



Visión Gerencial
ISSN: 1317-8822
ISSN: 2477-9547
morillom@ula.ve
Universidad de los Andes
República Bolivariana de Venezuela

Espinoza Morales, Francisco; Bustos Aguayo, José Marcos; García Lirios, Cruz
Profusión y conectividad del emprendimiento caficultor en la era del Covid-19
Visión Gerencial, núm. 2, 2022, Julio-Diciembre, pp. 253-262
Universidad de los Andes
Mérida, República Bolivariana de Venezuela

DOI: <https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2022.21.03.04>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465582611004>

- ▶ [Cómo citar el artículo](#)
- ▶ [Número completo](#)
- ▶ [Más información del artículo](#)
- ▶ [Página de la revista en redalyc.org](#)

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

Profusión y conectividad del emprendimiento caficultor en la era del Covid-19

Francisco Espinoza Morales¹

Facultad de Economía,
Universidad de Sonora. Navojoa - México
francisco.espinozamoraless@unison.mx
<https://orcid.org/0000-0002-4552-5893>

José Marcos Bustos Aguayo²

Facultad de Estudios Superiores Zaragoza
Universidad Nacional Autónoma de México
marcos.bustos@unam.mx
<https://orcid.org/0000-0003-3423-596X>

Cruz García Lirios³

Unidad Académica Profesional Huehuetoca
Universidad Autónoma del Estado de México
cgarciali@uaemex.mx
<https://orcid.org/0000-0002-9364-6796>

Informe de investigación

RESUMEN

En la era Covid-19 el emprendimiento ha sido la respuesta de sectores públicos y privados ante la crisis sanitaria y económica ocasionada por la pandemia. El objetivo del presente estudio fue analizar las relaciones entre las dimensiones del emprendimiento en una localidad caficultora del centro de México, durante la pandemia Covid-19. A partir de una etnografía virtual se examinaron las demandas y recursos de las asociaciones de caficultores, considerando sus oportunidades, retos y desafíos ante la pandemia. Los resultados muestran que las 45 asociaciones emprendedoras giran en torno al capital relacional ante los retos, desafíos, oportunidades y recursos. Se recomiendan extender el estudio hacia el análisis de las alianzas estratégicas entre las micro pequeñas y medianas empresas que agrupan a las organizaciones caficultoras.

Palabras Claves: Covid-19, emprendimiento, capital relacional.

Profusion and Connectivity of Coffee Farming Entrepreneurship in the COVID-19 Pandemic

Abstract

In the Covid-19 era, entrepreneurship has been the response of public and private sectors to the health and economic crisis caused by the pandemic. The objective of this study was to analyze the relationships among the dimensions of entrepreneurship in a coffee-growing locality in central Mexico. Based on a virtual ethnography, the demands and resources of coffee growers' associations were examined, considering their opportunities, challenges and challenges in the face of the pandemic. The results show that the 45 entrepreneurial associations revolve around relational capital in the face of challenges, opportunities and resources. It is recommended that the study be extended to the analysis of strategic alliances among the micro, small and medium-sized enterprises that group the coffee growing organizations.

Key words: Covid-19, entrepreneurship, relational capital, demands, resources.

¹ Doctor en Educación por la Universidad de Tijuana, Profesor Investigador de Tiempo Completo en la Universidad de Sonora. Adscrito al Sistema Nacional de Investigadores, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Línea de investigación en Emprendimiento de Micros, pequeñas y Medianas Empresas.

² Doctor en Psicología por la Universidad Nacional Autónoma de México, Adscrito al Sistema Nacional de Investigadores, del Consejo Nacional de Ciencias y Tecnología. Línea de investigación en Desarrollo de la Conducta Sustentable.

³ Doctor en Ciencias de la Complejidad, Profesor de Asignatura en la Universidad Autónoma del Estado de México. Línea de investigación en Gobernanza de las Organizaciones Comunitarias.

Recibido: 13-10-2021

Revisado: 30-11-2021

Aceptado: 15-03-2022

Como citar este artículo - How to cite this article

Espinoza, F., Bustos, J., y García, C. (2022). Profusión y conectividad del emprendimiento caficultor en la era del Covid -19, pp. 253-262. *Revista Visión Gerencial*, 21(2), pp. Recuperado de: <http://erevistas.saber.ula.ve/visiongerencial>

1. Introducción

En la era Covid-19, los retos, desafíos y oportunidades para las organizaciones que fueron sometidas al confinamiento y distanciamiento como estrategias de mitigación de la pandemia han sido abordadas desde el equilibrio de sus demandas y recursos (García et al., 2022). Significa entonces que las organizaciones emprendedoras procuran el equilibrio, entre la optimización de sus recursos frente a las demandas de su entorno. Es así como en pandemia las demandas representan retos, desafíos y oportunidades, ante las cuales se activan los recursos (Carreón et al., 2021). En este esquema de demandas y recursos, las organizaciones emprendedoras se distinguen por sus **capitales tecnológicos, humanos y relacionales**.

Desde la teoría del equilibrio entre las demandas y recursos, ambos elementos son inherentes a los objetivos, tareas y metas de las organizaciones (González et al., 2021). En tal sentido, las demandas del entorno delimitan los objetivos y las metas (Sánchez et al., 2020). En su caso, los recursos internos a la organización definen sus tareas. Indirectamente, a través de objetivos y metas, y las demandas externas inciden en las tareas. Por consiguiente, las organizaciones en situaciones de crisis buscarán el equilibrio mediante la optimización de recursos para satisfacer las demandas de su entorno.

En lo referente a los capitales tecnológicos, la pandemia limita la producción del conocimiento y avances al reducir las inversiones, pero a la vez abre oportunidades de promoción a través de redes electrónicas que en un escenario de crisis son idóneas para difundir la imagen de una organización (Hernández et al., 2021), al igual que sus cambios y reestructuraciones o adaptaciones.

Los **capitales tecnológicos** suponen retos y desafíos para la formación académica, profesional y laboral del capital humano (García, 2021). Por ejemplo, una actualización de plataformas, software o el

uso de redes obliga una nueva capacitación y entrenamiento de talentos para que transformen su entorno de retos y desafíos en oportunidades (Bustos et al., 2021). Es el caso de la información circundante en *Twitter, Facebook, YouTube, WhatsApp o Instagram* (Juárez et al., 2021). Igualmente, la actualización de datos sobre los riesgos de la pandemia supone una formación constante del capital intelectual.

En el caso del **capital relacional**, entendido como las alianzas estratégicas entre organizaciones ante un problema común, como la pandemia, las demandas hacia su intensificación son previsibles (Quiroz et al., 2021).

En relación al **capital humano**, a medida que el Coronavirus es conocido por la comunidad científica, los hallazgos se diseminan en las redes y son procesados por talentos humanos dentro de las organizaciones, para la toma de decisiones (García, 2020). De este modo, y en un sentido básico inicial, el emprendimiento subsecuente radica en la generación de datos, con intervención del capital humano, para la prevención de riesgos como accidentes o enfermedades laborales.

Sin embargo, un tema no abordado son los efectos de la pandemia en la gestión, producción y transferencia de conocimiento en un escenario de riesgo inminente de contagiados y muertes (Bustos et al., 2020).

Una organización expuesta a este escenario de riesgo incrementa su propensión al emprendimiento en función de sus altos costos, ingresos deprimidos, y menores ganancias.

El estudio de los retos y desafíos de la pandemia Covid-19 en el ámbito laboral significa el análisis del balance entre demandas externas y recursos internos de las organizaciones (García et al., 2020). El capital humano en formación sugiere la observación de su dimensión intelectual a fin de poder relacionar la adopción de tecnología y de colaboración

En este proceso de balance de demandas y recursos, el capital intelectual es la dimensión que se percata, alerta y

explica el desbalance, pero a la vez es capaz de analizar la gestión, producción y transferencia del conocimiento necesario para establecer los procesos, las transformaciones; lo cual incluso, mejora la reputación de la organización y la imagen en corto, mediano y largo plazo como organización resiliente de la crisis sanitaria y económica (Carreon et al., 2020).

Es posible advertir que tal resiliencia se establece comparando los ciclos de emprendimiento que la organización establece como objetivos, tareas y metas en función de las demandas de su entorno (Quiroz, 2020). Si los contagiados, enfermos y muertos por Covid-19 se incrementan, entonces la formación, la creatividad, e inventiva del capital humano se intensifica (Coronado et al., 2019). De hecho, y tal como se afirmó, el emprendimiento aumenta a medida que el escenario es más riesgoso y costoso para la organización.

De esta manera, el capital intelectual es el factor que determina el tipo de emprendimiento, sea como optimización de recursos o como innovador de procesos (Bustos et al., 2019). En ambos casos, la gestión del conocimiento se realiza desde la traducción de demandas y la reinversión de recursos (García, 2019). Es decir, se activa la inteligencia organizacional para develar la optimización de recursos ante su escasez.

En su caso, la innovación de procesos subyace a mediano y largo plazo porque supone una gestión de alianzas (capital relacional) entre los actores organizacionales con actores políticos (Bermudez et al., 2019). Un ejemplo de ello, es el micro financiamiento que activa los recursos para el balance de la organización, pero estos recursos solo garantizan la resiliencia (Bolívar et al., 2019). El problema radica en que la pandemia al ser prolongada impide la innovación de procesos por la escasez de capital financiero y los riesgos de contagio del capital humano.

En este escenario, es necesario un tipo de emprendimiento donde los recursos se optimicen y se canalicen a la innovación (Bucio et al., 2019). Tal proceso se establece

a distancia, mediante el capital tecnológico. A través de las redes electrónicas la formación del capital humano se derivaría de este emprendimiento (Martínez et al., 2019). Se trata de la administración de recursos con entrada de inversión, talentos, tecnologías e información (Carreon et al., 2019).

En toda alianza estratégica, el capital relacional es indispensable para transferir el conocimiento (Aldana et al., 2018). Es el caso de los saberes en la toma de decisiones de emprendimiento (Fierro et al., 2018), donde la experiencia acumulada de los gerentes, operadores, gestores y asesores sugiere información debidamente procesada para el análisis de tiempos excepcionales.

Sin embargo, el capital relacional también supone establecimiento de todo tipo de negociaciones y acuerdos, mediaciones, conciliaciones y arbitrajes (Carreon et al., 2018). Estos rasgos distintivos hacen imposible que una organización pueda compartir sus estrategias, porque dependen de sí misma, y de sus relaciones con las demás, para generar excedentes que le permitan subsistir durante la crisis sanitaria y económica.

Por tanto, el capital relacional también se reduce a la promoción de la imagen de la organización más que a su reputación (Hernández et al., 2018). Tal afirmación se basa en la diferencia entre el prestigio y la imagen; la primera, es un promedio del autoconcepto de la empresa y una evaluación de las organizaciones colaboradoras, mientras que la imagen es un deseo de éxito (Juarez et al., 2018). Más allá de la resiliencia, la imagen es una perspectiva de cómo quiere verse una organización en un futuro cercano.

En oposición a esta imagen corporativa, el emprendimiento es una estrategia de gestión de oportunidades, optimización de recursos e innovación de procesos en tiempo real porque se sustenta en la información circundante de las redes electrónicas (García et al., 2017). Mientras que la pandemia se recrudece, los actores

políticos y organizacionales implementan estrategias y programas, que fortalece su reputación.

Por consiguiente, la reputación corporativa al ser una evaluación interna y externa sugiere un emprendimiento continuo con base en recursos, pero en función de las demandas: retos y desafíos como es el caso del distanciamiento social, el teletrabajo, y demás circunstancias que ha ocasionado el Covid-19, tales como contagios y muertes.

En este contexto, se plantea la siguiente interrogante:

¿Cuáles son las relaciones complejas entre los indicadores de las demandas y recursos y la prospectiva del emprendimiento en las organizaciones cafeteras durante la pandemia COVID-19?

Para este estudio se ha tomado como caso de estudio Las organizaciones cafeteras, las cuales se distinguen por su impacto en el mercado de consumo agroalimentario, y su efecto de arrates para la economía de muchos países como México.

A nivel internacional, la demanda de café es considerable, Holanda es el mayor consumidor de café con alrededor de 2.5 tazas per cápita seguida de Finlandia y Suiza con cerca de 1.5 tazas por persona (Banco Mundial, 2021). Lo anterior se configura como un mercado de exportación para los países productores, tales como Brasil; dicho país es el principal exportador de café del mundo, con 35 millones de toneladas, seguido de Vietnam con 15 millones y de Colombia con 7 millones de toneladas (OCDE, 2021).

Las premisas que guían el presente trabajo sugieren que el emprendimiento es una estrategia que puede ser exportada de individuos a grupos, organizaciones y sectores (Sánchez et al., 2017). En ese sentido, el emprendimiento refleja la resiliencia ante crisis, pero también las alianzas entre pares frente a un problema común (García, 2017). A diferencia del emprendimiento promovido por el Estado o respaldado por alguna organización acreedora, el emprendimiento caficultor es

el resultado del concurso de actores políticos y sociales, sectores públicos y privados propiciados por una crisis económica (Sánchez et al., 2017). De este modo, el emprendimiento caficultor cuenta con la participación de organizaciones caficultoras en torno a una política de mitigación de la pandemia (García et al., 2016). Por consiguiente, subyacen relaciones complejas emergentes que buscan un equilibrio a partir de sus entradas y salidas informativas y decisorias, lo cual que ameritan ser estudiadas.

2. Metodología de la investigación

En un primer momento, se realizó un trabajo documental con una muestra no probabilística establecida por la técnica "bola de nieve", tomadas de las páginas de 45 organizaciones caficultoras, las cuales también comercializan su producto, consideradas de forma intencional dada su importante participación en la economía local de México, así como su relación con el gobierno municipal del Estado de México y la fuerza laboral cooperativa.

Se empleó el método Delphi, considerando tres fases: calificación, comparación y reconsideración de criterios por parte de jueces expertos en el proceso de emprendimiento comunitario (Bermúdez et al., 2021). Lo anterior incluyó registros de las **dimensiones** de demandas y recursos, así como de los **indicadores** de retos, desafíos, oportunidades, tecnología, relaciones y optimización.

Las páginas de las organizaciones fueron seleccionadas considerando los programas de micro financiamiento local directo e indirecto (Martínez et al., 2021). Se realizaron capturas de pantalla a ser expuestas a los expertos, quienes plasmaron sus evaluaciones. Los criterios de calificación: valor de 0 a la ausencia de dimensiones e indicadores, 1 para la inclusión de las demandas, pero sin evidencia de recursos, 2 para la inclusión de demandas y recursos, 3 para la especificación de retos, desafíos, oportunidades, tecnología o eventos, 4 para

la inclusión de cuando menos dos indicadores, 5 para la inclusión de tres indicadores, 6 para la inclusión de cuatro indicadores, 7 para la inclusión de los cinco indicadores. La primera ronda fue promediada y se compararon los promedios evaluativos con los criterios iniciales. En la tercera ronda, los jueces reiteraron o rectificaron su evaluación inicial.

Los datos fueron procesados en *Excel* y en *CytoScape* versión 3.8.2 considerando los algoritmos de fuerza de profusión dirigida abierta para establecer las relaciones complejas entre las organizaciones emprendedoras que se asociación con otras organizaciones emprendedoras. De este modo, el algoritmo de conectividad de la comunidad fue interpretado como el valor que establecen las relaciones complejas entre las organizaciones evaluadas por los jueces. Una oscilación de conectividad sugiere una menor complejidad.

3. Resultados y discusión

El gráfico N° 1 muestra la red compleja de emprendimiento comunitario donde es posible advertir que el nodo principal gira en torno a las dimensiones de demandas y recursos apreciadas por los jueces. Se trata del aprovechamiento de oportunidades, la optimización de los recursos y la innovación de los procesos. Cada una de estas demandas y recursos devela la resiliencia organizacional. En el caso de las

organizaciones cafeteras, la resiliencia se infiere desde las relaciones entre los eventos de riesgo y las capacidades de emprendimiento. Seguidamente este nodo se aproxima a otro relativo a los indicadores, así como al nodo de demandas y de los nodos de dos y tres indicadores distantes al primer nodo. Esto quiere significar que la estructura en la mayoría de las organizaciones emprendedoras refleja el equilibrio entre demandas y recursos. Esto es así porque la pandemia activa retos y desafíos, liberando recursos como la cooperación y la colaboración ante la ausencia de micro financiamiento del Estado.

El gráfico N° 2 muestra que las primeras 18 organizaciones están vinculadas a los nodos e indicadores del emprendimiento. Significa entonces que el algoritmo puede estimar las relaciones complejas entre la mitad de las organizaciones hasta cubrir las demandas y recursos que emergen ante la crisis sanitaria. Es decir, las organizaciones se estructuran en secuencias de emprendimiento generales sin distinción de retos u oportunidades, desafíos y colaboraciones. Se trata de una estructura compleja de información y decisiones que la distinguen de otras redes de emprendimiento.

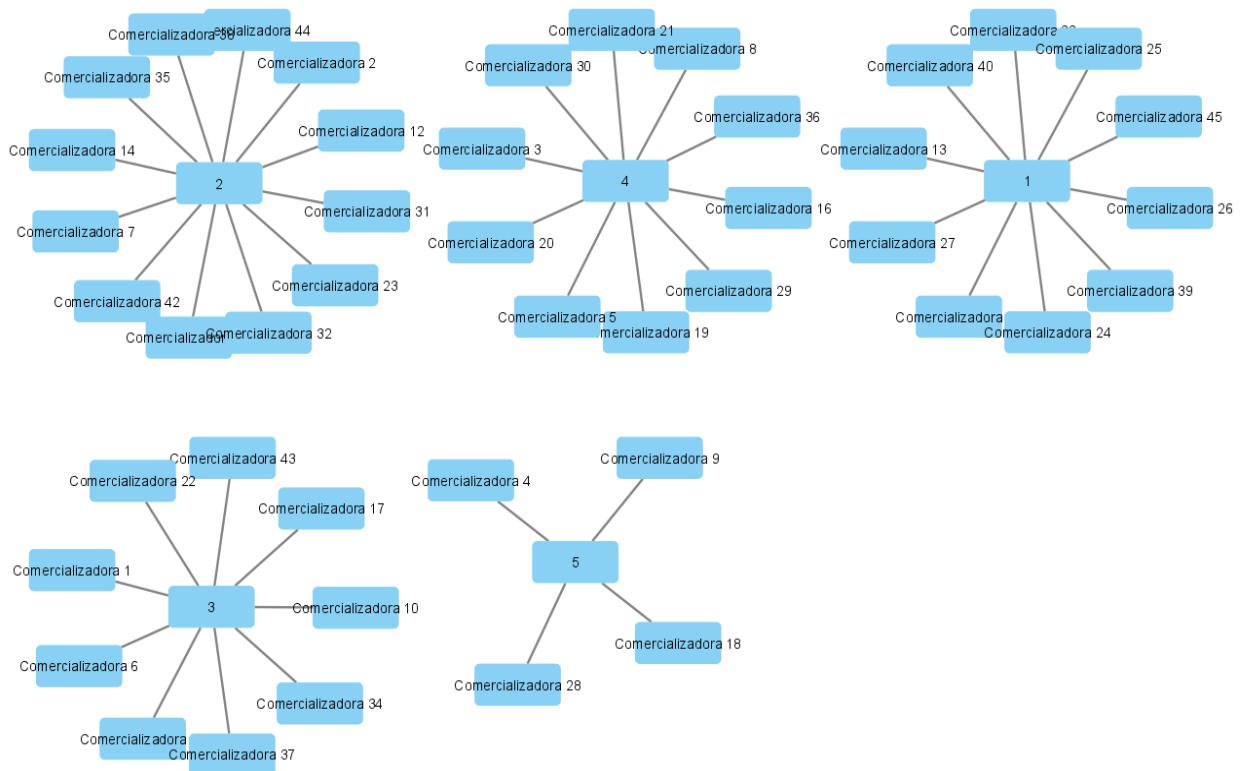


Gráfico N° 1. Red de emprendimiento caficutor. Fuente: Elaborada a partir de los datos del estudio. 1 = Aprovechamiento de oportunidades, 2 = Optimización de recursos, 3 = Innovación de procesos, 4 = Autogestión comunitaria, 5 = Cogestión social y estatal * Comercializadoras, incluye la producción y distribución del rubro.

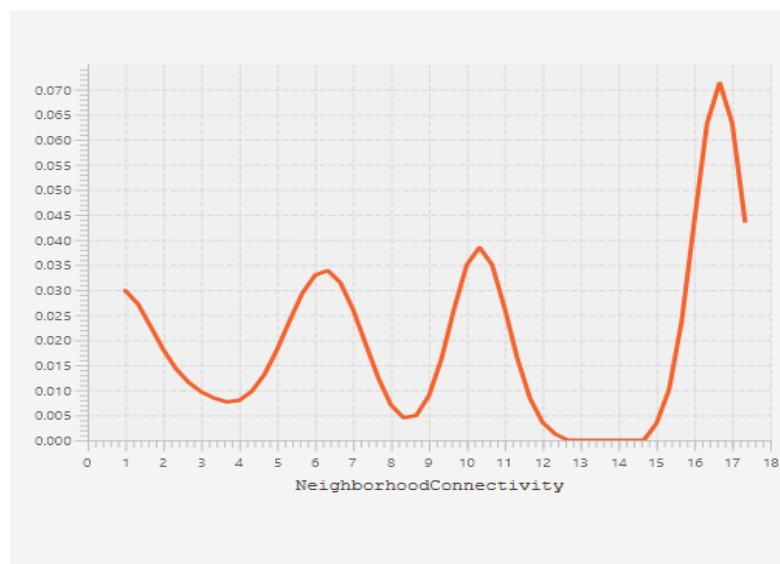


Gráfico N° 2. Conectividad emprendedora circunvecina. Fuente: Elaborada a partir de los datos del estudio

4. Conclusiones

El aporte del presente trabajo radica en develar la red emprendedora dedicada al café. El aprovechamiento de oportunidades, optimización de recursos e innovación de procesos son relaciones que develan la red emprendedora estudiada. La literatura identifica estas relaciones como resiliencia.

Se trata de organizaciones que ante crisis se autoorganizan. En este sentido, el emprendimiento sigue trayectorias de profusión y conectividad.

El funcionamiento de cada página estudiada dedicada al emprendimiento del café en relación con otras similares sugiere una profusión. Esto es así porque la abundancia de organizaciones productoras y comercializadoras del café supone un emprendimiento orientado a la innovación de procesos más que al aprovechamiento de oportunidades y optimización de recursos. Es decir, ante la pandemia, la producción y comercialización del café en el contexto estudiado se orienta hacia propuestas de nuevos productos y servicios relacionados con el café, y difundida a través de *Twitter*, *Instagram*, *WhatsApp* o *Facebook*.

En el caso de la conectividad, los resultados muestran que el intercambio de las estrategias de venta del café se consolida como una ventaja competitiva. La resiliencia de las 45 organizaciones cafetaleras estudiadas se aprecia en sus alianzas estratégicas, formación del capital intelectual y promoción en redes electrónicas.

A diferencia de las redes de emprendimiento urbanas que centran sus objetivos, tareas y metas alrededor de políticas de reactivación

económicas, como en el caso del turismo o de otras industrias, las organizaciones caficultoras establecen relaciones con base en el equilibrio entre las demandas de la pandemia con los recursos autogenerados sin el apoyo del Estado. Tales alianzas estratégicas limitan la gobernanza emprendedora local porque la ausencia del gobierno inhibe acuerdos entre actores políticos y sociales, así como entre sectores públicos y privados.

Sin embargo, la red compleja de emprendimiento comunitario se distingue por su grado de cohesión e interdependencia en la colaboración y cooperación para el desarrollo local. De hecho, la difusión de estas organizaciones caficultoras en redes electrónicas expande los vínculos entre los nodos de información y decisión ante la pandemia. Es decir, la proliferación de datos concernientes a contagiados, enfermos y muertos también genera redes de colaboración y emprendimiento entre las organizaciones caficultoras. Esto es así porque el sentido de comunidad, la memoria colectiva o las representaciones sociales de quienes configuran estas organizaciones cafetaleras emerge ante contingencias y eventos inminentes de riesgo.

Líneas de investigación concernientes al análisis de las relaciones complejas entre las organizaciones cafetaleras con respecto a los gobiernos e instituciones de micro financiamiento permitirán avanzar hacia la develación de una gobernanza entre los actores sociales y políticos, sectores públicos y privados. Se trata de una red compleja en la que los emprendedores que informan las oportunidades se asocian con los emprendedores que

toman decisiones de financiamiento y los emprendedores que ejecutan las tareas a partir de objetivos y metas comunes.

5. Referencias

- Aldana, W. I., Blanes, A. V., Rosas, F. J., Aguilar, J. A., Vilchis, F. and García, C. (2018). Develación del significado del emprendimiento caficulator en jefas de familia. *Margen*, 91, 1-11
- Banco Mundial (2021). Estadísticas por país. Ginebra: BM
<https://www.bancomundial.org/es/home>
- Bermudez, G., Molina, H. D. and García, C. (2021). *Modelling organizational violence in the Covid-19 era. Journal of Management Information & Decision Science*, 24 (5), 1-22
- Bermudez, G., Sanchez, R., Espinoza, F., Martinez, E., Sanchez, A. and García, C. (2019). *Metanalitical validity of the social entrepreneurship inventory: A study ramdon effect sizes. Global Journal of Management and Business Research*, 19 (10), 15-21
- Bolívar, E., Coronado, O., Quiroz, C. Y. y García, C. (2019). Diferencias entre emprendedores con respecto a la globalización. *Eureka*, 16 (2), 144-167
- Bucio, C., Jimenez, J., Amemiya, M., Anguiano, F., Sandoval, F. R., Rincon, R. M. y García, C. (2019). Estructura factorial exploratoria del emprendimiento caficulator en una localidad del centro de Mexico. *Integración Académica en Psicología*, 7 (20), 111-128
- Bustos, J. M., Juarez, M. and García, C. (2021). *Review of enterpreneurship in the Covid-19 era. 10 (1)*, 1-11
- Bustos, J. M., Juarez, M., Bermúdez, G., Quintero, M. L., Aldana, W. I. y García, C. (2019). Cultura organizacional y desarrollo local en micro y pequeños negocios emprendedores e innovadores. *Informatica*, 40 (1), 77- 89
- Bustos, J. M., Juarez, M., Hernandez, J. y Espinoza, F. (2020). Metanálisis de la validez instrumental aleatoria de la formación académica sobre el emprendimiento digital. *Vision Gerencial*, 19 (2), 194-201
- Carreon, J., Bustos, J. M., Juarez, M., Hernandez, J., Sanchez, A. and García, C. (2020). *Coffe entrepreneurship during Covid-19. Publicaciones e Investigaciones*, 14 (1), 1-12
- Carreon, J., Espinoza, F. and García, C. (2021). *Modelling perception entrepreneurship in the Covid-19 era. Academy of Strategy Journal*, 20 (2), 1- 14
- Carreon, J., Fierro, E., Espinoza, F. y García, C. (2018). Modelamiento del emprendimiento internauta en una universidad pública del centro de Mexico mediante el análisis factorial exploratorio. *Divulgación de la Investigación*, 16 (1), 1-16
- Carreon, J., Quiroz, C. Y. and García, C. (2019). *Specification of a local entrepreneurship model. Saudi Journal of Business and Management Studies*, 4 (11), 856-860
- Coronado, O., Carreon, J., Quiroz, C. Y., Bolivar, E. y García, C. (2019). Gobernanza del emprendimiento social responsable. *Nomadas*, 57 (1), 1-23
- Fierro, E., Hernandez, J., Blanes, A. V., Aldana, W. I., Llamas, B., Sanchez, R., Bucio, C., Sanchez, A., Aguilar, J. A. y García, C. (2018). Diferencias significativas entre usuarios de tecnologías de información y comunicación con respecto a la percepción de emprendimiento. *Margen*, 91, 1-7
- García, C. (2017). Modelo e Millennials emprendedores. *Cambios & Permanencias*, 8 (82), 379-396
- García, C. (2018). Emprendimiento caficulator en migrantes de la región huasteca del centro de México. *Equidad y Desarrollo*, 30, 119-147
<http://dx.doi.org/10.19052/ed.4324>
- García, C. (2019). *Specification a model for study of acculturation, multiculturalism and interculturality about*

- entrepreneurial migratory flows, state in the literature 2007-2019. *Aldea Mundo*, 24 (48), 59-70
- García, C. (2020). Specification a model for the study of utility entrepreneurship. *Global Journal of Human Social Science*, 20 (1), 35-40
- García, C. (2021). Framing index of social entrepreneurship under during the confinement caused by SARS CoV-2 and Covid-19 disease. *Intersticios*, 15 (1), 183-203
- García, C., Carreon, J., Aguilar, J. A. y Hernandez, J. (2016). Gobernanza del emprendimiento ciberpolítico. *Margen*, 79, 1-4
- García, C., Carreon, J., Bustos, J. M. y Hernandez, J. (2020). Percepción del emprendimiento caficultor en la región Huasteca, centro de México. *Activos*, 18 (1), 239-270
<https://doi.org/10.15332/25005278/6164>
- García, C., Espinoza, F., Bustos, J. M., Juarez, M. and Sandoval, F. R. (2021). Perception about entrepreneuruship in the Covid-19 era. *Razón Crítica*, 12 (1), 1-12
<https://doi.org/10.21789/25007807.1817>
- García, C., Quintero, M. L. and Carreon, J. (2017). Emprendimiento micro caficultor en migrantes de San Luis Potosí, centro de México. *Margen*, 87, 1-15
- Gonzalez, L. M., Sanchez, A., Carreon, J., García, C., Espinoza, F. & Hernandez, J. (2021). Discursive collaborative networks in a coffee growing town. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 12 (6), 4765-4771
- Hernandez, T. J., Carreon, J. and García, C. (2021). Factor structure of the determinants of entrepreneurship in the Covid-19 era. *Academy of Strategic Management Journal*, 20 (2), 1-8
- Hernandez, T. J., Sanchez, A., Espinoza, F., Sanchez, R. y García, C. (2018). Modelo de lucidez, emprendimiento e innovación en microempresas caficultoras del centro de Mexico. *Eureka*, 15 (1), 96-107
- Juarez, M., Carreon, J., Bustos, J. M., Hernandez, J., García, C., Espinoza, F., Sanchez, A. and Quiroz, C. Y. (2021). Vocational training networks: management, innovation and knowledge entrepreneurship. *Foro Educativo*, 34, 105-121
- Juarez, M., Sanchez, A., Hernandez, J., Carreon, J. y García, C. (2018). Confiabilidad y validez de un instrumento que mide seis dimensiones organizacionales del emprendimiento en caficultoras. *Cambios & Permanencias*, 9 (2), 455-471
- Martinez, E., Carreon, J., Sanchez, A., Espinoza, F., Anguiano, F., Bucio, C., García, C. and Quintero, M. L. (2019). Hibryd determinant modelo f the coffee entrepreneurship. *Interconectando Saberes*, 8 (1), 111-144
- Martinez, E., Espinoza, F., Sanchez, A., Carreon, J. and García, C. (2021). Moelling the dimensions of leadership in the literatura from 2019 to 2021. 5518-5526
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2021). Estadísticas por país. Ginebra: OECD
<https://www.oecd.org/acerca/>
- Quiroz, C. Y. (2020). Specification of a model of digital entrepreneurship. *Current Research in Psychology and Behavioral Science*, 1 (1), 1-4
- Quiroz, C. Y., García, C., Molina, M. R. and Carreon, O. I. (2021). Reliability and validity of an instrument that measures entrepreneurship merchants in central Mexico. *Investigación & Desarrollo*, 28 (2), 6-22
- Rincón, R. M., Quiroz, C. Y., Espinoza, F. and García, C. (2021). Contrast of a model revision of the entrepreneurship in the Covid-19 era. *Journal of Chemical and Pharmaceutical Science*, 1 (2), 20-25
- Sánchez, A., Cruz, M. G., Carreon, J. and Molina, H. D. (2017). Model of perception entrepreneurship: A reflection of a Mexican coffee. *Social Learning Educational Journal*, 2 (10), 1-10
- Sanchez, A., Figueroa, O., Espinoza, F., Molina, H. D., Valdés, O., Fierro, E. & García, C. (2020). Estructura factorial

confirmatoria de la gestión del conocimiento. *Alternativas en Psicología*, 44, 53-66

Sánchez, A., Quintero, M. L., Sánchez, R., Fierro, E. y García, C. (2017). Gobernanza del emprendimiento social: Especificación de un modelo para el estudio de la innovación local. *Nomadas*, 51, 1-21