



DOI: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.429>

El perfil psicológico del emprendedor y su proyección ante tiempos de crisis

The psychological profile of the entrepreneur and its projection in times of crisis

O perfil psicológico do empresário e sua projeção em tempos de crise

Xavier Alberto Gutiérrez-Mora ¹

xgutierrez@utb.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-0871-2961>

Gabriela Alexandra Castro-López ³

gcastrol@utb.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-9953-5491>

Alexys Adrián Viteri-Medina ²

aaviteri@fafi.utb.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-5327-6946>

María Fernanda Parra-Bustamante ⁴

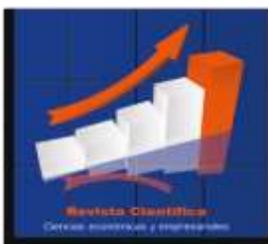
mfparra@fafi.utb.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-7156-1903>

Correspondencia: aaviteri@fafi.utb.edu.ec

* **Recepción:** 04/04/2021 * **Aceptación:** 03/05/2021 * **Publicación:** 03/06/2021

1. Magister en Administración de Empresas, Ingeniero Agrónomo, Formación de Formadores, Docente Universidad Técnica de Babahoyo, Babahoyo, Ecuador.
2. Estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo, Babahoyo, Ecuador.
3. Magister en Administración de Empresas, Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, Docente Universidad Técnica de Babahoyo, Babahoyo, Ecuador.
4. Estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo, Babahoyo, Ecuador.



Resumen

Usualmente definimos a los emprendedores como personas innovadoras y creativas, sin embargo, es relevante que dichas características no son lo suficiente para llegar al verdadero triunfo de un proyecto empresarial.

El presente trabajo aborda una revisión bibliográfica relacionada al perfil psicológico del del emprendedor, desvelando las principales cualidades del emprendedor que los convierten en individuos con una gran capacidad de observación y la exploración de oportunidades de mercado, realizando un análisis sobre la proyección de dichas personas en cuanto a las diferentes situaciones que se enfrentan con el entorno en tiempos de crisis.

Finalmente se discuten los resultados generales sobre las correlaciones significativas entre las variables mencionadas.

Palabras claves: Emprendedor; perfil psicológico; cualidades; capacidad; innovación.

Abstract

Usually define entrepreneurs as innovative and creative people, however, it is relevant that these characteristics are not enough to achieve the true success of a business project.

This work addresses a bibliographic review related to the psychological profile of the entrepreneur, revealing the main qualities of the entrepreneur that make them individuals with a great capacity for observation and exploration of market opportunities, carrying out an analysis on the projection of said people in regarding the different situations faced by the environment in times of crisis and recession. Finally, the general results on the significant correlations between the mentioned variables are discussed.

Keywords: Entrepreneur; psychological profile; qualities; ability; innovation.

Resumo

Normalmente definimos emprendedores como pessoas inovadoras e criativas, porém, é relevante que essas características não sejam suficientes para alcançar o verdadeiro triunfo de um projeto empresarial.

Este artigo aborda uma revisão bibliográfica relacionada ao perfil psicológico do empreendedor, revelando as principais qualidades do empreendedor que o tornam indivíduos com grande capacidade de observação e exploração de oportunidades de mercado, realizando uma análise sobre a projeção dessas pessoas em sobre as diferentes situações enfrentadas pelo meio ambiente em tempos de crise.

Por fim, são discutidos os resultados gerais sobre as correlações significativas entre as variáveis mencionadas.

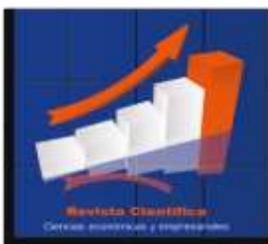
Palavras-chave: Empreendedor; perfil psicológico; qualidades; habilidade; inovação.

Introducción

Las situaciones de crisis derivan en importantes cambios especialmente en la economía, afectando principalmente a la economía de lo cual resulta el desempleo. Esta es una de las principales razones de las cuales surge la capacidad de iniciativa para enmarcar el autoempleo, es aquí en este punto en donde el emprendimiento se convierte en una opción de generar empleo y de superación principalmente.

Como es de conocimiento ante la situación que se enfrenta el mundo son un sin número de empresas afectadas, muchas han cerrado y se ha generado el desempleo debido a los puestos de trabajos perdidos. Sin embargo, el emprendimiento es un factor clave para la economía y el desarrollo social.

Muchos países han creado una cultura empresarial emprendedora donde normalmente se incentiva a la población en general a emprender e insertarse en sectores específicos de la economía, e incluso actualmente es muy común escuchar que menciona mucho en la política la iniciática de crear fuentes de empleo a través del emprendimiento.



El objetivo del presente trabajo es realizar un análisis sobre el perfil psicológico del emprendedor, las principales motivaciones para emprender y la proyección del mismo ante las consecuencias de crisis determinado cuales son los factores de éxito y fracaso.

Perfil del emprendedor

Más allá del conocimiento, no todas las personas están capacitadas para ser empresarias, es por ello que resulta imprescindible aclarar que el poner un proyecto en marcha demanda una serie de características tanto personales como profesionales específicas.

Para facilitar la comprensión del presente artículo nos enfocaremos a la definición de emprendedor, dada por distintos autores. Cabe destacar que la palabra “emprendedor” proviene del verbo francés *entreprendre*, cuyo significado es “encargarse de”.

Según Harper (1992) “un emprendedor es una persona capaz de revelar oportunidades, debido a que esta posee las habilidades que se necesitan para elaborar y a su vez desarrollar un nuevo concepto de negocio. Asimismo, un emprendedor es aquel que cuenta con la virtud de detectar y manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y los recursos a su alcance, gracias a su confianza en sí mismo”.

Jennings (1994) explica en su libro (*Multiple Perspectives of Entrepreneurship*) “los emprendedores son personas capaces de combinar los factores de producción existentes y obtener los mejores resultados, es decir, innovar con ellos.”

Hebert y Link (1989) “un emprendedor es el especialista en asumir la responsabilidad por las decisiones propias de la localización y el uso de bienes, recursos e instituciones; es decir, un ágil captador y aprovechador de información y recursos con la facultad con la facultad para detectar oportunidades de negocios y aprovecharlas”.

Existe una gran variedad de definiciones dadas por distintos autores, por ende, depende de nuestra capacidad reflexiva formar un punto de vista propio. Pero en lo que todos coinciden en que algo los caracteriza, tal como; innovador, confianza en sí mismo, responsabilidad.

Enfoque psicológico del emprendedor

La psicología en el campo empresarial analiza al sujeto (emprendedor) como persona, es decir de manera individual, tomando caracteres de empresarios exitosos dado que sirven como punto de referencia para aquellos que recién empiezan.

Kirzner plantea la teoría del empresario la cual logra definir el carácter emprendedor como un estado de alerta a las oportunidades, “basado en las diferencias de las percepciones individuales. Explica el autor que el valor del c emprendedor está en el aprovechamiento de las oportunidades de beneficio sin explota, procedentes de una mala asignación de recursos donde se generan situaciones de desequilibrio” Kirzner (1979)

Características de un emprendedor

No se puede generalizar determinadas características aplicándolas como un todo que enmarcan a la perfección al emprendedor como tal. Pero existe un punto de convergencia donde destacan las siguientes:

Tabla 1: Principales características del emprendedor Fuente: Chriestersen (1994)

<i>Autor</i>	<i>Atributo</i>
Stuart Milk (1848)	Tolerancia al riesgo
Weber (1917)	Fuente de autoridad formal
Schumpeter (1934)	Innovación e iniciativa
Sutton (1954)	Responsabilidad
Hartman (1959)	Autoridad formal
McClelland (1961)	Tolerancia al riesgo y necesidad de logro
Dauids (1963)	Ambición, independencia. Responsabilidad y autoconfianza
Palmer (1971)	Asunción y control del riesgo
Winter (1974)	Afán de poder
Borland (1974)	Control percibido interno
Liles (1974)	Necesidad de logro
Gasse (1977)	Orientado por valores personales
Timmons (1978)	Autoconfianza, orientado a la innovación
Sexton (1980)	Energía, capacidad de enfrentarse a los problemas
Welsh y White (1981)	Necesidad de logro, asunción de riesgos, responsabilidad y compromiso
Dunkelgerg y Cooper (1982)	Independencia, orientado al crecimiento
Fenal y Solomon(1986)	Orientado por los valores personales
Winslow y Solomon (1987)	Ligeramente sicopático

Fuente: Chriestersen (1994)



Cabe destacar que cada una de estas características puede trabajarse de manera individual y disciplinada, pero absolutamente todo parte de la confianza en sí mismo, pues es el primer paso en el camino del emprendedor. A su vez resulta el más difícil para determinadas personas, que cuentan con el resto de características necesarias, pero no se visualizan así mismos logrando sus metas, No obstante, la psicología pone a disposición la Programación neurolingüística (PNL) destinada a ayudar en la superación de nuestras limitaciones direccionadas al éxito empresarial. PNL tuvo su origen en la década de los de los 70 en la Universidad de California donde el Psicólogo gestáltico Richard Bandler y el lingüista John Grinder, estudiaron minuciosamente los patrones de conducta humana para desarrollar técnicas y modelos que explicara la magia y la ilusión de la comunicación y el comportamiento de los seres humanos.

PNL: Programación Neurolingüística

La programación neurolingüística describe como trabaja la mente y a la vez explica su estructura, es decir, como las personas aprenden, piensan y se motivan. Puede considerarse como el software del cerebro humano.

Beneficios

La PNL permite obtener resultados tales como:

- “Aumento de la confianza personal
- Mejora la comunicación
- Ayuda a descubrir recursos desaprovechados
- Aumenta de manera considerable la creatividad
- Mejora la salud
- Cambia el sistema de creencias, especialmente las negativas”

Para lograr todos estos beneficios la PNL trata según sea el caso, y es importante enfocarse en el tipo de persona que es, ya que generalmente existen tres tipos: los auditivos, los visuales y los kinestésicos.

Los auditivos son aquellos que tienen un ritmo intermedio, no son tan lentos como los kinestésicos ni tan rápidos como los visuales, son aquellos que necesitan una comprobación auditiva que les permita saber que el otro les presta atención. Un “ah ya” “aja” “mmm” bastaría.

Los visuales son personas que prefieren de todo lo que ocurre en el mundo externo, necesitan ser mirados mientras nos habla o le estamos hablando.

Los kinestésicos tienen una gran capacidad de concentración, son aquellos que más contacto físico necesita, son los que dan una palmadita y preguntan “estas bien”. Usan frases como “Tengo un mal presentimiento de este proyecto” “siento tal cosa”. (Master Bussines businessintelligence , S.F)

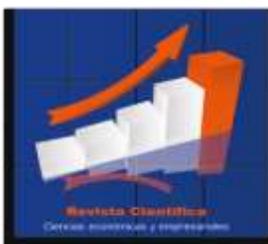
Si bien es cierto todos podemos ser los tres sistemas representacionales, pero se categoriza dependiendo de cuál sea el que más nos identifique, ya que a medida que pasan los años se va desarrollando uno más que otros debido a las personas de nuestro alrededor, experiencia laboral, incluso a los docentes. Pero se pueden alinear para crear una armonía entre ellos.

En base a lo antes planteado se pueden corregir ciertos aspectos que desembocan en grandes beneficios, trabajando la autoestima por medio de la creación de una imagen mental de sí mismos, la motivación acoplando aquello que nos gusta hacer a lo que no de tal manera se logra realizar actividades de manera correcta que comúnmente se harían de mala gana y mal hechas.

Como aplicar PNL en las ventas

Algunas personas piensan que en la negociación una de las dos partes saldrá perdiendo mientras que la otra será la victoriosa. No obstante, nunca es bueno hacer sentir a un cliente como un perdedor, un buen vendedor sabe interactuar de manera en que al momento de realizar la venta el cliente queda totalmente satisfecho, es decir, no se siente estafado, ni con la idea de que pudo aprovechar mucho más la situación, he ahí la importancia de saber leer las situaciones y actuar acorde a ellas.

La programación neurolingüística resulta un gran beneficio para quien la aplica en sí mismo, pero ¿Qué ocurre cuando la utilizamos en alguien más? Pues con la finalidad de conocer con qué tipo de persona se trata se emplean los sistemas representacionales, de tal manera se podrá saber qué es



lo que el cliente desea ver, escuchar o sentir a medida que la conversación avanza. Para ello es imprescindible prestar atención a su observación pues el sistema de claves oculares brevemente es:

- Arriba visualiza
- A los lados escucha
- Abajo a la derecha está en sensaciones
- Abajo a la izquierda está en diálogo interno

Adicional a la observación del cliente, y fijarse si el cliente quiere ver, escuchar o sentir, es de gran importancia también verificar si el tono de voz y el lenguaje son congruentes.

Acción del emprendedor para crear negocios

Los investigadores desde hace tiempo atrás se han preguntado ¿qué factores influyen a que una persona escoja voluntariamente emprender su propia empresa o realizar cualquier otra actividad de emprendimiento y elude el formar parte de un cumulo de empleados dependientes? ¿qué es lo que explica que una persona renuncie a la seguridad de contar con un empleo para emprender junto con su actividad al riesgo y la incertidumbre? Las respuestas propuestas a estas interrogantes aún siguen siendo objeto de debate y forman parte del material de trabajo sobre el comportamiento emprendedor. (Martinelli, 1994)

Según (Roth & Lacoa, 2009) desde el punto de vista psicológico, la discusión sobre el tema ha puesto de manifiesto divergencias al menos en dos aspectos fundamentales. Por un lado, ha confrontado la visión comportamental con la aproximación que destaca

las características del emprendedor y sus rasgos de personalidad en la búsqueda de explicaciones a la conducta emprendedora. Por otro lado, ha puesto sobre el tapete la discusión en torno a la contribución relativa de los factores extra psicológicos que concurren para esclarecer este proceso.

En la psicología el interés normalmente se centra en el estudio del individuo emprendedor, relacionándole con la acción de crear negocios. Los psicólogos se han interesado en los diversos aspectos conductuales, de personalidad, o cognitivos, entre otros, que podrían explicar al emprendedor o incluso predecir su conducta. (Sánchez, 2010).

Dicho de otra manera, para entender al emprendedor, se debe estudiar de qué manera éste se involucra en el proceso del emprendimiento, identificando qué competencias posee y pone en práctica, cómo encara las oportunidades que se le presentan, como enfrenta los obstáculos que se oponen a su objetivo, etc.

Él éxito o fracaso del emprendedor en tiempos de crisis

La propensión al riesgo, la autonomía e independencia, el liderazgo, la creatividad y la innovación o la capacidad de negociación también han sido citados como factores determinantes del éxito del emprendedor.

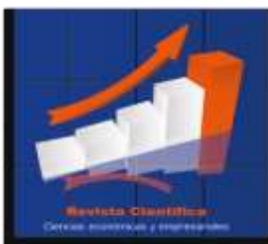
Según (Begley, 1995; Van Praag y Cramer, 2001; Stewart y Roth, 2001). Citado por (Saboia Leitão & Martín Cruz, 2006) “La propensión al riesgo está positivamente relacionada con el éxito empresarial ya que la asunción de riesgos es una parte esencial de la actividad empresarial, Además, los emprendedores que dirigen sus propios negocios, se sienten más seguros de emprender en condiciones de incertidumbre, aunque, en muchos casos, sea cauteloso e precavido.”

La necesidad de realización, la autonomía e independencia, el liderazgo o la capacidad de negociar, están positivamente relacionados con el espíritu emprendedor al permitir al individuo adoptar, con responsabilidad, las decisiones deseadas y aplicarlas al propio negocio, con seguridad e independientemente de las opiniones y deseos de los otros. (Saboia Leitão & Martín Cruz, 2006)

El liderazgo se relaciona directamente con la probabilidad de emprender, ya que este implica del emprendedor una mayor capacidad de convencimiento para motivar a participar a otros. Es así como la satisfacción de ejercer influencia sobre decisiones y comportamiento en otras personas crea que actúen de una manera distinta a la convencional.

En su mayoría las empresas saben aprovechar a favor situaciones económicas para que estas no supongan una amenaza y acabe con su negocio. Es notable también aquellos que ven el emprendimiento en tiempos de crisis como una oportunidad en el mercado es sin duda porque han sabido cómo adaptarse a los cambios.

Francisco García Lillo, Bartolomé Marco Lajara y J.F. en su artículo “factores de éxito y Fracaso de las nuevas empresas: propuesta de un marco teórico investigador” (págs. 1-7), dicen que hay



que centrarse principalmente en el individuo pues de las características, aptitudes y motivaciones que presente éste dependerá que sea capaz de ser competitivo y eso puede una gran diferencia entre el éxito o fracaso de la nueva empresa.

Por otro lado, Herce (2019) En su informe emprender en momentos de crisis nos dice que: “ las empresas sobreviven y mueren por multitud de causas, pero en el núcleo del éxito o del fracaso de los proyectos empresariales se encuentran factores internos, muy cercanos y bajo el control casi directo de los emprendedores, tales como el compromiso, la perseverancia y el entusiasmo, o su ausencia.

Resultados

Alrededor de los últimos años los la actividad emprendedora ha ido fortaleciendo y cobrando mayor relevancia, ya que se propone como una medida de solución a las crisis que se enfrentan, pero esto no se trata solo de crear empresas, sino de que aquellas se mantengan y es aquí donde yacen las características de un emprendedor, aquella persona que se encuentra al frente del negocio debe poseer la capacidad y sobre todo aspectos psicológicos que le ayudan a mantenerse y a no decaer en momentos adversos.

Un emprendedor debe ser capaz de revelar oportunidades, puesto que este debe poseer habilidades que le permitan desarrollar nuevas ideas de negocio identificándolas, este debe detectar y manejar, así como las oportunidades también los problemas.

El perfil psicológico del emprendedor comprende atributos, entre los principales mencionados por diversos investigadores de la psicología se encuentra: la tolerancia al riesgo; este atributo es esencial al momento de lidiar con situaciones de crisis o diversos aspectos económicos, la innovación y la iniciativa, la autoconfianza, la independencia se ven en un papel muy fundamental ya que de ellos depende no solo el éxito del negocio sino también la reducción del riesgo de fracaso. De lo dicho por los autores García, Bartolomé, & Herce mencionados anteriormente podemos deducir que el éxito o el fracaso de un emprendimiento depende más allá de los factores sociales y económicos financieros del emprendedor, de la capacidad que tiene para mantener su negocio en medio de circunstancias adversas, como lo estudiado anteriormente se definen diversos atributos

que deben tener estas personas entre ellas la tolerancia, la perseverancia y la motivación son ejes principales para la determinación de estas situaciones.

Un emprendedor debe ser capaz de lidiar con el fracaso en ciertas ocasiones, puesto que ellos empiezan con la incertidumbre y el riesgo, pero también debe ser fuerte y mantener un carácter motivacional alto para mantener su negocio no ser sujeto al fracaso.

Conclusión

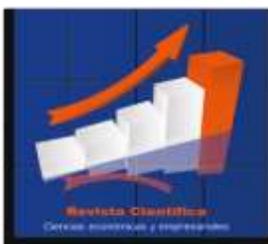
Luego de haber indagado sobre las distintas definiciones del emprendedor y visto desde un enfoque psicológico, argumentamos lo siguiente:

Los tiempos de crisis requieren de una respuesta rápida, veraz y precisa por parte del emprendedor, este tiene que contar con los atributos necesarios para ello. En un plano perfecto, las circunstancias externas le permiten al emprendedor ser, no obstante, este necesita su propio consentimiento, es decir, permitirse así mismo ir a por sus objetivos. Esto no es posible sin confianza en sí, por ello es importante la programación neurolingüística dada por la psicología misma, ayuda a dar este primer paso. Cuando se soluciona el conflicto interno, se cuenta con la capacidad para poner en práctica todos los atributos del emprendedor, que al exteriorizar se encuentra ciertas dificultades dadas por los tiempos de crisis y lo ponen a prueba como tal, pero estaría mucho mejor capacitado para enfrentarlas.

Si bien es cierto, creer en sí mismo no garantiza el éxito como tal, sin embargo, ayuda a permitirse el desarrollo profesional con una idea clara, esto si es necesario para que el emprendedor tome decisiones en tiempos críticos, que le permitan mantenerse a flote y en un lapso de mayor oportunidad seguir creciendo. A falta de los atributos mencionados en el presente artículo profesionales fracasan en las primeras etapas del emprendimiento. “Los obstáculos son esas cosas espantosas que ves cuando quitas la vista de tus metas” (Henry Ford)

Referencias

1. Cámara Nacional de Acuicultura. (2019). Obtenido de <https://www.cna-ecuador.com/revista-acuicultura/>

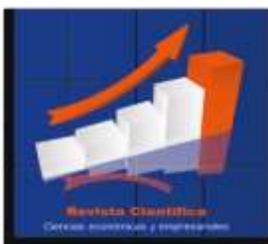


2. Durán Ganchoza, F. &. (junio de 2017). Ciencia Y Tecnología. Obtenido de VENTAJAS COMPETITIVAS Y COMPARATIVAS DEL SECTOR CAMARONERO ECUATORIANO PARA ENCARAR AL MERCADO:
3. <https://www.researchgate.net/publication/317881067>
4. Ecuador, B. C. (julio de 2019). Banco Central Ecuador. Obtenido de Banco Central Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica/publicaciones-generales>
5. Galán, J. (2019). Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/crecimiento-economico.html>
6. García, L., Marco Lajara, B., Molina Azorin, J., & Ramón, Q. (1999). Factores de éxito y Fracaso de las nuevas empresas: propuesta de un marco teórico investigador. 1-7. Recuperado el septiembre de 1 de 2020
7. Harper, S. (1992). The Entrepreneur's Guide to Starting a Successful Business. Nueva York: McGraw-Hill.
8. Hebert, R., & Link, A. (1989). "In Search of the Meaning of Entrepreneurship". *Small Business Economics*.
9. Herce, J. A. (2019). *Emprender en momentos de crisis. Riesgos y factores de éxito*. Madrid: FUNDACIONMAPFRE. Recuperado el 2 de septiembre de 2020, de <https://app.mapfre.com/ccm/content/documentos/fundacion/cs-seguro/informes/emprender-en-momentos-de-crisis-riesgos-factores-exito.pdf>
10. Hill, W. ., (2011). *Negocios Internacionales*. México: Mc Graw.
11. Jennings, D. (1994). *Multiple Perspectives of Entrepreneurship*. Ohio: South-western Pub.
12. Kirzner, I. (1979). *Perception, opportunity and profit: Studies in the theory of*. Chicago: The university of Chicago Press.
13. Kiziryan, M. (2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/importacion.html>
14. M, A. C. (1994). *The identification of business starters using attitude*. Calgary: University of Calgary Press.

15. Martinelli, A. (1994). Entrepreneurship and Management. En: Smelser, N. y Swedberg, R.(Eds.). Handbook of Economic Sociology, Princeton: Princeton University Press, 476-503.
16. Master Bussines businessintelligence . (S.F). Programación Neurolingüística. Quito - Ecuador: SIDE.
17. Mochon, F. (2006). Principios de la Economía; Conceptos, Balanza de pagos . Madrid (España): Mc Graw Hill.
18. Romero, P. (1995). Fundamentos de acuicultura marina. España: Acribia.
19. Roth, E., & Lacoa, D. (2009). Análisis Psicológico de la Conducta Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Medición, Relaciones y Predicción. Scielo. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-21612009000100005
20. Saboia Leitão, F. A., & Martín Cruz, N. (2006). LOS RASGOS PSICOLÓGICOS DEL EMPRENDEDOR Y LA CONTINUIDAD DEL PROYECTO. READ - Revista
21. Eletrônica de Administração, 12(2), 7-8. Recuperado el 2 de Septiembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/4011/401137451002.pdf>
22. The Observatory of Economic Complexity. (2019). Obtenido de <https://oec.world/es/>

References

1. National Chamber of Aquaculture. (2019). Obtained from <https://www.cna-ecuador.com/revista-acuacultura/>
2. Durán Ganchoza, F. &. (June 2017). Science and Technology. Obtained from COMPETITIVE AND COMPARATIVE ADVANTAGES OF THE ECUADORIAN SHRIMP SECTOR TO FACE THE MARKET:
3. <https://www.researchgate.net/publication/317881067>
4. Ecuador, B. C. (July 2019). Central Bank Ecuador. Obtained from Banco Central Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica/publicaciones-general>



5. Galán, J. (2019). Economipedia. Obtained from <https://economipedia.com/definiciones/crecimiento-economico.html>
6. García, L., Marco Lajara, B., Molina Azorin, J., & Ramón, Q. (1999). Factors of success and failure of new companies: proposal of a theoretical research framework. 1-7. Retrieved on September 1, 2020
7. Harper, S. (1992). *The Entrepreneur's Guide to Starting a Successful Business*. New York: McGraw-Hill.
8. Hebert, R., & Link, A. (1989). "In Search of the Meaning of Entrepreneurship". *Journal of Business Economics*.
9. Herce, J. A. (2019). *Undertaking in times of crisis. Risks and success factors*. Madrid: FUNDACIONMAPFRE. Retrieved on September 2, 2020, from <https://app.mapfre.com/ccm/content/documentos/fundacion/cs-Segura / Reports / Emprender-en-moments-de-crisis-Riesgos-Factors-Exito.pdf>
10. Hill, W., (2011). *International Business*. Mexico: Mc Graw.
11. Jennings, D. (1994). *Multiple Perspectives of Entrepreneurship*. Ohio: South-western Pub.
12. Kirzner, I. (1979). *Perception, opportunity and profit: Studies in the theory of*. Chicago: The university of Chicago Press.
13. Kiziryan, M. (2019). *Economic* asked. Obtained from <https://economipedia.com/definiciones/importacion.html>
14. M, A. C. (1994). *The identification of business starters using attitude*. Calgary: University of Calgary Press.
15. Martinelli, A. (1994). *Entrepreneurship and Management*. In: Smelser, N. and Swedberg, R. (Eds.). *Handbook of Economic Sociology*, Princeton: Princeton University Press, 476-503.
16. *Master Business intelligence*. (S.F). *Neuro-Linguistic Programming*. Quito - Ecuador: SIDE.
17. Mochon, F. (2006). *Principles of the Economy; Concepts, Balance of payments*. Madrid (Spain): Mc Graw Hill.

18. Romero, P. (1995). Marine aquaculture fundamentals. Spain: Acribia.
19. Roth, E., & Lacoa, D. (2009). Psychological Analysis of Entrepreneurial Behavior in University Students: Measurement, Relationships and Prediction. Scielo. Obtained from http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-21612009000100005
20. Saboia Leitão, F. A., & Martín Cruz, N. (2006). THE PSYCHOLOGICAL FEATURES OF THE ENTREPRENEUR AND THE CONTINUITY OF THE PROJECT. READ - Magazine
21. Eletrônica de Administração, 12 (2), 7-8. Retrieved September 2, 2020, from <https://www.redalyc.org/pdf/4011/401137451002.pdf>
22. The Observatory of Economic Complexity. (2019). Obtained from <https://oec.world/es/>

©2020 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)