



Apuntes del Cenes

ISSN: 0120-3053

ISSN: 2256-5779

Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia
(UPTC)

Bucardo Castro, Alberto; Saavedra García, María Luisa; Vargas Vega, Teresa
El perfil emprendedor de los microempresarios en los estados de México y Chiapas
Apuntes del Cenes, vol. 41, núm. 73, 2022, Enero-Junio, pp. 205-228
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC)

DOI: <https://doi.org/10.19053/01203053.v41.n73.2022.13019>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=479575008009>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en [redalyc.org](https://www.redalyc.org)

UPEM [redalyc.org](https://www.redalyc.org)

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto



El perfil emprendedor de los microempresarios en los estados de México y Chiapas

Alberto Bucardo Castro

María Luisa Saavedra García

Teresa Vargas Vega

Fecha de recepción: 20 de junio de 2021

Fecha de aprobación: 13 de octubre de 2021

Resumen: La actividad emprendedora tiene estrecha relación con el desarrollo económico de los países, de ahí la importancia de su estudio. El objetivo de esta investigación consiste en determinar el perfil emprendedor de los microempresarios en México, con el fin de caracterizarlos y encontrar las áreas de oportunidad para mejorar su desempeño. Se utilizó una muestra de 409 microempresarios voluntarios a quienes se les aplicó un cuestionario, con escala de Likert, cuyas respuestas fueron analizadas mediante análisis factorial exploratorio. Los resultados permiten saber que los microempresarios en México cuentan con un perfil emprendedor donde predomina la innovación, creatividad y visión empresarial, así como la búsqueda de actualización en nuevas tecnologías, la asunción de riesgos, la pasión emprendedora y un acercamiento a los enfoques ambiental y social. Las áreas de oportunidad se encuentran en el uso de tecnologías avanzadas de producción y comunicación, para gestionar interna y externamente su empresa, acordes con la cuarta revolución industrial.

Palabras clave: microempresario, emprendedor, innovación, tecnología.

Clasificación JEL: 26, M13, N8, O31, O32

Cómo citar

Castro, A. B., Saavedra García, M. L., & Vargas Vega, T. de J. (2022). El perfil emprendedor de los microempresarios en los estados de México y Chiapas. *Apuntes del Cenes*, 41(73). Págs. 205 - 228. <https://doi.org/10.19053/01203053.v41.n73.2022.13019>

* Contador público. Maestro y doctor en Administración. Universidad Anáhuac. Ciudad de México, México. albertobu@prodigy.net.mx <https://orcid.org/0000-0003-4576-279X>

** Autor de correspondencia. Contador público. Maestra y doctora en Administración. Universidad Nacional Autónoma de México. Ciudad de México, México. maluisasaavedra@yahoo.com <https://orcid.org/0000-0002-3297-1157>

*** Doctora en Economía, licenciada en Administración. Profesora titular del Departamento de Ciencias de la Administración. Maestra en Finanzas y doctora en Economía. Universidad Autónoma del estado de Hidalgo. Ciudad de Pachuca, Hidalgo. tvargasv@gmail.com <https://orcid.org/0000-0002-6051-7197>

Entrepreneurial Profile of Microentrepreneurs in the States of Mexico and Chiapas

Abstract

Entrepreneurial activity is closely related to the economic development of countries, hence the importance of studying it. This research aims to determine microentrepreneurs' entrepreneurial profiles in Mexico to characterize them and find opportunity areas to improve their performance. We use a sample of 409 volunteer microentrepreneurs to whom a questionnaire was applied, with a Likert scale. We analyzed their responses by exploratory factor analysis. The results show that microentrepreneurs in Mexico have an entrepreneurial profile where innovation, creativity, and business vision predominate, as well as the search for updating in new technologies, risk-taking, entrepreneurial passion, and an environmental and social approach. The opportunity areas lie in the use of advanced production and communication technologies to manage their company internally and externally in line with the fourth industrial revolution.

Keywords: microentrepreneurs, entrepreneur, innovation, technology.

INTRODUCCIÓN

El sector de las micro y pequeñas empresas, donde inician los nuevos emprendimientos, es de suma relevancia en el contexto mexicano, puesto que genera el 68.4 % de los empleos y aporta el 40 % del producto interno bruto (INEGI, 2019), de ahí la necesidad de estudiarlo. En efecto, en la estructura empresarial mexicana podemos encontrar que el 95 % de las empresas son de tamaño micro (1 a 10 trabajadores), un 4 % son de tamaño pequeño (11 a 50 trabajadores), un 0.8 % son de tamaño mediano (51 a 250 trabajadores) y solo 0.2 % son de tamaño grande (250 trabajadores o más) (INEGI, 2019).

El perfil emprendedor ha sido estudiado como de alta relevancia para asegurar el éxito empresarial. En el caso de México, la sobrevivencia de las empresas en el primer año de vida es de 60 % (INEGI, 2016), por ello la importancia de caracterizar el perfil de los microempresarios puesto que son los de mayor presencia en el tejido empresarial mexicano. Por lo anterior, el objetivo de esta investigación consiste

en determinar el perfil emprendedor del microempresario mexicano, utilizando el análisis factorial exploratorio con el fin de caracterizarlo y conocer las áreas de oportunidad para mejorar este perfil. Para llevar a cabo esta investigación se elaboró y aplicó un cuestionario que permitió contar con un acercamiento al perfil emprendedor de los microempresarios mexicanos.

Esta investigación consta de tres apartados. En el primero se presenta la revisión de la literatura, donde se incluye el origen del término emprendedor, así como la conceptualización del emprendedor a través de sus características. En el segundo apartado se describe la muestra utilizada para el desarrollo de esta investigación, la recolección y el análisis de datos, así como el cuestionario aplicado. En el tercer apartado se exponen los resultados, que contienen el análisis de confiabilidad, el análisis factorial exploratorio y la prueba de hipótesis. Por último, se presentan las conclusiones de esta investigación.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

El término *entrepreneur* se usó por primera vez en la obra *Essai Sur la Nature du Commerce en Général*, de Richard Cantillon (1931), donde se definía al emprendedor como un individuo que compraba productos a precios conocidos y los vendía en el mercado a precios desconocidos, asociando al concepto de emprendedor dos elementos fundamentales, recursos y riesgo. Asimismo, Pereira (2003) refiere que posteriormente los importantes economistas Knight (1921), Say (1966a), Baumol (1968, 1993), Braudel (1985) y Casson (1982) enriquecieron el concepto y establecieron la diferencia entre el emprendedor y el inversionista al identificar que el rendimiento que cada uno espera de sus acciones es distinto. Así pues, determinaron que el inversionista espera el rendimiento sobre el capital que aportó, mientras que el emprendedor está a la expectativa de que el resultado de quitarle a las utilidades los costos incurridos por el uso del capital del inversionista, sea suficiente para justificar su actividad emprendedora.

Es importante destacar que Schumpeter (1934) fue el primero en poner de manifiesto que el emprendedor es un ente generador de crecimiento económico y que, desde entonces, hasta fechas más recientes, estudios como los de Johnson y Loveman (1995) demuestran la importancia del desarrollo de las economías de mercado a través de los empre-

dedores de éxito y así también otros investigadores constatan que la creación de nuevos negocios tiene como principal recurso la figura del emprendedor.

Por lo anterior, es de alta relevancia que el espíritu emprendedor sea uno de los nuevos temas de investigación en el campo de la administración (García del Junco et al., 2007). En este sentido, Bruyat y Julien (2000) afirman que los investigadores deben compartir ideas básicas en el campo del emprendimiento, como las siguientes:

a) El reconocimiento del individuo como un elemento importante o incluso vital en la generación de un nuevo valor, puesto que los emprendedores no son los únicos que producen valor para la sociedad a través de la creación de empresas, en el sentido literal del término, o mediante los diferentes tipos de innovación. Sin embargo, es notoria su importancia en la creación de valor, por lo que los investigadores en la materia los consideran necesarios para el correcto funcionamiento del sistema económico.

b) El individuo no es simplemente una máquina que reacciona automáticamente a los estímulos del entorno, sino que tiene la capacidad de aprender y crear, es capaz de autodefinirse y, por lo tanto, tiene cierta libertad de acción, considerando que el entorno ofrece oportunidades o impone restricciones.

c) La creencia de que los recursos del entorno pueden desempeñar un papel facilitador o de impulso para ayudar a aumentar el número de empresarios en una región.

Por su parte, Rodríguez (2009) indica que la fisiocracia o teoría económica clásica podría fundamentar el tema de emprendimiento; sin embargo, también es consciente de que no existe un consenso general sobre su conceptualización, dado que algunos lo definen como una persona que está dispuesta a asumir riesgos (Cantillon, 1931); otros, como el trabajador destacado (Say, 1966b); como el hombre inteligente (Cantillon, 1931) y como el innovador (Smith, 1997). Rodríguez (2009) concluye que estos diversos enfoques se ven plasmados en la actualidad, en que no hay un concepto homogéneo de emprendedor y que para generalizarlo se deben considerar dos características: el emprendedor como tomador de riesgo y persona que posee una gran inteligencia, y el emprendedor como un tomador de decisiones con riesgo e innovador.

Con relación a la segunda característica, Schumpeter (2003) se refirió al emprendedor como el “destructor creativo” capaz de romper los ciclos del mercado introduciendo una innovación que le otorga una ventaja monopolística y le permite fijar un precio muy superior al costo de los recursos utilizados para la producción. Así, obtiene un rendimiento superior que, al ser imitado por

los competidores, lo obliga a ajustar los precios de acuerdo con el mercado. Como consecuencia, se reestablece el ciclo normal, el cual se rompe cuando se introduce otra innovación. En síntesis, caracteriza al emprendedor como una persona que se encuentra constantemente innovando.

Por su parte, Gartner (1985) refiere que en este campo de conocimiento la dificultad para contar con una base teórica común del concepto de emprendedor, buscando tal vez caracterizar a un emprendedor promedio, consiste principalmente en la gran complejidad y diversidad de los emprendedores. En este sentido, Bygrave y Hofer (1991) recomiendan que los estudios no solo se centren en la caracterización y funciones del emprendedor, sino que se realice una ampliación donde se involucren también las características del proceso emprendedor. Lo anterior implica cambiar de una concepción estática del espíritu emprendedor, entendida como *un conjunto de características que se deben cumplir para obtener resultados óptimos del emprendimiento*, a una concepción dinámica con enfoque en el proceso del evento emprendedor y del emprendedor mismo. De esta manera, se considera el proceso emprendedor como un conjunto de las funciones, actividades y acciones asociadas con la percepción de la oportunidad y la creación de la organización para aprovecharla.

Vale resaltar que el emprendedor es quien percibe la oportunidad y crea la organización para aprovecharla (Pereira, 2003); por su parte, Gartner (1985) sugiere como elementos para el estudio del espíritu emprendedor: i) el entorno; ii) las características del individuo; iii) el proceso; y, iv) la organización creada. Por otra parte, De Vries (1977) identifica al emprendedor a partir de los roles que cumple al concebir e implementar su idea: i) innovación; ii) administración o coordinación; y, iii) toma de riesgos. Cabe señalar además que, cuando autores como Drucker (1970) resumen las tareas del emprendedor en actividades como proyección, combinación, innovación y anticipación, no están más que retomando las propuestas originales de Schumpeter (2003), quien asume la innovación como centro de las características del emprendedor y quien adiciona la ganancia emprendedora a una combinación novedosa de factores de producción existentes.

Existe una interesante discusión acerca de las características del emprendedor y del administrador; Kirzner (1973), Baumol (1968) y Casson (1982) se refieren al administrador como una persona que solo toma decisiones calculadas, el cual reacciona de modo mecánico cuando aparecen cambios en el entorno. En cambio, de acuerdo con Baumol (1968), el emprendedor es más que un organizador, tal como lo concibe Casson (1982), y más que un innovador, como lo plantea Schumpeter (2003),

pues el emprendedor debe conseguir nuevas fuentes de recursos y métodos de mercadeo, además de estructurar la nueva organización (Stevenson, 1983; Gartner, 1988; Bygrave & Hofer, 1991; Pereira, 2003; Amatori, 2010; GEM, 2017). Así pues, completando la concepción de emprendedor propuesta por De Vries (1977) y Bucardo (2019), se agrega la dimensión de la toma de riesgo: el emprendedor no solo arriesga su capital económico, sino también su imagen social y los costos psicológicos asociados con el fracaso. En este sentido, Curto (2012) refiere que para Peter Drucker iniciar un negocio no es condición necesaria ni suficiente para ser emprendedor, y según Lumpkin y Dess (1996), los emprendedores no tienen por qué ser necesariamente inventores, sino que simplemente tienen que adoptar una visión creativa a la hora de poner en práctica invenciones de otros.

En este orden de ideas, Lumpkin y Dess (1996), tomando como base las ideas de Schumpeter, Stevenson, Say y Drucker, identifican cuatro aspectos que caracterizan el emprendimiento: (i) destrucción creativa: según Schumpeter, la generación de productos o servicios innovadores desplaza a los que estaban previamente en el mercado; (ii) creación de valor: según Say, el emprendedor traspassa recursos económicos de una actividad de baja productividad a una de alta productividad y mayor rendimiento; (iii) identificación de oportunidades: para Drucker, un emprendedor no genera el cambio, sino que explota las

oportunidades que el cambio brinda; (iv) ingenio: Stevenson destaca la capacidad de los emprendedores no solo de aprovechar oportunidades, sino también de afrontar los retos que conlleva la falta de recursos para llevarlas a cabo (Bucardo et al., 2015, p. 100).

Por su parte, Boliko (1996), Selameab (1997) y Naffzinger (1998) reconocen la dificultad para identificar y caracterizar a un emprendedor de éxito, así como la importancia de estas características. Y una de las razones para esto es el hecho de que individuos carentes de cualidades emprendedoras crean negocios para sobrevivir en épocas de crisis económica y laboral. Corroborando lo anterior, Stuart y Abetti (1988), Sandverg y Hofer (1987), y Kham (1986) afirman que los estudios empíricos realizados no han podido corroborar las hipótesis que vinculan el éxito empresarial con las características del emprendedor, pero sí se han hecho estudios parciales como, por ejemplo, el emprendedor innovador (March, 1998; Moore & Buttner, 1997; Koh, 1996) o

estudios sobre los emprendedores de éxito (García del Junco, et al., 2007; Roberts, 1991).

Sin embargo, Mises (1998) considera que son tres las características esenciales que debe poseer un individuo para ser identificado como emprendedor:

La primera caracteriza al emprendedor como un evaluador capaz de calcular numéricamente costos y beneficios, con capacidad también para explorar nuevas necesidades y factores de producción. La segunda caracteriza al emprendedor como un coordinador y tomador de decisiones acerca del uso de los factores de producción. La tercera, caracteriza al emprendedor como tolerante de la incertidumbre puesto que debe actuar en función de un futuro incierto. (Citado por Bucardo, 2019, p. 40).

A continuación, en la Tabla 1 se presentan los principales autores que han conceptualizado al emprendedor a través de sus características principalmente.

Tabla 1. Conceptualización del emprendedor a través de sus características

Autor	Definición
Cantillón (1931)	Agente que compra medios de producción a ciertos precios, los transforma y combina en forma organizada, obteniendo un nuevo producto. Además, asume y soporta los riesgos que influyen en el comportamiento del mercado y que, a diferencia de otros agentes, no posee un retorno seguro.
Say (1966b)	Un individuo que es líder, previsor, tomador de riesgos, evaluador de proyectos, con habilidades para movilizar recursos desde un sector de bajo rendimiento a uno de alta productividad. Es innovador y agente de cambio.
Mill (1954)	Las funciones emprendedoras son la dirección, el control, la supervisión y la toma de riesgos. Siendo esto último lo que distingue al emprendedor del gerente. Su desarrollo requiere habilidades no comunes.
Marshall (1982)	Los emprendedores son líderes por naturaleza y se desempeñan en condiciones de incertidumbre como consecuencia de la falta de información. A los factores tradicionales: tierra, trabajo y capital, le agregó el <i>entrepreneurship</i> y lo definió como el factor coordinador, el cual atrae y agrupa a los otros factores.
Schumpeter (1934)	Plantea su teoría del <i>entrepreneurship</i> , al definirlo como la realización de nuevas combinaciones generadas por los empresarios, con innovaciones técnicas y financieras en un medio competitivo en el que deben asumir continuos riesgos y obteniendo beneficios que no siempre se mantienen. Usa la destrucción creativa y es visionario, líder e innovador.

Continuación Tabla 1

Knight (1921)	El valor para enfrentar la incertidumbre es un aspecto esencial del <i>entrepreneurship</i> .
Schumpeter (2003)	Una persona versátil, que posee las habilidades técnicas para saber producir, reunir recursos financieros, organizar las operaciones internas y capitalizar sus esfuerzos a través de las ventas.
Mises (1996)	El emprendedor descubre lo que otros han pasado por alto. Detectar la brecha entre lo que se hace y lo que debería hacerse.
McClelland (1961)	Es alguien que maximiza las oportunidades.
Baumol (1968)	Es más que un organizador y que un innovador, debe conseguir nuevas fuentes de recursos y métodos de mercadeo, y estructurar una nueva organización.
Drucker (1970, 1985)	Ejecuta las tareas de proyección, combinación, innovación y anticipación. Tiene como característica fundamental ser innovador.
Kirzner (1973)	Emprendedor es un individuo atento a los desequilibrios del mercado que brindan oportunidades que están esperando a que alguien las descubra.
De Vries (1977)	El emprendedor es quien aparte de arriesgar su capital económico, también pone en riesgo su imagen social y los costos psicológicos inherentes a la posibilidad de fracaso.
Leibenstein (1978)	Reducción de la ineficiencia organizacional como instrumento para destruir la entropía organizacional.
Brockhaus (1980)	Dueño y gerente mayoritario de un nuevo negocio que aún no se encuentra explotado en alguna otra parte.
Shapero y Sokol (1982)	Toma la iniciativa, organiza algunos mecanismos socioeconómicos y acepta riesgos de fracaso, dado que es una persona que tiene un comportamiento social que se aparta de la norma. Emprenden por inconformidad con el trabajo actual, desempleo o emigración.
Stevenson (1983)	Es el que identifica una oportunidad en el mercado y luego busca los recursos para explotarlo.
Begley y Boyd (1987)	Personas que toman riesgos y son muy individualistas.
Gartner (1988)	Es el que se lanza a la acción de crear una organización aun cuando se trata de proceso intrincado y complicado.
Bygrave y Hofer (1991)	El proceso emprendedor es el conjunto de las funciones, actividades y acciones asociadas con la percepción de la oportunidad y la creación de la organización para explotarla.
Veciana (1998)	Los emprendedores son aquellos que crean una nueva actividad en una empresa ya constituida.
Lumpkin y Dess (1996)	Es capaz de realizar i) destrucción creativa, ii) creación de valor, iii) identificación de oportunidades y iv) ingenio.
Pereira (2003)	Es quien percibe la oportunidad y crea la organización para aprovecharla.
Lückgen et al. (2006)	Los emprendedores son personas que se involucran activamente en el nacimiento de una nueva empresa.
Jaramillo (2008)	El emprendimiento es la capacidad de los seres humanos para salir adelante de manera novedosa y con ideas renovadas.
García del Junco et al. (2007)	El emprendedor es un ente generador de crecimiento económico.
Rodríguez (2009)	Se distinguen dos características: el emprendedor es tomador de riesgo y persona demasiado inteligente; el emprendedor toma decisiones con riesgo innovador y como trabajador innovador que hace la diferencia.
Amatori (2010)	El emprendedor es aquel que trabaja por cuenta propia o incluso con un par de empleados, enfocando sus acciones a un nicho específico de mercado.
SEBRAE (2010)	Es un individuo capaz de pensar y actuar de forma innovadora, identificando y creando oportunidades, inspirando, renovando y liderando procesos, tornando posible lo que parece imposible, entusiasmando personas, combatiendo la rutina y asumiendo riesgos calculados con el objetivo de obtener lucro.
Audretsch (2013)	El emprendedor es un agente dispuesto a explotar conocimientos que las empresas establecidas consideran alejados de su negocio.
GEM (2017)	La actividad emprendedora es un resultado de la interacción entre la percepción que tiene un individuo sobre una oportunidad y las capacidades para aprovecharla.
Bucardo (2019)	Agente económico que invierte capital propio en una empresa y la dirige con la finalidad de obtener un rendimiento sobre el capital invertido acorde al riesgo asumido, caracterizándose por la disposición para asumir riesgos, iniciativa, visión, imaginación y liderazgo.

Fuente: elaboración propia con base en los autores citados.

Así pues, se puede concluir que el emprendedor es aquella persona que busca el cambio a través de la innovación de las ideas, de los productos o de los procesos, sin que necesariamente implique su participación en la creación o dirección de las empresas necesarias para llevarlas a cabo. Sus principales características son la innovación, la identificación de oportunidades, el ingenio, la audacia, el entusiasmo, la ilusión y la insatisfacción laboral.

MÉTODO

Se definió como hipótesis central de esta investigación que H_0^1 : los microempresarios no tienen un perfil emprendedor. Para la prueba empírica se diseñó una muestra no probabilística por conveniencia, conformada por 409 sujetos voluntarios que cubrieran el perfil de ser microempresarios y cuyas empresas estuvieran ubicadas en el estado de México y en Chiapas. Para la aplicación de los cuestionarios se contó con la colaboración de dos empresas de consultoría y microfinancieras: en el estado de México se recabaron 198 cuestionarios, con el apoyo de la empresa ENOVA S.A. de C.V., que tiene más de 70 centros en el estado, denominados Red de Innovación y Aprendizaje (RIA), donde se imparten, entre otros, cursos para microempresarios en diversos temas. Entretanto, en Chiapas se contó con el apoyo de la microfinanciera Solución Asea, S.A. de C.V. SOFIPO, que entrevistó a 201 empresarios.

Debido a la importancia que tiene en los estudios sociales estimar la validez y la confiabilidad del instrumento, en un primer momento se realizó una prueba piloto del instrumento previamente revisado por expertos en temas de empresa y financiamiento. Para lo cual se conformó un grupo de 10 clientes de la empresa Solución Asea, S.A. de C.V., cuyas respuestas fueron procesadas utilizando el software *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) y se calculó el estadístico del Alfa de Cronbach. Los resultados permitieron efectuar ajustes tanto de redacción como de extensión del instrumento. Es importante señalar que estos cambios fueron nuevamente aprobados por los expertos en la materia, concretándose las correcciones y ajustes que en su momento recomendaron.

Como segundo paso, dado que el objetivo central de este trabajo consiste en la caracterización del perfil emprendedor, una cuestión psicológica y subjetiva, se utilizó el análisis factorial exploratorio, el cual se define como una de las técnicas multidimensionales más usadas en la construcción, validación y adaptación de instrumentos de medida psicológica, puesto que permite explorar un conjunto de variables latentes (subyacentes) o factores comunes que explican las respuestas a los ítems de un test en el supuesto de que los ítems se relacionan de manera lineal con los factores que miden (Camacho-Reyes et. al. 2018). Además, permite la reducción de los datos para identificar un pequeño

número de factores que explique la mayoría de la varianza observada en un número mayor de variables manifiestas.

Por lo anterior, fue necesario definir las variables subyacentes que, de acuerdo con la revisión de la literatura, agrupaban las 4 dimensiones psicológicas frecuentemente incluidas en estudios

de este tipo: aspectos personales natos, aspectos personales adquiridos, aspectos técnicos y, por último, los aspectos sociales y ambientales. En la Tabla 2 se presentan los diversos estudios realizados a lo largo de la historia que plantean cada dimensión, así como las preguntas con las que se abordaron en el instrumento.

Tabla 2. Operacionalización de variables

Constructo Emprendedor			
Dimensión	Variables	Indicadores/Preguntas	
Aspectos personales natos	Innovador	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	
Cantillón (1931); Smith (2011); Say (1966a); Say (1966b); Schumpeter (1934) (2003); Mises (1996); De Vries (1977); Drucker (1970); Kirzner (1973); Stevenson (1983); Gartner (1988); Bygrave y Hofer (1991); Veciana (1998); Kantis et al. (2002); Pereira (2003); Lumpkin y Dess (1996); Lückgen, et al. (2006); García del Junco et al. (2007); Jaramillo (2008); Rodríguez (2009); SEBRAE (2010); Amatori (2010); Ernst and Young (2011); Audretsch (2013)	Creativo	11, 12	
	Pasión	13, 14	
	Entusiasta	15, 16, 17	
	Juventud	18, 19	
Aspectos personales adquiridos	Riesgo	20, 21	
Cantillón (1931); Say (1966b); Mill (1954); Marsall (1982); Schumpeter (1934); Knight (1921); Mises (1996); Pereira (2003); McClelland (1961); Baumol (1968); De Vries (1977); Shapero y Sokol (1982); Begley y Boyd (1987); García del Junco et al. (2007); Rodríguez (2009); SEBRAE (2010); Ernst and Young (2011)			
Aspectos técnicos	Administrador	22	
Mill (1954); Say (1966b); Marshall (1982); Schumpeter (1934); Mises (1996); De Vries (1977); Drucker (1970, 1985); Leibenstein (1978); Brockhaus (1980); Casson (1982); Shapero y Sokol (1982); Sandberg y Hofer (1987); Stuart y Abetti (1988); Stevenson (1983); Bygrave y Hofer (1991); Baumol (1993); Lumpkin y Dess (1996); Kantis et al. (2002); Pereira (2003); García del Junco et al. (2007); Ernst and Young (2011); GEM (2016)	Experiencia	23, 24, 25	
	Educación	26, 27	
4. Aspectos sociales y ambientales	Enfoque social	28, 29, 30	
Shapero y Sokol (1982); Toro (1999); Cassis y Papelasis (2005); García del Junco et al. (2007)			

Fuente: elaboración propia con base en los autores citados.

Una vez recolectadas las respuestas de los participantes, se elaboró una base de datos para llevar a cabo la validación *a priori* del constructo *emprendedor* mediante el análisis factorial explo-

ratorio utilizando los métodos de componentes principales y rotación Varimax. Para la comprobación de la empleabilidad del análisis factorial a la variable de estudio, se realizaron

previamente dos pruebas: 1) el índice Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y, 2) la prueba de esfericidad de Bartlett.

El índice Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) compara las magnitudes de los coeficientes de correlación parcial, de tal manera que cuánto más pequeño sea su valor, mayor será el valor de los coeficientes de correlación parciales y, en consecuencia, menos apropiado es realizar un análisis factorial.

Kaiser-Meyer-Olkin (citados en Geroge & Mallery, 2003) proponen que, al realizar un análisis factorial, se pueden obtener los resultados de su índice:

$KMO \geq 0,75 \Rightarrow$ Bien

$KMO \geq 0,5 \Rightarrow$ Aceptable

$KMO < 0,5 \Rightarrow$ Inaceptable

Por su parte, con la prueba de esfericidad de Bartlett para evaluar la aplicabilidad del análisis factorial de las variables estudiadas, se tiene que:

Si $\text{Sig. (p-valor)} < 0.05$ aceptamos H_0 (hipótesis nula) $>$ se puede aplicar el análisis factorial.

Si $\text{Sig. (p-valor)} > 0.05$ rechazamos $H_0 >$ no se puede aplicar el análisis factorial.

Por último, a fin de validar estadísticamente si la hipótesis propuesta es cierta, se consideró conveniente realizar una prueba t de una muestra, comparando las medias de un índice confiable de emprendedurismo contra la media de los niveles del constructo emprendedor con el mayor N. Para probarla, se calculó la media de los 14 pilares que componen el índice del *Global Entrepreneurship and Development Index* 2018 publicado por *The Global Entrepreneurship and Development Institute*, para el país que quedó clasificado como número 1 en este ranking, obteniendo como resultado una media de 0,885.

RESULTADOS

En esta sección se presenta el análisis de confiabilidad, el análisis descriptivo y la validez del constructo emprendedor, así como la comprobación de la H_0 mediante pruebas de hipótesis.

Análisis de confiabilidad

Para realizar la validación del instrumento, se calculó el Alfa de Cronbach considerando un nivel de confianza del 95 %, y como resultado se obtuvo un índice de 0,776, el cual es considerado aceptable de acuerdo con los criterios establecidos por George y Mallery (2003). Se asume, por lo tanto, que los ítems miden un mismo constructo y que están altamente correlacionados, considerando que existe consistencia interna en el constructo.

Análisis factorial exploratorio

Para verificar la validez del constructo emprendedor a través de un análisis factorial, fue necesario primero comprobar la Ho de que ese es el análisis adecuado mediante la prueba KMO.

En este caso en particular, se observa que los resultados obtenidos confirman la pertinencia de utilizar el análisis factorial, al mostrar un valor de KMO igual a 0,781. De manera similar, la prueba de esfericidad de Bartlett arroja una significancia de 0,000, lo que indica que la matriz de datos es válida para continuar con el proceso de análisis factorial (Tabla 3).

Tabla 3. Valor KMO

KMO Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0,781
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi- cuadrado	1486,818
	Gl	253
	Sig.	,000

Fuente: elaboración propia

Extracción de componentes principales

Para continuar con el análisis factorial, se extrajo el número de factores óptimos a través de una tabla de comunalidades, en la que se encuentran las variables subyacentes que explican el constructo *emprendedor*. La comunalidad de una variable es la proporción de su varianza que puede ser explicada por el modelo factorial obtenido. Analizando las comunalidades de la extracción se puede valorar cuáles de las variables son las peor explicadas por el modelo. Solo se tomaron en cuenta aquellos factores cuya varianza es mayor que 0,400, dejando solo 23 preguntas de las 30 consideradas en el instrumento.

La extracción muestra que la varianza de los factores que mejor pueden ser explicados por el análisis son: innovador (0,550), antigüedad activo fijo (0,706), innovación maquinaria (0,477), adquisición de maquinaria (0,742), innovación canales de comercialización (0,478), resultado de innovación en canales (0,464), frecuencia de nuevos productos (0,482), nuevos productos futuros (0,587), uso de celular en actividades empresariales (0,479), página web (0,465), cambios en el negocio (0,536), efecto de cambios en el negocio (0,515), motivación (0,674), estado de ánimo (0,443), visión (0,564), juventud (0,428), riesgo (0,597), escolaridad (0,578), orientación social (0,501), cuidado ambiental (0,539), participación en la comunidad (0,655), como se muestra en la Tabla 4.

Tabla 4. Comunalidades

Ítems	Inicial	Extracción
P1 ¿Se considera innovador?	1.000	.550
P2 ¿Qué antigüedad promedio tiene su equipo o maquinaria?	1.000	.706
P3 ¿Cómo se entera de cambios o mejoras en maquinaria y equipo?	1.000	.477
P4 ¿Cuándo fue la vez que adquirió maquinaria y equipo?	1.000	.742
P5 ¿Cuándo fue la última vez que modificó sus canales de comercialización?	1.000	.478
P6 ¿Considera que un cambio en sus canales le generaría más venta?	1.000	.464
P7 ¿Cuándo fue la última que añadió un producto nuevo a sus ventas?	1.000	.482
P8 ¿Está interesado en incluir nuevos productos en su catálogo de venta?	1.000	.587
P9 ¿Usa el celular para alguna actividad relacionada con su negocio?	1.000	.479
P10 Si tiene alguna pág. Web, ¿para que la usa?	1.000	.465
P11 ¿Ha generado algún cambio en el negocio en base a alguna idea nueva?	1.000	.536
P12 La aplicación de la idea en su negocio, ¿Qué efecto tuvo?	1.000	.515
P13 ¿Le gusta el trabajo que desarrolla?	1.000	.674
P15 ¿Cuál es su estado de ánimo cuando llega a su negocio?	1.000	.443
P16 ¿Cómo realiza sus labores diarias?	1.000	.397
P17 ¿Cómo considera que será el tamaño de su negocio en 5 años?	1.000	.564
P18 ¿Se considera joven?	1.000	.428
P20 ¿Entiende que es el riesgo en los negocios y lo toma en cuenta en sus decisiones?	1.000	.597
P21 ¿Qué hace si lo invitan a participar en un negocio innovador en el que no tiene experiencia?	1.000	.278
P26 ¿Qué estudios escolares tiene?	1.000	.578
P28 ¿Considera que su negocio genera un beneficio social para su comunidad?	1.000	.501
P29 ¿Considera los temas ambientales en las actividades que realiza en su negocio?	1.000	.539
P30 ¿Participa en actividades sociales en su comunidad?	1.000	.655

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Posteriormente, con los resultados anteriores se calculó la varianza total explicada, cuyos resultados evidencian que solo 7 factores explican el 52.7 % de la variabilidad total de los datos, como se muestra en la Tabla 5. Se observa

que el factor 1 explica un 17,887 % de la varianza; el factor 2, un 8,068 %; el factor 3, un 6,723%; el factor 4, un 5,549 %; el factor 5, un 5,183 %; el factor 6, un 4,704 %, y el factor 7, un 4,645 % de la varianza.

Tabla 5. Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	Porcentaje de varianza	Porcentaje acumulado	Total	Porcentaje de varianza	Porcentaje acumulado	Total	Porcentaje de varianza	% acumulado
1	4.114	17.887	17.887	4.114	17.887	17.887	2.236	9.722	9.722
2	1.856	8.068	25.955	1.856	8.068	25.955	1.976	8.589	18.311
3	1.546	6.723	32.678	1.546	6.723	32.678	1.9	8.262	26.572
4	1.276	5.549	38.227	1.276	5.549	38.227	1.766	7.680	34.253
5	1.192	5.183	43.410	1.192	5.183	43.410	1.62	7.043	41.295
6	1.082	4.704	48.113	1.082	4.704	48.113	1.422	6.185	47.480
7	1.068	4.645	52.759	1.068	4.645	52.759	1.214	5.279	52.759
8	.979	4.256	57.014						
9	.916	3.983	60.997						
10	.894	3.886	64.883						
11	.832	3.618	68.501						
12	.815	3.543	72.044						
13	.777	3.376	75.420						
14	.729	3.169	78.589						
15	.671	2.918	81.507						
16	.649	2.823	84.330						
17	.622	2.706	87.035						
18	.602	2.616	89.651						
19	.581	2.525	92.176						
20	.529	2.299	94.475						
21	.451	1.961	96.436						
22	.426	1.850	98.286						
23	.394	1.714	100.000						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Al obtener la matriz rotada de este análisis por el método Varimax (Tabla 6), se observa la composición de los 7 factores: los factores 1, 4 y 6 describen el perfil innovador, creativo y visión empresarial, pues las variables incluidas en este factor tienen relación con los procesos de innovación y la perspectiva de futuro de la empresa; el factor 2 describe la capacidad técnica

del emprendedor y el uso de las tecnologías; el factor 3 incluye el entusiasmo y la apertura al riesgo; el factor 5 comprende el enfoque social y ambiental, y por último, el factor 7 describe la pasión del emprendedor como parte de los aspectos personales natos y adquiridos. Estos resultados coinciden con las teorías de diversos estudios y autores identificados en el marco teórico.

Tabla 6. Matriz de componente rotado

Ítems	Componentes						
	1	2	3	4	5	6	7
P8 ¿Está interesado en incluir nuevos productos en su catálogo de venta?	.738						
P7 ¿Cuándo fue la última vez que añadió un producto nuevo a sus ventas?	.603						
P17 ¿Cómo considera que será el tamaño de su negocio en 5 años?	.562		.416				
P6 ¿Consideraría que un cambio en sus canales le generaría más ventas?	.537					.405	
P5 ¿Cuándo fue la última vez que modificó sus canales de comercialización?	.479	.305		.366			
P26 ¿Qué estudios escolares tiene?		.664					
P3 ¿Cómo se entera de cambios o mejoras en maquinaria y equipo?		.623					
P10 Si tiene una página web, ¿para que la usa?		.537					-.340
P9 ¿Usa el celular par alguna actividad relacionada a su negocio?		.528			.326		
P20 ¿Entiende que es el riesgo en los negocios y lo toma en cuenta en sus decisiones?			.724				
P16 ¿Cómo realiza sus labores diarias?			.597				
P18 ¿Se considera joven?			.581				
P15 ¿Cuál es su estado de ánimo cuando llega a su negocio?			.432			.383	
P21 ¿Qué hace si lo invitan a participar en un negocio innovador en el que no tiene experiencia?			.379				
P4 ¿Cuándo fue la última vez que adquirió maquinaria y equipo?				.844			
P2 ¿Qué antigüedad promedio tiene su equipo o maquinaria?				.831			
P30 ¿Participa en actividades sociales en su comunidad?					.722		
P29 ¿Considera los temas ambientales en las actividades que realiza en su negocio?					.695		
P28 ¿Considera que su negocio genera un beneficio social a su comunidad?					.559		
P1 ¿Se considera innovador?						.722	
P12 La aplicación de la idea en su negocio, ¿qué efecto tuvo?	.327					.478	
P13 ¿Le gusta el trabajo que desarrolla?		.352					.793
P11 ¿Ha generado algún cambio en el negocio en base a alguna idea nueva?	.321	.368					-.444

Método de extracción: análisis de componentes principales

Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser

Nota: la rotación ha convergido en 9 interacciones

De este modo y, de acuerdo con los estudios revisados, se considera necesario reagrupar los factores que describen a los microempresarios en su papel de emprendedores, considerando solo aquellos que tuvieron un resultado igual o superior a 0,5 y con esto obtener un acercamiento al perfil emprendedor.

Los resultados, presentados en la Tabla 7, permiten caracterizar a los microempresarios de la muestra, los

cuales tienen en su perfil emprendedor la innovación, creatividad y visión empresarial, imprescindibles para la permanencia a largo plazo; también cuentan con capacidad técnica y uso de tecnologías básicas de comunicación; tienen entusiasmo y apertura al riesgo, necesarios para iniciar un emprendimiento; consideran importante orientar a la empresa hacia la conciencia social y ambiental, y por último manifiestan pasión por la actividad emprendedora.

Tabla 7. Factores que caracterizan al emprendedor

Innovador, creativo y visión empresarial	Capacidad técnica y uso de tecnologías	Entusiasmo y apertura al riesgo	Enfoque social y ambiental	Pasión emprendedora
P1 Innovador	P3 Actualización en nuevas tecnologías	P16 y P18 Entusiasmo	P28 y P30 Enfoque social	P13 Pasión por la actividad emprendedora
P2 y P4 Innovación tecnológica	P9, P10 Uso de tecnologías básicas de comunicación	P20 Apertura al riesgo	P29 Enfoque ambiental	
P6 Innovación en canales de comercialización	P26 Nivel de escolaridad			
P7 y P8 Innovación en productos				
P17 Visión empresarial				

Fuente: elaboración propia.

Se podría considerar que los emprendedores estudiados muestran un perfil emprendedor básico, donde predomina la innovación, la visión empresarial y la asunción de riesgos principalmente.

Pruebas de hipótesis

Tomando la muestra de 374¹ microempresarios se obtuvo como resultado una media de todos los ítems que miden el

¹ El análisis de frecuencias realizado previamente para el constructo emprendedor mostró que 374 microempresarios de 409, equivalente al 91.4 % del total, tienen características que permiten considerarlos con un perfil emprendedor entre medio y alto.

constructo emprendedor de 0,7358. Para determinar si las medias son diferentes, se plantea la hipótesis estadística:

$$H_0: \mu_1 = \mu_2$$

Considerando un error alfa de 0,05, se obtiene como resultado un valor t de -21,539, con una significancia de 0,000, por lo que es posible rechazar la hipótesis nula y se concluye que los microempresarios tienen un perfil emprendedor.

CONCLUSIONES

Respecto al tema emprendedor, la investigación confirma parcialmente lo que Gartner (1985) plantea respecto a que la complejidad y variedad de los emprendedores hacen imposible caracterizar un emprendedor promedio y, por ende, la construcción de una base teórica común a este campo del conocimiento. Esto en parte es cierto, dado que cada emprendedor es único y sus motivaciones e ideas son particulares y diferentes a las de otros emprendedores. Sin embargo, el estudio realizado a través de los diferentes métodos y análisis estadísticos propuestos permite concluir que sí es factible establecer parámetros que midan el nivel del perfil emprendedor de un grupo seleccionado, obtenidos a partir de instrumentos cuyo diseño haya sido concebido, construido y validado con la técnica del análisis factorial exploratorio, lo cual es coincidente con lo señalado por Bygrave y Hofer (1991)

respecto a pasar de una concepción estática del espíritu emprendedor, entendida como una lista de características que permitirán obtener buenos resultados emprendedores, a una concepción dinámica del problema desde el punto de vista del proceso del evento emprendedor y del emprendedor mismo.

Los resultados estadísticos arrojan evidencia respecto a la importancia de tener pasión y ser innovador para poder ser catalogado con un perfil emprendedor, datos que coinciden con los estudios de García *et al.* (2007) y encuestas como la de Ernst and Young (2011). El hecho de abrir un negocio por necesidad es diferente a abrirlo por alcanzar un sueño o desarrollar una idea o producto novedoso.

Los hallazgos de esta investigación determinaron los factores del perfil emprendedor de los microempresarios de la muestra, entre los cuales se incluye la tendencia a la innovación, creatividad y una visión empresarial, la capacidad técnica y el uso de tecnologías básicas, el entusiasmo y apertura al riesgo, con indicios de enfoque social y ambiental, así como pasión emprendedora.

Por otra parte, los resultados demuestran que los factores que no son considerados por parte de los microempresarios y por lo tanto no son parte del perfil, son aquellos relativos a los cambios tecnológicos signados por la cuarta revolución industrial.

Finalmente, puede señalarse que es factible identificar el perfil emprendedor de un microempresario a partir de métodos sólidos como el análisis factorial, con la posibilidad de diseñar productos, apoyos o políticas diferenciadas por regiones o estados, que permitan potenciar el actuar cotidiano para lograr la tan ansiada productividad y, con ello, la competitividad.

AGRADECIMIENTOS

Se agradece a ENOVA, S.A. de C.V. y a Solución Asea, S.A. de C.V., por el apoyo recibido para la realización del trabajo de campo con los empresarios de los estados de México y de Chiapas. Igualmente, a los evaluadores de esta revista, que enriquecieron este trabajo con sus observaciones y comentarios.

DECLARACIÓN DE CONFLICTO DE INTERESES

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses.

FINANCIAMIENTO

Este trabajo no tuvo ningún tipo de financiamiento institucional.

CONTRIBUCIÓN DE LOS AUTORES

Alberto Bucardo Castro: autor principal de este artículo a partir de su trabajo de tesis para obtener el grado de doctor en Administración en la Universidad La Salle, México. María Luisa Saavedra García: coautora de este artículo, como asesora de la tesis de Doctorado en Administración en la Universidad La Salle, México. Teresa de Jesús Vargas Vega: coautora y revisora del artículo.

REFERENCIAS

- [1] Amatori, F. (2010). Determinants and Typologies of Entrepreneurship in the History of Industrial Italy. In J. L. García-Ruiz & P. A. Toninelli (eds.), *The Determinants of Entrepreneurship: Leadership, Culture, Institutions*. Perspectives in Economic and Social History 7 (pp. 9-32). Pickering & Chatto. <https://searchworks.stanford.edu/view/9273756>
- [2] Audretsch, D. (2013). *Entrepreneurship. A Survey of the Literature*. Enterprise Papers, N° 14. Enterprise Directorate-General European Commission.
- [3] Baumol, W. J. (1968). Entrepreneurship in Economic Theory. *American Economic Review*, 58(2), 64-71. <https://www.jstor.org/stable/1831798>
- [4] Baumol, W. J. (1993). *The Entrepreneur in Economic Theory*. MIT Press.
- [5] Begley, T. & Boyd, D. (1987). Psychological Characteristics Associated with Performance in Entrepreneurial Firms and Smaller Businesses. *Journal of Business Venturing*, 2(1), 79-93. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(87\)90020-6](https://doi.org/10.1016/0883-9026(87)90020-6)
- [6] Boliko, M. (1996). New Perspectives in Entrepreneurship and SME Development. (Tesis Doctoral). Nagoya University.
- [7] Braudel, F. (1985). *Les dynamiques du capitalisme*. Arthaud.
- [8] Brockhaus, R. (1980). Risk Taking Propensity of Entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509-520. <https://doi.org/10.5465/255515>
- [9] Bruyat, C. & Julien, P. (2000). Defining the Field of Research in Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16(2), 165-180. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00043-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00043-9)
- [10] Bucardo, C. A. (2019). *Análisis sobre el perfil emprendedor y empresarial de microempresarios en el estado de México y Chiapas y su relación con el micro-crédito y la pobreza*. (Tesis de grado de doctor en Administración). Universidad La Salle de México.
- [11] Bucardo, C. A., Saavedra, M. L. & Camarena, M. E. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de Negocios*, 6(13), 98-107. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.009>

- [12] Bygrave, W. & Hofer, C. (1991). Theorizing About Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2),13-22. <https://doi.org/10.1177/104225879201600203>
- [13] Cantillon, R. (1931). Première partie en Essai sur la nature du commerce en général. MacMillan.
- [14] Cassis, Y. & Papelasis, I. (2005). *Entrepreneurship in Theory and History*. Palgrave McMillan
- [15] Casson M. (1982). *The Entrepreneurs: An Economic Theory*. Barnes and Noble books.
- [16] Curto, M. (2012, enero). Los emprendedores sociales: innovación al servicio del cambio social. *Cuadernos de la Cátedra “La Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo*, (13), 1-24. <http://bibliotecavirtualrs.com/2012/08/los-emprendedores-sociales-innovacion-al-servicio-del-cambio-social/>
- [17] De Vries, K. M. (1977). The Entrepreneurial Personality. A Person at The Cross-roads. *Journal of Management Studies*, 14(1), 34-47. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.1977.tb00616.x>
- [18] Drucker, P. (1970). Entrepreneurship in Business Enterprise. *Journal of Business Policy*, 1(1), 3-12.
- [19] Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. Harper & Row.
- [20] Ernst and Young, (2011). *¿Nace o se hace?* EYGM. https://comunicacionvitae.com/pdf-descargas/Nace_o_se_hace_decodificar_el_ADN_del_emprendedor.pdf
- [21] García del Junco, J., Álvarez, P. & Reyna, R. (2007). Características del emprendedor de éxito en la creación de pymes españolas. *Estudios de Economía Aplicada*, 25(3), 951-974. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/16068/file_1.pdf;jsessionid=E2008419F2D3467A8A9F50333D2A9636?sequence=1
- [22] Gartner, W. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomena of Venture Creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706. <https://doi.org/10.5465/amr.1985.4279094>
- [23] Gartner, W. (1988). Who Is an Entrepreneur? Is the Wrong Question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 47-68.

- [24] GEM. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor, 2016/2017*. Global Entrepreneurship Research Association (GERA).
- [25] George, D. & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference. 11.0 update* (4th ed.). Allyn & Bacon.
- [26] INEGI. (2016). *Esperanza de vida de los negocios a nivel nacional y por entidad federativa*. Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática de México.
- [27] INEGI. (2019). *Censos económicos 2019*. Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática de México.
- [28] Jaramillo, L. (2008). Emprendimiento: concepto básico en competencias. *Lumen-Instituto de Estudios en Educación*, (7), 1-6. <https://docplayer.es/14029101-Emprendimiento-concepto-basico-en-competencias.html>
- [29] Johnson, S. & Loveman, G. (1995). *Starting over in Eastern Europe: Entrepreneurship and Economic Renewal*. Harvard Business School Press.
- [30] Kantis, H., Masahiko, I. & Masahiko, K. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/es/empresarialidad-en-economias-emergentes-creacion-y-desarrollo-de-nuevas-empresas-en-america-latina>
- [31] Kham, A. (1986). Entrepreneurs Characteristics and the Prediction of New Venture Success. *International Journal of Management Science*, 14(5), 365-372. [https://doi.org/10.1016/0305-0483\(86\)90077-0](https://doi.org/10.1016/0305-0483(86)90077-0)
- [32] Kirzner, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. University Press of Chicago.
- [33] Knight, F. H. (1921). *Enterprise and Profit in Risk, Uncertainty and Profit*. University of Chicago. <https://fraser.stlouisfed.org/files/docs/publications/books/risk/riskuncertaintyprofit.pdf>
- [34] Koh, H. (1996). Testing Hypothesis of Entrepreneurial Characteristics: A Study of Hong Kong MBA students. *Journal of Managerial Psychology*, 11(5), 1-11. <https://doi.org/10.1108/02683949610113566>
- [35] Leibenstein, H. (1978). *General X-efficiency and Economic Development*. Oxford University Press.

- [36] Lückgen, I., Oberschachtsiek, D., Sternberg, R. & Wagner, J. (2006). Nascent Entrepreneur in German Regions. In M. Fritsch & J. Schumede (Eds.), *Entrepreneurship in the Region* (pp. 7-34). International Studies in Entrepreneurship. Springer. https://link.springer.com/chapter/10.1007/0-387-28376-5_2
- [37] Lumpkin, G. & Dess, G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *The Academy of Management Review*, 21(1), 135-172. <https://www.jstor.org/stable/258632>
- [38] March, I. (1998). El perfil del emprendedor innovador. *Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar*, 11(3), 10-19.
- [39] Marshall, A. (1890). *Principles of Economics: An Introductory Volume*. Macmillan & Co.
- [40] McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. Van Nostrand.
- [41] Mill, J. (1954). *Principles of Political Economy with Some of Their Applications to Social Philosophy*. In J. A. Schumpeter (Ed.), *History of Economic Analysis*. Oxford University Press.
- [42] Mises, L. (1998). *Human action. A Treatise on Economic*. In Bettina Bien Graves (4th revised edition), Foundation for Economic Education. https://cdn.mises.org/Human%20Action_3.pdf
- [43] Moore, B. & Buttner, H. (1997). *Women Entrepreneurs: Moving Beyond the Glass Ceiling*. Sage Publication.
- [44] Naffzinger, M. (1998). Entrepreneurship: A Person Based Theory Approach. In Katz and Brockhaus (Eds.), *Advances in Entrepreneurship firm Emergence and Growth*, Volume 2, (pp. 21-50). Greenwich Ja Press, <https://numerons.files.wordpress.com/2012/04/8entrepreneurship-a-person-based-theory-approach.pdf>
- [45] Pereira, F. (2003). Reflexión sobre algunas características del espíritu emprendedor colombiano. *Economía Gestión y Desarrollo*, (1), 9-26. https://www.academia.edu/184050/Reflexi%C3%B3n_Sobre_Algunas_Caracter%C3%ADsticas_Del_Esp%C3%ADritu_Emprendedor_Colombiano
- [46] Roberts, E. (1991). *Entrepreneurs High Technology: Lesson from Mitt and Beyond*. Oxford University Press.

- [47] Rodríguez, A. R. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y Gestión*, (26), 94-119. <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/864/508>
- [48] Sandberg, W. & Hofer, C. (1987). Improving New Venture Performance: The Role of Strategy Industry Structure and the Entrepreneur. *Journal of Business Venturing*, 2(1)5-28. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(87\)90016-4](https://doi.org/10.1016/0883-9026(87)90016-4)
- [49] Say, J.B. (1966a). *Traité d'économie politique*. París
- [50] Say, J. B. (1966b). *Première partie" en Traité d'économie politique*. Guillaumin.
- [51] Shapero, A. & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, (pp. 72-90). Prentice Hall.
- [52] Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Credit, Interest and the Business Cycle* (2nd Ed.). Harvard University Press.
- [53] Schumpeter, J. A. (2003). Entrepreneur. T. Knudsen & M. C. Becker (Trans.) *Advances in Austrian Economics*, (6), 235-265.
- [54] Sebrae. (2010). *Empreendedorismo*. Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (Sebrae).
- [55] Selameab, W. (1997). *Factor Impacting Entrepreneurial Behaviour Among Graduates of Post-Secondary Entrepreneurship Program*. (Tesis Doctoral). University of Minnesota.
- [56] Smith, A. (1997). *Investigación sobre la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones*. Fondo de Cultura Económica.
- [57] Smith, A. (2011). *La Riqueza de las Naciones*. Alianza Editorial.
- [58] Stevenson, H. (1983, October). *A Perspective on Entrepreneurship*. Harvard Business School Background Note 384-131.
- [59] Stuart, R. & Abetti, P. (1988). Field Study on Technical Ventures Part III. In Kirchoff, Long, McMullan, Vesper & Wtzer Eds.), *Frontiers of entrepreneurship research*, (pp. 77-194). Wellesley M. Center of Entrepreneurial Studies. Boston College.

- [60] Toro L. J. & Ortégón, A. M. (1999). Corriendo el telón del concepto emprendedor. *Revista Escuela de Administración de Negocios, EAN*, (37), 133-141. <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/910>
- [61] Veciana, J.M. (1998). Teoría y política de la creación de empresas. Paper presented at *Jornada dels Economistes*, Barcelona.