



Principales características de los emprendedores como próximos desarrolladores e impulsores de la economía

Main characteristics of entrepreneurs as upcoming potentialiser of economy

Principais características do empreendedor como futuro potencializador da economia

Dulce Pineda-Bautista¹

Universidad Hipócrates, Acapulco – Guerrero, México

 <https://orcid.org/0009-0008-8545-4971>

a22010610@uhipocrates.edu.mx

Dayana Pérez-Aguilar

Universidad Hipócrates, Acapulco – Guerrero,
México

 <https://orcid.org/0009-0003-6624-4737>

a22010611@uhipocrates.edu.mx

Erick García-Serna

Universidad Hipócrates, Acapulco – Guerrero,
México

 <https://orcid.org/0000-0002-5178-9676>

erickga29@gmail.com (correspondencia)

DOI: <https://doi.org/10.35622/j.rca.2023.01.002>

Recibido: 12/01/2023 Aceptado: 26/04/2023 Publicado: 09/05/2023

PALABRAS CLAVE

características,
emprendedores,
economía, MIPYMES.

RESUMEN. Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) representan gran parte del poder económico de diversos países. En el caso específico de México, el 99% de las empresas se encuentran en dicha clasificación, es por ello que el presente ensayo busca llegar a las personas interesadas en iniciar un negocio, con la finalidad de evidenciar cuáles son las características de los emprendedores, qué es lo que requerirán, así como una introducción al proceso administrativo, el cual se convertirá en un ciclo a lo largo de la operación del negocio. Se evidencia que las principales características del emprendedor consideradas por la literatura consideran personas innovadoras, creativas, organizados, estructurados y con un gran componente social. Es de suma importancia que la sociedad apoye a los emprendedores para que puedan desarrollar sus habilidades y capacidades empresariales, así como generar políticas públicas y la creación de entornos favorables para el emprendimiento pueden ayudar a reducir las barreras a la entrada y a mejorar las condiciones para la creación y el crecimiento de empresas.

KEYWORDS

ABSTRACT. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) represent a large part of the economic power of various countries. In the specific case of Mexico, 99% of the companies are in this classification, which is why this essay seeks to reach people interested in starting a business, in order to show what are the characteristics of entrepreneurs, what they will require, as well as an introduction to the administrative process, which will become a cycle throughout the operation of

¹ Investigadora de la Universidad Hipócrates, México.



characteristics, entrepreneurs, economy, MSMEs.

the business. It is evident that the main characteristics of the entrepreneur considered by the literature consider people to be innovative, creative, organized, structured and with a large social component. It is of the utmost importance that society supports entrepreneurs so that they can develop their entrepreneurial skills and abilities, as well as generating public policies and the creation of favorable environments for entrepreneurship can help reduce barriers to entry and improve conditions for entrepreneurship, business creation and growth.

PALAVRAS-CHAVE

características, empreendedores, economia, MPMÉs.

RESUMO. As Micro, Pequenas e Médias Empresas (MPMEs) representam grande parte do poder econômico de diversos países. No caso específico do México, 99% das empresas estão nesta classificação, por isso este ensaio busca atingir pessoas interessadas em iniciar um negócio, a fim de mostrar quais são as características dos empreendedores, o que eles exigirão, bem como como uma introdução ao processo administrativo, que se tornará um ciclo ao longo da operação do negócio. É evidente que as principais características do empreendedor consideradas pela literatura consideram as pessoas inovadoras, criativas, organizadas, estruturadas e com grande componente social. É de suma importância que a sociedade apoie os empreendedores para que possam desenvolver suas competências e habilidades empreendedoras, bem como a geração de políticas públicas e a criação de ambientes favoráveis ao empreendedorismo podem ajudar a diminuir as barreiras de entrada e melhorar as condições para a criação e crescimento de negócios.

1. INTRODUCCIÓN

Saavedra García et al. (2020) mencionan que el emprendedor, así como el emprendimiento social en Latinoamérica no ha sido ampliamente investigado, por lo tanto, al momento de la redacción del artículo no existía un consenso sobre la conceptualización. Por su parte, conforme diversos autores, los emprendedores son quienes de manera individual o grupal se unen hacia un mismo objetivo, el cual se materializa a través de una idea de negocio, a su vez se considera cuentan con características específicas tales como liderazgo, previsores, tomadores de riesgo, evaluadores, metódicos, calculadores; que movilizarán los distintos recursos con los que cuente, que a través de la innovación que abarca la creación de algo nuevo, o la transformación, adaptación o alternativa para brindar soluciones a problemas específicos (mismos que se vuelven oportunidades), es así que se fundamentan desde pilares como la motivación-determinación, idea-mercado, recursos y habilidades (Duarte, 2007; Duarte et al., 2009 y Ayaviri et al., 2017).

Ayaviri et al. (2017) explican que en Ecuador operaban 541,889 establecimientos, de los cuales 90% fungían como MiPymes, de las cuales agrupaban el 65% del empleo productivo del país, aportando hasta un 24% al PIB, lo cual se contrasta con el caso de México, que conforme la Secretaría de Economía (2020) de los Estados Unidos Mexicanos, las Pymes representan más del 97% de todos los negocios, empleando más de la mitad de la fuerza laboral de las economías del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico. Es por ello que, para la consolidación empresarial, así como el mantenimiento de una economía sana, a través de las estrategias de desarrollo presentadas por el gobierno de México, se enfoca en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, de las cuales este segmento abarca el 99.8% de las unidades económicas, siendo el segmento empresarial más importante en términos económicos, puesto que aportan 42% del PIB y generan el 73.8% de los empleos remunerados del país.

La empresa familiar es un tipo de organización que ha tomado mayor importancia, puesto que de ella nacen las microempresas que se espera sean generadoras de empleos y crecimiento económico (Gutiérrez et al., 2017), a su vez, la empresa familiar representa una iniciativa de emprendimiento puesto que busca realizar algo



productivo por cuenta propia, que dada la naturaleza y dinámica que constituye, conlleva a la asociación para el alcance de los objetivos establecidos.

Por su parte, la globalización que es un proceso complejo, cambiante, dinámico que permite mayor competencia a nivel internacional, repercute en cuestiones sociales, económicas, políticas, culturales, entre otras; siendo así que concierne a todos, lo cual conlleva a la necesidad de cambios constantes, a la aplicación de la teoría de la calidad, así como a la generación de nuevos conocimientos que deberán compartirse. (Flores, 2016; García y Pulgar, 2010; Fernández et al., 2013 y Martín-Caballero, 2013) En el ámbito empresarial o de los emprendedores, es importante destacar que tienen mayor visibilidad y alcance gracias a la misma globalización, permitiendo explorar nuevos canales de distribución, segmentos de mercado, facilitando los procesos-procedimientos inherentes de las empresas, por consiguiente, al combinar la importancia del sector empresarial, la cultura emprendedora, la globalización y educación, es pertinente que con ellos venga una revolución en el pensamiento, fomentando, así como enseñando sobre esta oportunidad desde los Centros Educativos.

Por lo antes expuesto existe la interrogante si el emprendedor nace o se hace, donde cabe recalcar que hay universidades que fomentan la cultura emprendedora, permitiendo que los estudiantes tengan primeros acercamientos a los aspectos centrales de cómo iniciar un negocio, mantenerlo, así como expandirlo, ampliando su horizonte, permitiendo encontrar alternativas al trabajo subordinado, lo cual debe ser visto desde un proceso sistemático y pedagógico puesto que las necesidades para el emprendedor corresponden un conjunto de habilidades, actitudes, aptitudes, inteligencia sumada con voluntad y valores (Borrayo et al., 2019 y Quispe et al., 2022).

Los emprendedores son actores clave en la economía, ya que contribuyen significativamente al crecimiento económico, la innovación y la creación de empleo (Shane & Venkataraman, 2000; Audretsch & Keilbach, 2007). Desde una perspectiva económica, los emprendedores son considerados como agentes que identifican oportunidades de mercado y generan valor económico a través de la creación de nuevas empresas y la introducción de nuevos productos y servicios (Kirzner, 1979).

Además de su papel en la creación de empresas y empleo, los emprendedores también pueden ser importantes para la renovación empresarial, la competencia y la productividad de la economía (Acs & Audretsch, 2010). Los emprendedores pueden contribuir a la creación de nuevos mercados y sectores, al tiempo que mejoran la eficiencia y la calidad de los productos y servicios existentes (Schumpeter, 1934).

2. DESARROLLO

El fomento de la cultura emprendedora desde la educación es el primer acercamiento a los temas de la creación de negocios, pudiendo ser un motivante para la creación de empresas, es decir la solución de problemas, la generación de empleos, el desarrollo económico, así como la obtención de utilidades derivados del negocio puesto en marcha; es así que a lo largo del apartado de este ensayo, se retoman algunas cuestiones teóricas necesarias para la creación de un negocio, con la finalidad que oriente a los emprendedores; aunado a ello deberá conocerse sobre las políticas públicas y los entornos favorables que permitan un óptimo desarrollo del emprendedor-emprendimiento con la finalidad de reducir las barreras de entradas y mejorar las condiciones para el crecimiento y desarrollo empresarial (Audretsch et al., 2018).

Conforme González-García et al. (2018) existen características asociadas al estado afectivo cognitivo que impacta en el desempeño del emprendedor, por lo cual es necesario investigarlo, sin embargo, existen cuestiones de vigor, dedicación y absorción que se detectan en quienes tienen intención de emprender. Por su parte Galindo y Echavarría (2011) mencionó que es necesario promover la cultura emprendedora a través del diagnóstico de la existencia de esta en las comunidades educativas, aunado a ello mencionaban que existen seis dimensiones que se deben evaluar, las cuales son:

- Forma de pensar, razonar y actuar centrado en las oportunidades.
- Consideración de riesgo.
- Creatividad e innovación.
- Generación de valor.
- Proactividad.
- Búsqueda de información.

Se puede contrastar con lo establecido por Petit Torres (2007) conforme un método interpretativo para identificar los siguientes aspectos:

- La importancia económica de la innovación como variable endógena.
- La cultura de la innovación como elemento para la aceleración del progreso endógeno.
- La gestión de la transferencia de innovación para el desarrollo regional.
- Naturaleza y alcance del emprendimiento.
- El emprendimiento económico.
- Alcance social del emprendimiento y su impacto en el proceso de desarrollo endógeno sustentable.
- El capital social y emprendimiento en el ámbito local y en el ámbito regional.

Por ello, contrastado con Boza Valle et al. (2020) que menciona que debe existir una buena organización empresarial constantemente en proyectos productivos, derivado de ello deberán encontrarse bien estructurados, por lo tanto, es que debe apoyarse en distintas ciencias, así como ramas del conocimiento tales como administración, innovación, finanzas, derecho, marketing, entre otras.

Aunado a los conocimientos, la praxeología, es decir los valores son fundamentales, en primera instancia conforme el aumento de la exigencia de un equilibrio con el medio ambiente desde la parte sustentable, así como de la responsabilidad que se adquiere con la sociedad, con el entorno en general, por lo deberá orientarse a través de la filosofía que se diseñe, la cual se plasma a través de la misión, visión y valores organizacionales. (Viñarás et al., 2015; García Guiliany et al., 2022 y Orzuza, 2011).

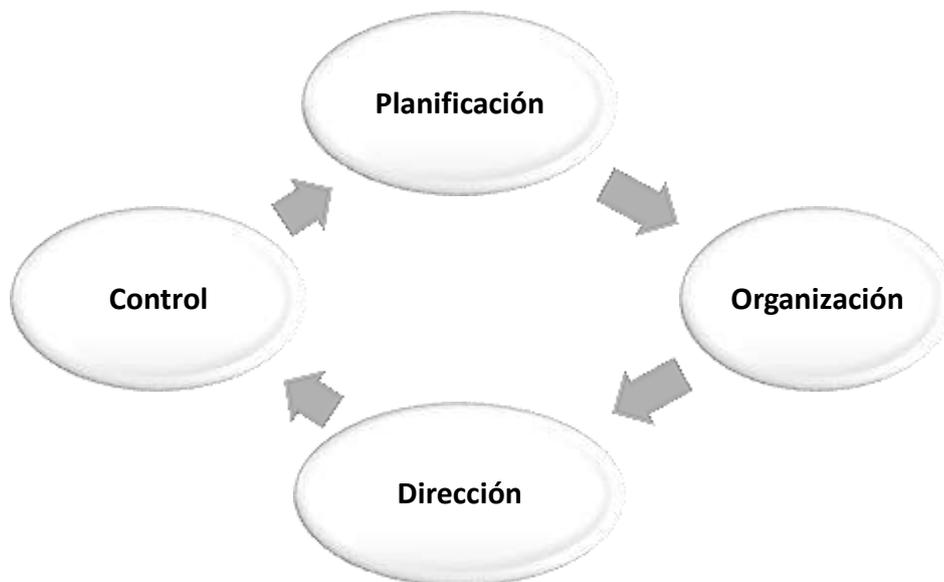
Así como la literatura lo ha establecido, el emprendedor se encontrará bajo diversas situaciones, donde requerirá de un manejo de los recursos eficiente, que requerirá de creatividad e innovación, así como conocimiento científico y empírico, la combinación de ello supondrá el mejor entendimiento para un análisis y toma de decisiones basado en experiencia, adaptado al contexto en el que se encuentra, siendo retomado desde el proceso administrativo, que conforme Marín y Atencio (2008) consta de la planificación, organización, dirección



y control, convirtiéndose en un ciclo (Ilustración 1) puesto que este inicia a través de planear bajo tres escenarios (uno neutral, uno positivo y uno negativo) con la finalidad de establecer distintas estrategias en cada uno de los escenarios para tener una reacción rápida conforme los retos que puedan aparecer; posterior a la previsión y planificación correspondiente a las situaciones operacionales llevan al diseño organizacional para establecer las jerarquías así como líneas de comunicación evitando la duplicidad de actividades, la falta de comunicación y los tiempos muertos; una vez realizado ello inicia la parte dinámica, en el caso de la dirección, es decir la puesta en marcha y el acompañamiento, para concluir con los métodos de control para corroborar se realice conforme los planes, así como se evalúe, con dicha información se procederá a reiniciar el ciclo puesto que conforme las mejoras se planificará, se organizará, dirigirá y realizarán métodos de control que culminen con evaluaciones para continuar, prevenir y/o corregir procesos y procedimientos bajo la teoría de la calidad que menciona esta *calidad* aun siendo subjetiva puesto que depende de la interpretación de personal, debe enfocarse desde los procesos y procedimientos para que se visibilice en el producto o servicio.

Figura 1

Ciclo del proceso administrativo



Nota. Elaboración propia a partir de Marín y Atencio (2008).

Ante esta situación, se realiza una recopilación de autores que complementan las características de los emprendedores observadas a lo largo de la revisión de artículos científicos.

Tabla 1

Características de los emprendedores

Autor	Características
Sung y Duarte (2015)	Persona innovadora, Creativo, Ven oportunidades donde otros perciben rutina, Tolerancia al fracaso, Perseverancia, Necesidad de logro, Motivados, Optimistas, Trabajo arduo, Concentración, Disfrutan ser emprendedores
Pérez et al., (2020)	Optimistas, Condiciones óptimas para emprendedores, Buscan beneficiar a otros
García del Junco et al., (2007)	Dedicación, Dispuestos a asumir riesgos, Dispuestos a realizar sacrificios, Insatisfechos laboralmente
Iturbide et al., (2020)	Decididos, Discernimiento, Capacidad de aprendizaje, Adaptabilidad, Conciencia social, Iniciativa, Coraje, Control del progreso, Orientación al cliente
Petit Torres (2007)	La cultura de la innovación como elemento para la aceleración del progreso endógeno, La gestión de la Transferencia de Innovación para el Desarrollo Regional, Naturaleza y alcance del Emprendimiento, El Emprendimiento Económico, Alcance social del Emprendimiento y su impacto en el Proceso de Desarrollo Endógeno Sustentable, El Capital Social y Emprendimiento en el ámbito local y en el ámbito regional
Galindo y Echavarría (2011)	Forma de pensar, razonar y actuar centrado en las oportunidades, Consideración de riesgo, Creatividad e Innovación, Generación de valor, Proactividad, Búsqueda de Información

3. CONCLUSIONES

Dentro de las características del emprendedor encontradas conforme la literatura presentada previamente, así como en la Tabla 1, se encuentran similitudes a lo largo de los años, conforme diversos autores, donde los emprendedores deberán ser personas flexibles, con posibilidad de adaptarse a las necesidades del momento, con visión, innovadores, con pensamiento social, organizados, estructurados y preparados para asumir riesgos

El presente ensayo bajo la temática de interés sobre las principales características del emprendedor se ha vertido, aunado a ello se pretende resaltar la importancia de la investigación, del conocimiento, así como de la experiencia que permita mayor adaptabilidad y flexibilidad en cada uno de los procesos y procedimientos, por lo cual, no se debe tomar como hechos irrefutables, sin embargo, funciona como un primer acercamiento para quienes consideran incursionar en el emprendimiento, con la finalidad de conocer conforme estudios en diversos momentos, distintas ópticas, que existen cuestiones generales de los emprendedores, que quienes lleguen a la creación de empresas formarán parte de ese porcentaje significativo en la economía puesto que inciden y benefician a la sociedad, así como a la economía. Las implicaciones en Futuras Líneas de Investigación corresponden a desarrollar un estudio cuantitativo donde se adapten ítems conforme las características del

emprendedor presentadas en el ensayo para corroborar si los emprendedores actualmente cuentan con ellas, así como identificar si existen nuevas o han sido modificadas.

A manera de conclusión, se detectó que los emprendedores son una parte importante de la economía, contribuyendo significativamente al crecimiento y desarrollo económico, puesto que de su visión o idea se disponen a asumir riesgos y desafíos para hacerlo realidad, creando empleos, contribuyendo al crecimiento del sector empresarial, así como a la competitividad del mercado, llevando a que los consumidores sean más exigentes, impulsando de manera indirecta la innovación, así como mejores productos y servicios para los clientes

Los emprendedores no se limitarán a Micro, Pequeñas o Medianas Empresas, pueden ser fuentes de inversión para empresas emergentes o recibir inversiones para crecimiento, así como expansión, aunado a ello se vuelven historias de éxito, es decir, fuentes de inspiración para otros, creando un nuevo espíritu emprendedor, mismo que puede llevarse a instituciones educativas con la finalidad que quienes tengan interés, desde las bases que brinden los estudios se pueda orientar y llevarlo a la realidad.

Se vuelve importante fomentar el espíritu emprendedor en la sociedad y apoyar a los emprendedores para que puedan desarrollar sus habilidades y capacidades empresariales, así como generar políticas públicas y la creación de entornos favorables para el emprendimiento pueden ayudar a reducir las barreras a la entrada y a mejorar las condiciones para la creación y el crecimiento de empresas. Por lo cual las implicaciones para futuras líneas de investigación corresponden al análisis a profundidad de las características que reúne el emprendedor.

Conflicto de intereses / Competing interests:

Los autores declaran que no incurre en conflictos de intereses.

Rol de los autores / Authors Roles:

Dulce Pineda-Bautista: conceptualización, curación de datos, análisis formal, adquisición de fondos, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, software, supervisión, validación, visualización, escritura - preparación del borrador original, escritura - revisar & edición.

Dayana Pérez-Aguilar: conceptualización, análisis formal, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, software, visualización, escritura - preparación del borrador original, escritura - revisar & edición.

Erick García-Serna: conceptualización, análisis formal, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, software, visualización, escritura - preparación del borrador original, escritura - revisar & edición.

Fuentes de financiamiento / Funding:

Los autores declaran que no recibió un fondo específico para esta investigación.

Aspectos éticos / legales; Ethics / legals:

Los autores declaran no haber incurrido en aspectos antiéticos, ni haber omitido aspectos legales en la realización de la investigación.

REFERENCIAS

- Acs, Z. J., & Audretsch, D. B. (2010). *Handbook of entrepreneurship research*. Springer Science & Business Media.
- Audretsch, D. B., & Keilbach, M. (2007). The theory of knowledge spillover entrepreneurship. *Journal of Management Studies*, 44(7), 1242-1254.
- Audretsch, D. B., Kuratko, D. F., & Link, A. N. (2018). Making sense of the elusive paradigm of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 51(3), 583-591.

- Ayaviri Nina, V.D., Chucho Morocho, D., Romero flores, M. y Quispe Fernández, G.M. (2017) Emprendimiento y clúster empresarial. Un estudio en la Provincia Chimborazo, Ecuador. *Perspectivas*. 40; 41-64. <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425953614003.pdf>
- Borrayo Rodríguez, C.L., Valdez Zepeda, A. y Delgado Melgarejo, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*. 25, (3), 72-87. <https://www.redalyc.org/journal/280/28060161005/html/>
- Boza Valle, J.A., Mendoza Vargas, E.Y. e Intriago Zamora, E.N. (2020). La educación en emprendimiento de los estudiantes de las carreras empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo. *Conrado*. 16, (72), 7-14. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000100007
- Duarte Cueva, F. (2007). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Contabilidad y Negocios*, 2 (3), 46-56. <https://www.redalyc.org/pdf/2816/281621764007.pdf>
- Duarte, T. y Ruiz Tibana, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica*. XV, (43); 326-331. <https://www.redalyc.org/pdf/849/84917310058.pdf>
- Fernández Darraz, E. y Ruiz Arias, H. (2013). El concepto globalización: ¿Poblamiento o erosión semántica? La semántica de la globalización en el diario La Tercera, 1999 y 2004. *Atenea*. 504; 133-147. <https://www.redalyc.org/pdf/328/32828388009.pdf>
- Flores, M.V. (2016) La globalización como fenómeno político, económico y social. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*. 13, (34); 26-41. <https://www.redalyc.org/pdf/709/70946593002.pdf>
- Galindo, R. y Echavarría, M.V. (2011). Diagnóstico de la Cultura Emprendedora en la Escuela de Ingeniería de Antioquia. *Rev. EIA. Esc. Ing. Antioq.* 15, 85-94. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-12372011000100008&script=sci_arttext
- García del Junco, J., Álvarez Martínez, P y Reyna Zaballa, R. (2007). Características del Emprendedor de Éxito en la creación de Pymes Españolas. *Estudios de Economía Aplicada*. 25, (3); 951-974. <https://www.redalyc.org/pdf/301/30113818017.pdf>
- García Guilianny, J., Paz Marcano, A. y Suárez Barros, H. (2022). Elementos de la Filosofía que sustentan la competitividad en empresas del sector construcción. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*. 28, (5), 184-197. <https://www.redalyc.org/journal/280/28071845015/html/>
- García, J. y Pulgar, N. (2010). Globalización: aspectos políticos, económicos y sociales. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*. XVI, (4); 721-726. <https://www.redalyc.org/pdf/280/28016613014.pdf>
- González-García, G., Becerril Carbajal, M.L. y Fonseca Munguía, A. (2018). El engagement como factor de formación y desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios. *IE Rev. Investigación Educativa REDIECH*. 9, (17); 103-118. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-85502018000200103
- Gutiérrez, J.M., Romero, J. Díaz, M.G. y Sulbarán, N. (2017). Emprendimiento como fuente de desarrollo de la empresa familiar. Algunas reflexiones sobre Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*. 4; 98-107. <https://www.redalyc.org/pdf/280/28055641008.pdf>



- Iturbide Galindo, L., Rodríguez Arana Zumaya, R., López Castro, V.I., Díaz Morales, A., y Aguado Pazos, A.L. (2020). Las características del emprendedor mexicano: estudio de caso de Lean Startups México. *The Anáhuac journal*. 20 (2). <https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2020v20n2.01>
- Kirzner, I. M. (1979). *Perception, opportunity, and profit: Studies in the theory of entrepreneurship*. University of Chicago Press.
- Marín Portillo, K. y Atencio Cárdenas, E. (2008). Proceso Académico-Administrativo de la Revista Científica y Ética del Investigador: estudio de un caso. *Omnia*, 14, (3); 160-183.
- Martín-Cabello, A. (2013). Sobre los orígenes del proceso de globalización. *Methodos. Revista de Ciencias Sociales*. 1 (1), 7-20. <https://www.redalyc.org/pdf/4415/441542970002.pdf>
- Orzua, G.B. (2011). Filosofía Organizacional en la gestión de la salud en misiones. *Revista Científica "Visión de Futuro"*. 15 (2). <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357935478004.pdf>
- Pérez Paredes, A., Torres-Flórez, D., Torralba Flores, A. y Salgado Cifuentes, W.F. (2020). Características y elementos del fenómeno emprendedor en Villavicencio, Colombia. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*. 16, (30). <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v16i30.2782>
- Petit Torres, E.E. (2007). La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico. *Revista de Ciencias Sociales*. 13 (3), 495-506. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182007000300010
- Quispe Fernández, G.M., Delgado Ayaviri, R., Ayaviri Nina, D. y Maldonado Núñez, A.I. (2022). Competencias emprendedoras para generar una cultura de emprendimiento en la educación superior. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*. 28, (6); 297-313. <https://www.redalyc.org/journal/280/28073815021/html/>
- Saavedra García, M.L., Camarena Adame, M.E. y Vargas Saenz, M.E. (2020). Una aproximación a los conceptos de emprendedor y emprendimiento. *Universidad & empresa*, 22 (39); 1-27. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7976>
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Transaction Publishers.
- Secretaría de Economía [SE] (2020). *Reporte T-MEC. Capítulo 25 Pequeñas y Medianas Empresas. Secretaría de Economía*. <https://cutt.ly/G6fdNFh>
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Sung Park, S. Il y Duarte Masi, S. (2015) El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores. *Rev. Int. Investig. Cienc. Soc.* 11 (2), 291-314.
- Viñarás Abad, M., Cabezuelo Lorenzo, F. y Herranz de la Casa, J.M. (2015) Filosofía corporativa y valores de marca como ejes del nuevo paradigma comunicativo. *Prisma Social*, 14, 379-410. <https://www.redalyc.org/pdf/3537/353744530012.pdf>