
**ESTUDIO EXPLORATORIO SOBRE
LAS CARACTERÍSTICAS
DEL EMPRENDEDOR EN VICTORIA,
TAMAULIPAS, MÉXICO**

**Anabell ECHAVARRÍA SÁNCHEZ,
Guadalupe Agustín GONZÁLEZ GARCÍA,
Abigail HERNÁNDEZ MARTÍNEZ
y José Guadalupe DE LA CRUZ BORREGO,**
Universidad Autónoma de Tamaulipas, México

RESUMEN

Esta investigación es de carácter mixto, expone características relacionadas con la personalidad del emprendedor y su comportamiento. En el aspecto empírico de la investigación, se aplicó un cuestionario a emprendedores del municipio de Victoria, Tamaulipas, México.

En conclusión, entre las características sobresalientes de los emprendedores a los que se les aplicó el cuestionario de investigación, encontramos las siguientes: les gusta el trabajo en equipo, pero les cuesta mucho comunicarse efectivamente; evalúan siempre los pros y los contras de una decisión; se consideran con espíritu emprendedor; piensan en el negocio como una inversión, con el propósito de obtener beneficios futuros; consideran valioso trabajar para sí mismos.

Palabras clave: características del emprendedor, personalidad del emprendedor, comportamiento humano del emprendedor, empresario.

**EXPLORATORY STUDY ON THE CHARACTERISTICS OF THE
ENTREPRENEUR IN VICTORIA, TAMAULIPAS, MEXICO**

ABSTRACT

This research is of a mixed nature; exposes characteristics related to the personality of the entrepreneur and his behavior. In the empirical aspect, a questionnaire was applied to entrepreneurs from the municipality of Victoria, Tamaulipas, Mexico. In conclusion, among the outstanding characteristics of the entrepreneurs to whom the research questionnaire was applied, we find

the following: they like teamwork, but it is very difficult for them to communicate efficiently; they always evaluate the pros and cons of a decision; they consider themselves with an entrepreneurial spirit; They think of the business as an investment, to obtain future benefits and they consider it valuable to work for themselves.

Keywords: Characteristics of the entrepreneur, personality of the entrepreneur, human behavior of the entrepreneur, entrepreneur.

1. INTRODUCCIÓN

En este documento se presenta un análisis exploratorio sobre las características del emprendedor. En el aspecto teórico de la investigación, ésta tiene que ver con el tipo de personalidad que se espera cubra un emprendedor. En el estudio de campo, refleja algunos aspectos del comportamiento humano que lo caracterizan.

Consideramos a nuestra investigación como un estudio piloto, el cual contiene varios propósitos. El primero consiste en la revisión de algunas de las características o rasgos principales de la personalidad del emprendedor; el segundo nos permitirá conocer aspectos adicionales sobre el comportamiento del emprendedor; el tercero –vía ejercicio de campo–, nos indicará si nuestro instrumento necesita ajustes, dado que deseamos utilizarlo en investigaciones posteriores, en las cuales destacaremos otras variables y otras secciones que contiene nuestro instrumento.

Empezaremos haciendo una distinción entre lo que es un emprendedor y lo que es un empresario. Existen muchas clases diferentes de empresarios, y un estudio de la personalidad de las diferentes variedades de emprendedores –que pudieran llegar a ser empresarios– tomaría mucho tiempo.

Para concentrar un poco nuestro estudio, se plantearon las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Qué es lo que distingue a un emprendedor de un empresario?
- ¿Cuáles son las características que definen a un emprendedor?

En el siguiente espacio se describen los conceptos con los que trabajamos en la investigación, los cuales se derivan de la revisión bibliográfica que realizamos. En la sección posterior, planteamos la metodología para el desarrollo del estudio empírico. Continuamos con los resultados obtenidos, tanto en la parte teórica, como en el ejercicio de campo, destacando en este último los aspectos de la conducta humana del emprendedor. Finalmente, presentamos nuestras conclusiones.

2. MARCO TEÓRICO

El término emprendedor es de origen francés (*entrepreneur*). Luschinger y Bagby (1987) comentaban que –interesantemente– la palabra “*entrepreneur*” viene del término “empresa”. Señalaron que el término alemán equivalente –“*unternehmen*”– significa “para llevar a cabo”. Por lo anterior, estos autores tomaron como consenso del significado de la palabra *emprendedor* a una persona que asume riesgos para empezar o mantener una operación productiva, usualmente en una capacidad independiente.

Si queremos definir el concepto de emprendedor, también podemos tomar la definición de Baumol (1968), quien señalaba que el emprendedor es más que un organizador y más que un innovador; debe conseguir nuevas fuentes de recursos, métodos de mercado y estructurar una nueva organización.

Por su parte, Paschoal (2002) define al emprendedor como aquél que originalmente abarcaba las funciones de inventor, planificador, constructor, administrador y patrón, pero no las de proveedor de capital, ni las de quien corre riesgos. Con el surgimiento del capitalismo liberal se estableció una clara distinción entre quienes ejecutaban funciones técnicas y quienes se ocupaban de funciones empresariales.

Por su parte, Vesper (1980) consideraba que los emprendedores podrían ser descritos por sus atributos. Generó un tipo clásico de emprendedor: son individuos auto empleados, que construyen equipos, son innovadores independientes, multiplican patrones, explotan las economías a escala y son especuladores.

En torno a la preparación de los individuos de manera psicológica, el escenario y la oportunidad para la actividad empresarial, se ha encontrado que se desempeñan con gran ímpetu.

A su vez, Olm y Eddy (1985) citaron los siguientes factores para el emprendimiento:

1. Autogeneración de entusiasmo y emoción en el producto o proceso.
2. El deseo de tomar riesgos calculados.
3. Un inusual grado de determinación, concentración y un uso tenaz de la energía hacia las metas.
4. Una alerta aguda y percepción hacia los mercados y su tendencia.
5. Un plan simple pero sensible.

Si se cumple lo anterior, es aún más complicado definir el término *emprender*, ya que no sólo se trata de una serie de atributos, sino también de la forma de utilizarlos para sacarles el máximo provecho.

Por otro lado, si deseamos definir al empresario tradicional, de acuerdo con Mochon (2001) podemos pensar en su figura como si se tratara de lo que podríamos denominar empresario moderno, que ocupa un papel central en la empresa. Es la persona que aporta el capital y realiza al mismo tiempo las funciones propias de dirección: organizar, planificar y controlar. En muchas ocasiones el origen de la empresa se basa en una idea innovadora sobre los procesos y productos, de forma que el empresario actúa como agente difusor del desarrollo económico. En este tipo de empresas, el empresario asume el riesgo y es innovador.

De acuerdo con Pazos (2006), para algunos el empresario es sólo un trabajador que cumple con la función de coordinar los factores de la producción; para otros, es además el principal responsable del triunfo o fracaso de una empresa y, por lo tanto, con funciones diferentes a las de un trabajador.

Las diferencias entre un emprendedor y un empresario podrían estar marcadas, entre otras cosas, por lo siguiente. Un em-

emprendedor es un innovador, persigue metas y busca alcanzarlas. Un empresario puede ser sólo un propietario, gerente o administrador y puede estar al tanto o no del desarrollo del negocio. El emprendedor arriesga su propio capital y puede ser que el empresario no lo haga. Entre otras cosas, el emprendedor no sólo busca el dinero, sino que también pretende encontrar logro y reconocimiento, mientras que el empresario se enfoca principalmente en las utilidades. El empresario busca alternativas de solución a problemas; el emprendedor –si no encuentra alternativas de solución–, las fabrica.

Sin embargo, si todo va bien con el negocio, el emprendedor tiende a ser un empresario. Se transcriben las características para el empresario y el emprendedor que plantea Méndez (2003). El empresario debe ser una persona que arriesga y ofrece siempre soluciones creativas y aplicables, tanto desde el punto de vista tecnológico como comercial. Es aquél que se reta a sí mismo. Quiere satisfacer algo totalmente incierto y, en ese sentido, arriesgado. Es arriesgado porque existen capital y mercancías que pueden, no sólo reproducirse y generar más valor, sino por el contrario, destruirse y desaparecer.

Para sobrevivir en el entorno, que es incierto, la única seguridad que existe es la capacidad de liderazgo y organización. En la medida en que la empresa sea incierta, mayor será la aventura. Las aventuras las viven quienes tienen un gran temple ante los obstáculos, adversidades y violencias de la vida.

El emprendedor que desea reconocimiento nunca queda satisfecho; tampoco se deja vencer por la derrota y la depresión. La capacidad de lucha ante la adversidad es esencial para sobrevivir en el mundo de los negocios. El emprendedor es un individuo que se adapta rápidamente a los cambios del entorno y, para lograrlo, recurre con frecuencia a la tecnología.

Como podemos observar en las definiciones anteriores, algunas se concentran en las características que definen al emprendedor.

En relación con los aspectos de la personalidad del emprendedor, Eysenck (1969) encontró que los hombres de negocios eran más introvertidos que la población normal; los hombres de negocios en su estudio eran empleados, pero tenían sus negocios con capital propio o prestado. Asimismo, Eysenck encuentra que la vida del empresario

tiende a ser estresante, dado que toma la responsabilidad de la existencia constante de la empresa y es frecuentemente atormentado o acosado por los competidores y por el crédito.

Su segundo descubrimiento es que hay una asociación entre neurosis y creatividad. Una evidencia por tal asociación ha sido reportada por Barron (1963), quien encontró que las personas creativas eran más ansiosas que la población normal. Por su parte, Eysenck (1957) encontró que los conceptos de ansiedad y neurosis están cercanamente asociados. El empresario es también una persona creativa, en el sentido de que tiene que crear un nuevo producto o servicio en la imaginación y, entonces, debe tener la energía y la autodisciplina para transformar la nueva idea en realidad. Así, las personas creativas y el empresario podrían tener algo en común, y se sugiere que los rasgos de la personalidad que se destacan podrían ser la ansiedad y la neurosis.

En este documento se define a la actitud como un grupo de emociones, creencias y conductas hacia un objeto particular (persona, cosa o evento). La actitud es resultado de la experiencia de cada individuo y puede tener una fuerte influencia sobre la conducta. La actitud es el comportamiento del individuo al hacer sus labores; es su forma de ser. Es el estado de ánimo del individuo, que expresa de cierta manera. Por definición, cada actitud tiene un objeto, ser una persona específica, con una orientación cognitiva, tener un estilo de vida o una combinación de esas características.

Por su parte, el espíritu de emprendimiento, como muchas conductas humanas, depende de factores personales (capacidades, actitudes y personalidad) y de factores contextuales (sociedad, cultura y economía).

3. MÉTODO

Tipo de investigación

El presente documento es una investigación preliminar teórico-práctica, de enfoque mixto, dado que contempla al mismo tiempo aspectos de los enfoques cualitativo y cuantitativo. También se puede clasificar como una investigación empírica-experimental-transversal.

Objetivo general

El objetivo general del estudio es conocer las características del emprendedor.

Objetivos específicos

Definir los conceptos de emprendedor y de empresario; diferenciar un emprendedor de un empresario y encontrar las características que definen al emprendedor.

Sujetos o participantes

Los sujetos participantes son emprendedores del municipio de Victoria, Tamaulipas, México, que acudieron a la plática sobre el Régimen de Incorporación Fiscal (RIF) del Sistema de Administración Tributaria (SAT) que ofrecieron las autoridades municipales, en el auditorio de la Facultad de Comercio y Administración Victoria de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT) el pasado 7 de septiembre de 2017.

Población

La población que se tomó para este estudio consiste de 19 personas emprendedoras del municipio de Victoria, Tamaulipas, a quienes se les aplicó un cuestionario, con el fin de conocer su opinión sobre diferentes aspectos del emprendimiento.

Para los propósitos de este estudio, se utiliza sólo una parte del cuestionario que se les aplicó. Esto es, se estudia sólo la apreciación que tienen ellos de sí mismos en aspectos relacionados con el comportamiento humano (habilidades de comunicación y liderazgo), su actitud, así como sus preferencias por el tipo de negocios a desarrollar.

Por lo anterior, las variables en las que se concentra este estudio son: las habilidades de comunicación y liderazgo de los emprendedores, la actitud del emprendedor y su orientación al negocio.

Instrumento de investigación

El instrumento completo de investigación es un cuestionario que cubre varios aspectos del emprendimiento: características de los emprendedores, toma de decisiones, orientación al negocio y obstáculos para los emprendedores, entre otros.

Se utilizó un instrumento derivado del elaborado por la Universidad del Valle de México en 2015, por ser uno que ya fue aplicado y sirvió con propósitos de validación. El instrumento se adaptó a las necesidades de esta investigación.

Del mismo modo, para darle mayor validez y confiabilidad a nuestro instrumento, éste fue enviado a expertos en investigación, quienes aportaron sus sugerencias de ajuste. El análisis que se realiza en este documento corresponde sólo a ciertas secciones del instrumento.

Como comentábamos en párrafos anteriores, en este documento se utiliza sólo la parte del instrumento relacionado con el comportamiento humano de los emprendedores, el cual tiene que ver con las habilidades de comunicación y liderazgo, así como con su actitud y preferencias respecto al tipo de negocios a desarrollar.

Diseño y procedimiento de la investigación

De inicio se realizó una revisión bibliográfica sobre los rasgos característicos de la personalidad de los emprendedores, con el propósito de llevar a cabo un análisis teórico, a fin de conocer los conceptos que se describen en este documento. Posteriormente se buscó un instrumento que ya haya sido utilizado, el cual se ajustó, tomando en cuenta las necesidades de nuestro estudio, para aplicarlo en los emprendedores del municipio de Victoria, Tamaulipas.

Se decidió hacer un estudio exploratorio, con el propósito de ver si el instrumento utilizado requeriría ajustes, para aplicarlo en el futuro a una muestra más grande de emprendedores. Por lo anterior, consideramos a este estudio como un análisis empírico piloto.

El 7 de septiembre de 2017, en la plática orientadora del Sistema de Administración Tributaria (SAT), que tuvo lugar en la Facul-

tad de Comercio y Administración Victoria (UAT), se les pidió a los emprendedores asistentes que llenaran el instrumento (cuestionario) de investigación.

En el ejercicio de campo trabajaron cuatro encuestadores; la recolección de información se llevó a cabo en un día. Posteriormente, se codificaron las respuestas de los 19 emprendedores que acudieron a la plática del SAT y se analizaron. En este documento se difunden los resultados.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Vesper (1982) comentaba que el fenómeno del emprendimiento debería estar ligado a la creación de organizaciones, esto es, al fenómeno por el cual se crean nuevas organizaciones. Este enfoque de conducta observa la creación de una organización como un evento contextual, resultado de muchas influencias. El emprendedor es parte de un proceso complejo de creación de nuevo capital. Este enfoque del estudio del emprendimiento trata a la organización como el nivel primario de análisis, y el individuo es visto en término de las habilidades que lo capacitan para iniciar una organización (Gartner, 1985).

Hallazgos teóricos

En esta sección nuestros hallazgos tienen que ver con las características o rasgos principales de la personalidad de los emprendedores.

Los emprendedores, en general, se caracterizan por tener una personalidad con espíritu emprendedor, son introvertidos y creativos; esta última característica los vuelve más ansiosos de lo normal. Entre los atributos de la personalidad del emprendedor se cuentan las siguientes: se emplean a sí mismos (autoempleo), construyen equipos, son innovadores, son independientes, multiplican patrones, explotan las economías de escala y son especuladores.

Los factores que impulsan a los emprendedores son: el entusiasmo por el producto o proceso, el deseo de tomar riesgos calculados, la determinación y concentración hacia las metas, la aguda percepción de los mercados y su tendencia.

Dentro de las funciones que desempeña el emprendedor encontramos: a) empresariales: el desarrollo de nuevos métodos de mercado y la estructuración de una nueva organización y b) técnicas: dentro de éstas encontramos las tecnológicas. Dentro de las empresariales se incluyen la invención, la planificación y la administración.

Hallazgos de la sección práctica

En esta sección nuestros hallazgos tienen que ver con los aspectos del comportamiento del emprendedor.

A continuación se presentan los resultados de la aplicación de nuestro instrumento a los emprendedores del municipio de Victoria, Tamaulipas, así como la discusión del estudio de campo. Encontramos que en la población de 19 emprendedores, el 63.2 % eran mujeres, lo que corrobora la expresión de que en el emprendimiento, son muchas las posibilidades de que éste sea un campo laboral fértil para el empoderamiento de las mujeres (ver figura 1).

Figura 1. Sexo de los emprendedores.

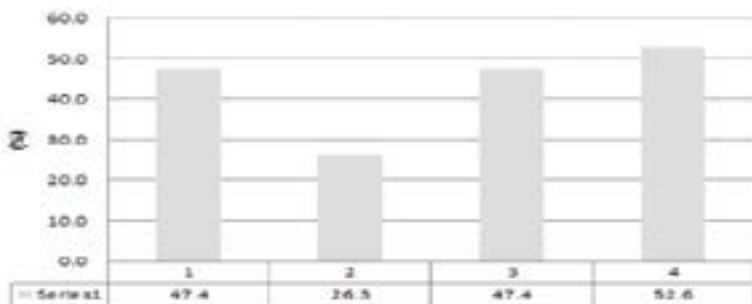


(Fuente: Elaboración propia.)

Otra de las variables en nuestro estudio fue la autopercepción de los emprendedores en torno a las habilidades de comunicación y liderazgo. Como se muestra en la Figura 2, se determina que a los emprendedores que participaron en la reunión del SAT, les gusta preferentemente el trabajo en equipo (52.6 %), de acuerdo con el resultado obtenido por el punto 4 en la figura. Los emprendedores medianamente se ven como líderes (47.4 %), conforme lo señala el punto 1 en la figura, y les cuesta (47.4 %) comunicarse efectivamente –punto 3

en la figura-. Además, consideran que no pueden tomar decisiones fácilmente (26.3 %), punto 2.

Figura 2. Autopercepción en torno a las habilidades de comunicación y liderazgo.



1 = soy líder; 2 = tomo decisiones fácilmente;
3 = comunico efectivamente y 4 = me gusta trabajar en equipo.

(Fuente: Elaboración propia.)

Definimos la actitud como la predisposición a responder de manera favorable o no con respecto al objeto de la actitud. Por definición, cada actitud tiene un objeto: ser una persona específica, con una orientación cognitiva, tener un estilo de vida o una combinación de esas características.

Los emprendedores que participaron de la reunión del SAT estimaron que siempre deben evaluar los pros y los contras de una decisión, así como también se consideraron con espíritu emprendedor. Lo anterior, dado que respondieron con un 100 % de acuerdo con las preguntas 1 y 4 de la Figura 3.

Y en este punto, podríamos definir al espíritu emprendedor como el proceso que forma el desarrollo personal hacia un propósito, así como la resolución y la continuación de nuevos proyectos. El espíritu de emprendimiento, como muchas conductas humanas, depende tanto de factores personales (capacidades, actitudes y personalidad), como de factores contextuales (sociedad, cultura y economía).

La segunda variable más representativa en el segmento de autopercepción del emprendedor respecto a su actitud, fue que prefieren mejor actuar que hablar.

En la Figura 3 confirmamos que a los emprendedores que participaron de la reunión del SAT, les gusta más trabajar en equipo que de manera individual, dado que el 57.9 % contestó que estaba en desacuerdo respecto a que trabajaba mejor solo que en equipo.

Figura 3. Autopercepción del emprendedor en torno a su actitud.



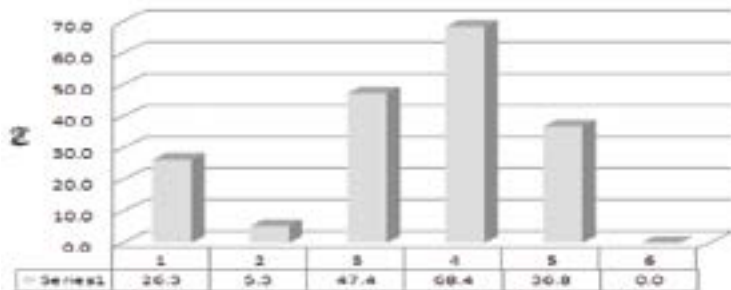
1. Siempre evalúo los pros y contras de una decisión; 2. Prefiero actuar que hablar; 3. Me caracterizo por lograr que las cosas sucedan; 4. Tengo espíritu emprendedor; 5. Ante un problema siempre tengo una solución rápida y 6. Trabajo mejor solo que en equipo.

(Fuente: Elaboración propia.)

En la Figura 4 se presentan los resultados de la variable orientación hacia el negocio por parte de los emprendedores. Se les hizo la pregunta sobre cuál de los diferentes ítems definía mejor su forma de ser, para lo que el 68.4 % respondieron que veían el negocio como una inversión, la cual les traería utilidades futuras.

Entre otras cosas, en la Figura 4 se destaca que los emprendedores que acudieron a la reunión del SAT en Ciudad Victoria, Tamaulipas, consideran muy valioso el trabajar para ellos mismos (100 %) y el ser dueños de su propio tiempo (47.4 %).

Figura 4. Orientación hacia el negocio.



1. Ahorro; 2. Más vale prevenir que lamentar; 3. Soy dueño de mi propio tiempo; 4. Inversión; 5. El que no arriesga, no gana y 6. Trabajo para alguien más. (Fuente: Elaboración propia.)

En resumen, podemos decir que las características del emprendedor tienen mucho que ver con su actitud y con el espíritu emprendedor. Las que tienen que ver con su actitud, se sub clasifican en motivos del logro, locus de control, innovación, autoestima, toma de riesgos y estilo de solución a problemas. Por su parte, las que están relacionados con el espíritu emprendedor, tienen que ver con la creatividad y la independencia. Dentro de las características que contribuyen a desarrollar el espíritu emprendedor se cuentan: la ambición, el espíritu de sacrificio y el ser arriesgado.

5. CONCLUSIONES

En este proceso, encontramos algunas respuestas a nuestras preguntas de investigación. Nuestras conclusiones se dividen en dos: por un lado, están las que se derivan del análisis teórico y, por otro lado, las que resultan del estudio de campo.

Consideramos que en la sección teórica sobre los factores personales, los rasgos de la personalidad se distinguen como buenos predictores de la creación de negocios. En esa sección nos centramos en el “quién” desarrolla la actividad de emprendimiento, pero nos dimos cuenta que esto no era suficiente para describir las características de un emprendedor. Entonces, decidimos pasar a un segundo nivel,

que sería el “cómo”, y por ello realizamos nuestro estudio de campo para detectar aspectos relacionados con el comportamiento humano en los emprendedores.

Nuestros hallazgos se resumen a continuación. El enfoque de la personalidad está relacionado con los rasgos de las características personales de los individuos que definen a un emprendedor. Detectamos que dentro de las características personales, los rasgos de la personalidad podrían influenciar las intenciones y la manera en cómo actúa el individuo.

El enfoque de la conducta deriva de la administración estratégica y envuelve el proceso de cómo un emprendedor percibe y actúa sobre las oportunidades que se le presentan. Estudiando las características del emprendedor bajo el enfoque de la conducta humana, descubrimos el enfoque de la actitud.

Las características del emprendedor tienen mucho que ver con su actitud y con el espíritu emprendedor. Las que tienen que ver con su actitud, se sub clasifican en los motivos del logro, el locus de control, la innovación, la autoestima, la toma de riesgos y el estilo de solución a problemas.

Por su parte, las que están relacionadas con el espíritu emprendedor, tienen que ver con la creatividad y la independencia. Dentro de las características que contribuyen a desarrollar el espíritu emprendedor se cuentan: la ambición, el espíritu de sacrificio y el ser arriesgado.

Con los emprendedores que acudieron a la reunión del SAT en Ciudad Victoria, Tamaulipas, se puede trabajar el empoderamiento de las mujeres, les gusta el trabajo en equipo, pero les cuesta mucho comunicarse efectivamente.

Evalúan siempre los pros y los contras de una decisión y se consideran con espíritu emprendedor. Piensan en el negocio como una inversión, con el propósito de obtener beneficios futuros. Consideran valioso trabajar para sí mismos.

Entre otras cosas, consideramos que el emprendedor debe ser capaz de detectar oportunidades (visión), se debe anticipar a las necesidades y debe tener tenacidad. Entre otras características parti-

culares, el emprendedor debe contar con capacidad de adaptación e improvisación, así como también debe tener temple para sobrevivir en situaciones de inseguridad e incertidumbre.

Este estudio se ve limitado por la aplicación del instrumento de investigación hacia personas que se sabe son emprendedoras. Se sugiere que investigaciones futuras sobre emprendimiento realicen estudios comparativos entre los posibles emprendedores y los emprendedores en etapa inicial.

REFERENCIAS

- BAUMOL, W.J. (1968). Entrepreneurship in Economic Theory, *American Economic Review*, 58, pp. 64-71.
- BARRON, F. (1963). *Creativity and Personal Freedom*, Princeton: Van Nostrand.
- EYSENCK, H.J. (1957). *The Dynamics of Anxiety and Hysteria*, Londres: Routledge and Kegan Paul.
- _____ (1967). Personality Patterns in Various Groups of Businessmen, *Occupational Psychology*, 41, pp. 249-250.
- _____ (1969). Personality Characteristics of a Group of Entrepreneurs, *Occupational Psychology*, 43, pp. 151-152.
- GARTNER, W.B. (1985). A Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation, *Academy of Management Review*, 10, pp. 696-706.
- LUNCHSINGER, V. y BAGBY, D.R. (1987). Entrepreneurship and Intrapreneurship; Behaviors, Comparisons, and Contrast, *SAM Advanced Management Journal*, verano 1987.
- MÉNDEZ, J.S. (2002). *Economía y la empresa*, México: McGraw Hill.
- MOCHON, F. (2001). *Principios de Economía*, México: McGraw Hill.
- OLM, K. y EDDY, G. (1985). *Entrepreneurship and Venture Management*, Columbus, OH: Merrill Publishing Co.
- PASCHOAL, J. (2002). *Introducción a la economía*, México: Oxford University Press.
- PAZOS, L. (2006). *Ciencia y teoría económica*, México: Diana.
- UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MÉXICO (2015). Cuestionario sobre emprendimiento, recuperado de Internet el 16 de agosto de 2017 en: <http://opinionpublicaavm.mx/>

ECHAVARRÍA S., A.; GONZÁLEZ G., G.A.; HERNÁNDEZ M., A.
y DE LA CRUZ B., J.G.

projects/emprendedores-%C2%BFproyecto-de-vida-o-decisi%C3%B3n-forzada

VESPER, C. (1980). *New Venture Strategies*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall Inc.

VESPER, K.H. (1982). Introduction and Summary of Entrepreneurship Research, en C.A. Kent, D.L. Sexton, K.H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs: Prentice Hall, xxi-xxviii.

Anabell ECHAVARRÍA SÁNCHEZ

Profesora investigadora de la Facultad de Comercio y Administración Victoria de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, México. Líder del Cuerpo Académico "Economía de la Información y del Conocimiento" (UAT-CA-172).

Línea de investigación: negocios, emprendimiento.

Correo electrónico: aechavarria@docentes.uat.edu.mx.

Guadalupe Agustín GONZÁLEZ GARCÍA

Profesor investigador de la Facultad de Comercio y Administración Victoria de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, México. Integrante del Cuerpo Académico "Economía de la Información y del Conocimiento" (UAT-CA-172).

Línea de investigación: pequeñas y medianas empresas.

Correo electrónico: ggonzález@docentes.uat.edu.mx.

Abigail HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ

Profesora investigadora de la Facultad de Comercio y Administración Victoria de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, México. Integrante del Cuerpo Académico "Economía de la Información y del Conocimiento" (UAT-CA-172). Línea de investigación: pequeñas y medianas empresas.

Correo electrónico: ahernandezr@docentes.uat.edu.mx.

José Guadalupe DE LA CRUZ BORREGO

Investigador de la Facultad de Comercio y Administración Victoria de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, México.

Colaborador del Cuerpo Académico "Economía de la Información y del Conocimiento" (UAT-CA-172). Línea de investigación: Estudios sobre empresas del sector primario.

Correo electrónico: jborrego@docentes.uat.edu.mx.