



## PERFIL DE EMPRESARIOS EXPORTADORES MYPES DE ARTESANÍA TEXTIL DE PUNO

### PROFILE OF ENTREPRENEURS EXPORTERS MYPES OF PUNO TEXTILE CRAFTS

Manuel Anchapuri Quispe<sup>1,\*</sup>, Alberto Magno Cutipa Limache<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universidad Nacional del Altiplano, Escuela Profesional de Administración, Escuela de Posgrado, Av. Floral N° 1153, Ciudad Universitaria, Puno, Perú, [manchapuri@unap.edu.pe](mailto:manchapuri@unap.edu.pe)

#### RESUMEN

Los empresarios tienen ciertos rasgos particulares desarrollados para lograr el éxito empresarial. En esta investigación se pretende conocer el perfil de los empresarios exportadores Mypes de artesanía textil de la Región Puno Perú, desde la perspectiva sociodemográfica, capacidad de logro y carácter innovador. La metodología utilizada fue el enfoque cuantitativo-descriptivo y diseño no experimental-transeccional. Asimismo para el estudio se consideró un censo población de 31 Mypes del sector, a quienes se les administró una encuesta, constituida por 20 ítems en el cuestionario. Además se consignó una prueba piloto para la fiabilidad ( $\alpha = 73\%$ ) y validez (86%). Y los resultados reflejan que la mayoría de los empresarios tienen 41 a 52 años de edad, el 61,3% un nivel de educación no universitaria y el 48,4% experiencia en el sector. Además la capacidad de logro es muy alta (61,3%) y el perfil carácter innovador también (64,5%). Por consiguiente los empresarios Mypes exportadores han desarrollado más las competencias de carácter innovador y capacidad de logro. En cambio las características sociodemográficas, nivel de educación universitario alcanzado es limitado y la mayoría de los empresarios les falta desarrollar más experiencia para operar en los mercados internacionales.

**Palabras claves:** perfil empresario sociodemográfico carácter innovador capacidad de logro.

#### ABSTRACT

Entrepreneurs have certain particular traits developed to achieve business success. This research intends to know the profile of the Mypes carriers of textile handicrafts from the Peruvian Puno Region, from a sociodemographic perspective, capacity for achievement and innovative character. The methodology used was the quantitative-descriptive and design non-experimental-transectional approach. Also for the study was considered a population census of 31 Mypes of the sector, who were administered a survey, constituted by 20 items in the questionnaire. In addition, a pilot test for reliability ( $\alpha = 73\%$ ) and validity (86%) was recorded. And the results reflect that the majority of entrepreneurs are 41 to 52 years of age, 61.3% a non-university education level and 48.4% experience in the sector. In addition the capacity of achievement is very high (61.3%) and the profile innovative character also (64.5%). Consequently, the exporting Mypes entrepreneurs have developed more competences of an innovative character and a level of achievement. In contrast sociodemographic characteristics, level of university education achieved is limited and most entrepreneurs need to develop more experience to operate in international markets.

**Keywords:** entrepreneur profile sociodemographic character innovative capacity for achievement.

\*Autor para Correspondencia: [manchapuri@unap.edu.pe](mailto:manchapuri@unap.edu.pe)





## INTRODUCCIÓN

El perfil del empresario Mype peruano tiene sus propias características particulares. Sin embargo se asemeja a las características del perfil del empresario latinoamericano que actúa en los mercados externos. Estas características comprenden: la formación, flexibilidad, carácter innovador, predisposición al planeamiento estratégico y la confianza (Sierralta, 2007). La gente de empresa son personas a las que les atribuye bastantes cualidades como sacrificio, constancia, prudencia y creatividad (Rodríguez, 2011), además se incluye la educación, experiencia, habilidades innatas, tipos de trabajo voluntarios, recursos con la que cuenta, metas personales y expectativas de su negocio (Diamond, 2013), motivaciones de logro, innovación personal, orientación al futuro, control interno, propensión a asumir riesgo, suele ser una persona insatisfecha, tolerancia de la ambigüedad y la incertidumbre, capacidad de aprender de la experiencia, nivel de formación y experiencia profesional (Veciana, 2005). De acuerdo con las investigaciones, se puede afirmar que el empresario tiene un perfil distinto a los que no son empresarios.

En el Perú la micro y pequeña empresa representan el 98% de todo el universo de empresa, y de toda la línea de artesanía en Puno la artesanía textil representa el 84%, de los cuales sólo el 6% exporta (Dirección Regional de Artesanía Región Puno, 2014), debido a las limitaciones en el nivel de estudios, experiencia, búsqueda de oportunidades, persistencia, asumir riesgos y tener presente la flexibilidad al cambio. Además la mayoría de empresarios Mypes de este rubro son mujeres de 25 y 49 años, el 34% tiene un nivel de estudio universitario y el 64% restante con niveles inferiores (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2012).

El estudio tiene como justificación desarrollar programas para potenciar las capacidades y habilidades del empresario exportador de Mypes de artesanía textil, la misma fortalecerá el desarrollo de sus actividades en la producción y exportación de tejido de artesanía textil en la región Puno, ya que actualmente en el sector la mayoría exporta a través de intermediarios dinamizado así la economía en la región y del país. Los resultados de las investigaciones sobre las capacidades del empresario son nuevas tendencias que deben continuar y difundirse (Prieto, Lalande y Bourgelas, 2010) para fortalecer la competitividad de la Mypes en el mercado internacional.

En este contexto la investigación presenta una metodología empírica cuyo objetivo es conocer el perfil de los empresarios exportadores Mypes de artesanía textil en la Región Puno – Perú, con respecto a sus características sociodemográfico, capacidad de logro y carácter innovador. Las características personales del empresario son relevantes para el éxito de las Mypes. El empresario es la figura central en el proceso de la creación de una nueva empresa y del funcionamiento. Es el titular o directivo de una empresa, por consiguiente es su responsabilidad el éxito o fracaso (Bosque y Rodríguez, 2013). El empresario posee ciertos dotes comerciales, que debe levantarse cada mañana pensando en conseguir los mejores negocios y oportunidades cada día para que la empresa progrese y sea lo más rentable posible (Bermejo, 2008). El empresario es un agente polifacético que toma decisiones en contextos inciertos de las organizaciones, buscando optimizar la asignación y eficiencia de recursos al interior de éstas. En consecuencia puede apreciarse la importancia que juega el empresario dentro del sistema económico de mercado (Buitrago y Valencia, 2008). Es el que impulsa el proceso de cambio en los mercados, son los que convierten la creación científica en innovaciones de nuevos productos y servicios, mejoras en productividad; en concreto genera el bienestar de la sociedad siendo parte de ella (García, 2012). El empresario en América Latina posee cualidades para





el manejo de su empresa, como el conocimiento de su empresa y el trabajo, aptitud para instruir en base a su experiencia y para mejorar los métodos de trabajo, competencia profesional, capacidad intelectual, imagen de líder entre otros (Regalado, 2007). Muchas de estas las características se encuentra presente en el perfil del empresario Mype peruano (Sierralta, 2007). En el Perú al empresario artesanal se le reconoce mediante la Ley 29073, como personas naturales o jurídicas dedicadas a la producción y comercialización de objetos o bienes de artesanía (Congreso de la República, 2007).

En el perfil sociodemográfico del empresario se contempla principalmente a la edad, nivel de estudio y experiencia en el sector (Guzmán y Martínez, 2008). Es así, la edad, la antigüedad de la empresa, la experiencia y los conocimientos acumulados son también parte del perfil del empresario. El nivel de estudio está referido a la formación académica, la misma permitir el desarrollo de las competencias empresariales (Valero, 2011). Entonces el nivel educativo de los empresarios es un factor importante que impulsa la capacidad empresarial (Cámara de Comercio de Bogotá, 2003). La experiencia es otro aspecto clave para el éxito de la empresa en mercados internacionales. La población más ocupada en todo tipo de empresa es aquella que tiene entre 16 y 20 años de experiencia, seguida de empleados con 6 y 10 años (Cámara de Comercio de Bogotá, 2003). En el perfil capacidad de logro del empresario se destaca la búsqueda de oportunidad, persistencia y evaluación del riesgo. La búsqueda de oportunidades se refiere a aprovechar ella, resolver un problema o emprender algo nuevo (OIT, 2009), por lo cual es imprescindible observar las tendencias o cambios que nadie ha detectado en la mercado para ofrecer un producto atractivo a los clientes (González y Lozano, 2012). La persistencia es saber exactamente a dónde se quiere llegar y conseguir los objetivos y metas, a pesar de las adversidades (OIT, 2009). Por últimos la valuación del riesgos es analizar las diferentes opciones, buscar un equilibrio entre beneficios y costos para alcanzar el objetivo, y optando por una decisión de riesgo moderado (Cooperación Alemana GTZ, 2008). En general el empresario tiene cualidades como la confianza en sí mismo, originalidad, orientación al resultado, hacia la gente, hacia el futuro y especialmente la capacidad de asumir riesgos. Este último distingue a un empresario del resto de las personas, ya que a diario se enfrenta factores fuera de su control (González y Lozano, 2012).

En el carácter innovador del empresario se contempla la confianza, visión y flexibilidad. La confianza es el que impulsa a actuar, a seguir adelante y motiva a lograr los objetivos. La visión es fijar una meta a largo plazo, tiene un significado personal, conlleva hacia un reto e inspira el logro del éxito (Cooperación Alemana GTZ, 2008). La flexibilidad posibilita adaptarse a condiciones y limitaciones del ambiente interno y externo, en el Perú el 60% de empresarios han pasado de otras actividades a la exportación. En cuanto al carácter innovador el 40% de empresarios incluye nuevos productos en sus exportaciones. Asimismo la confianza es considerado como el más importante para operar en mercados internacionales. Es así el 60% de empresarios piensan que sus productos esta adaptados a las exigencias del mercado (Sierralta 2007). Además el empresario innovador hace cosas diferentes para desmarcar la oferta actual de la competencia (Pérez, 2015).

En la literatura se ha encontrado que los empresarios se caracterizan por poseer gran capacidad de innovación, visión de las oportunidades, baja o moderada percepción del riesgo (Valencia, García y Jiménez, 2008) propensión al cambio y flexibilidad (Rubalcava, Hernández y Chein, 2010), que son fundamentales en las actividades de las empresas (Calderón y Naranjo).





## MATERIALES Y MÉTODOS

La estrategia metodológica optada para lograr el objetivo del estudio fue el enfoque cuantitativo y es de carácter descriptivo. El diseño de investigación es no experimental de corte transeccional. La población está conformada por 31 Mypes exportadoras formales de artesanía textil de la región de Puno de acuerdo al directorio de la Dirección Regional de Artesanía (DIRCETUR). El tamaño de la muestra se ha determinado de acuerdo a la sugerencia en la literatura, que cuando la población es relativamente pequeña es preferible realizar el estudio en toda la población (Córdova, 2013), por consiguiente se realizó un censo al grupo de estudio.

La técnica que se empleó en la investigación fue la encuesta y el instrumento el cuestionario para la recolección de datos de la unidad de análisis de las Mypes exportadoras de artesanía textil en la región Puno. Construido el instrumento de acopio de datos antes de aplicar, procurar que sea eficaz, es decir, que sea válido y confiable (Córdova, 2013). La validez del instrumento se ha realizado considerando los criterios de claridad, objetividad, actualidad, organización, coherencia estructural, coherencia semántica, consistencia teórica, metodología, estructura formal y originalidad (Charaja, 2011). Para la valoración de los mismos se ha utilizado una escalas de: Muy deficiente = 0.0, Deficiente = 0.5, Regular = 1.0, Bueno = 1.5 y Muy Bueno = 2.0. El coeficiente de valoración fue a un nivel de 86%, que es superior a 75% planeado en la literatura (Córdova 2013), por consiguiente se valida el cuestionario para la variable de estudio. Por otro lado, para obtener la confiabilidad del instrumento se: i) estableció la validez del constructo, ii) se aplicó el instrumento a una muestra piloto de 10 Mypes, iii) se construyó una tabla de datos para estimar el coeficiente de confiabilidad con el programa Statístico (Córdova, 2013), y se ha obtenido un coeficiente de Alfa Cronbach de 73 % de confiabilidad. Por último el instrumento fue construido con 20 ítems, que corresponde a las dimensiones sociodemográfico, capacidad de logro y carácter innovador, y para cada una de ellas se consideró tres indicadores respectivamente.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El 41,9% tienen 41 a 52 años de edad, el 61,3% un nivel de educación superior no universitaria y el 48,4% cuenta con una experiencia alta en el sector de un total 31 Mypes exportadores de artesanía textil de la región Puno (Tabla 1). Estos resultados indican una falencia en el desarrollo de las competencias empresariales, especialmente en el nivel de estudios. Por consiguiente potenciar las competencias de los empresarios es relevante para competir en los mercados internacionales y especialmente cuando se desea exportar de manera directa y sin intermediarios, tal como manifiesta en la literatura (Guzmán y Martínez, 2008), (Valero, 2011) y (Cámara de Comercio de Bogotá, 2003).

**Tabla 1.** Características sociodemográficas del empresario de artesanía textil

Edad del empresario exportador de artesanía textil		
Rango de edad	Frecuencia	Porcentaje
(0 - 27 años)	0	0,0
(28 - 40 años)	8	25,8
(41 - 52 años)	13	41,9
(53 - 65 años)	10	32,3
Total	31	100,0
Nivel de educación del empresario exportador		





Nivel de educación alcanzado		Frecuencia	Porcentaje
Educación primaria		0	0,0
Secundaria		7	22,6
Superior no universitario		19	61,3
Superior universitaria		5	16,1
Total		31	100,0
Experiencia en el sector de artesanía textil			
Escala Cualitativa	Escala Cuantitativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	(0 - 2)	2	6,5
Bajo	(3 - 4)	12	38,7
Alto	(5 - 6)	15	48,4
Muy alto	(7 - 8)	2	6,5
Total		31	100,0

Fuente: Base de datos agrupados envase a encuesta aplicada (2014)

Los resultados señalan que el 67,7 % de los encuestados cuentan con un perfil de búsqueda de oportunidades muy alta, el 54,8 % tienen un perfil persistente muy alto, y el 51,6 % un perfil de evaluación de riesgo alto. Dejando claro que el perfil del empresario dimensión capacidad logro es muy alto (61,3 %) (Tabla 1). Estos resultados ponen de manifiesto que los empresarios se caracterizan por buscar constantemente oportunidades de negocio, para lo cual sumen riesgos de manera moderada, enfrentando así, a las dificultades de manera firme, persiste y siempre enfocado al logro de sus objetivos personales y empresariales. Estos hechos refirman lo establecido en la literatura de González y Lozano, (2012), OIT (2009) y Cooperación Alemana GTZ (2008).

Además los resultados antes mencionados, indican que los empresarios exportadores de artesanía textil de la región Puno enfrentan situaciones fuera de su control en su quehacer del día a día, para superarla investiga nuevas oportunidades o busca la solución de problemas latentes, es amante del desafío, por tanto se aventuran por hacer cosas nuevas y diferentes de los que ya existen. Cuando algo se interpone en lo que trata de lograr, persiste en lograr la tarea tratando de diversas formas para superar los obstáculos y contratiempos que se interponen al logro de sus metas. Para tal propósito evalúa las ventajas y desventajas, asumiendo un riesgo moderado, dispuesto a invertir y aprovechar las oportunidades que permitan progresar y mantener la supervivencia de su empresa en el mercado competitivo y global.

**Tabla 2.** Capacidad de logro

Búsqueda de oportunidades			
Escala Cualitativa	Escala Cuantitativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	(0 -3)	0	0,0
Bajo	(4 - 6)	3	9,7
Alto	(7- 9)	7	22,6
Muy alto	(10 - 12)	21	67,7
Total		31	100,0
Persistencia			
Escala Cualitativa	Escala Cuantitativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	(0 -3)	0	0,0
Bajo	(4 - 6)	3	9,7
Alto	(7- 9)	11	35,5





Muy alto	(10 - 12)	17	54,8
Total		31	100,0
Evaluación de riesgos			
Escala Cualitativa	Escala Cuantitativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	(0 - 3)	0	0,0
Bajo	(4 - 6)	4	12,9
Alto	(7 - 9)	16	51,6
Muy alto	(10 - 12)	11	35,5
Total		31	100,0
Capacidad de logro			
Escala Cualitativa	Escala Cuantitativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	(0 - 9)	0	0,0
Bajo	(10 - 18)	2	6,5
Alto	(19 - 28)	10	32,3
Muy alto	(29 - 36)	19	61,3
Total		31	100,0

Fuente: Base de datos agrupados envase a encuesta aplicada (2014)

Los resultados del carácter innovador, de los 31 Mypes encuestados, reflejan que el 48,4% de los empresarios tienen una flexibilidad al cambio muy alto, el 80,6% tiene una visión amplia muy alta y el 58,1% tiene confianza muy alta. Por consiguiente el carácter innovador del empresario exportador de artesanía textil de la Región Puno es muy alta (64,5%) (Tabla 2).

El primero indica que los empresarios exportadores se adaptan con facilidad a las condiciones y limitaciones del medio ambiente interno y externo. En el ambiente interno aplican con flexibilidad las reglas o procedimientos con el fin de lograr los objetivos. En el ambiente externo la adaptación al entorno económico, político, democrático, sociocultural, entre otros.

El segundo implica, que no solo trabajan pensando en las actividades rutinarias, si no, con una proyección en las actividades a largo plazo. Y en el tercer resultado los empresario exportadores tienen confianza en sí mismo y en sus colaboradores tanto externo e interno para lograr los objetivos de la empresa. Esta es una de las características muy importantes del empresario exitoso según la Cooperación Alemana GTZ (1998) y OIT (2009). En suma el carácter innovador del empresario exportador puneño difiere de los resultados (40%) de Sierralta (2007).

**Tabla 3.** Carácter innovador

Flexibilidad al cambio			
Escala Cualitativa	Escala Cuantitativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	(0 - 2)	1	3,2
Bajo	(3 - 4)	3	9,7
Alto	(5 - 6)	12	38,7
Muy alto	(7 - 8)	15	48,4
Total		31	100,0
Visión amplia			
Escala Cualitativa	Escala Cuantitativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	(0 - 2)	0	0,0
Bajo	(3 - 4)	2	6,5







Alto	(5 - 6)	4	12,9
Muy alto	(7 -8)	25	80,6
Total		31	100,0
<b>Confianza</b>			
Escala Cualitativa	Escala Cuantitativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	(0 - 3)	0	0,0
Bajo	(4 - 6)	4	12,9
Alto	(7 - 9)	9	29,0
Muy alto	(10 -12)	18	58,1
Total		31	100,0
<b>Carácter innovador</b>			
Escala Cualitativa	Escala Cuantitativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	(0 - 9)	0	0,0
Bajo	(10 - 18)	3	9,7
Alto	(19 - 28)	8	25,8
Muy alto	(29 - 36)	20	64,5
Total		31	100,0

Fuente: Base de datos agrupados envase a encuesta aplicada 2014

## CONCLUSIONES

Esta descripción se circunscribe necesariamente a la persona como empresario que impulsa y desarrolla la actividad productiva de artesanía textil para competir en mercados internacionales, teniendo como base a las personas con ciertas competencias, capacidades y habilidades desarrolladas. Por consiguientes los empresarios de las Mypes de artesanía textil de Puno, tiene en su mayoría el desarrollo competencias entre alto y muy alto en las dimensiones de carácter innovador del empresario (contempla a la búsqueda de oportunidades calificación muy alta 67.7%, persistencia muy alto 54.8% y evaluación de riesgo alto 51.1%) y capacidad de logro del mismo (flexibilidad al cambio calificación muy alta 48.4%, visión amplia 80.6% y confianza 65.8%). Finalmente en la dimensión sociodemográficas el nivel de educación universitario alcanzado es limitado y la mayoría de los empresarios les falta desarrollar más experiencia para operar en los mercados internacionales.

## LITERATURA CITADA

- Bermejo, M. (21 de enero de 2008). El perfil y las habilidades del empresario. Recuperado el 30 de mayo de 2017, de ie open course ware: [http://ocw.ie.edu/ocw/materiales/gestion/GE2\\_113\\_NF.pdf](http://ocw.ie.edu/ocw/materiales/gestion/GE2_113_NF.pdf)
- Bosque, R. y Rodríguez, Á. (2013). ¿Puedo ser empresario?: claves, trucos y atajos. España: Buok Publishing.
- Buitrago, T. y Valencia, A. (2008). El empresario en el análisis económico, características y funciones. *Ánfora*, 15(25).
- Cámara de Comercio de Bogotá. (01 de Noviembre de 2003). Perfil empresarial de Bogotá y Cundinamarca. Recuperado el 28 de Mayo de 2017, de bibliotecadigital: [http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2907/639\\_2004\\_3\\_11\\_15\\_26\\_9\\_perfil\\_empresarial\\_de\\_bogota\\_y\\_cundinamarca\\_2003.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2907/639_2004_3_11_15_26_9_perfil_empresarial_de_bogota_y_cundinamarca_2003.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Calderón, G. y Jaranjo, C. (25 de Diciembre de 2007). Perfil cultural de las empresas innovadoras. Un estudio de caso en empresas metalmecánicas. Obtenido de Universidad Externado de Colombia: <http://administracion.uexternado.edu.co/matdi/innovaNeg/lecturas/admon.pdf>
- Congreso de la República. (2007). Ley N° 29073: Ley del artesano y de desarrollo de la actividad artesanal. Lima: El Peruano.
- Córdova, I. (2013). El proyecto de investigación cuantitativa. Lima: San Marcos.
- Cooperación Alemana GTZ. (2008). Metodología CEFE: Manual para facilitador. Lima: CEFE International. 2008.
- Charaja, F. (2011). El MAPIC en la metodología de investigación. 2da edición. Puno: Sagitario Impresiones.
- Diamond, F. (2013). Tu negocio online; Hecho Fácil!: La guía paso a paso para lograr; el sueño del negocio propio!. USA: Pearson.





- Dirección Regional de Artesanía Región Puno. (2015). Plan operativo institucional. Puno: Dirección Regional de Artesanía Región.
- García, C. (2012). La razón de ser del empresario. Consultado el 07 de junio del 2017. Recuperado de <http://www.publicacionescajamar.es/pdf/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/21/21-348.pdf>
- González, R. y Lozano, M. (2012). El espíritu emprendedor y el empresario. Retrieved from <http://roa.uveg.edu.mx/repositorio/bachillerato2015/135/Elesprituemprededoryeempresario.pdf>
- Guzmán, y Martínez, A. (2008). Tipología de la innovación y perfiles empresariales. Una aplicación empírica. *Economía industrial*, (368), 59-77.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (12 de Agosto de 2008). Perfil sociodemográfico del Perú. Recuperado el 18 de Febrero de 2015, de inei: [www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1136/libro.pdf](http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1136/libro.pdf)
- Llorente, Á. y Giráldez, O. (2007). Características de los empresarios europeos: un análisis de sus diferencias y similitudes. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 13(3), 147-159.
- Organización Internacional Del Trabajo. (2009). Manual de generación de ideas de negocios - GIN. Lima, 2009.
- Pérez, S. (2015). El empresario de la pequeña empresa y su comportamiento emprendedor. *Hitos de ciencias economico administrativas*, (43), 135-138.
- Prieto, J., Lalande, J. y Bourgelas, S. (2010). El perfil del empresario exitoso. *Publicaciones Icesi*, (51).
- Regalado, R. (2000). Las MYPES en América Latina. Consultado el 05 de junio del 2013. Recuperado de [https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=vBMPUG7JkUMC&oi=fnd&pg=PA76&ots=MvDxZBnug3y sig=I2u7c6M\\_v9O5Esy8Zq651Ou51oM#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=vBMPUG7JkUMC&oi=fnd&pg=PA76&ots=MvDxZBnug3y sig=I2u7c6M_v9O5Esy8Zq651Ou51oM#v=onepage&q&f=false)
- Rubalcava, M., Hernández, C. y Chein, F. (06 de Setiembre de 2010). El perfil del empresario Tamaulipeco: su impacto en el desarrollo de la pequeña y mediana empresa. Recuperado el 22 de Mayo de 2017, de XV Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática: <http://132.248.164.227/congreso/docs/xv/docs/106.pdf>
- Rodríguez, A. (2011). De ejecutivo a empresario: Reflexiones prácticas de un empleado convertido a empresario. Ediciones Díaz de Santos.
- Sierralta, A. (2007). Internacionalización de las empresas Latinoamericanas. Lima, Perú.
- Valero, R. (2011). Desarrollo, innovación y cultura empresarial. Cali: Universidad Icesi - Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial.
- Valencia, P., García, M. y Jiménez, J. (16 de octubre de 2008). Influencia de las características sociodemográficas, los rasgos de personalidad y las actitudes del empresario en el nacimiento de la empresa: un estudio empírico. Recuperado de: [http://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/070118\\_140939\\_e.pdf](http://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/070118_140939_e.pdf)
- Veciana, M. (2005). La creación de empresas: un enfoque gerencial. Caixa, Servicio de Estudios.

