



Ciencia Latina
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), marzo-abril 2024,
Volumen 8, Número 2.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2

**DESCRIPCIÓN DEL CLIMA EMPRENDEDOR
DE LAS PYMES EN LA CIUDAD DE PILAR.
CASO: CONFECCIONISTAS TEXTILES,
PERIODO 2023**

**DESCRIPTION OF THE ENTREPRENEURIAL CLIMATE OF
SMES IN THE CITY OF PILAR. CASE: TEXTILE
CONDUCTORS, PERIOD 2023**

Alberto Martínez Jiménez

Facultad De Ciencias Contables, Administrativas y Económicas – Universidad Nacional de Pilar, Paraguay

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2.10928

Descripción del Clima Emprendedor de las Pymes en la Ciudad de Pilar. Caso: Confeccionistas Textiles, Periodo 2023

Alberto Martínez Jiménez¹

almartineji7@gmail.com

Programa de Postgrado: Magister en
Administración de Empresas de la Facultad De
Ciencias Contables, Administrativas y
Económicas – Universidad Nacional de Pilar
Paraguay

RESUMEN

La investigación tiene por objetivo general: Describir el estado del clima emprendedor en las microempresas confeccionistas en la ciudad de Pilar, año 2023, basada en las variables. Estado del Clima Emprendedor: Innovación en las microempresas confeccionistas, Crecimiento y sostenibilidad de las microempresas, Nivel de competitividad en el mercado y Satisfacción y retención de empleados en las microempresas. La metodología utilizada fue la mixta. Investigación que permitió llegar a la conclusión: Que existen un porcentaje elevado de los confeccionistas quienes sí tienen acceso a créditos o préstamos para financiar sus operaciones, así también un porcentaje elevado de microempresarios establecen relaciones con entidades financieras, una ya sólidas, como bancos o cooperativas de crédito para que las microempresas puedan obtener recursos financieros cuando sea necesario y otras no. Por lo general la valoración de la percepción de las actitudes y valores empresariales en el sector de confección en la ciudad de Pilar es elevado siendo calificados en el nivel 3, 4 y 5 con “Emprendedor y “Muy emprendedor”. En tal sentido existen algunos valores y actitudes comunes que son apreciados en el ámbito de las Pymes emprendedoras como la honestidad y la transparencia en que operan y que les ayuda a ganar la confianza de los clientes y empleados, la innovación, los que los ayuda a adoptar nuevas ideas y actualizaciones en máquinas y tecnologías para la adaptabilidad y el éxito de las Pymes, también se rescata el valor del trabajo en equipo, la colaboración y la capacidad de trabajar eficazmente buscando la eficiencia colectiva y sobre todo el compromiso con la calidad.

Palabras clave: *Microempresas, Confeccionistas, Clima emprendedor, Recursos financieros, Cultura empresarial, Capacitación*

¹ Autor principal

Correspondencia: almartineji7@gmail.com

Description of the Entrepreneurial Climate of Smes in the city of Pilar. Case: Textile Conductors, Period 2023

ABSTRACT

The general objective of the research is: Describe the state of the entrepreneurial climate in clothing microenterprises in the city of Pilar, year 2023, based on the variables. State of the Entrepreneurial Climate: Innovation in clothing microenterprises, Growth and sustainability of microenterprises, Level of competitiveness in the market and Employee satisfaction and retention in microenterprises. The methodology used was mixed. Research that allowed us to reach the conclusion: That there is a high percentage of clothing manufacturers who do have access to credit or loans to finance their operations, and also a high percentage of microentrepreneurs establish relationships with financial entities, ones that are already solid, such as banks or cooperatives. of credit so that microenterprises can obtain financial resources when necessary and others cannot. In general, the assessment of the perception of business attitudes and values in the clothing sector in the city of Pilar is high, being rated at level 3, 4 and 5 with "Entrepreneurial and "Very entrepreneurial". In this sense, there are some common values and attitudes that are appreciated in the field of entrepreneurial SMEs such as honesty and transparency in which they operate and that helps them gain the trust of customers and employees, innovation, which helps them adopt new ideas and updates in machines and technologies for the adaptability and success of SMEs, the value of teamwork, collaboration and the ability to work effectively is also rescued, seeking collective efficiency and above all the commitment to quality,

Keywords: *Microenterprises, Garment manufacturers, Entrepreneurial climate, Financial resources, Entrepreneurial culture, Training*

Artículo recibido 06 marzo 2024

Aceptado para publicación: 08 abril 2024



INTRODUCCIÓN

Según (Alonso y Galve, 2008), el concepto emprendedor, relaciona generalmente con valores positivos, ya que simboliza a aquel que toma la iniciativa, siendo el motor que empuja a la realización de una empresa, superando las adversidades que esto supone.

Los emprendedores según (Campos, 1997), atendiendo a su función de nuevos empresarios, son personas que innovan identifican y crean nuevas oportunidades de negocios, reuniendo y coordinando nuevas combinaciones de recursos para extraer los máximos beneficios de sus innovaciones en un entorno incierto, es decir, realizan la gestión directiva de los diferentes recursos que ponen en juego para que pueda crear la empresa.

En tal sentido, un emprendedor identifica una oportunidad de negocio, desarrolla idea innovadora o crea un producto o servicio nuevo con el objetivo de generar valor económico y social, asumiendo riesgos y desafíos para llevar a cabo su proyecto, utilizando recursos disponibles de manera creativa y buscando soluciones a problemas existentes en el mercado. Además, el emprendedor requiere ser proactivo, visionario y perseverante, dispuesto a enfrentar obstáculos y adaptarse a los cambios en su entorno empresarial.

Por su parte (Díaz-Casero, et al, 2013) considera que el emprendimiento despierta en la actualidad un marcado interés mundial y su análisis en los contextos sociales, culturales como también económicos son discutidos en agendas académicas, de investigaciones, ya sea gubernamentales por su capacidad para estimular el desarrollo económico y los procesos de innovación del país.

El ser humano encuentra en el emprendimiento una muy buena opción, sobre todo en el estudio de la economía hacia la generación de riqueza y fomento de bienestar social, siendo que aporte que ejercen los emprendedores con sus decisiones de inversión y producción son importantes para el crecimiento de la economía como también el impacto que está condicionado al nivel de desarrollo económico del país.

El clima emprendedor se refiere al entorno socioeconómico y cultural que influye en la actividad emprendedora dentro de la comunidad, clima que está determinado por una serie de factores, como políticas gubernamentales favorables, acceso a financiamiento, infraestructura



adecuada, disponibilidad de recursos humanos capacitados, cultura empresarial, apoyo de la comunidad y acceso a redes de contactos.

En tal sentido, en la ciudad de Pilar alberga un tejido empresarial diverso y vibrante, donde las microempresas de confeccionistas desempeñan un papel esencial. Estas empresas no solo contribuyen significativamente al empleo local, sino que también son un reflejo del clima emprendedor en la región. En este contexto, es fundamental analizar y comprender en detalle el estado actual del clima emprendedor en estas microempresas confeccionistas para promover el crecimiento económico sostenible y la innovación en el sector, siendo que un clima emprendedor saludable fomenta la creación y el crecimiento de nuevas empresas al facilitar el desarrollo de ideas innovadoras, reducir barreras para iniciar un negocio y promover la colaboración entre emprendedores, inversores y entidades gubernamentales, además, de impulsa la competitividad económica, estimula la creación de empleo, promueve la innovación y contribuye al desarrollo económico sostenible de la ciudad.

El análisis del clima emprendedor en el cual operan las microempresas de confecciones se revela como una tarea esencial. Esta evaluación detallada no solo permite identificar áreas de fortaleza y debilidad en estas empresas, sino que también proporciona la base crucial para el diseño e implementación de políticas y programas específicos. Estas medidas no solo promoverían el crecimiento empresarial sino también desempeñarían un papel vital en el desarrollo económico de la comunidad local.

Además, este enfoque preventivo puede ser fundamental para contrarrestar la elevada tasa de mortalidad empresarial a la que son particularmente propensas las microempresas. Al comprender mejor el entorno en el que operan estas empresas, se puede implementar estrategias adecuadas para mejorar su resiliencia y sostenibilidad en el mercado, asegurando así un ecosistema emprendedor para el florecimiento y la prosperidad del ecosistema empresarial en cualquier lugar.

La investigación describe el estado del clima emprendedor en las microempresas confeccionistas en la ciudad de Pilar, investigación desarrollada durante el año 2023, estudiando variables como el acceso de las microempresas de confeccionistas a recursos financieros,



apoyos existentes para estas microempresas, la cultura empresarial y el ambiente de negocios y el acceso a talento y redes de mentores en las microempresas de confeccionistas, lo que a través de los métodos cualitativo y cuantitativos, permitirá obtener datos para la investigación

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

La Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes)

Las pequeñas y medianas empresas (pymes) son agentes económicos fundamentales de cualquier país, teniendo en cuenta, por un lado, la capacidad de impulsar la innovación en los distintos sectores económicos por la flexibilidad que los caracterizan, y por otro lado, la capacidad de aportar valor para el crecimiento económico por el alcance que presentan. Sin embargo, a diferencia de lo que sucede en países desarrollados, las pymes de los países en vías de desarrollo, como es el caso de Paraguay, en líneas generales cuentan con un menor grado de competencia, por lo que existe un menor desarrollo de las capacidades diferenciadoras e incentivos para invertir en innovación (Du et al., 2017). En tal sentido, la importancia de las pymes en procesos de desarrollo y la evidente orfandad en materia de proyección, acompañamiento y contención con la que el sector desarrolla proyectos que demandan esfuerzos y expone a considerables riesgos, los resultados de la investigación pueden contribuir para el diseño de estrategias y recomendaciones puntuales para afrontar con éxito un pequeño o mediano emprendimiento (Villalba y Riveros, 2020).

Del mismo material, aportes para el fortalecimiento de la competitividad de las pymes. Universidad Nacional de Pilar. Villalba y Riveros (2020) dan un informe del Banco Mundial donde se expone que “la estructura productiva paraguaya está caracterizada por bajos niveles de capacidad empresarial, con empresas mayoritariamente limitadas en su productividad y con bajos niveles de internacionalización” (como se citó en Conacyt, 2017, p. 9). Esto se ve reflejado también en el Índice de Competitividad Global, donde Paraguay se ubica en el puesto 97 dentro de 140 economías mundiales, y 125 dentro de 190 en el índice de Facilidad para Hacer Negocios o Doing Business como se denomina en inglés (Banco Mundial, 2020).



La Iniciativa Emprendedora

La iniciativa emprendedora constituye un fenómeno cuya importancia inicial radica en las contribuciones que ofrece al ámbito de la economía pues es considerado que “el espíritu emprendedor es un mecanismo crucial de desarrollo económico (Schumpeter, 1934; Wennerkers y Thurik, 1999; Baumol, 2002; van Stel et al., 2005)” citado por (Stam, Suddle, Hessels, & van Stel, 2006, pág. 125).

Según afirma Cristeto Blasco (2014):

En los últimos años muchos países han empezado a tomar conciencia del potencial de crecimiento que supone “cultivar” emprendedores. El fomento de la iniciativa emprendedora, entendida como la actitud y el proceso para crear y desarrollar una actividad económica, combinando la toma de riesgos, la creatividad y la innovación ya sea en una nueva organización o en una existente, se revela cada vez más como un elemento esencial para favorecer el crecimiento, la creación de empleo y el bienestar social.

En este caso, las pequeñas y medianas empresas tienen especial importancia para las economías nacionales, no solo por sus aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, sino también por la flexibilidad de adaptación a los cambios tecnológicos y gran potencial de generación de empleos. Representan un excelente medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza (Van Auken y Howard, 1993) citado por (Luna Correa, 2010). En Paraguay, según el Decreto N° 19610/96 de la Ley 606/96 las pequeñas empresas son las que ocupan de 5 a 20 personas, con un activo hasta Gs. 92.000.000 y facturación anual hasta Gs. 271.000.000, las medianas empresas son las que ocupan de 21 a 100 personas, con un activo total de hasta Gs. 460.000.000 y una facturación anual de Gs. 1.355.000.000.

Para caracterizar el clima emprendedor de cualquier lugar debe entenderse que en el emprendimiento confluyen dos tipos de factores a ser observados según menciona Cristeto Blasco (2014): por un lado, factores intrínsecos al espíritu emprendedor vinculados con las motivaciones y las cualidades y habilidades personales necesarias para la creación y



consolidación de una idea empresarial. Por otro lado, existen factores de orden externo ligados al entorno institucional, económico y administrativo de un país.

En este caso, el desempeño empresarial se verá favorecido en la medida en que tanto factores externos e internos sean promovidos de manera sistemática y coordinada por las instituciones relacionadas al ámbito empresarial cuyos objetivos impliquen dinamizar la economía, luchar contra la pobreza, alentar la empleabilidad, entre otros.

En relación con el primer grupo de factores Cristeto Blasco menciona que:

La actuación del Gobierno y la Administración debe orientarse, por una parte, al reconocimiento social del emprendedor como creador de riqueza y empleo y, por otra, al desarrollo e integración en el modelo educativo de contenidos y programas que den valor al emprendimiento entre las generaciones futuras como una valiosa actividad que posibilita descubrir oportunidades, evaluarlas y explotarlas, y hacer de la creatividad y la innovación una fuente de desarrollo y bienestar social (Cristeto Blasco, 2014).

Varias son las escuelas que estudian el emprendedorismo, la primera es la Escuela Económica. En este abordaje, el emprendedorismo es visto como factor de desarrollo económico. Su presencia o no en la sociedad depende de factores como la existencia de condiciones favorables, la previsibilidad de lucro, la menor existencia de barreras y otros. Esta escuela no se fija en el sujeto emprendedor, sino en las condiciones económicas ambientales que permiten su presencia (Venturi J. , y otros, 2012).

Por su parte, la escuela que observa más las características comportamentales de las personas emprendedoras es la de McClelland (1971). Plantea que la motivación está condicionada por las necesidades de las personas ya que es el punto de partida del patrón de comportamiento del individuo (Gibson, James y otros, 1984).

El prestigioso economista Schumpeter, argumenta que el espíritu empresarial es como un motor capaz de impulsar el desarrollo de un país. Es decir, comunidades, pueblos, ciudades o departamentos del Paraguay, donde el espíritu emprendedor es posible fomentar y desarrollar, sin duda tendrán mejores indicadores sociales y económicos. (Venturi, 2012).



Según la CEPAE² las fortalezas de las pymes en Paraguay son la capacidad de adaptación, generación de puestos de trabajo, dinamizan y democratizan la economía y por sobre todo puede generar un crecimiento acelerado de la economía. También fomentar el emprendedorismo social permitirá encontrar una nueva manera de resolver los problemas sociales, este se presenta como un agente activo y transformador de los valores sociales (Melo Neto y Froes, 2002).

En ese contexto, podríamos decir que contribuir al desarrollo de mecanismos que permitan estructurar mejores emprendedores y consecuentemente mejores empresarios, permite garantizar la perdurabilidad de las empresas particularmente en un escenario donde alrededor del 70% de la Pymes a nivel mundial no supera más de una generación en el mercado (FomiPyme³ 2009) citado por (Venturi J. L., Villalba Benítez, Fretes Ayala, & Coronel, 2010).

“Dentro del impulso a la iniciativa emprendedora el impulso a la creación de empresas es un tema fundamental, y más concretamente la existencia de un entorno propicio a la creación y al desarrollo de las empresas” (Cristeto Blasco, 2014).

La investigación planteada se justifica en la necesidad de contar con un diagnóstico inicial que permita caracterizar el clima emprendedor de las Pymes creadas durante los años 2014, 2015 y 2016 en la ciudad de Pilar; conocer los factores que motivaron su creación, además de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas observadas por los propietarios en el proceso de gestión de las mismas.

Los resultados esperados permitirán contribuir con estrategias orientadas a optimizar el fomento del emprendedorismo en la ciudad. Además, la investigación que se propone es de enfoque descriptivo y “puede servir como base para otros tipos de investigaciones, porque a menudo es preciso describir las características de un grupo antes de poder abordar la significatividad de cualesquiera diferencias observadas” (Salkind, 1999, pág. 12).

² Centro de Apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas

³ Fondo colombiano de modernización y desarrollo tecnológico de las micro, pequeñas y medianas empresas



La Industria Textil y de la Confección

Caracterización de la industria textil y de la confección”, basado en los resultados del Censo Económico Nacional (2011), el segundo realizado en el país, censo que brinda datos estadísticos sobre la industria textil y de la confección, las características de las unidades económicas de la industria textil y de la confección, relacionadas con el algodón, datos que indican:

En cuanto a los productos textiles exportados, encabeza la lista del 2014 el rubro Otros artículos de tejidos confeccionados con USD 54 millones, superando a las Prendas de vestir y accesorios tejidos con USD 51 millones. Otros rubros son Guatas y filtros, cordelería, tejidos especiales con USD 20 millones; Textiles sintéticos o artificiales USD 19 millones; Hilados y tejidos de algodón USD 8 millones, entre otros.

Los datos de importaciones del 2014 muestran como rubros principales a Otras maquinarias, motores y aparatos con USD 1.257 millones; Otros bienes de consumo USD 1.134 millones; y Gasoil USD 1.105 millones.

Con relación a los productos vinculados al tema de estudio, el rubro Textiles y sus manufacturas registran importaciones por valor de USD 343 millones para el año 2014.

En tal sentido, se obtiene que la cantidad de unidades económicas captadas en el CEN 2011 asciende a 224.242; de estas, 22.643 pertenecen a la sección de Industrias manufactureras, dentro de la cuales se incluye a las que se dedican a alguna actividad textil o de la confección.

Son 4.499 las unidades económicas dedicadas a las actividades textiles y de la confección, que representan el 2,0% del total del CEN y el 19,9% entre las industrias manufactureras. En el CEN se registran 799.153 personas ocupadas, entre ellas 129.531 corresponden a la Industria manufacturera. Las personas ocupadas en actividades textiles y de confección totalizan 16.184, representando el 2,0% en el CEN y el 12,5% en la Industria manufacturera.

Los ingresos de las unidades económicas de la industria textil y de la confección, que totalizan Gs. 1.027.728 millones, representan el 0,4% del resultado del CEN y el 3,0% de la industria manufacturera.

Al observar los gastos registrados, que suman Gs. 607.671 millones, constituyen 0,3% con relación al total censal y 2,6% que corresponde a la industria manufacturera.



El valor agregado bruto generado en la industria textil y de la confección es de Gs. 426.101 millones, representando el 0,6% del total y el 3,9% de la industria manufacturera.

En esta industria se pagan Gs. 177.756 millones en concepto de remuneraciones, que comparado con el total equivale al 1,3% y con la industria manufacturera el 7,2%. (CEN, 2011, pp.15-16).

Por lo tanto, (Calanchez Urribarri, et. al 2022). El emprendimiento es un proceso de creación de valor de la creatividad. En otras palabras, el emprendedor debe ser creativo y poder convertir su creatividad en un producto o servicio valioso. Por lo tanto, un emprendedor es una persona que, de acuerdo con sus capacidades innatas, formación y experiencias pasadas, puede innovar en uno de los componentes de un modelo de negocio o producto o servicio para crear, desarrollar y comercializar un valor (Campo-Terner et al., 2019; Solis et al., 2021). Este valor conduce a solucionar la necesidad o problema o demanda de un grupo de clientes en el mercado objetivo (Querejazu, 2020).

El riesgo del emprendedor en todo este proceso es inevitable y evadir ese riesgo es la clave de la supervivencia empresarial, orientando siempre el negocio a favor de la recompensa y alejándola de contratiempos.

De acuerdo a (Montiel, et. al 2021). El emprendimiento genera un círculo virtuoso que favorece la creación de nuevos puestos de trabajo, la creación de nuevos productos genera competencia, permite acceder a nuevas oportunidades de trabajo; lo que bajo esta perspectiva promete al emprendedor la oportunidad de percibir ingresos superiores a las del trabajo por cuenta ajena (Constant & Zimmermann, 2006, mencionado por Montiel, et. al 2021). De igual forma, su importancia y relevancia para la economía es reconocida desde hace décadas, ya que funge como mecanismo para reemplazar actividades obsoletas y sustituirlas por innovaciones en un proceso denominado destrucción creativa (Schumpeter, 1940) y que permite a las economías renovarse de las crisis (Parra Miranda, 2014, mencionado por Montiel, et. al 2021).

Los motivos del individuo del porqué emprender un negocio es un aspecto que influye en las decisiones que toman sobre el mismo. Muchos estudios muestran que en países subdesarrollados las altas tasas de creación de empresas se explican por la baja empleabilidad,



dando lugar a empresas con bajo valor agregado, que se crean como una forma de subempleo (Shane, 2008, mencionado por Montiel, et. al 2021).

En tal sentido, la creación del primer negocio es un reto lleno de incertidumbre que se inicia con la necesidad de conocerse a uno mismo, de su capacidad creadora y muchas veces que exista una necesidad como también requiere estar influido por el entorno con deseo de superación, en oportunidades arraigados en la cultura familiar de esta manera es más fácil tomar decisiones arriesgadas desde la elaboración de un plan de negocio, buscar financiación para que finalmente poner en marcha el nuevo emprendiendo.

METODOLOGÍA

El presente trabajo de investigación se realiza en la ciudad de Pilar, capital del Departamento de Ñeembucú. Según la Dirección Nacional de Estadísticas, Encuestas y Censos, el Departamento en el año 2019 cuenta con 89.794 habitantes, siendo la ciudad de Pilar una de las más pobladas con alrededor de 37% lo cual estima un aproximado de 33.224 habitantes.

El estudio es descriptivo, no experimental, desarrolla un abordaje metodológico mixto (cuantitativo y cualitativo) que comprende una calificación de variables/constructos basados en la percepción de los propietarios de PYMES del sector confeccionistas en la ciudad de Pilar.

Responde un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas, posteriormente se valora los resultados con técnicas de medición estadística. Los resultados se expresan de manera descriptiva y analítica.

Según Arias (2012), la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento.

En las investigaciones de diseño no experimental se centra en la descripción del hecho y en la presentación de resultados, tal cual suceden, sin ninguna injerencia ni manipulación externa de elementos que puedan generar variaciones en el análisis planteado (Hernández Sampieri y otros, 2014). Este diseño sirve para describe el estado del clima emprendedor en las microempresas confeccionistas en la ciudad de Pilar.

Mencionan Cadena; Rendón; Aguilar; Salinas; de la Cruz-Morales y Sangerman (2017) que los métodos cualitativos pueden darnos información acerca de las características de los grupos



sociales, las relaciones con su entorno y los sistemas de reproducción, en tanto que, para realizar un censo de la misma población, los datos cuantitativos son los más precisos, ya que al final nos puede dar idea clara de las características cuantificables de cada uno de sujetos de estudio, en este caso se utilizará un enfoque mixto que incluirá encuestas a propietarios de microempresas de confección, entrevistas con expertos del sector, análisis documental y estudio de casos para recopilar datos cualitativos y cuantitativos.

Los datos son analizados utilizando técnicas estadísticas y análisis cualitativos para proporcionar una visión completa del clima emprendedor en el sector de confección en la Ciudad de Pilar.

Al plantear el problema de investigación de esta manera, se proporciona una estructura sólida para llevar a cabo un estudio detallado sobre el clima emprendedor en las microempresas de confeccionistas en una ciudad específica.

Esto permite obtener información valiosa para el desarrollo futuro de políticas y programas que respalden el crecimiento y la innovación en este sector empresarial local.

De acuerdo al resultado del Censo de Confección Pilar 2023, se cuentan 157 talles de confección, por lo que se tomará el 80% de esta población mediante la técnica de la encuesta, entrevistas y observación para conocer el acceso de las microempresas de confeccionistas a recursos financieros, apoyos existentes para estas microempresas, la cultura empresarial - ambiente de negocios y el acceso a talento y redes de mentores en las microempresas de confeccionistas.

El cálculo de la muestra de la población se establece en el Ciclo de Muestra para Población finita, basada en el cálculo de estimación de ocurrencia y no ocurrencia de una población muy numerosa, con un margen de error del 5% y un nivel de confiabilidad el 95% (óptima) (Formula para Cálculo de la muestra poblaciones finitas)

La elección del instrumento depende del contexto específico de la investigación, del acceso a los participantes y de los recursos disponibles.

En este caso, se presenta algunos instrumentos adecuados para cada pregunta:



Conocer el acceso de las microempresas de confeccionistas a recursos financieros en la Ciudad de Pilar:

- **Entrevistas Estructuradas o Semiestructuradas:** Permiten realizar preguntas específicas sobre el acceso a recursos financieros, como préstamos, créditos y relaciones con entidades financieras. Lo que permitirá proporcionar detalles cualitativos sobre las experiencias de las microempresas.
- **Encuestas:** Se ha diseñado encuestas específicas para recopilar datos cuantitativos sobre el acceso a recursos financieros. Las preguntas incluyen opciones de respuesta cerradas y escalas de Likert para medir la satisfacción o dificultades en el acceso a financiamiento.

Reconocer apoyos existentes para las microempresas del sector de confección en la ciudad de Pilar:

- **Investigación Documental:** Se realiza una revisión exhaustiva de documentos, informes gubernamentales y sitios web de organizaciones locales para recopilar información sobre programas de apoyo existentes para las microempresas del sector de confección en Pilar.
- **Entrevistas a Expertos:** Se procede a entrevistar a expertos en el campo de emprendimiento y desarrollo económico local para obtener información cualitativa sobre los programas de apoyo disponibles en la ciudad.

Examinar la cultura empresarial y el ambiente de negocios en el sector de confección:

- **Entrevistas Grupales (Focus Groups):** Se reunió a grupos de empresarios del sector de confección para discutir temas relacionados con la cultura empresarial y el ambiente de negocios. A fin de proporcionar percepciones y opiniones diversas de los participantes.
- **Observación Participante:** De manera a integrar en el entorno de las microempresas de confección para observar directamente la cultura empresarial y el ambiente de negocios, para proporcionar una comprensión profunda de las dinámicas cotidianas.

Evaluar el acceso a talento y redes de mentores en las microempresas de confeccionistas:

- **Encuestas o Cuestionarios:** Se ha diseñado encuestas específicas para los empleados de las microempresas para evaluar su satisfacción en el trabajo, las oportunidades de desarrollo y si tienen acceso a programas de mentoría internos o externos.
- **Entrevistas Individuales:** Se realizará entrevistas uno a uno con propietarios de microempresas y empleados para obtener información detallada sobre sus experiencias con las redes de mentores y el acceso al talento en el sector de confección.

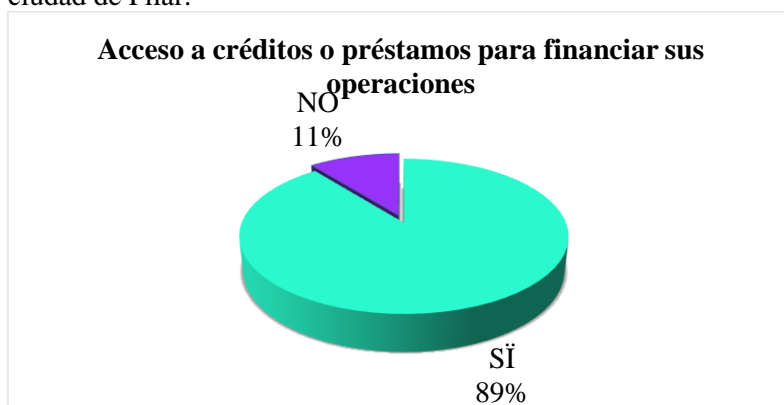
RESULTADOS

Resultado de la Encuesta Dirigida a los/as Microempresarios/as de Confección en la Ciudad de Pilar

Luego de aplicar la encuesta a fin de recopilar datos cuantitativos sobre el acceso a recursos financieros de parte de los microempresarios confeccionistas de la ciudad de Pilar, se presenta los resultados conforme a las variables estudiadas:

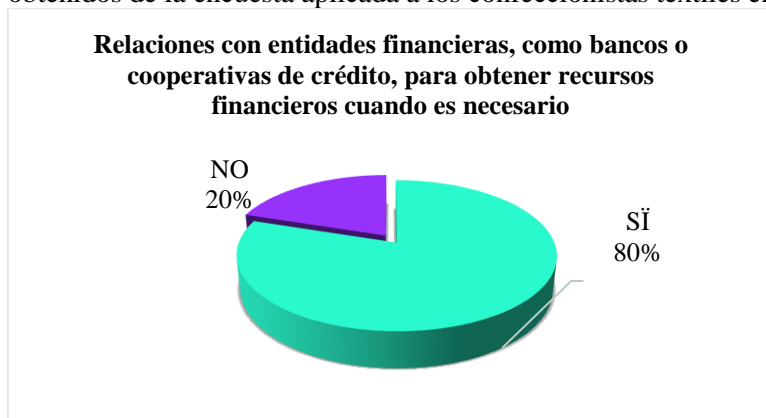
Variables: Acceso a Recursos Financieros

Figura N°1: Acceso a créditos o préstamos para financiar sus operaciones. Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta aplicada a los confeccionistas textiles en la ciudad de Pilar.



Como se puede observar en el presente gráfico, el 89% de los encuestados de las microempresas de confección sí tienen acceso a créditos o préstamos para financiar sus operaciones, mientras que el 11% responden que no. Datos que denotan un porcentaje elevado de los confeccionistas quienes sí tienen acceso a créditos o préstamos para financiar sus operaciones

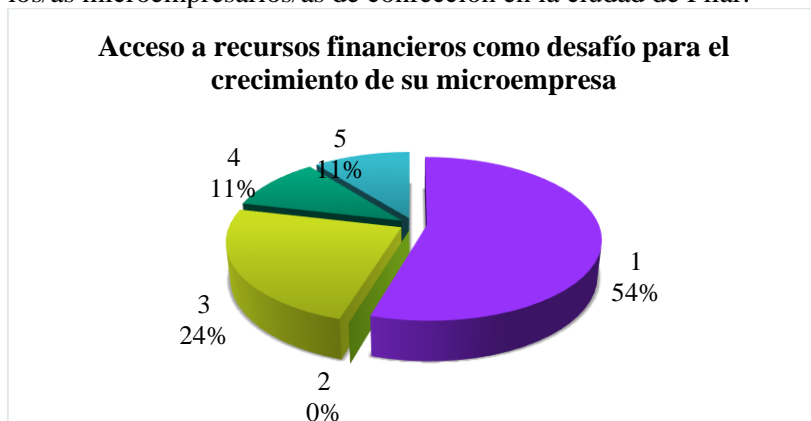
Figura N°2: Relaciones con entidades financieras, como bancos o cooperativas de crédito, para obtener recursos financieros cuando es necesario. Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta aplicada a los confeccionistas textiles en la ciudad de Pilar.



El resultado muestra que el 86% de los encuestados establecen relaciones con entidades financieras, como bancos o cooperativas de crédito, para obtener recursos financieros, mientras que el 14% no lo hacen, pudiendo contrastarse con la teoría de la dependencia de recursos. Según esta teoría, propuesta por Pfeffer y Salancik (1978) donde establece que las organizaciones dependen de recursos externos para su supervivencia y éxito. En este caso, las microempresas dependen de recursos financieros proporcionados por entidades externas, como bancos o cooperativas de crédito, para financiar sus operaciones y crecimiento.

El alto porcentaje de microempresarios que establecen relaciones con estas entidades financieras reconocen la importancia de asegurar un acceso confiable a recursos financieros externos para mantener y expandir sus negocios. Esto respalda la teoría de la dependencia de recursos al demostrar que las microempresas están activamente buscando y aprovechando los recursos financieros externos disponibles para garantizar su viabilidad y crecimiento a largo plazo.

Figura N°3: Acceso a recursos financieros como desafío para el crecimiento de su microempresa Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta aplicada a los/as microempresarios/as de confección en la ciudad de Pilar.



La medida que consideran que el acceso a recursos financieros ha sido un desafío para el crecimiento de su microempresa, en la calificación del 1 a 5, donde 1 es "Ningún desafío" y 5 es "Desafío significativo", los encuestados responden en este orden: 1 con 54%, 3 con 24% y 4 y 5 con 11% respectivamente, datos que revelan que más de la mitad de los encuestados no consideran el acceso a recursos financieros como desafío para el crecimiento de su microempresa siendo que han superado estas barreras como poseer la construcción de un historial crediticio sólido, la exploración de diversas fuentes de financiamiento y la búsqueda de apoyo gubernamental o de organizaciones especializadas en el desarrollo de pequeñas empresas Sin embargo, para otros el acceso a recursos financieros constituye desafío significativo para el crecimiento de sus microempresas al existir limitada capacidad crediticia debido al tamaño y alcance, siendo que las entidades crediticias pueden percibir mayor riesgo al otorgar préstamos a empresas más pequeñas, lo que dificulta obtener financiamiento a tasas favorables; la falta de historial crediticio, en especial aquellas microempresas nuevas carecen de un historial crediticio sólido lo que hace que sea difícil para ellas demostrar su capacidad para cumplir con las obligaciones financieras y acceder a préstamos.

Además de otras como la falta de garantías para respaldar los préstamos, así también los costos elevados de endeudamiento o mismo las incertidumbres económicas.

Variable 2. Apoyos Existentes

Figura N°4: Participación de las microempresas en programas de apoyo gubernamental destinados al sector de confección. Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta aplicada a los confeccionistas textiles en la ciudad de Pilar.



El resultado muestra que el 95% de los encuestados no han participado en programas de apoyo gubernamental destinados al sector de confección, mientras que solo el 5% lo ha hecho, puede contrastarse con la teoría de las políticas públicas y la intervención del gobierno en la economía. Según esta teoría, por citar algunos autores influyentes en este campo como Theodore J. Lowi, Charles Lindblom, Aaron Wildavsky, Thomas R. Dye y Deborah Stone, entre otros, quienes han contribuido con ideas y análisis sobre cómo funcionan las políticas públicas, siendo que los gobiernos pueden intervenir en la economía mediante políticas y programas diseñados para promover el desarrollo económico y social, así como para apoyar a sectores específicos, como las microempresas en el sector de confección.

El hecho de que la gran mayoría de los encuestados no hayan participado en programas de apoyo gubernamental sugiere posibles limitaciones en la efectividad de dichas políticas públicas. Esto puede ser resultado de una falta de conocimiento sobre la existencia de estos programas, dificultades en el acceso a la información o requisitos restrictivos para acceder a ellos. Además, podría indicar que los programas existentes pueden no satisfacer adecuadamente las necesidades y desafíos específicos que enfrentan las microempresas en el sector de confección.

En contraste, el pequeño porcentaje de encuestados que sí participaron en programas de apoyo gubernamental podría haber experimentado beneficios tangibles, como subsidios, subvenciones para la adquisición de equipos o tecnología, y asistencia técnica. Sin embargo, es importante considerar la efectividad y el alcance de estos programas para asegurar que realmente estén contribuyendo al desarrollo y crecimiento sostenible de las microempresas en el sector de confección.

Figura N°5: Apoyo de organizaciones no gubernamentales en forma de asesoramiento, capacitación o recursos. Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta aplicada a los confeccionistas textiles en la ciudad de Pilar.



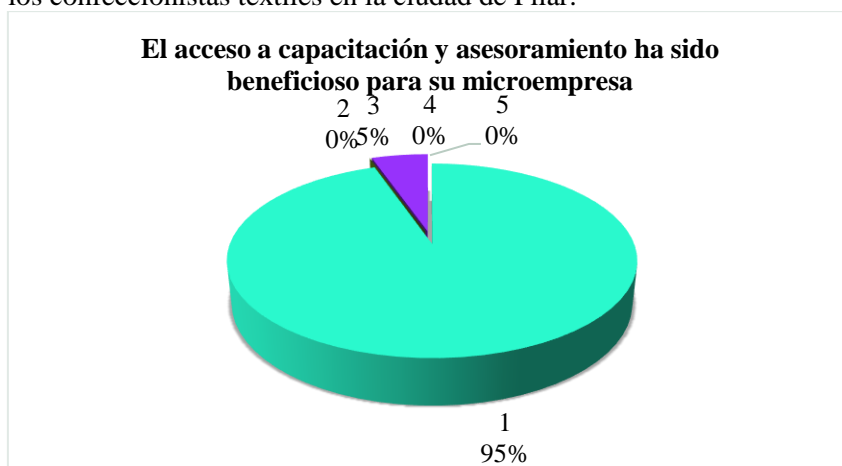
Aun cuando las organizaciones no gubernamentales (ONG) desempeñan un papel crucial al proporcionar apoyo a microempresas, incluyendo asesoramiento, capacitación y recursos. Estas organizaciones suelen centrarse en el desarrollo empresarial sostenible y el empoderamiento económico son escasos los microempresarios quienes han tenido la oportunidad de acceder a las mismas 11%, mientras que el 89% responden que no.

Entre las que han tenido la oportunidad de acceder al apoyo de organizaciones no gubernamentales en forma de asesoramiento, capacitación o recursos han incluido el asesoramiento empresarial como la planificación estratégica que ayudan en la creación o mejora de planes estratégicos para el crecimiento a largo plazo, la gestión financiera, que les permite ofrecer asesoramiento sobre contabilidad, presupuestos y gestión financiera como también el

desarrollo de negocios, al brindar orientación sobre cómo expandir y diversificar operaciones en el mercado.

Y dentro de las capacitaciones empresariales se citan las habilidades empresariales como marketing, ventas, gestión de inventarios y atención al cliente. Desarrollo de competencias al ayudar a mejorar las habilidades de liderazgo y gestión empresarial y el cumplimiento de normativas, al ser orientados sobre regulaciones locales y nacionales.

Figura N°6: El acceso a capacitación y asesoramiento ha sido beneficioso para su microempresa. Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta aplicada a los confeccionistas textiles en la ciudad de Pilar.



El acceso a capacitación y asesoramiento puede ser enormemente beneficioso para las microempresas para el desarrollo de habilidades empresariales, siendo que brinda a los propietarios y empleados de las microempresas textiles las habilidades necesarias para gestionar eficientemente las operaciones comerciales y mejorar las competencias en áreas clave como marketing, gestión financiera, atención al cliente y operaciones comerciales; así también ayudan al desarrollo de una planificación estratégica, al ayudar en la formulación de planes estratégicos a largo plazo, identificando metas y estrategias para el crecimiento sostenible de estas Pymes; en forma más ampliadas ayudan en el asesoramiento de gestión financiera más efectiva, al proporcionar conocimientos sobre la gestión de presupuestos, contabilidad y flujos de efectivo, contribuyendo a una mejor toma de decisiones financieras y no caer en el incumplimiento de normativas con asesoramiento legal y regulatorio ayuda a las microempresas a comprender y

cumplir con las normativas locales, nacionales e internacionales, evitando problemas legales y sanciones.

No obstante, un porcentaje muy bajo, solo el 5% de los encuestados han calificado como beneficioso el acceso a capacitación y asesoramiento en las que han participado y el 95% lo califica con la opción 1 "No beneficioso"

Variable 3: Cultura Empresarial y Ambiente de Negocios

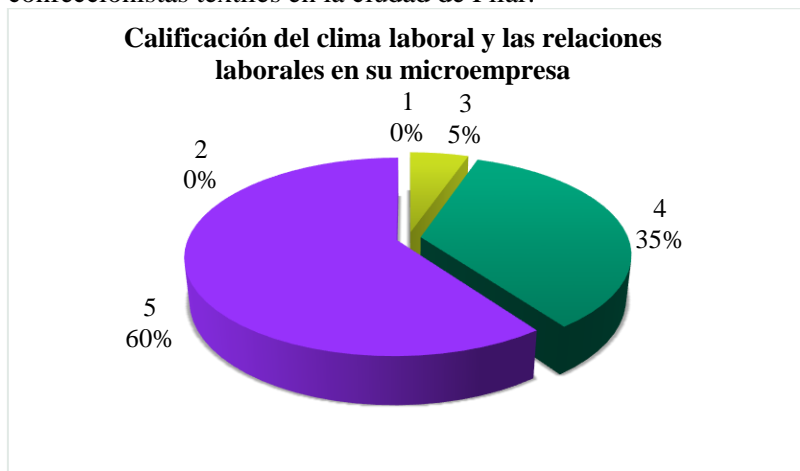
Figura N°7: Percepción de las actitudes y valores empresariales en el sector de confección en la Ciudad de Pilar. Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta aplicada a los confeccionistas textiles en la ciudad de Pilar.



Como se puede observar el presente gráfico que por lo general la valoración de la percepción de las actitudes y valores empresariales en el sector de confección en la Ciudad de Pilar es elevado siendo que el 5% califica en el nivel 3, y el 60% en el nivel 4 lo que corresponde a "Emprendedor y el nivel 5 "Muy emprendedor" el 35%.

En tal sentido existen algunos valores y actitudes comunes que son apreciados en el ámbito de las Pymes emprendedoras como la honestidad y la transparencia en que operan y que les ayuda a ganar la confianza de los clientes y empleados, la innovación, los que los ayuda a adoptar nuevas ideas y actualizaciones en máquinas y tecnologías para la adaptabilidad y el éxito a largo plazo en un entorno empresarial, también resaltan el valor del trabajo en equipo, la colaboración y la capacidad de trabajar eficazmente buscando la eficiencia colectiva y sobre todo el compromiso con la calidad, enfocarse en ofrecer productos y/o servicios de alta calidad refleja el compromiso con la excelencia y la satisfacción del cliente.

Figura N°8: Calificación del clima laboral y las relaciones laborales en su microempresa. Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta aplicada a los confeccionistas textiles en la ciudad de Pilar.



La calificación del clima laboral y las relaciones laborales en las Pymes de confección varían, pero de manera mayoritaria se encuentran entre las escalas 3 con el 5%, 4 35% y el nivel 5 que corresponde al 60%, observándose de esta manera las escalas “Bueno, Muy Bueno y Excelente”, en las que son consideradas factores como la cultura organizacional, el liderazgo, la comunicación, y la satisfacción de los empleados.

No obstante, existen algunos aspectos a mejorar como una comunicación positiva que favorezca el clima laboral y las relaciones laborales entre los propios colegas, lo que implica abordar áreas problemáticas, fomentar la participación de los empleados de manera a promover una cultura organizacional que valore y respete a cada miembro de su organización.

Figura N°9: Dificultades con las normativas y regulaciones que afectan al sector de confección en la ciudad. Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta aplicada a los confeccionistas textiles en la ciudad de Pilar.



De acuerdo a la consulta si ha experimentado dificultades con las normativas y regulaciones que afectan al sector de confección en la ciudad, el 100% responden que no, siendo que estas Pymes están muy bien adiestrados en cuanto a las normas laborales, ya sea en el cumplimiento de horarios y salarios, también lo que respecta a normativas de seguridad y salud ocupacional como las condiciones de trabajo seguras, en lo que aseguran de que las instalaciones cumplan con las normativas de seguridad, normativas ambientales, normativas comerciales y de importación/exportación, ya que en su mayoría son trabajos tercerizados y en este caso son las empresas contratante las que se ocupan de esta área como también normativas de etiquetado y calidad del producto.

Variable 4: Acceso a Talentos y Redes de Mentores

Figura N°10: Trabajadores cualificados en el sector de confección en la Ciudad de Pilar.
Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta aplicada a los confeccionistas textiles en la ciudad de Pilar.



Como se puede observar en el presente gráfico que los confeccionistas textiles no encuentran fácilmente trabajadores cualificados en el sector de confección en la ciudad de Pilar 60%, considerando que encontrar recursos humanos calificados en la industria textil puede ser un desafío debido a varias razones entre ellas se encuentra la escasez de habilidades específicas, siendo que la industria textil a menudo requiere habilidades técnicas específicas, como manejo de maquinaria textil, conocimientos en tecnologías de producción, y habilidades especializadas que pueden ser difíciles de encontrar en el mercado laboral, la competencia por talento entre las empresas de la industria textil por el mismo grupo de talentos calificados lleva a una escasez de profesionales disponibles como también la falta de capacitación específica, es decir, la falta de

programas de formación especializados en la industria textil que resultar una oferta limitada de profesionales calificados en la ciudad.

Las empresas pueden enfrentar dificultades para encontrar empleados con la combinación exacta de habilidades y experiencia necesarias; y el 40% responde que no tienen dificultades para encontrar recursos humanos calificados en la industria textil.

Figura N°11: Participación en redes de mentores o acceso a asesores empresariales que les brindan orientación y apoyo. Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta aplicada a los confeccionistas textiles en la ciudad de Pilar.



Respecto a la participación en redes de mentores o acceso a asesores empresariales que les brindan orientación y apoyo solo el 11% si lo hacen, mientras que un grupo mayoritario del 89% no acceden a la misma, aun cuando la participación en redes de mentores y el acceso a asesores empresariales pueden ser recursos valiosos para éstas Pymes al considerar que la orientación y el apoyo de mentores o asesores empresariales pueden ser beneficiosos para ayudar a estas industrias a evitar errores comunes y a tomar decisiones informadas, desarrollar habilidades específicas necesarias para el éxito empresarial, ya sea en áreas de gestión, liderazgo, finanzas, marketing o cualquier otra área relevante.

Aunque el bajo nivel de participación en redes de mentores y acceso a asesores empresariales entre las Pymes del sector de confección es preocupante, la teoría respalda la importancia de estos recursos para el crecimiento y la sostenibilidad de las empresas. Es importante que estas empresas reconozcan el valor de la orientación y el apoyo externo y busquen activamente

oportunidades para acceder a ellos, ya que esto podría marcar la diferencia en su éxito a largo plazo.

Figura N°12: Participación en programas de formación y desarrollo para empleados. Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta aplicada a los confeccionistas textiles en la ciudad de Pilar.



Se puede observar en el presente gráfico que 86% de los encuestados no participaban en programas de formación y desarrollo para empleados y el 15% si lo hacen. Al respecto es importante considerar que este tipo de programas pueden ofrecer una variedad de beneficios tanto para los empleados como para las Pymes para el desarrollar habilidades específicas que son relevantes para sus roles y responsabilidades, adaptación a cambios tecnológicos, mejora del desempeño laboral, lo que puede aumentar la productividad y la calidad del trabajo, desarrollo de la motivación y compromiso, al ofrecer oportunidades de desarrollo al invierte en el crecimiento profesional, también incluye de manera positiva en la retención de talentos, al valorar las oportunidades de aprendizaje y desarrollo como también al aumento de la adaptabilidad del empelado.

Este resultado demuestra que la mayoría de los encuestados no participan en programas de formación y desarrollo para empleados, a pesar de los diversos beneficios que estos programas pueden ofrecer tanto para los empleados como para las Pymes. Contrastando estos hallazgos con la teoría de un autor relevante en el campo de la gestión y desarrollo organizacional, como Peter Senge, (1990) en su obra seminal "*La Quinta Disciplina*", destaca la importancia de la "aprendizaje organizacional" como un componente crucial para la mejora continua y la

capacidad de adaptación de una organización, argumentando que las organizaciones que fomentan una cultura de aprendizaje continuo tienen una ventaja competitiva significativa en un entorno empresarial en constante cambio. Datos que coinciden con la entrevista con expertos y confeccionistas en la ciudad de Pilar

CONSIDERACIONES FINALES

Conocer el Acceso de las Microempresas de Confeccionistas a Recursos Financieros en la Ciudad de Pilar.

Un porcentaje elevado de los confeccionistas sí tienen acceso a créditos o préstamos para financiar sus operaciones, así también un porcentaje elevado de microempresarios establecen relaciones con entidades financieras, una ya sólidas, como bancos o cooperativas de crédito para que las microempresas puedan obtener recursos financieros cuando sea necesario.

Más de la mitad de los encuestados no consideran el acceso a recursos financieros como desafío para el crecimiento de su microempresa siendo que han superado estas barreras como poseer la construcción de un historial crediticio sólido, la exploración de diversas fuentes de financiamiento y la búsqueda de apoyo gubernamental o de organizaciones especializadas en el desarrollo de pequeñas empresas, sin embargo, para otros el acceso a recursos financieros constituye desafío significativo.

Reconocer Apoyos Existentes para las Microempresas del Sector de Confección en la Ciudad de Pilar

El acceso a créditos o préstamos es fundamental para muchas microempresas, ya que puede proporcionar el capital necesario para operaciones diarias, expansión, compra de inventario, inversión en tecnología, entre otros, y a la que la mayoría de los confeccionistas textiles acceden, no obstante, la planificación cuidadosa y la investigación exhaustiva son fundamentales para tomar decisiones financieras informadas.

Así también el acceso a capacitación y asesoramiento puede proporcionar a las microempresas las herramientas necesarias para crecer, adaptarse a los cambios del mercado y enfrentar los desafíos empresariales de manera más efectiva. Es una inversión valiosa que puede tener impactos significativos en la sostenibilidad de las Pymes, sin embargo, esto se da escasamente.



Y dentro de las capacitaciones empresariales se citan las habilidades empresariales como marketing, ventas, gestión de inventarios y atención al cliente. Desarrollo de competencias al ayudar a mejorar las habilidades de liderazgo y gestión empresarial y el cumplimiento de normativas, al ser orientados sobre regulaciones locales y nacionales.

Examinar la Cultura Empresarial y el Ambiente de Negocios en el Sector de Confección

Por lo general la valoración de la percepción de las actitudes y valores empresariales en el sector de confección en la ciudad de Pilar es elevado siendo calificados en el nivel 3, 4 y 5 con “Emprendedor y "Muy emprendedor”

En tal sentido existen algunos valores y actitudes comunes que son apreciados en el ámbito de las Pymes emprendedoras como la honestidad y la transparencia en que operan y que les ayuda a ganar la confianza de los clientes y empleados, la innovación, los que los ayuda a adoptar nuevas ideas y actualizaciones en máquinas y tecnologías para la adaptabilidad y el éxito de las Pymes, también se rescata el valor del trabajo en equipo, la colaboración y la capacidad de trabajar eficazmente buscando la eficiencia colectiva y sobre todo el compromiso con la calidad.

Evaluar el Acceso a Talento y Redes de Mentores en las Microempresas de Confeccionistas

La calificación del clima laboral y las relaciones laborales en las Pymes de confección varían, pero de manera mayoritaria se encuentran entre las escalas 3, 4 y 5 que corresponde a las escalas “Bueno, Muy Bueno y Excelente”, en las que son consideradas factores como la cultura organizacional, el liderazgo, la comunicación, y la satisfacción de los empleados.

No obstante, existen algunos aspectos a mejorar como una comunicación positiva que favorezca el clima laboral y las relaciones laborales entre los propios colegas.

Principio del formularioLas Pymes están muy bien adiestrados en cuanto a las normas laborales, ya sea en el cumplimiento de horarios y salarios, también lo que respecta a normativas de seguridad y salud ocupacional como las condiciones de trabajo seguras, en lo que aseguran de que las instalaciones cumplan con las normativas de seguridad, normativas ambientales, normativas comerciales y de importación/exportación, ya que en su mayoría son trabajos tercerizados y en este caso son las empresas contratante las que se ocupan de esta área como



también normativas de etiquetado y calidad del producto, por lo que no han experimentado dificultades con las normativas

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anzona, S. (1995). *La Actitud Emprendedora: Espíritu que enfrenta los retos del futuro*. McGraw - Hil.
- Arias, L. A. (2015). Diferencias en las habilidades emprendedoras desde la categoría género en los y las estudiantes de la Facultad de Ingeniería, sede Bogotá. *Ingeniería solidaria*, 23-34.
- Cáceres, C. (2002). Rol del espíritu emprendedor. Management del emprendedor. *Ediciones Financieras El diario*, pág. 16.
- Cardozo, A. (2010). La Motivación para Emprender. Evolución del Modelo de Rol en Emprendedores Argentinos. *Tesis Doctoral*. Argentina: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Carrillo, L. L. (2014). El emprendimiento como motor del crecimiento económico. *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, 55-63.
- Chamorro, T. &. (2015). Factores que influyen en las intenciones de creación de empresas de los estudiantes universitarios del Departamento del Quindío.
- Cristeto Blasco, B. (2014). El Fomento del Emprendimiento y el apoyo a la Pyme. *Secretaría General de Industria y de la PYME*.
- Cruz Rosas, J., & Oseda Gago, D. (2022). Design thinking en la creatividad de los estudiantes de administración de empresas, en una universidad de Trujillo – 2020. Emergentes - Revista Científica, 2(1), 57–70. <https://doi.org/10.37811/erc.v1i2.13>
- Chavarría Oviedo, F. A., & Avalos Charpentier, K. (2022). English for Specific Purposes Activities to Enhance Listening and Oral Production for Accounting . Sapiencia Revista Científica Y Académica , 2(1), 72–85. <https://doi.org/10.61598/s.r.c.a.v2i1.31>
- D'Elia, V. V. (2009). El Sujeto Económico y la Racionalidad. *Revista de Economía Institucional*, 37-43.



- Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa. (2003). *Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura*. (D. y. Subdirección General de Información, Ed.) Recuperado el 06 de marzo de 2016, de <http://www.oei.es>:
http://www.oei.es/etp/espíritu_emprendedor_motor_futuro_guia_profesor.pdf
- Durán-Aponte, E. &.-G. (2012). Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. *Gestión de la educación*.
- Espí Guzmán, M. T. (2007). Perfil emprendedor del alumnado universitario del campus de Gipuzkoa de la UPV/EHU.
- Fernández Laviada, A. R. (2012). Estudiantes universitarios y emprendimiento: determinantes psicológicos de la intención de creación de un negocio propio.
- Fuentes Pascual, R., & Martínez Mora, C. (2001). *Introducción a la Economía*. Quito: Club Universitario.
- García, C., Martínez, A., & Fernández, R. (2008). Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado . *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*.
- García, J. C. (2010). Evaluación de la personalidad emprendedora: validez factorial del cuestionario de orientación emprendedora. *Revista latinoamericana de psicología*, 41-52.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2014). *GEM*. Obtenido de Global Entrepreneurship Monitor: www.gemconsortium.org
- Gómez Haro, S., & Vidal Salazar, M. (2008). El fenómeno emprendedor corporativo: análisis histórico y desarrollo actual. Granada, España.
- Krauss, C. (2007). Actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay. *Tesis doctoral de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*. San Sebastian, España.
- Lopera, S. S. (2013). ¿ QUÉ SIGNIFICA SER EMPRENDEDOR? *DEL SEMILLERO* No. 7, 11.



- Luna Correa, J. E. (2010). *Eumed.net Tesis Doctorales*. Obtenido de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/jelc/importancias-pymes.html>
- Malagón, F. A., & Colombia, D. C. (2003). El espíritu emprendedor y la creación de empresa. *Fed. Colombia*, 13.
- López Vargas, G., & Rodríguez García, J. C. (2021). Enfermería en Contexto de Trabajo en Salud Pública en América Latina. *Revista Científica De Salud Y Desarrollo Humano*, 2(1), 51–66. <https://doi.org/10.61368/r.s.d.h.v2i1.14>
- Martínez Pérez , S. I. (2022). La Protección de la Propiedad Intelectual y la Piratería en Línea. *Estudios Y Perspectivas Revista Científica Y Académica* , 2(1), 74–95. <https://doi.org/10.61384/r.c.a.v2i1.10>
- Nicolás Martínez, C. (2014). Emprendimiento social. *Proyecto de investigación*.
- Oliva, E. (2009). La gestión de la universidad como elemento básico del sistema universitario: una reflexión desde la perspectiva de los stakeholders. *Innovar*, 25-41.
- Olivera Rivera, E., & Olmedo Pizarro, L. (2009). Características emprendedoras de Egresados de Contador Auditor e Ingeniería en Administración de empresas de la Universidad Católica de Maule. (U. C. Maule, Ed.) *Revista UCMaule*(37), 49-72. Obtenido de <http://www.ucm.cl/uploads/media/Olivera.pdf>
- Olmos, R. E. (2014). Desarrollo de competencias emprendedoras. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 22, 29-53.
- Pfeffer Pfeffer y Gerald Salancik, (1978). "El Control Externo de las Organizaciones: Una Perspectiva de Dependencia de Recursos".
- Pulgarín Molina, S. A., & Cardona Acevedo, M. (2013). Caracterización del Comportamiento Emprendedor para los estudiantes de Administración de la Universidad del Rosario. *Escuela de Administración de Negocios*, 22-39.
- Pulgarin, S. (2013). Caracterización del Comportamiento Emprendedor de los Estudiantes de PreGrado de la Universidad de Rosario. *Caracterización del Comportamiento Emprendedor de los Estudiantes de PreGrado de la Universidad de Rosario*. Rosario, Argentina: Universidad del Rosario.



- Saboia Leitão, F. A., & Martín Cruz, N. (2006). LOS RASGOS PSICOLÓGICOS DEL EMPRENDEDOR Y LA CONTINUIDAD DEL PROYECTO EMPRESARIAL: UN ESTUDIO EMPÍRICO DE LOS EMPRENDEDORES BRASILEÑOS. *REAd*.
- Salkind, N. J. (1999). *Métodos de Investigación*. México: Prentice Hall.
- Stam, E., Suddle, K., Hessels, J., & van Stel, A. (2006). Los emprendedores con potencial de crecimiento y el desarrollo económico: políticas públicas de apoyo a los emprendedores. *Ekonomiaz. Revista vasca de economía*, 124-149.
- Sethi, P., Sonawane, S., Khanwalker, S., Keskar, R. B. (2017). Automatic text summarization of news articles. 2017 International Conference on Big Data, IoT and Data Science (BIGDATA), pp. 23–29.
- Tortós Hidalgo, L. (2013). Desarrollos de emprendedurismo social en Costa Rica: Características y casos existentes en el país.
- Trejo López, E. A. (2016). Perfil psicosocial de la persona emprendedora.
- Urbano, D. &. (2008). los sistemas de formación universitaria y su influencia en las actitudes empresariales de los estudiantes: un estudio de casos múltiple. *Oikos: Revista de la Escuela de Administración y Economía*.
- Venturi, J. (2012). *Formando Emprendedores*. Pilar: UNP.
- Venturi, J. L., Villalba Benítez, E. F., Fretes Ayala, P., & Coronel, M. L. (2010). *Ebah*.
Obtenido de [www.ebah.com.br/](http://www.ebah.com.br/content/ABAAAfkZUAA/estudio-del-perfil-emprendedor-los-empresarios-pilar-segun-la-escuela-comportamentalista-david-mcclelland)
<http://www.ebah.com.br/content/ABAAAfkZUAA/estudio-del-perfil-emprendedor-los-empresarios-pilar-segun-la-escuela-comportamentalista-david-mcclelland>
- Venturi, J., Villalba Benítez, E. F., Godoy Caballero, R. C., Fretes Ayala, P. E., Ocampo del Valle, D., & Ferreiro Irala, H. M. (2012). *Formando Emprendedores*. Pilar, Paraguay: Universidad Nacional de Pilar.
- Villalba, E.; Riveros, T.; Ortega, R. (2020). *Aportes para el fortalecimiento de la competitividad de las pymes*. Universidad Nacional de Pilar.

