

INVESTIGACION:
EL EMPRENDEDOR DE LA ZONA SUR
DEL ESTADO DE YUCATAN:
CARACTERISTICAS, FACTORES DE
VOCACION Y FUENTES DE INSPIRACION.

AUTOR:

MDG. Mario Rene Chan Magaña

INSTITUCIONES BENEFICIADAS:

Universidad Tecnológica Regional del Sur

(UTRSUR)

Centro de Incubación y Desarrollo

Empresarial

(CIDE)

Resumen

Un elemento clave de la innovación es el empresario, pues éste es quien realiza las innovaciones hasta obtener nuevos productos y/o servicios, por lo que es considerado como el motor del cambio tecnológico según Schumpeter. Empero, el estudio del impacto de las actividades desarrolladas por este tipo de agentes es relativamente reciente, los primeros estudios se centraron en las características personales del empresario; sin embargo, la evidencia y hallazgos obtenidos permiten concluir que lo que realmente diferencia al empresario emprendedor es un proceso caracterizado por la innovación constante. Es por esto que, los trabajos recientes, proponen considerar al proceso emprendedor como un conjunto de funciones, actividades y acciones asociadas con la percepción de oportunidad y la creación de la organización para explotarla. En este contexto, el objetivo de este trabajo es conocer e identificar las principales características que poseen los emprendedores de la zona sur del estado de Yucatán, para que estos puedan desarrollar productos o servicios innovadores. Entre los resultados obtenidos se encuentra las principales fuentes de inspiración que contribuyeron a generar su negocio, los factores que determinaron su vocación emprendedora y los principales atributos y hábitos que poseen.

Abstract

A key element of innovation is the entrepreneur, because that is who made innovations to new products and services, so it is regarded as the engine of technological change according to Schumpeter. However, the study of the impact of the activities of such agents is relatively new, early studies focused on the personal characteristics of the entrepreneur, but the evidence and findings lead to the conclusion that what really distinguishes the entrepreneurs is a process characterized by constant innovation. This is why, recent work, they propose to consider the entrepreneurial process as a set of functions, activities and actions associated with the perception of opportunity and the creation of the organization to operate. In this context, the objective of this study is to ascertain and identify the main characteristics of the entrepreneurs who own the southern state of Yucatan, to enable them to develop innovative products or services. The results are the main sources of inspiration that contributed to your business, what determined his vocation and entrepreneurial attributes and habits they have.

Palabras clave:

Emprendedor, empresario, innovación,

I. INTRODUCCION

1.1. Antecedentes

La generación de emprendedores es de vital importancia para un país debido a los beneficios que esto genera en el ámbito económico, tales como el crecimiento de la economía, la generación de empleos, el crecimiento del PIB, y mayores inversiones extranjeras dentro del país que mejores resultados económicos refleje. A pesar de estos beneficios existen diversas barreras que impiden el desarrollo de un espíritu emprendedor dentro de una sociedad.

En el caso particular de México se realizan proyectos emprendedores que nunca llegan a culminarse, debido a que se desconocen las fuentes de financiamiento, o que el emprendedor no tiene el suficiente conocimiento técnico sobre como allegarse de recursos.

Para nadie es un secreto que emprender en México es complicado. Según la Organización de Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), existen tres principales barreras para el establecimiento de nuevos negocios en el país: los monopolios públicos, los monopolios privados y el acceso al financiamiento.

La falta de apertura para competir es una de las grandes barreras que los emprendedores enfrentan. “De 72 ramas de actividad que contempla la economía mexicana, son contadas con los dedos las que tienen competencia efectiva y acceso al mercado”, señala Ernesto Cervera, director general de Grupo de Economistas y Asociados (GEA).

Los obstáculos dependen también de la organización económica de un país. Robert E. Litan, el ex zar antimonopolios de Estados Unidos y ahora a cargo de un centro de investigación para emprendedores, la Kauffman Foundation, señala que México tiene una economía que combina un capitalismo guiado por el Estado junto con un capitalismo oligárquico (véanse fotos).

Lo que esto conjuga es una distribución inequitativa del ingreso (y las oportunidades), un alto grado de economía informal y corrupción que alejan al emprendedurismo de actividades productivas e imponen gravámenes elevados a las inversiones extranjeras.

Este año, México cayó tres posiciones, del lugar 41 al 44 entre las 178 economías valuadas en el listado anual *Doing Business*, elaborado por el Banco Mundial. México es superado por Japón y Chile, pero sorprende que un lugar antes, en el puesto 43, esté Namibia. Argentina, China e India se mantienen por debajo. En otras palabras, México se volvió un país aún más complicado para hacer negocios.

Otra dificultad estriba en que, mientras en otras economías los emprendedores son hombres de 18 a 34 años de edad, en México es casi igual la proporción de hombres y mujeres que emprenden negocios, pero las edades se sitúan en dos grupos, de 18 a 34 y de 45 a 68 años, según el más reciente informe del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM).

Y no es casual. “Esta diferencia se debe a la situación económica de las últimas décadas”, explica Marcia Campos, directora del Centro de Desarrollo Regional y Nacional (Cedereana) del EGADE-ITESM, en Monterrey.

Las personas entre 45 y 64 años buscan abrir negocios al no hallar un empleo, ya sea por la magra oferta laboral (en puestos e ingreso) o porque las empresas no contratan a mayores de 40 años, explica Campos.

Los negocios femeninos también tienen causas económicas, “por la alta incidencia de mujeres jefas de hogar y porque les permite combinar sus ocupaciones en el hogar y ofrecer algo al mercado”, agrega la directora.

Pero abrir un ‘changarro’ no es sinónimo de ser emprendedor. El problema de sólo abrir negocios, según Campos, radica en que “se da en actividades que no son productivas, no generan un valor agregado, su tiempo de sobrevivencia es corto y con alto costo financiero”.

La diferencia entre ‘negociar’ y emprender está “en el término responsabilidad social (que) está implícito, pero usualmente no lo queremos decir”, añade Cervera.

Para que un emprendedor tenga impacto en la economía debe crear un negocio que repercuta en la multiplicación del empleo y ofrezca productos o servicios innovadores.

Idealmente, señala el reporte del *Global Entrepreneurship Monitor 2007*, los emprendedores mexicanos deben plantear sus modelos de negocios con una visión que los lleve a competir en los mercados internacionales.

Después de analizar toda la información anterior podemos entender el porqué es importante generar emprendedores en nuestro país, y las universidades deben de apoyar en inculcar el perfil de emprendimiento entre sus alumnos. Es por ello que esta investigación analizara las características de los emprendedores de la zona sur del estado de Yucatán, específicamente de los municipios de Oxcutzcab y Ticul, zonas de

alto crecimiento comercial en esa zona de nuestro estado, cercanas a donde se encuentra ubicada la Universidad Tecnológica Regional del Sur (UTRSUR), la cual cuenta entre su matrícula con estudiantes de los municipios mencionados. El resultado de este estudio nos permitirá saber las características de los emprendedores de la zona sur, y se propondrán a través de las academias y cuerpos académicos de investigación, estrategias para inculcarlas a los alumnos de la UTRSUR. De igual manera se llevaran los resultados a la incubadora de negocios para el análisis y diseño de estrategias de fortalecimiento de la incubadora.

1.2. Planteamiento del problema

Un elemento clave de la innovación es el empresario, ya que este es la persona que realiza las innovaciones hasta obtener nuevos productos y/o servicios, por lo que es considerado como el motor del cambio tecnológico según Schumpeter. Empero, el estudio del impacto de las actividades desarrolladas por este tipo de agentes es relativamente reciente, los primeros estudios se centraron en las características personales del empresario; sin embargo, la evidencia y hallazgos obtenidos permiten concluir que lo que realmente diferencia al empresario emprendedor es un proceso caracterizado por la innovación constante. Es por esto que, los trabajos recientes, proponen considerar al proceso emprendedor como un conjunto de funciones, actividades y acciones asociadas con la percepción de oportunidad y la creación de la organización para explotarla. La Universidad Tecnológica Regional del Sur (UTRSUR se crea en el año 2000 en el municipio de Tekax, y entre sus propósitos esta el formar gente emprendedora que pueda desarrollar negocios y contribuir al crecimiento económico de la zona sur del estado de Yucatán. Debido a que la UTRSUR se localiza en el cono sur del estado de Yucatán, a pocos kilómetros de los municipios de oxcutzcab y Ticul; en el presente trabajo se pretende analizar las principales

características inherentes al emprendedor de estos municipios mencionados, así como de igual manera conocer cuales fueron los principales factores que determinaron su vocación emprendedora y sus fuentes de inspiración.

1.3. Objetivo general

Determinar las principales características de los emprendedores de los municipios de Oxcutzcab y Ticul del estado de Yucatán.

1.4. Objetivos específicos

1. Determinar cuales son las principales características del emprendedor de los municipios de Oxcutzcab y Ticul.
2. Identificar los factores que determinaron su vocación emprendedora.
3. Identificar sus principales fuentes de inspiración para crear su propio negocio.

1.5. Justificación

La industria reclama al sistema educativo la responsabilidad de formar a los jóvenes en competencias metodológicas y habilidades sociales y desarrollar competencias tales como: interés por la calidad, capacidad de innovar, responsabilidad ante las propias decisiones y actuaciones, familiarizarse con el entorno, capacidad para trabajar en equipo y cooperar, pensar en positivo y capacidad de aprender. Es muy importante para nuestro estudio, conocer las principales competencias o características de la gente emprendedora de los municipios de Oxcutzcab y Ticul, esto nos dará los elementos necesarios para establecer estrategias que coadyuven en la adecuada formación emprendedora de nuestros estudiantes tomando como base este estudio. El conocer los resultados de este proceso, nos permite sentar las bases e identificar las áreas de

oportunidad en este sentido, de manera que podamos ser congruentes en nuestros estilos de enseñanza y técnicas didácticas aplicadas, buscando que se produzca un mejor efecto formativo en nuestros alumnos.

1.6. Tipo de estudio

Este estudio es no experimental, ya que las se analizaran las principales características de los emprendedores, las cuales no son objeto de manipulación, es transaccional ya que se recolectara datos en un tiempo determinado y descriptivo ya que se describirá a los sujetos de estudio en base a sus características de emprendimiento

1.7. Población y muestra

Se analizaron los municipios de Oxcutzcab y Ticul del estado de Yucatán, distinguiendo a los potenciales empresarios/ emprendedores dentro de la población en general a través de un criterio de selección basado en que el respondiente hubiera iniciado una empresa o negocio en el pasado reciente o de estar en vías de hacerlo en el futuro próximo.

1.8. Metodología

La metodología que se utilizo se baso en el análisis de las características inherentes a los empresarios que han iniciado sus negocios propios en la zona sur del estado de Yucatán, específicamente en los municipios de Oxcutzcab y Ticul, distinguiendo a los potenciales empresarios/ emprendedores dentro de la población en general a través de un criterio de selección basado en que el respondiente hubiera iniciado una empresa o negocio en el pasado reciente o de estar en vías de hacerlo en el futuro próximo. De igual manera se aplico una encuesta que permitió conocer los principales factores que determinan la vocación emprendedora, sus principales fuentes de inspiración para crear sus empresas,

la Importancia de algunos determinantes de la cultura emprendedora en México, así como las fuentes de financiamiento que conocen y que han utilizado.

1.8.1. Instrumento

El instrumento utilizado para medir las características de emprendimiento es el de “Inventario de perfil del emprendedor” elaborado por el Ing. Rafael Alcaraz, del tecnológico de monterrey, el cual consiste en un cuestionario de 20 ítems, contestado en una escala de Likert del 1 al 5, donde 1 es “Definitivamente no” y 5 es “definitivamente sí”. Las preguntas nos permitirán conocer dimensiones o características del emprendedor como: creatividad, Riesgo, iniciativa, autoconfianza, energía y capacidad de trabajo, perseverancia, liderazgo, capacidad para afrontar el riesgo, necesidad de logro, tolerancia al cambio y manejo de problemas.

1.9. Resultados

A continuación se presentan los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación:

1.9.1. Evaluación promedio de las preguntas del instrumento “El inventario del perfil del emprendedor” aplicado a los encuestados:

En la siguiente tabla 01, se muestran las evaluaciones promedio del instrumento “Inventario del perfil del emprendedor” que respondió la muestra de 20 empresarios innovadores de los municipios de oxcutzcab y ticul:

Tabla 01. Valoración promedio del cuestionario “inventario del perfil del emprendedor”.

PREGUNTAS	Valoración promedio
1.-Frecuentemente tengo ideas originales y las pongo en practica	4.5
2.-Cometo errores y me equivoco, pero se que puedo hacer bien las cosas	4.6
3.-Cuando quiero algo insisto hasta que lo consigo	4.5
4.-Cuando invierto mi dinero prefiero arriesgarlo en algo que pueda darme mas ganancias, que en un deposito a plazo fijo	4.7
5.-No me resulta dificil encontrar varias soluciones a un mismo problema	4.3
6.-Puedo resolver problemas rápidamente , incluso bajo presión	4.1
7.-Veo posibilidades creativas (de innovación) en cada cosa que hago	4.3
8.-Creo firmemente que tendré éxito en todo lo que me proponga hacer	4.5
9.-Creo firmemente que si la primera vez no lo logro, debo de intentarlo una y otra vez	4.2
10.-Me considero una persona ingeniosa, especialmente cuando se presentan soluciones difíciles	4.5
11.-Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarme por las ideas ya conocidas	4.3
12.-Considero que el riesgo es estimulante	4.5
13.-Estoy convencido de mis capacidades y se muy bien como explotarlas	4.6
14.-Creo en el dicho “El que no arriesga no gana”	4.7
15.-Estoy seguro de mis propias ideas y posibilidades	4.7
16.-Me entusiasma cosas nuevas e inusuales	4.7
17.-Creo que en la vida hay que tomar riesgos para ganar mas o alcanzar metas mas altas	4.8
18.-Frecuentemente encuentro soluciones rápidas y eficaces a los problemas	4.2
19.-Soy bueno enfrentando una gran cantidad de problemas al mismo tiempo	4.0
20.-Considero que la perseverancia (constancia) es importante para llegar al éxito	4.9

Fuente: Elaboración propia (2008)

Como podemos observar la mayoría de los ítems esta por encima de la valoración de 4, es decir, todos los encuestados coincidieron en mencionar que poseen las características mencionadas en el instrumento utilizado.

1.9.2. Características obtenidas en la aplicación de los resultados promedio obtenidos

Tomando como base la tabla anterior se obtuvo la puntuación total de cada una de las dimensiones, sumando el valor promedio de cada ítem correspondiente. Se comparo con el máximo valor que marca el instrumento y en base a ello se determino el nivel de evaluación de las respuestas por dimensión (alto, medio, bajo). Una vez obtenida esta información se establecieron comentarios y sugerencias del resultado.

Tabla 02. Determinación del nivel de evaluación de cada dimensión del “Inventario del perfil del emprendedor”.

Dimensiones (Características)	Puntuación total	Puntuación encuesta	Diferencia	% relativo	Evaluación	Comentarios y sugerencias del instrumento
Creatividad	25.0	22.3	-2.7	89%	Nivel alto	Eres una persona que cuenta con sensibilidad para analizar los problemas, originalidad para resolverlos, flexibilidad, evaluación y capacidad de análisis y síntesis, te gusta promover un ambiente de innovación y eres un generador constante de ideas originales. Continúa reforzando estas características.
Seguridad personal	35.0	32.0	-3.0	91%	Nivel alto	Tienes seguridad en la toma de decisiones, consideras las capacidades y aptitudes que posees para salir adelante en cualquier situación. Te conoces a ti mismo y sabes cuales son tus limitaciones, no te afecta las críticas de los demás ya que tienes la certeza de tus cualidades. Trata de aplicar esta característica en todas las áreas de tu vida.
Aceptación del riesgo	20.0	18.5	-1.5	92%	Nivel alto	Estás convencido que el riesgo es algo inherente al éxito, ya que evalúas el riesgo en función al tamaño de su meta y confías en tus capacidades para afrontarlo. Crees que el riesgo es un catalizador, la adrenalina que te mueva a actuar con más ahínco. Continúa reforzando esta característica.
Manejo de problemas	20.0	16.6	-3.4	83%	Nivel alto	Identificas claramente discrepancias entre un estado actual y uno deseado y actúas para resolver tal discrepancia. Este proceso de solución te orienta a superar los obstáculos y vencer las dificultades que impiden lograr un objetivo. Escuchas la opinión de aquellos que entienden un problema de manera diferente a la propia, es esencial que sigas fortaleciendo esta característica.
Perfil completo	100%	89.4%	-10.6			

Fuente: Elaboración propia (2008)

Como podemos observar en la tabla 02 la mayoría de los encuestados obtuvo una alta puntuación en las características de creatividad, seguridad personal y aceptación del riesgo, todas en promedio en un 90%; pero en la de manejo de problemas se obtuvo únicamente el 83% de la misma. A pesar de que el instrumento lo evalúa como de nivel alto, sería bueno trabajar en este punto para que fortalezcan su habilidad de identificar

claramente el problema, vencer los obstáculos para lograrlo y el hecho de aceptar opiniones que contribuyan a su solución.

Un tema de importancia para el presente análisis lo constituye la evaluación de los factores que inciden en la determinación de la vocación emprendedora fundada en cada una de las encuestas aplicadas a los empresarios. La tabla 03 refleja los resultados obtenidos:

Tabla 03. Evaluación de los factores que determinan la vocación emprendedora

FACTORES	%
Motivación personal	35
Espíritu emprendedor	27
Oportunidad de negocios	15
Tradición familiar	12
Autoempleo	11
TOTALES	100

Fuente: Elaboración propia (2008)

De acuerdo con los respondientes, la motivación personal pesa mucho en la decisión de volverse emprendedor, mientras que el autoempleo es, paradójicamente, el factor menos importante. Cabe mencionar que el espíritu emprendedor es el factor en segundo orden de importancia por encima de la oportunidad de negocios y la tradición familiar. Esta última antes de iniciar este estudio, es la que se presumió que iba a prevalecer como el factor determinante, ya que la zona sur del estado de Yucatán es de empresas prácticamente familiares.

En el tema de la cultura empresarial del país, el 85% de los entrevistados dijo que si existe tal cultura en México y el 15% opino lo contrario. También se les pregunto a los entrevistados en que medida estaban de acuerdo con seis preposiciones que explican la

existencia de dicha cultura emprendedora en el país. Las respuestas se reflejan en la siguiente tabla:

Tabla 04. Importancia de algunos determinantes de la cultura emprendedora en México

FACTORES	%
Para ser emprendedor hay que tener vocación	34
Ser emprendedor es cuestión de personalidad	30
En la escuela se enseña a ser emprendedor	15
La sociedad valora a la empresas generadoras de empleo	14
Existen políticas que incentivan la creación de empresas	4
El gobierno incentiva la creación de changarros	3
TOTALES	100

Fuente: Elaboración propia (2008)

Como se observa en la tabla 04, la mayoría de los respondientes estuvo de acuerdo en pensar que para ser emprendedor hay que tener vocación, mientras que la mayoría de los entrevistados estuvo en desacuerdo en que el gobierno incentiva o facilita la creación de changarros. En términos del sexo de los respondientes, se destaca que existió una diferencia estadísticamente significativa entre las respuestas dadas por los hombres y las mujeres en cuanto a la pregunta de que para ser emprendedor hay que tener vocación, en virtud de que el 88% de los hombres estuvo de acuerdo con esta aseveración, mientras que solo el 50% de las mujeres también lo estuvo. Con respecto a la aseveración de que para ser emprendedor es cuestión de personalidad, estadísticamente hablando no hubo diferencia, ya que el 72% de los hombres aceptó la propuesta mientras que el 75% de las mujeres lo hizo.

Otra de las preguntas que se les hizo a los encuestados es de qué fuentes se habían inspirado para formar las empresas que crearon. La tabla 05 reporta la proporción de esas fuentes:

Tabla 05. Fuentes de inspiración para la creación de nuevas empresas

FACTORES	%
Observación de las necesidades del mercado	24
Identificación de nichos de mercado	15
Observación de cambios en la demanda	15
Desarrollo tecnológico propio	14
Visitas a ferias y exposiciones	13
Otros - Iniciativa propia	10
Oportunidades vistas en otras empresas	9
TOTALES	100

Elaboración propia (2008)

Como se observa en la tabla anterior, la cuarta parte de los respondientes se inspiró a través de la observación de las necesidades del mercado, seguida de la identificación de nichos de mercado y la observación de cambios en la demanda. Es de resaltar que la explotación del desarrollo tecnológico propio representó un porcentaje relativamente bajo (14%) del total de los entrevistados, dejando ver la baja propensión que tienen los emprendedores innovadores de esta muestra de la zona sur del estado.

1.10. Conclusiones

De acuerdo al objetivo 01 el cual se refiere a la determinación de las principales características de los emprendedores de la zona sur del estado de Yucatán, específicamente Ticul y Oxcutzcab, podemos mencionar que son la creatividad, la seguridad personal, aceptación del riesgo y manejo de problemas. Cabe mencionar que las 3 primeras dimensiones o características las poseen los emprendedores en un alto porcentaje (89%, 91 y 92% respectivamente). La cuarta dimensión a pesar de que el instrumento la señala como de alto nivel, su porcentaje es del 83%, por lo que se recomienda identificar con mayor claridad discrepancias entre un estado actual y uno deseado y actuar de manera más

oportuna para resolver tal discrepancia. Tratar de escuchar la opinión de aquellos que entienden un problema de manera diferente a la propia, es esencial que se fortalezca esta característica.

De acuerdo al objetivo 02, acerca de cuales son los factores que determinaron la vocación emprendedora de los sujetos del presente estudio, se llego a la conclusión de que la motivación personal pesa mucho en la decisión de volverse emprendedor, mientras que el autoempleo es, paradójicamente, el factor menos importante. Cabe mencionar que el espíritu emprendedor es el factor en segundo orden de importancia por encima de la oportunidad de negocios y la tradición familiar. Esta última antes de iniciar este estudio, es la que supusimos que iba a prevalecer como el factor determinante, ya que la zona sur del estado de Yucatán es de empresas prácticamente familiares.

De acuerdo al objetivo 03, en el que se menciona el identificar sus principales fuentes de inspiración para crear su propio negocio, se concluye que la cuarta parte de los respondientes se inspiro a través de la observación de las necesidades del mercado, seguida de la identificación de nichos de mercado y la observación de cambios en la demanda. Es de resaltar que la explotación del desarrollo tecnológico propio represento un porcentaje relativamente bajo (14%) del total de los entrevistados, dejando ver la baja propensión que tienen los emprendedores innovadores de esta muestra de la zona sur del estado.

Referencias bibliográficas

1. Baty, Gordon (1990), *Entrepreneurship for the nineties*, Ed. Prentice Hall, USA, pp. 9-16.
2. Casson M. (1982), *The entrepreneur*, Ed. Barnes and Noble, USA.
3. DEMAC (1991), *Desarrollo de Emprendedores*, Ed. McGraw-Hill, México, pp. 4-21.
4. Dollinger Marc (1999), *Entrepreneurship*, Ed. Prentice may, USA, pp. 2-23.
5. Drucker, Peter (1989). *La innovación y el empresariado innovador*, Ed. Hermes, México, pp. 35-160.
6. Edwards Paul y Sarah Edwards (1992), *Making it on your own*, Ed. Torcher/Perigee books, USA, pp. 11-60.
7. Finley Lawrence (1990), *Entrepreneurial strategies*, Ed. PWS-Kent Publishing Co., USA, pp. 5-6
8. Gartner W. (1985), *A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation*, *Academy of management review*, USA.
9. Gray, D. y D. Cyr (1994), *Como evaluar su potencial emprendedor*, Ed. Vergara, España, pp. 15-118.
10. Halloran, James (1992), *The entrepreneur's guide to starting a successful business*, 2nd Edition, Ed. McGraw-Hill, USA, pp. 3-34.
11. Harper, Stephen (1991), *The McGraw-Hill guide to starting your own business*, Ed. McGraw-Hill, USA, pp. 14-17.
12. Hatten Timothy (1997), *Small Business (Entrepreneurship and beyond)*, Ed. Prentice Hall, USA, pp. 29-48.
13. Hebert, R.F. y Link, A.N. (1989), *In search of the meaning of entrepreneurship*, *Small Business Economics*, No. 1, pp. 39-49.
14. Hernández, J. (1992), *El comportamiento Emprendedor. Apuntes de clase*, México, pp. 7-8
15. Hiam Alexander y Karen Olander (1991), *Guía del emprendedor*, Ed. Prentice may, México, pp. 23-45, 338.
16. Hisrich, Robert (1986). *Entrepreneurship and Intrapreneurship*. Ed. Lexington Books, USA, pp. 96.
17. Hoselitz B. (1952), *Entrepreneurship and economic growth*, *American Journal of Economic Sociology*, USA.
18. Ibáñez Ma. Asunción (2001), *Actitudes Emprendedoras de los estudiantes universitarios de la CAPV*, Tesis Doctoral, Universidad de Deusto, España.

19. Jennings, Daniel (1994). "Multiple Perspectives of Entrepreneurship". Ed. South-Western Pub., USA. Pp. 11-12, 159-172.
20. Kao, John (1989), Entrepreneurship, Creativity and Organization, Ed. Prentice Hall, USA, pp. 91-104.
21. Knight F. (1921), Risk, uncertainty and profit, Ed. Boston: Houghton Muffin, USA.
22. Kuriloff Arthur y John Hemphill (1983), Starting and managing the small business. 2nd Edition, Ed. McGraw-Hill, USA, pp. 16-35.
23. Kuriloff Arthur, John Hemphill y Douglas Claud (1981). How to start your own business and succeed 2nd Edition, Ed. McGraw-Hill, USA, pp. 7-15.
24. Lambing Peggy and Charles Kuehl (1997), Entrepreneurship, Ed. Prentice Hall, USA, pp.9-18.
25. Lavington, Frederick (1922), Trade Cycle: An account of the causes producing rhythmical changes in the activity of business, Vol. III, London: P.S. King, Inglaterra, p. 19.
26. Longenecker Justine, Carlos Moore y William Petty (1934), Small Business management, Ed. South-western Publishing Co., 9th Edition, USA, pp. 2-28.
27. McClelland David (1961), The achieving society, Ed. John Wiley: New York, USA.
28. Morris, Michael and Donald, Kuratko (2002), Corporate Entrepreneurship, Ed. Harcourt Pub., USA, pp. 21-56, 78-100
29. Ronstadt, Robert (1985), Entrepreneurship, Ed. Lord Publishing Co., 1-46.
30. Schollhammer, Hans (1980), Analysis and Assessment of internal Corporate Entrepreneurship Strategies, Ed. Graduate School of Management of UCLA, USA.
31. Schumpeter J. (1934), The theory of economic development. Cambridge-Harvard University Press, USA.
32. Shapero, A. y Sokol, L. (1982), The social dimensions of entrepreneurship en Kent, C.A., Sexton, D.L. y Vesper, K., Ed. Encyclopedia of Entrepreneurship, Ed. Prentice Hall, pp. 72-89.
33. Shefsky, Lloyd (1997), Los emprendedores no nacen, se hacen, Ed. McGraw-Hill, México, pp. 1-22.
34. Siropolis, Nicholas (1990), Small Business Management (a guide to entrepreneurship), 4th Edition, Ed. Houghton Mifflin Co., USA, pp. 37-51.
35. Stacey Nicholas (1980), The sociology of the entrepreneur, Ed. McMaster University, Canada.
36. Steinhoff Dan y John Burgess (1993), Small business management fundamentals, 6th Edition, Ed. McGraw-Hill, USA, pp. 3-22.

37. Stevenson H., M. Roberts y H. Grousbeck (1999), New business ventures and the entrepreneur. 5th Edition. Ed. Irwin. USA.
38. VanderWerf P. y C. Brush (1989), Toward agreement on the focus of entrepreneurship research: progress without definition. Proceedings: National Academy of Management. USA.