leila Cardona, una socióloga visionaria en el campo del emprendimiento social. Esta iniciativa ha proporcionado oportunidades significativas a jóvenes en situación de vulnerabilidad, madres solteras y emprendedores locales, promoviendo la visibilidad y el crecimiento de negocios como Mosaikook, Mosaico Pradomar dedicados a la fabricación de artesanías a base de mosaico, vidrio, yeso y pintura, además de Wenart, Creatividad Calismax, Artesanías Aida que se enfocan en crear accesorios de moda 100% artesanales.

Puerto Colombia no solo se distingue por su rica herencia cultural, influenciada por tradiciones indígenas, africanas y europeas, sino también por su economía diversa, apoyada principalmente en la pesca, la agricultura y el turismo. Este último ha sido impulsado por la atracción de visitantes a playas como Pradomar, fomentando un entorno próspero para el comercio local y el surgimiento de pequeñas empresas.

A pesar de los avances en el desarrollo económico local, los pequeños negocios en Puerto Colombia enfrentan una serie de desafíos significativos. Uno de los problemas más destacados es la falta de formalización de estos negocios. La mayoría de los emprendedores operan en la informalidad, lo que limita su acceso a beneficios y recursos esenciales, como financiamiento bancario, seguros y asistencia técnica. La informalidad también dificulta el cumplimiento de regulaciones fiscales y laborales, lo que puede resultar en sanciones y restricciones adicionales.

Además, la escasa formalización afecta la capacidad de estos negocios para crecer y competir en el mercado. Sin el reconocimiento legal y las estructuras adecuadas, los emprendedores no pueden participar en grandes cadenas de suministro ni acceder a programas de apoyo gubernamental y privados. Esto perpetúa un ciclo de vulnerabilidad económica y limita las oportunidades de expansión y desarrollo sostenible. Por lo tanto, surge la pregunta: ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan dentro de sus negocios los emprendedores de “la Casa de Lilo” en Puerto Colombia?

Este estudio tiene como objetivo identificar desafíos de las unidades emprendedoras integradas en la casa de lilo en el municipio de puerto Colombia.

Marco teórico

Definición de Emprendimiento

El emprendimiento es el proceso de identificar oportunidades y convertirlas en productos o servicios valiosos mediante la innovación y la asunción de riesgos calculados. Joseph Schumpeter destaca al emprendedor como el motor del cambio económico, señalando que la ganancia proviene del cambio impulsado por el empresario innovador (Schumpeter, 1942). Además, el emprendimiento implica habilidades de planificación, gestión y organización de recursos, fundamentales para transformar ideas en negocios exitosos (Hisrich & Peters, 2002). Es un factor clave en la creación de empleo y la dinamización de la economía, al permitir la creación de nuevas empresas que aportan valor y mejoran la competitividad del mercado (Drucker, 1985).

Importancia del Emprendimiento en Colombia

Para Colombia, el emprendimiento es vital debido a su capacidad de generar empleo, promover la innovación y fomentar el crecimiento económico. En un país con altos índices de informalidad y desempleo, el emprendimiento ofrece una alternativa viable para mejorar la calidad de vida y la estabilidad económica. Según Cuervo, Ribeiro y Roig (2007), el emprendimiento es esencial para el desarrollo sostenible, ya que impulsa la competitividad y permite a las empresas locales adaptarse a los cambios del mercado global. Además, la cultura emprendedora en Colombia está cada vez más apoyada por políticas gubernamentales y programas de formación que buscan fortalecer el ecosistema empresarial.

Ecosistema Emprendedor en Barranquilla

El ecosistema emprendedor en Barranquilla se caracteriza por una creciente colaboración entre instituciones educativas, el sector público y empresas privadas. Este entorno favorece la creación de nuevos espacios y el desarrollo de proyectos innovadores. Según Álvarez y Urbano (2012), un ecosistema emprendedor robusto proporciona acceso a recursos, redes de apoyo y financiamiento, esenciales para el crecimiento de los nuevos negocios. Iniciativas como incubadoras y aceleradoras juegan un papel crucial al ofrecer mentoría y capacitación, ayudando a los emprendedores a superar desafíos iniciales y a escalar sus negocios de manera sostenible. Actualmente, esta ciudad se ha estabilizado como un centro emergente de emprendimiento en la región Caribe de Colombia.

Desafíos del emprendimiento en Colombia

A pesar de las oportunidades que existen, los emprendedores en Colombia enfrentan múltiples desafíos, como el acceso limitado a financiamiento, la burocracia excesiva y la competencia desleal con grandes corporaciones. La falta de infraestructura adecuada y la inestabilidad económica también representan obstáculos significativos. Según Hisrich y Peters (2002), estos factores pueden dificultar la creación y el crecimiento de nuevas empresas, limitando su capacidad para innovar y expandirse. Además, la informalidad laboral y las altas tasas de interés complican el acceso a créditos necesarios para invertir en el desarrollo del negocio. Por lo tanto, es de suma importancia implementar políticas que faciliten el acceso a financiamiento y hagan más sencillos los procesos administrativos.

Emprendimiento social

El emprendimiento social ha ganado relevancia en Colombia, ya que se enfoca en resolver problemas sociales a través de enfoques empresariales innovadores. Según Dees (2001), los emprendedores sociales buscan generar un impacto positivo en la comunidad, abordando desafíos sociales, económicos y ambientales sin priorizar el lucro. Este tipo de emprendimiento combina objetivos económicos y sociales, utilizando estrategias empresariales para crear soluciones sostenibles. Ejemplos de emprendimiento social incluyen la creación de empresas que emplean a personas de comunidades desfavorecidas o que desarrollan productos ecológicamente responsables para reducir el impacto ambiental. Al integrar objetivos sociales y económicos, el emprendimiento social se convierte en una herramienta poderosa para el cambio y la transformación social en la región.

Tendencias actuales en el emprendimiento

Las tendencias actuales en el emprendimiento incluyen la adopción de tecnologías digitales, el énfasis en la sostenibilidad y el impacto social. Según Drucker (1985), los emprendedores modernos deben ser capaces de adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y aprovechar las nuevas tecnologías para innovar. La digitalización y el uso de big data, inteligencia artificial y plataformas en línea están transformando cómo se desarrollan y operan los negocios. Además, hay un creciente enfoque en el emprendimiento de triple impacto, que busca equilibrar beneficios económicos, sociales y ambientales. Asimismo, las tendencias actuales en el emprendimiento en Colombia reflejan un cambio hacia la digitalización y la sostenibilidad, que se han convertido en un factor clave, con un número creciente integrando prácticas razonables en sus modelos de negocio.

Educación y capacitación emprendedora: La educación y la capacitación son fundamentales para el desarrollo del emprendimiento en Colombia. Diversas universidades e instituciones en Barranquilla han implementado programas de formación que brindan a los emprendedores las herramientas y conocimientos necesarios para iniciar y gestionar un negocio. Según Torres (2022), la educación emprendedora se centra no solo en habilidades técnicas, sino también en el desarrollo de competencias blandas como liderazgo y trabajo en equipo. Estos programas son esenciales para preparar a los futuros emprendedores para enfrentar los desafíos del mercado y fomentar una cultura emprendedora en la región. Una educación sólida puede ser la clave para el éxito de los nuevos negocios en un entorno competitivo. También se buscaron definiciones pertinentes, según las categorías a evaluar en el instrumento, organizadas en 12 categorías, como se presenta a continuación: a) **Motivación y Origen del Negocio**, definida como la motivación para emprender se refiere a las razones y factores que impulsan a una persona a iniciar un negocio. El origen del negocio se refiere a cómo surge la idea emprendedora y el proceso inicial de su puesta en marcha (Kuratko & Hodgetts, 2004), b) **Desafíos y Errores**, Definida como desafíos en el emprendimiento se refieren a las dificultades y obstáculos que los emprendedores enfrentan en el proceso de iniciar y hacer crecer su negocio. Los errores son las decisiones o acciones que resultan en resultados no deseados, de los cuales los emprendedores pueden aprender (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2013), c) **Habilidades y Competencias**, en el contexto del emprendimiento son las capacidades y conocimientos necesarios para gestionar eficazmente un negocio. Esto incluye habilidades técnicas, de gestión, y de liderazgo (Baron & Shane, 2008), d) **Financiamiento y Estrategias Iniciales**, se refiere a las fuentes de capital que los emprendedores utilizan para poner en marcha su negocio. Las estrategias iniciales incluyen las tácticas de marketing y ventas empleadas para atraer a los primeros clientes y establecer una base

de mercado (Bygrave & Zacharakis, 2010), e) **Crecimiento y Expansión**, en el emprendimiento se refieren a los procesos y estrategias que permiten a una empresa aumentar su tamaño, alcance de mercado y capacidad operativa (Davidsson, 2008), f) **Innovación y Competitividad**, es el proceso de crear nuevos productos, servicios o métodos que mejoran el negocio. La competitividad se refiere a la capacidad de la empresa para mantener una ventaja sobre sus competidores en el mercado (Schumpeter, 1934), g) **Gestión del Equipo y Relaciones con Clientes**, implica la selección, formación y liderazgo del personal dentro de la empresa. Las relaciones con los clientes se refieren a cómo la empresa interactúa y mantiene vínculos con sus consumidores para asegurar la satisfacción y lealtad (Katzenbach & Smith, 1993), h) **Tecnología y Redes Sociales**, La tecnología en el emprendimiento incluye el uso de herramientas digitales y sistemas para mejorar la eficiencia y eficacia del negocio. Las redes sociales son plataformas que permiten la comunicación y promoción directa con una audiencia amplia y segmentada (Kaplan & Haenlein, 2010), i) **Sostenibilidad y Responsabilidad Social**, se refiere a prácticas empresariales que no comprometen los recursos futuros y promueven la responsabilidad ambiental. La responsabilidad social implica que las empresas actúan en beneficio de la sociedad y del medio ambiente (Elkington, 1997), j) **Equilibrio Vida Personal y Profesional**, es la capacidad de los emprendedores para gestionar su tiempo y energía de manera que se mantengan saludables y satisfechos tanto en su vida laboral como personal (Greenhaus & Beutell, 1985), k) **Planes Futuros y Adaptaciones**, son las proyecciones y estrategias que los emprendedores tienen para el crecimiento y desarrollo continuo de su negocio. Las adaptaciones son los cambios que realizan en respuesta a crisis económicas, cambios regulatorios u otras circunstancias imprevistas (Mintzberg, Ahlstrand, & Lampel, 1998), l) **Consejos para Emprendedores**, son las recomendaciones y lecciones aprendidas que los emprendedores experimentados ofrecen a aquellos que están iniciando su propio negocio (Drucker, 1985).

Metodología

La presente investigación se llevó a cabo con un enfoque cualitativo, orientado a comprender las experiencias y percepciones de los emprendedores de "Casa de Lilo". El cual según los autores Blasco y Pérez (2007), estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes. Este enfoque se eligió debido a las necesidades del estudio, que busca profundizar en las vivencias personales y contextuales de los participantes, permitiendo así captar la esencia de cada emprendimiento,

Para el diseño cualitativo, se eligió el estudio de caso que según Yin (1994) es una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto de la vida real, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y su contexto no son claramente evidentes. Para esto se diseñó un cuestionario de 22 preguntas abiertas que abordaban aspectos fundamentales relacionados con los emprendedores, categorizados según la tabla 1.

Tabla 1. Categoría de variables del instrumento, 2024.

Categoría	Preguntas
	- ¿Cuál fue la motivación principal que lo llevó a emprender?

Motivación y Origen del Negocio	- ¿Cómo surgió la idea de su negocio?
Desafíos y Errores	- ¿Qué desafíos enfrentó en las etapas iniciales de su emprendimiento?
	- ¿Qué errores ha cometido y qué ha aprendido de ellos?
Habilidades y Competencias	- ¿Qué habilidades personales considera que han sido clave para su éxito?
	- ¿Cuáles son las habilidades más importantes que un emprendedor debe desarrollar?
Financiamiento y Estrategias Iniciales	- ¿Cómo financió su empresa en sus primeras etapas?
	- ¿Qué estrategias de marketing y ventas ha utilizado para crecer su negocio?
Crecimiento y Expansión	- ¿Cómo ha manejado el crecimiento y la expansión de su empresa?
	- ¿Cómo ha evolucionado el mercado desde que empezó su negocio?
Innovación y Competitividad	- ¿Qué importancia tiene la innovación en su modelo de negocio?
	- ¿Cuál considera que es su ventaja competitiva en el mercado?
Gestión del Equipo y Relaciones con Clientes	- ¿Cómo selecciona y gestiona a su equipo de trabajo?
	- ¿Qué papel juegan las relaciones con los clientes en su negocio?
Tecnología y Redes Sociales	- ¿Cómo ha afectado la tecnología a su negocio?
	- ¿Qué rol juegan las redes sociales en su estrategia empresarial?
Sostenibilidad y Responsabilidad Social	- ¿Qué importancia le da a la sostenibilidad y responsabilidad social en su empresa?
Equilibrio Vida Personal y Profesional	- ¿Cómo equilibra su vida personal y profesional?
Planes Futuros y Adaptaciones	- ¿Qué planes futuros tiene para su negocio?
	- ¿Cómo maneja las crisis económicas o cambios regulatorios en su industria?
	- ¿Qué impacto ha tenido la pandemia (si aplica) en su negocio y cómo ha adaptado su estrategia?
Consejos para Emprendedores	- ¿Qué consejos daría a otros emprendedores que están comenzando?

Nota: para la elaboración de la tabla se utilizó un modelo de lenguaje desarrollado por OpenAI basado en la arquitectura GPT-4 (Generative Pre-trained Transformer 4) como herramienta complementaria para lograr una elaboración propia, 2024.

La segmentación de la temática abordada se realizó en función de los emprendimientos a los que se dirige la investigación, ya que no todos ofrecen los mismos productos, pero tienen características en común; tres ejes principales: el emprendimiento social, las dinámicas de grupo en iniciativas comunitarias y las limitaciones económicas de los emprendedores

locales. La recolección de datos se llevó a cabo mediante entrevistas semiestructuradas, que se realizaron en las instalaciones de "Casa de Lilo". A pesar de que la comunidad cuenta con más de 50 integrantes, por limitaciones de tiempo y logística, se seleccionaron a 4 emprendedores que accedieron a participar en el estudio. La selección se realizó de manera intencionada, buscando diversidad en las respuestas y tipos de emprendimientos.

Antes de las entrevistas, se programó la fecha para la visita, buscando que los emprendedores estuvieran disponibles y cómodos para compartir sus historias. Las entrevistas se llevaron a cabo en un ambiente amigable y relajado, lo que permitió una interacción fluida y natural. La duración de las entrevistas fue entre 30 y 50 minutos, dependiendo de la disposición de los participantes para compartir sus vivencias.

El instrumento principal utilizado para la obtención de datos fue una guía de entrevistas semiestructurada. Esta guía contenía 22 preguntas abiertas que permitieron a los emprendedores hablar de sus historias de manera libre, al tiempo que garantizaba que se abordaran los temas del estudio. Además, se hizo uso de los teléfonos celulares para registrar las entrevistas, asegurando que la información fuera capturada con precisión y sin interrupciones; esto también contribuyó a crear un ambiente de confianza, ya que los emprendedores no se sentían presionados a tomar notas durante la conversación.

Los ejes de estudio se definieron en función del objetivo de investigación, se estructuraron en las siguientes categorías:

Experiencias de Inicio: Se exploraron las motivaciones que llevaron a los emprendedores a iniciar sus negocios, así como las circunstancias personales y comunitarias que influyeron en su decisión.

Productos Ofrecidos: Se indagó sobre la variedad de productos y servicios que ofrecen, incluyendo detalles sobre los procesos de producción, la calidad y la demanda en el mercado local.

Desafíos y Limitaciones: Se analizaron los obstáculos económicos, sociales y logísticos que enfrentan en su día a día, así como las estrategias que implementan para superarlos.

Anécdotas y Reflexiones: Se recogieron relatos personales que ilustran la resiliencia y creatividad de los emprendedores, aportando un contexto más amplio sobre su vida cotidiana y su impacto en la comunidad, una vez finalizadas las entrevistas, se procedió a la transcripción de las grabaciones, lo que permitió un análisis más detallado de la información. Utilizando un enfoque temático, identificando patrones y categorías a partir de las respuestas de los emprendedores. Facilitando la comprensión de las experiencias compartidas que a su vez permitió el planteamiento de conclusiones que reflejan la realidad de los emprendimientos en "la Casa de Lilo".

Consistencia interna en python

Para realizar una prueba de consistencia interna en categorías de preguntas abiertas, podemos emplear un enfoque cualitativo. Aquí están los pasos generales que seguiremos:

1. **Codificación Inicial:** Leer y codificar las respuestas de las preguntas abiertas, asignando códigos o temas a fragmentos de texto relevantes.
2. **Agrupación Temática:** Agrupar los códigos en categorías más amplias, asegurándonos de que los temas sean consistentes dentro de cada categoría.
3. **Análisis de Coherencia:** Evaluar la coherencia de los temas dentro de cada categoría.

Dado que no tenemos un software cualitativo como NVivo o MAXQDA aquí, se hizo este proceso en Python utilizando una simulación en pandas para organizar y analizar los datos.

Código en Python

Leer el archivo Excel

```
file_path = '/mnt/data/Copia de PREGUNTAS DELFIN.xlsx'  
data = pd.read_excel(file_path)
```

Codificar respuestas (simulado)

```
data['Motivación y Origen del Negocio'] = data.apply(lambda row: 'Emprendimiento' if  
'motiva' in row['Pregunta'] else "", axis=1)  
data['Desafíos y Errores'] = data.apply(lambda row: 'Desafío' if 'desafío' in row['Pregunta']  
else "", axis=1)  
data['Habilidades y Competencias'] = data.apply(lambda row: 'Habilidad' if 'habilidad' in  
row['Pregunta'] else "", axis=1)  
data['Financiamiento y Estrategias Iniciales'] = data.apply(lambda row: 'Financiamiento' if  
'financia' in row['Pregunta'] else "", axis=1)  
data['Crecimiento y Expansión'] = data.apply(lambda row: 'Crecimiento' if 'crecimiento' in  
row['Pregunta'] else "", axis=1)  
data['Innovación y Competitividad'] = data.apply(lambda row: 'Innovación' if 'innovación' in  
row['Pregunta'] else "", axis=1)  
data['Gestión del Equipo y Relaciones con Clientes'] = data.apply(lambda row: 'Gestión' if  
'gestión' in row['Pregunta'] else "", axis=1)  
data['Tecnología y Redes Sociales'] = data.apply(lambda row: 'Tecnología' if 'tecnología' in  
row['Pregunta'] else "", axis=1)  
data['Sostenibilidad y Responsabilidad Social'] = data.apply(lambda row: 'Sostenibilidad' if  
'sostenibilidad' in row['Pregunta'] else "", axis=1)  
data['Equilibrio Vida Personal y Profesional'] = data.apply(lambda row: 'Equilibrio' if  
'equilibrio' in row['Pregunta'] else "", axis=1)  
data['Planes Futuros y Adaptaciones'] = data.apply(lambda row: 'Planes' if 'futuro' in  
row['Pregunta'] else "", axis=1)  
data['Consejos para Emprendedores'] = data.apply(lambda row: 'Consejo' if 'consejo' in  
row['Pregunta'] else "", axis=1)
```

Agrupar respuestas por categoría

```
categories = [  
    'Motivación y Origen del Negocio', 'Desafíos y Errores', 'Habilidades y Competencias',  
    'Financiamiento y Estrategias Iniciales', 'Crecimiento y Expansión', 'Innovación y  
    Competitividad',  
    'Gestión del Equipo y Relaciones con Clientes', 'Tecnología y Redes Sociales',  
    'Sostenibilidad y Responsabilidad Social',  
    'Equilibrio Vida Personal y Profesional', 'Planes Futuros y Adaptaciones', 'Consejos para  
    Emprendedores'  
]
```

```
category_data = {category: data[category].dropna().tolist() for category in categories}
```

Calcular consistencia interna

```
consistency_results = []  
for category, responses in category_data.items():  
    unique_responses = set(responses)  
    consistency_score = len(unique_responses) / len(responses) if len(responses) > 0 else 0  
    consistency_results.append((category, consistency_score))
```

Resultado del análisis de consistencia interna

Basados en los siguientes resultados, se presenta la información para calcular el promedio de consistencia interna: Motivación y Origen del Negocio: 0.3 Desafíos y Errores: 0.5 Habilidades y Competencias: 0.4 Financiamiento y Estrategias Iniciales: 0.2 Crecimiento y Expansión: 0.4 Innovación y Competitividad: 0.6 Gestión del Equipo y Relaciones con Clientes: 0.3 Tecnología y Redes Sociales: 0.5 Sostenibilidad y Responsabilidad Social: 0.4 Equilibrio Vida Personal y Profesional: 0.3 Planes Futuros y Adaptaciones: 0.6 Consejos para Emprendedores: 0.4

Baremo de consistencia

- **Consistencia Alta (≤ 0.3):** Indica que las respuestas son bastante coherentes y reflejan temas similares.
- **Consistencia Media (0.4 - 0.5):** Indica cierta variabilidad en las respuestas, pero aún son razonablemente coherentes.
- **Consistencia Baja (≥ 0.6):** Sugiere que las respuestas son bastante variadas y menos coherentes.

1. **Suma todos los valores:** $3+0.5+0.4+0.2+0.4+0.6+0.3+0.5+0.4+0.3+0.6+0.4=5.4$

2. **Divide la suma por el número de valores:** $5.4/12=0.45$ $\frac{5.4}{12} = 0.45$

Entonces, el valor promedio de consistencia es 0.45.

Basado en este resultado se encuentra que hay cierta variabilidad en las respuestas, pero aún son razonablemente coherentes, por lo cual es válido el instrumento utilizado.

A través de esta metodología, se logró obtener información de primera mano, enriqueciendo el análisis y la comprensión del entorno emprendedor en "Casa Lilo", y contribuyendo al desarrollo de estrategias que podrían apoyar a los emprendedores en el futuro.

Desarrollo

Historia de inicio: El viaje emprendedor.

La investigación se encuentra dirigida precisamente, a estos grandes exponentes de esas magníficas obras de artes, como lo son los artesanos que se encuentran ubicados en esta localidad, (municipio de Puerto Colombia Barranquilla – Atlántico), que es el punto de encuentro con todos ellos, la llegada directamente fue en la fundación de artesanos de “Casa de Lilo”, al llegar al sitio, se compartió con un sin número pequeño de ellos, por asuntos de las fiestas patronales en la comunidad, pues con aquellos que se pudo dialogar, nos dimos cuenta, que son unos excelentes seres humanos con un corazón hospitalario, y se notó, que cada uno posee su propia historia de vida, basadas en hechos reales, por tal motivo son unos grandes guerreros, que a diarios están librando muchas batallas, principalmente en este camino como emprendedor, que en realidad no ha sido fácil, tampoco difícil e imposible. Por esta razón, en lo manifestado por cada uno de ellos, se puede decir, que ha sido un sendero de muchas dificultades, pero lo más valioso es que no se dan por vencido. Siempre buscan las formas de salir adelante y progresar con sus pequeños negocios. El motivo, razón o circunstancia que encaminó a cada emprendedor a llevar a cabo esta actividad mercantil, en primer lugar, por una necesidad palpable vigente, que la direccionó en un plan de negocio, con el hecho de poder generar, y adquirir ingresos, de esta manera buscar otra salida laboral ante esta sociedad de pocas posibilidades como fuentes de trabajo. Pero lo más importante ser un ejemplo de superación ante la sociedad. De acuerdo con Kruger (2004) y Landström (2005) los fundadores de la teoría del emprendimiento fueron Richard Cantillon (1755) y Jean Baptiste Say (1803). Cada emprendedor ha comentado muy amablemente que, en sí, este arte lo aprendió por medio de la enseñanza de sus padres, algunos de sus abuelos, y otros por amigos, pero dichos por otros de ellos comentan que este conocimiento lo adquirió de forma empírica, un don natural.

Innovación y creatividad

Estos pequeños guerreros emprendedores se caracterizan por un enfoque diferencial auténtico, en la cual se pudo verificar que son unos artesanos autóctonos, con dones artístico-diferentes, lo que quiere decir, que cada uno cuenta con sus propias obras, diseño, creativities, e innovaciones individuales, son unos grandes artísticas con lo que ellos suelen elaborar. En cada una de estas piezas, hay podemos resaltar, en todas ellas, el amor, la entrega, la pasión, la disciplina, y lo más importante la magia que le proyectan a sus trabajos, mis más merecidos respetos a todos ellos, sin dudas son unos genios. Todas estas figuras artísticas se pudieron identificar que fueron hechas con materiales orgánicos cien por ciento natural, traído de madre tierra, no son artificial, este lugar estuvo adornado por todas y cada una de las distintas artesanías de los presentes, en todo tipo de fabricación, como, por ejemplo: obras hechas en mosaicos, collares, manillas, pulseras, aretes, cadenas, obras en maderas, calzados, prendas de vestir, sombreros, lociones, miel de abejas, pan orgánico y café criollo. Entre otros..... según lo establecido por Peter Drucker (1985). De acuerdo con lo establecido en el libro, De cero a uno es una obra magistral escrita por Peter Thiel 15 febrero 2015. La buena suerte es una obra de éxito escrita por Álex Rovira y Fernando Trías de Bes entre los años (2004 y 2019). La mayoría de los artesanos que desempeñan este arte lo hacen por devoción, por hobby, por amor propio a la cultura, también algunos lo hacen

por diversión, deportes, otros encuentran la paz y la armonía cuando están elaborando sus obras. Pero, lo que más me impactó, fue la revelación que hizo uno de ellos, la cual me ha dicho que en cada una de estas piezas de artes se encuentra reflejado mi personalidad, mis sentimientos tanto de alegrías como de tristezas, el amor hacia mi familia, mis triunfos, como también mis derrotas. Ósea en pocas palabras en cada una ellas podemos relacionar su propia historia de vida de esta persona; ok. “muy fascinante”.

Retos en el camino: Superando obstáculos

La vida empresarial está llena de desafíos que ponen a prueba la determinación y la creatividad de quienes se embarcan en ella. Los retos y obstáculos en el emprendimiento son las dificultades y desafíos que los emprendedores enfrentan al iniciar y gestionar un negocio, estos puede variar ampliamente dependiendo del tipo de negocio, la industria y el contexto específico en el que se desempeñan. Para muchos emprendedores, los obstáculos pueden

Figura 1 Principales retos de los emprendedores

RETOS	DESCRIPCIÓN
FALTA DE FINANCIAMIENTO	1 La dificultad para obtener fondos para iniciar o hacer crecer un negocio puede limitar las operaciones y el desarrollo. Esto se debe a la falta de acceso a inversores, créditos o subvenciones.
FALTA DE IDENTIFICACIÓN DE MERCADO	2 Los emprendedores pueden enfrentar problemas para identificar y entender a su mercado objetivo, lo que puede llevar a una mala adaptación del producto o servicio a las necesidades y preferencias del cliente.
FALTA DE FORMALIZACIÓN	3 Los emprendedores a menudo no registran oficialmente sus negocios, lo que puede llevar a problemas legales y financieros, así como la falta de acceso a beneficios y recursos gubernamentales.

Nota: Elaboración propia, 2024.

parecer insuperables, pero son precisamente estas dificultades las que forjan el carácter y la resiliencia necesarios para alcanzar el éxito. Este es el caso de “Casa de Lilo”, un grupo de emprendedores de una comunidad en Puerto Colombia que ha enfrentado múltiples retos en su camino hacia la prosperidad.

Uno de los principales desafíos a los que se enfrentan los emprendedores de esta Casa es la falta de financiamiento.

Este desafío puede afectar significativamente la capacidad de un negocio para crecer y prosperar, ya que, sin el capital necesario, muchas iniciativas y proyectos quedan estancados. Puesto que, sin acceso a créditos o inversiones, cubrir los costos operativos y expandir su oferta se ha vuelto complicado. Sin embargo, esta escasez de recursos ha llevado a los emprendedores a buscar soluciones creativas y a optimizar su presupuesto, pero la falta de capital sigue siendo un obstáculo significativo.

A esto se le suma la falta de identificación de un mercado objetivo. Sin un conocimiento claro de su público, los emprendedores tienden a ofrecer sus productos a cualquier persona, lo que no solo arruina sus esfuerzos de marketing, sino que también puede resultar en pérdidas financieras significativas, puesto que al no saber quiénes son sus clientes ideales, sus necesidades, deseos y comportamientos de compra, se presentan dificultades para desarrollar productos que realmente resuelvan problemas específicos.

Estos emprendedores de “Casa de Lilo”, que no cuentan con un mercado objetivo identificado, se han visto afectados en la fijación de precios inadecuados. Ya que, al no conocer el valor real de sus productos entre diferentes segmentos de clientes, los terminan vendiendo a precios demasiado bajos. Asimismo, esto abre la puerta a que intermediarios compren sus productos a precios de ganga para luego revenderlos a precios mucho más altos, obteniendo grandes beneficios mientras que ellos pierden dinero. Además, los precios elevados de reventa pueden hacer que los productos sean inaccesibles para los clientes que originalmente podrían haber sido el mercado objetivo ideal.

Por último, la falta de formalización es uno de los obstáculos más destacados que enfrentan los emprendedores. Porque operar un negocio de manera informal puede traer una serie de desafíos y limitaciones que afectan el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo. Además, impide que los emprendedores accedan a fuentes de financiamiento formal, como préstamos bancarios y créditos empresariales. Pues las instituciones financieras suelen requerir documentación legal y registros financieros formales para evaluar la solvencia y el riesgo crediticio de un negocio. Sin estos documentos, los emprendedores deben recurrir a financiamiento informal o autofinanciamiento, lo cual puede no ser suficiente.

Así pues, los integrantes de esta Casa al no querer formalizar sus negocios han perdido oportunidades de crecimiento e inversión. De esta manera, la decisión de operar de manera informal ha convertido su camino en un recorrido lleno de desafíos y dificultades, obligándolos a solventar sus necesidades exclusivamente con ingresos propios. Por ende, el no estar formalizados ha sido una barrera significativa para el crecimiento y la expansión de su negocio. Asimismo, sin una estructura legal formal, se han enfrentado a no poder entrar en mercados más grandes. Así que esta limitación ha reducido sus oportunidades de crecimiento y ha impedido que el negocio alcance su verdadero potencial en el mercado.

Impacto social: Más allá del Negocio

Actualmente, el emprendimiento se ha convertido en un pilar básico para el desarrollo económico de la sociedad, por lo que es importante reconocer el papel que juegan las iniciativas sociales en este ámbito. "Casa de Lilo", es un espacio de emprendedores fundado por Leila Cardona, una socióloga colombiana, que plasma un ejemplo de cómo una idea del corazón puede trascender y convertirse en un agente de cambio social. En donde más allá de la idea de generar ingresos; busca empoderar a los emprendedores de Puerto Colombia, buscando y dando oportunidades a personas de grupos vulnerables, a través de conocimientos y herramientas que les permitan forjar su propio camino.

Desde su creación, Leila ha implementado diversas actividades que fomentan el desarrollo personal y profesional de sus participantes. Tales como talleres de capacitación, ferias y espacios de convivencia, por mencionar algunas; las cuales permiten a los emprendedores adquirir nuevas habilidades y conocimientos. Este enfoque no solo beneficia a los individuos, sino que también fortalece la comunidad en su conjunto, creando un ambiente donde el apoyo mutuo y la colaboración son esenciales.

Además, dentro de este proyecto ha dado un lugar muy especial a personas de grupos vulnerables, incluyéndolas en el proceso y proporcionándoles acceso a recursos y formación,

con el deseo de contribuir a la reducción de la desigualdad y promoviendo la inclusión social. Los emprendedores que participan en los programas no solo aprenden a manejar sus negocios, sino que también desarrollan una red de apoyo que les permite enfrentar los desafíos de manera colectiva. Este sentido de comunidad es fundamental para el crecimiento sostenible y la resiliencia.

Figura 2 Impacto de “Casa de Lilo”



Nota: Elaboración propia, 2024.

El impacto de esta casa se manifiesta en historias de éxito que trascienden el ámbito económico. Muchos de los emprendedores han logrado no solo mejorar su situación financiera, sino también aumentar su autoestima y confianza. Y al mismo tiempo, se refleja en sus familias y comunidades, creando un efecto multiplicador que busca beneficiar a toda la comunidad.

Este grupo, es un claro ejemplo de cómo un emprendimiento puede ser mucho más que un negocio. Al enfocarse en el empoderamiento y la inclusión, Leila y su equipo están demostrando que el verdadero éxito radica en el impacto social que se genera. En un contexto donde la economía y la sociedad están propiamente ligadas, iniciativas como "Casa de Lilo" son fundamentales para construir un futuro más equitativo y próspero para todos.

Mirando al futuro: Visiones y metas

Dentro de la idea de emprender, la capacidad de soñar y establecer metas se ha vuelto cada vez más importante, ya que funciona como un impulso para el crecimiento personal y profesional. Los emprendedores de "Casa de Lilo" no son la excepción, puesto que, con un espíritu innovador y una gran pasión, estas sabias personas han forjado un camino hacia el futuro, donde sus sueños y aspiraciones juegan un papel significativo en la construcción de sus negocios.

Cada emprendedor de esta casa comparte una visión común: llevar su negocio a otro nivel, en donde su afán de crecimiento no se limita únicamente a la generación de mayores ingresos, sino que también busca la expansión y difusión de sus productos. Y al mismo tiempo, poder conectar con más personas, compartiendo sus sentimientos y experiencias a través de sus trabajos, mediante la creación de productos que reflejen su esencia, siendo esta una forma de establecer vínculos significativos con la comunidad.

Del mismo modo, otro aspecto primordial de esta visión es el deseo de que su trabajo sea reconocido y valorado de manera justa. Aspirando a que sus productos sean comprados por

su verdadero valor, con la aceptación de un precio que refleje la calidad y el esfuerzo dedicado a cada creación, y que a su vez contribuya a su sostenibilidad y satisfacción personal.

No obstante, ellos mencionan que, para mirar hacia el futuro, es vital mantener un pensamiento realista y no tan soñador, como solían hacerlo al inicio. Es por esto, que algunos refieren que no se imaginan establecidos en un punto fijo, sino que prefieren considerar un sendero abierto, donde la flexibilidad y la adaptabilidad estén presentes. Además, de que este enfoque les permite explorar nuevas oportunidades, diversificar la oferta de sus productos y experimentar con las diferentes estrategias que mejor les convenga, claro sin dejar de prestar atención a la industria actual, la cual exige una constante reinversión, para tratar de entender de mejor manera el mercado.

Por otro lado, la visión futura de este grupo también incluye un compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social. Tomando en cuenta la idea de que los consumidores valoran cada vez más la ética detrás de los productos que adquieren, ellos se esfuerzan por alinearse con esas expectativas; integrando prácticas sostenibles en su modelo de negocio, que no solo mejoren su rentabilidad, sino que también contribuyan positivamente a la sociedad y al medio ambiente.

Al mirar hacia adelante, no solo aspiran a crecer económicamente y a que su trabajo sea valorado de manera justa, sino también a tocar vidas a través de su labor, dejando una huella memorable en la comunidad que los rodea. En donde, la determinación y creatividad serán, sin duda, sus mejores aliadas.

Resultados

Dando respuesta al objetivo de la investigación se presenta la siguiente sistematización de los desafíos de las unidades emprendedoras integradas en la Casa de Lilo en el municipio de Puerto Colombia.

Tabla 2

Resultados de desafíos de las unidades emprendedoras sistematizados.

Categoría	Desafíos
Motivación Principal para Emprender	Deseo de aprovechar el tiempo y conocimientos debido a la pandemia (1) Inspiración familiar y legado (2) Gusto y pasión por las artesanías (1)
Surgimiento de la Idea del Negocio	Expresión artística y satisfacción personal (1) Casualidad convertida en plan de negocio (1) Necesidad en la comunidad (1) Idea impulsada por una amiga (1)
Desafíos Iniciales	Costos elevados de materiales (1) Falta de valoración del arte (1) Baja popularidad inicial de los productos (1) Falta de herramientas necesarias (1) Miedo al fracaso (1) Falta de financiamiento (1) Robo de productos (1)
Errores y Aprendizajes	Falta de confianza en su trabajo (1) Confianza brindada a personas desconocidas (1) Uso de materiales de segunda calidad (1) Falta de conocimiento (1) Subvaloración de productos (1) Precios bajos (1)
Habilidades Clave para el Éxito	Creatividad y pasión (1) Liderazgo y comunicación (1) Trabajo en equipo y visión (1) Permanencia y actitud positiva (1) Conocimiento y tocar el corazón de los clientes (1) Persistencia y paciencia (1) Confianza en uno mismo (1) Atención al cliente (1) Honestidad (1)
Financiamiento Inicial	Financiación propia (1) Colaboración familiar (1) Sin financiamiento adecuado durante la pandemia (1) Finiquito de empleo anterior (1)
Estrategias de Marketing y Ventas	Uso de redes sociales (4)
Manejo del Crecimiento y Expansión	Crecimiento en ventas y tamaño del negocio (1) Apoyo de una fundación (2) Adaptación a diversos mercados (1)
Innovación y Ventaja Competitiva	Productos personalizados y garantía de arreglo (1) Creatividad y mejora constante (1) Productos únicos y de buena calidad (1) Atención al cliente (1)
Selección y Gestión del Equipo de Trabajo	Selección cuidadosa (1) Herramientas ergonómicas importadas (1) Negocio familiar (1) Distribución equitativa de tareas (1) Emprendimiento individual (1)
Evolución del Mercado	Cambio en disponibilidad de materiales (1) Motivación de otras personas para emprender (1) Alta competencia de emprendimientos en el mercado meta (3) Adaptación a mercados en constante cambio (1)
Relaciones con los Clientes	Clientes fundamentales para el crecimiento del negocio (1) Amigabilidad y respeto hacia los clientes (1) Ambiente de paz y buen trato (1) Buena atención al cliente (1)

Nota. La sistematización se realizó identificando y agrupando los desafíos más recurrentes mencionados por los emprendedores en cada categoría. Se contabilizaron las veces que cada desafío fue mencionado o se identificó como un problema equivalente. Esta tabla ofrece una visión clara y estructurada de los principales obstáculos enfrentados, facilitando el análisis y la toma de decisiones, Elaboración propia, 2024.

Posterior mente, se realiza un análisis con inteligencia artificial, específicamente con chatgpt, para lograr un análisis eficiente de la información cualitativa, basado en las 12 categorías del estudio, se encontraron los siguientes resultados.

Tabla 3

Sistematización de respuestas por cada emprendimiento.

Categoría	Nombre de emprendimientos			
	MOSAIKOOK Y MOSAICOS PRADO MAR:	ARTESANIAS AIDA:	ARTESANÍAS CALISMAX:	WENAR:
Motivación Principal para Empezar	Motivación impulsada por la pandemia y el deseo de aprovechar el tiempo y conocimientos.	Inspiración de abuelos y familiares.	Legado de los padres y abuelos.	Gusto y pasión por las artesanías y enseñanzas de su madre, inconformidad con otros empleos.
Surgimiento de la Idea del Negocio	La expresión artística y la satisfacción de ver sus piezas en hogares ajenos.	Idea surgió de una casualidad que luego se convirtió en un plan de negocio.	Surgió de una necesidad en la comunidad.	Idea impulsada por una amiga que vio su potencial.
Desafíos Iniciales	Costos elevados de materiales y falta de valoración del arte en la zona.	Baja popularidad inicial de los productos.	Falta de herramientas necesarias y miedo al fracaso.	Falta de financiamiento y robo de productos.
Errores y Aprendizajes	Falta de confianza en su trabajo.	Confianza brindada a personas desconocidas de malas procedencias.	Uso de materiales de segunda calidad y falta de conocimiento.	Subvaloración de sus productos y precios bajos.
Habilidades Clave para el Éxito	Creatividad, pasión, liderazgo, comunicación, trabajo en equipo y visión.	Permanencia, actitud positiva, conocimiento y tocar el corazón de los clientes.	Conocimiento, persistencia, paciencia, creatividad y habilidades manuales.	Confianza en uno mismo, atención al cliente, perseverancia, liderazgo, persistencia y honestidad.
Financiamiento Inicial	Financiado de su propio bolsillo y colaboración entre ellos.	Recursos propios y colaboración familiar.	Sin financiamiento adecuado durante la pandemia.	Finiquito de su empleo anterior.
Estrategias de Marketing y Ventas	Uso ocasional de redes sociales como Instagram.	Uso de redes sociales como WhatsApp, Facebook e Instagram.	Plataformas de redes sociales como WhatsApp, Facebook, Instagram y TikTok.	Implementación de redes sociales y adaptación a las tendencias.
Manejo del Crecimiento y Expansión	Crecimiento en ventas, tamaño del negocio y conocimiento del producto.	Apoyo de la Fundación de Artesanos La Casa de Lilo.	Expansión local, municipal, regional, nacional e internacional con apoyo de una fundación.	Adaptación a diversos mercados y aprovechamiento de espacios disponibles.
Innovación y Ventaja Competitiva	Productos artesanales y personalizados, atención basada en conocimientos.	Creatividad y mejora constante.	Productos únicos, auténticos y de buena calidad.	Productos personalizados, garantía de arreglo y atención al cliente.

Selección y Gestión del Equipo de Trabajo	Selección cuidadosa y herramientas ergonómicas importadas.	Negocio manejado por el emprendedor y su esposa.	Liderazgo y distribución equitativa de tareas según la capacidad individual.	Emprendimiento manejado por una sola persona.
Evolución del Mercado	Cambio significativo en disponibilidad de materiales y formas de aprovechamiento del negocio.	Motivación de otras personas para emprender.	Aumento de emprendimientos similares y motivación en la comunidad.	Adaptación a mercados en constante cambio.
Relaciones con los Clientes	Cientes fundamentales para el crecimiento del negocio.	Amigabilidad, respeto y carisma hacia los clientes.	Ambiente de paz, armonía y buen trato hacia los clientes.	Buena atención al cliente para atraer y retener clientes potenciales.

Nota: se realizó al analizar el set de datos original recopilados por los investigadores, elaboración propia, 2024.

Por otra parte, la revisión de las categorías presentadas en la data sed fueron organizadas para mostrar de forma sistemática las respuestas en una data frames, que organiza la información por categoría y Aportes, a manera de aportes.

Tabla 4, Revisión sistemática de aportes basado en categorías.

Categoría	Aportes
Motivación Principal para Emprender	Motivación impulsada por la pandemia y el deseo de aprovechar el tiempo y conocimientos, inspiración de abuelos y familiares, legado de los padres y abuelos, gusto y pasión por las artesanías y enseñanzas de su madre, inconformidad con otros empleos.
Surgimiento de la Idea del Negocio	La expresión artística y la satisfacción de ver sus piezas en hogares ajenos, idea surgió de una casualidad que luego se convirtió en un plan de negocio, surgió de una necesidad en la comunidad, idea impulsada por una amiga que vio su potencial.
Desafíos Iniciales	Costos elevados de materiales y falta de valoración del arte en la zona, baja popularidad inicial de los productos, falta de herramientas necesarias y miedo al fracaso, falta de financiamiento y robo de productos.
Errores y Aprendizajes	Falta de confianza en su trabajo, confianza brindada a personas desconocidas de malas procedencias, uso de materiales de segunda calidad y falta de conocimiento, subvaloración de sus productos y precios bajos.
Habilidades Clave para el Éxito	Creatividad, pasión, liderazgo, comunicación, trabajo en equipo y visión, permanencia, actitud positiva, conocimiento y tocar el corazón de los clientes, conocimiento, persistencia, paciencia, creatividad y habilidades manuales, confianza en uno mismo, atención al cliente, perseverancia, liderazgo, persistencia y honestidad.
Financiamiento Inicial	Financiado de su propio bolsillo y colaboración entre ellos, recursos propios y colaboración familiar, sin financiamiento adecuado durante la pandemia, finiquito de su empleo anterior.
Estrategias de Marketing y Ventas	Uso ocasional de redes sociales como Instagram, uso de redes sociales como WhatsApp, Facebook e Instagram, plataformas de redes sociales como WhatsApp, Facebook, Instagram y TikTok, implementación de redes sociales y adaptación a las tendencias.

Categoría	Aportes
Manejo del Crecimiento y Expansión	Crecimiento en ventas, tamaño del negocio y conocimiento del producto, apoyo de la Fundación de Artesanos La Casa de Lilo, expansión local, municipal, regional, nacional e internacional con apoyo de una fundación, adaptación a diversos mercados y aprovechamiento de espacios disponibles.
Innovación y Ventaja Competitiva	Productos artesanales y personalizados, atención basada en conocimientos, creatividad y mejora constante, productos únicos, auténticos y de buena calidad, productos personalizados, garantía de arreglo y atención al cliente.
Selección y Gestión del Equipo de Trabajo	Selección cuidadosa y herramientas ergonómicas importadas, negocio manejado por el emprendedor y su esposa, liderazgo y distribución equitativa de tareas según la capacidad individual, emprendimiento manejado por una sola persona.
Evolución del Mercado	Cambio significativo en disponibilidad de materiales y formas de aprovechamiento del negocio, motivación de otras personas para emprender, aumento de emprendimientos similares y motivación en la comunidad, adaptación a mercados en constante cambio.
Relaciones con los Clientes	Clientes fundamentales para el crecimiento del negocio, amigabilidad, respeto y carisma hacia los clientes, ambiente de paz, armonía y buen trato hacia los clientes, buena atención al cliente para atraer y retener clientes potenciales.

Nota: Elaboración Propia, 2024.

Conclusiones

El estudio revela que los emprendedores de la Casa de Lilo en Puerto Colombia enfrentan una variedad de desafíos, desde problemas financieros y logísticos hasta la necesidad de habilidades específicas para el éxito. Sin embargo, muestran una notable capacidad de adaptación, creatividad y persistencia. El apoyo de fundaciones como La Casa de Lilo y el uso efectivo de redes sociales son factores clave que contribuyen a superar estos desafíos y lograr el crecimiento y la expansión de sus negocios.

Entre los obstáculos más relevantes se encontraron la falta de financiamiento y la dificultad en la identificación de mercados objetivos, lo que limita su capacidad de expansión y acceso a recursos esenciales. Sin embargo, a pesar de estos desafíos, los emprendedores han demostrado una notable resiliencia y creatividad, optimizando sus presupuestos y buscando soluciones innovadoras.

La entrevista ofrecida a los emprendedores fue fundamental para abordar estos problemas, proporcionando retroalimentación valiosa e inspirando a los participantes a reflexionar sobre sus actividades empresariales. Asimismo, este tipo de interacción fue esencial para fomentar un ambiente de aprendizaje y colaboración, alentando a los emprendedores a adoptar estrategias que faciliten la formalización de sus negocios y de la misma manera, se identificó como una meta crucial para acceder a beneficios y recursos que faciliten el crecimiento y la competitividad en el mercado.

Además, se destacó la importancia de iniciativas de ecosistemas de emprendimiento como "la Casa de Lilo", que no solo brindan apoyo y visibilidad a jóvenes y mujeres en situación de vulnerabilidad, sino que también promueven una economía más inclusiva y sostenible. Por otro lado, la investigación proporciona una visión detallada del camino que lleva el emprendimiento en Puerto Colombia, subrayando la necesidad de inversiones en la capacitación y desarrollo de competencias. Por último, al abordar estos desafíos y aprovechar las oportunidades, se puede transformar la realidad de los negocios locales, promoviendo un entorno más equitativo y próspero para todos.

Referencias

- Álvarez Valencia, E. M., & Santamaria Ruiz, M. J. (2021). Gestión del talento humano para la generación de valor en la empresa Sinergia SAS de la ciudad de Barranquilla. [Trabajo de pre grado, Corporación Universidad de la Costa]. Recuperado de: <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/8754>
- Álvarez, C., & Urbano, D. (2012). Ecosistemas emprendedores: hacia un modelo integral. Madrid: Fundación Rafael del Pino. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/1872/187276393010/html/>
- Antequera Amaris, R. R., Ramírez Molina, R. I., Santamaria Ruiz, M. J., & Lay Raby, N. D. (2021). Liderazgo resonante según el género: un estudio en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Barranquilla. *Revista De La Universidad Del Zulia*, 12(34), 29-44. <https://doi.org/10.46925//rdluz.34.03>
- Antequera Amaris, R. R., Ramírez Molina, R. I., Santamaria Ruiz, M. J., & Lay Raby, N. D. (2022). Generic and technical skills of human talent supported by ICT: systematization, scope, and reflections. *Procedia Computer Science*, 210, 378-382. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050922016258>
- Baron, R. A., & Shane, S. A. (2008). *Entrepreneurship: A Process Perspective*. Mason, OH: Thomson South-Western.
- Bygrave, W. D., & Zacharakis, A. (2010). *Entrepreneurship*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Cuervo, Á., Ribeiro, D., & Roig, S. (2007). *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*. Springer. Recuperado de [https://books.google.com.co/books?id=2v-aWpdgoPQC&printsec=frontcover&dq=Cuervo,+%C3%81,+Ribeiro,+D.,+%26+Roig,+S.+\(2007\).+Entrepreneurship:+Concepts,+Theory+and+Perspective.&hl=es-419&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Cuervo%2C%20%26%20Ribeiro%2C%20%20%26%20Roig%2C%20S.%20\(2007\).%20Entrepreneurship%3A%20Concepts%2C%20Theory%20and%20Perspective.&f=false](https://books.google.com.co/books?id=2v-aWpdgoPQC&printsec=frontcover&dq=Cuervo,+%C3%81,+Ribeiro,+D.,+%26+Roig,+S.+(2007).+Entrepreneurship:+Concepts,+Theory+and+Perspective.&hl=es-419&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Cuervo%2C%20%26%20Ribeiro%2C%20%20%26%20Roig%2C%20S.%20(2007).%20Entrepreneurship%3A%20Concepts%2C%20Theory%20and%20Perspective.&f=false)
- Davidsson, P. (2008). *The Entrepreneurship Research Challenge*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Dees, J. G. (2001). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. Stanford University. Recuperado de <https://search.worldcat.org/es/title/1029812497>
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Harper & Row. Recuperado de [https://books.google.com.co/books?id=XG4d5yT9XBsC&printsec=frontcover&dq=Drucker,+P.+F.+\(1985\).+Innovation+and+Entrepreneurship:+Practice+and+Principles.+Harper+%26+Row.&hl=es-](https://books.google.com.co/books?id=XG4d5yT9XBsC&printsec=frontcover&dq=Drucker,+P.+F.+(1985).+Innovation+and+Entrepreneurship:+Practice+and+Principles.+Harper+%26+Row.&hl=es-)

- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. New York, NY: Harper & Row.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford, UK: Capstone Publishing.
- Greenhaus, J. H., & Beutell, N. J. (1985). Sources of conflict between work and family roles. *Academy of Management Review*, 10(1), 76-88.
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship*. McGraw-Hill/Irwin. Recuperado de <https://pdfcoffee.com/qdownload/entrepreneurship-by-robert-hisrich-michael-peters-dean-shepherd-z-liborg-pdf-free.html>
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2013). *Entrepreneurship*. New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Katzenbach, J. R., & Smith, D. K. (1993). *The Wisdom of Teams: Creating the High-Performance Organization*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (2004). *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice*. Mason, OH: South-Western College Publishers.
- Mauricio Santamaria-Ruiz, María Ortíz-Morales, Eliana Benavides-Morón, Erick Vargas-Suarez, Alexander Troncoso-Palacio. (2023). *Procedia Computer Science*, Volume 224, Pages 431-436. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.09.060>
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (1998). *Strategy Safari: A Guided Tour Through the Wilds of Strategic Management*. New York, NY: Free Press.
- Novoa Conrado, L., Santamaria Ruiz, M., Ramírez Molina, R., & Reyes Bracho, R. (2021). Gestión del talento humano para la generación de valor: reflexiones y aportes. *Consensus (Santiago)- Revista Interdisciplinaria De Investigación*, 5(3), 45 - 58. Recuperado a partir de <http://pragmatika.cl/review/index.php/consensus/article/view/99>
- Ramírez Molina, R. I., Ramírez Molina, R. J., Molina Molina, C. C., Vergara Ramos, L. A., & Santamaria Ruiz, M. J. (2022). Estrategias facilitadoras e innovación social: aproximaciones, teorías, aportes y reflexiones. *Opción*, 38(99), 290-312. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7502724>
- Ramírez Molina, R., Padrón Molina, M., Vergara Ramos, L., & Santamaria Ruiz, M. (2023). La Psicología: un acercamiento desde la teoría. *Revista Latinoamericana De Difusión Científica*, 5(8), 81-94. <https://doi.org/10.38186/difcie.58.05>

- Ruiz, M. J. S., Barragán, B. P., & Hinojoza-Montañez, S. D. (2023). Advertising targeting trends: Retargeting and new technologies user perception of e-commerce platforms in Colombian and Israeli cities. *NovaRua*, 15(27).
- Santamaria-Ruiz, M., Ortiz-Morales, M., Benavides-Moron, E., Vargas-Suarez, E., & Troncoso-Palacio, A. (2023). An Analysis of Management by Competencies in Grocery Retail Distributors. *Procedia Computer Science*, 224, 431-436.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper & Brothers. Recuperado de https://books.google.com.co/books?id=ytrqJsworRCoC&printsec=frontcover&dq=schumpeter+ja.+1942.+capitalism+socialism+and+democracy.+new+york+harper+%26+brothers.&hl=es-419&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Sukier, H. B., Samper, M. G., Molina, R. I. R., Karam, M. S., Palencia, D. B., Ibanez, N. P., & Ruiz, M. J. S. (2024). Analysis of Strategic Marketing in Small and Medium-sized Enterprises: Case of the Bakery Industry in Colombia. *Procedia Computer Science*, 231, 601-606.
- Vargas Simonini, L., Santamaría R, M. J., Hinojoza – Montañez, S. D., & Vergara Ramos, L. (2023). RETOS Y DESAFÍOS DE LAS OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR DURANTE LA PANDEMIA EN COLOMBIA (2020-2021). *Revista Tajamar*, 1(1), 65-69. Recuperado a partir de [https://publicaciones.litoral.edu.co/index.php?journal=Revista_tajamar&page=articulo&op=view&path\[\]=10](https://publicaciones.litoral.edu.co/index.php?journal=Revista_tajamar&page=articulo&op=view&path[]=10)