

ANÁLISIS DEL EMPRENDIMIENTO EN GUARANDA: CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR, DEMANDA DEL MERCADO Y POTENCIAL DE NUEVOS NEGOCIOS

Paola Albán Trujillo

✉ palban@ueb.edu.ec

Universidad Estatal de Bolívar – Ecuador

Wilter Camacho Arellano

✉ wcamacho@ueb.edu.ec

Universidad Estatal de Bolívar – Ecuador

Charle Viscarra Armijos

✉ chviscarra@ueb.edu.ec

Universidad Estatal de Bolívar – Ecuador

RESUMEN

El emprendimiento es clave para el desarrollo económico de Guaranda, pero enfrenta desafíos como la sostenibilidad y la competitividad. Este artículo explora las características de los emprendedores en la ciudad, la satisfacción de la demanda actual y las oportunidades para nuevos negocios. Se busca entender el panorama emprendedor local y proponer recomendaciones para mejorar el ecosistema empresarial. En tal sentido el objetivo de la presente investigación es, analizar el contexto del emprendimiento en Guaranda, identificando las características que deben tener los emprendedores, evaluando si los negocios establecidos cumplen con las demandas del mercado y explorando el potencial de la ciudad para nuevos modelos de negocios. La investigación se enmarca en un enfoque metodológico cuali- cuantitativo, con un diseño documental y de tipo descriptivo. La población es de 3000 habitantes del Cantón Guaranda considerados la población objeto de estudio, para la recolección de la información se hizo uso de la técnica de la encuesta que fue aplicada al total de la muestra. Los emprendedores en Guaranda son líderes e innovadores, con características relevantes como es el poder de negociación. Algunos sectores están bien cubiertos, pero hay espacio para nuevos modelos de negocio, especialmente en tecnología y comercio electrónico. Se concluyó que, el entorno emprendedor de Guaranda tiene potencial de crecimiento, pero es necesario fortalecer la formación empresarial y apoyar nuevos modelos comerciales para fomentar la innovación y la sostenibilidad.

Palabras clave: habilidades; habilidades duras; habilidades blandas; desempeño docente.

ABSTRACT

Entrepreneurship is key to the economic development of Guaranda, but it faces challenges such as sustainability and competitiveness. This article explores the characteristics of entrepreneurs in the city, the satisfaction of current demand, and opportunities for new businesses. It seeks to understand the local entrepreneurial landscape and propose recommendations to improve the business ecosystem. Therefore, the objective of this research is to analyze the context of entrepreneurship in Guaranda, identifying the characteristics that entrepreneurs should have, evaluating whether established businesses meet market demands, and exploring the city's potential for new business models. The research is framed within a qualitative-quantitative methodological approach, with a documentary and descriptive design. The population of 3,000 inhabitants of the Guaranda Canton was considered the target population of the study. A survey technique was used to collect data, which was applied to the entire sample. Entrepreneurs in Guaranda are leaders and innovators, with relevant characteristics such as negotiating power. Some sectors are well covered, but there is room for new business models, especially in technology and e-commerce. It was concluded that Guaranda's entrepreneurial environment has growth potential, but it is necessary to strengthen business training and support new business models to foster innovation and sustainability.

Keywords: entrepreneurship, economic development, sustainability, competitiveness

1. INTRODUCCIÓN

Los emprendimientos son considerados pieza clave de las economías en vías de desarrollo, más aún cuando son generadores de empleo y bienestar social. Además, es la representación del aprovechamiento del conocimiento, creatividad y la tecnología que logren cubrir verdaderas necesidades del mercado. Por otra parte Cervilla y Puente (2013) definen al emprendimiento “entrepreneurship como el procesos llevado a cabo por un individuo para crear algo nuevo que agregue valor, asignando el tiempo y el esfuerzo necesario asumiendo los riesgos financieros, sociales y psicológicos asociados, recibiendo recompensa resultante en términos monetarios de satisfacción personal y de independencia”(p.289).

El emprendimiento ha adquirido un papel fundamental en la economía global contemporánea, no solo como generador de empleo y riqueza, sino también como catalizador de la innovación y del desarrollo social. En este contexto, comprender el fenómeno emprendedor desde una perspectiva integral permite identificar los factores que inciden en su éxito, evolución y sostenibilidad.

El emprendimiento se entiende comúnmente como el proceso mediante el cual individuos identifican oportunidades de negocio, movilizan recursos y crean nuevas organizaciones con el fin de explotar dichas oportunidades. Según Shane y Venkataraman (2000), el emprendimiento implica “la actividad humana que implica descubrir, evaluar y explotar oportunidades para introducir nuevos bienes y servicios, formas de organización, mercados, procesos y

materiales”.

Las motivaciones que impulsan a los individuos a emprender pueden ser clasificadas en dos grandes categorías: por oportunidad y por necesidad. De acuerdo con el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), los emprendedores por oportunidad crean negocios para explotar una idea, mientras que los emprendedores por necesidad lo hacen ante la falta de alternativas laborales (Reynolds et al., 2005).

Estas motivaciones tienen implicaciones importantes en el desempeño del emprendimiento. Los emprendimientos por oportunidad tienden a ser más sostenibles, innovadores y escalables que aquellos por necesidad, los cuales usualmente se mantienen en niveles de subsistencia (Amorós & Cristi, 2011).

Este proceso no se limita solo a la creación de nuevas empresas, sino que también abarca innovaciones dentro de empresas existentes y proyectos sociales. Por lo tanto, el emprendimiento puede tener manifestaciones comerciales, sociales o incluso institucionales.

El comportamiento emprendedor está determinado por múltiples factores, tanto individuales como sociales. Desde la perspectiva psicológica, los emprendedores suelen presentar rasgos como una alta necesidad de logro, locus de control interno, tolerancia al riesgo e iniciativa personal (McClelland, 1961; Rauch & Frese, 2007).

En el plano social, las redes de contacto juegan un rol esencial. Aldrich y Zimmer (1986) sostienen que los vínculos sociales facilitan el acceso a recursos críticos como

capital, información y clientes. Además, el entorno institucional — políticas públicas, educación emprendedora, incubadoras y financiamiento — influye significativamente en la tasa y calidad de emprendimientos (Isenberg, 2011).

El comportamiento organizacional de los emprendimientos cambia a medida que evolucionan. En etapas iniciales, predominan estructuras informales, toma de decisiones centralizada y procesos flexibles, lo cual les permite adaptarse rápidamente al entorno (Blank & Dorf, 2012). Sin embargo, a medida que el emprendimiento crece, se requiere una mayor profesionalización y formalización para sostener el crecimiento (Greiner, 1972).

La innovación es uno de los elementos distintivos de los emprendimientos exitosos. Schumpeter (1934) planteó que los emprendedores son agentes de cambio que introducen “nuevas combinaciones” en el mercado, generando disrupciones y promoviendo el desarrollo económico.

No obstante, en el contexto actual, la sostenibilidad también se ha convertido en un objetivo clave. Cada vez más emprendimientos incorporan prácticas responsables con el medio ambiente y la comunidad, configurando lo que se conoce como emprendimiento social o emprendimiento sostenible (Cohen & Winn, 2007).

El paso de una estructura caótica a una más estructurada implica desafíos importantes en liderazgo, gestión del talento y financiamiento. Esta transición es crítica para evitar el estancamiento o fracaso del emprendimiento.

En el contexto actual de cambio acelerado, alta competitividad y transformación digital, los emprendedores se han convertido en agentes clave de innovación y desarrollo económico. Comprender sus características personales es esencial para fomentar ecosistemas emprendedores sostenibles y resilientes. Las investigaciones recientes destacan que más allá de los rasgos tradicionales, emergen nuevas competencias relacionadas con la adaptabilidad, la inteligencia emocional y la conciencia

social. Una característica creciente en los emprendedores exitosos es la mentalidad de crecimiento, es decir, la creencia de que las habilidades y talentos pueden desarrollarse mediante el esfuerzo y el aprendizaje continuo.

“Los emprendedores con mentalidad de crecimiento están más dispuestos a experimentar, asumir riesgos y aprender del fracaso, factores clave en entornos dinámicos” (Dweck, 2016; Nielsen & Gartner, 2017).

Esta mentalidad fomenta la adaptabilidad y la disposición al cambio, cualidades fundamentales en contextos de innovación tecnológica.

La inteligencia emocional, entendida como la capacidad para reconocer y gestionar las emociones propias y ajenas, ha sido identificada como un predictor del desempeño emprendedor.

“Los emprendedores emocionalmente inteligentes gestionan mejor la presión, los conflictos y las relaciones interpersonales, lo que incide directamente en el liderazgo y la sostenibilidad del negocio” (Mayer,

Caruso & Salovey, 2016; Arora et al., 2020).

La innovación continúa siendo una cualidad distintiva del comportamiento emprendedor, pero con un enfoque más centrado en la innovación abierta y colaborativa. Hoy, los emprendedores integran tecnologías disruptivas, como la inteligencia artificial o blockchain, para crear nuevos modelos de negocio.

“Los emprendedores exitosos adoptan tecnologías emergentes y desarrollan capacidades dinámicas para innovar continuamente en productos, procesos y servicios” (Nambisan, 2017).

Cada vez más, los emprendedores no solo buscan rentabilidad económica, sino también impacto social y ambiental. Se trata de un cambio de paradigma que impulsa el emprendimiento social y sostenible.

“El emprendedor contemporáneo integra objetivos de triple impacto —económico, social y ambiental— en su propuesta de valor, generando beneficios más allá del lucro” (Shepherd & Patzelt, 2017; García-Lopera et al., 2022).

En un entorno marcado por crisis globales (como la pandemia de COVID-19), la resiliencia se ha vuelto esencial. Los emprendedores resilientes logran reconfigurar sus modelos de negocio, aprender de los errores y capitalizar la incertidumbre.

“La resiliencia emprendedora no solo implica resistencia al fracaso, sino la capacidad de reorganizarse y encontrar

oportunidades en medio de la adversidad” (Ayala & Manzano-García, 2014; Corner et al., 2020).

La competencia digital se ha transformado en una característica central del emprendedor moderno. Desde el uso de plataformas digitales hasta el análisis de datos y la automatización de procesos, las habilidades tecnológicas son imprescindibles.

“El dominio de herramientas digitales permite a los emprendedores escalar sus modelos de negocio, acceder a nuevos mercados y responder con agilidad a cambios del entorno” (Ng & Lucianetti, 2016; Crammond et al., 2021).

Según la investigación realizada por Mogollón (2014) en la ciudad de Buenos Aires Argentina, uno de los países donde existe mayor emprendimiento y negocios a nivel latinoamericano, en el estudio considera el entorno económico global, debilitado por la crisis financiera que ha desacelerado la economía e incrementado la desconfianza en la inversión para negocios o emprendimientos, se ha llegado a realizar proyectos de observatorios y consultorías de marketing a favor del desarrollo de emprendimientos para ayudar al fortalecimiento y mejoramiento de pequeños PYMES implementando estrategias y procesos para sobrevivir en el mercado y aprovechar las posibles oportunidades que puedan generarse.

Por otro lado, en ciudades como México se reportan a los pequeños emprendimientos con dificultades para sobrevivir o crecer en el mercado a un mediano y largo plazo, siendo una idea de apoyo la implementación información

de marketing para brindar asesorías de estrategias de marketing para la funcionalidad de las PYMES.

Se ha podido detectar que la ciudad de Guaranda presenta un sin número de emprendimientos caracterizados por productos y mercados tradicionales. Mismos que se desenvuelven en un entorno cambiante donde enfrentan constantemente situaciones desfavorables para las cuales no siempre están preparados.

Los principales problemas identificados son de financiamiento, seguido de la falta de conocimiento o información comercial, a los que se suma la ausencia de valor agregado en los productos a consecuencia del tradicional modelo agro-productor. Sin embargo, resulta importante conocer a profundidad las causas y efectos de estas eventualidades. Las Instituciones de Educación Superior deben contribuir al desarrollo productivo que manifiesta la Planificación y objetivos nacionales, por tanto, es indiscutible el espacio que la Carrera de Mercadotecnia pretende ocupar a través de la investigación, de tal manera que los miembros participen activamente y con pertinencia en la solución de problemas del contexto, brindando información relevante de mercados a través de la dotación del comportamiento de variables de mercado para la adecuada toma de decisiones.

La propuesta de proveer información del comportamiento de variables de mercado para fortalecer el mercado del cantón Guaranda es el instrumento con el que se busca aportar al entorno productivo-económico de la localidad, capaz de recolectar información necesaria para que los emprendedores enfrenten los

cambios inesperados del mercado, incrementen la competitividad y satisfagan eficientemente las expectativas del mercado. Esto además representa un alto sentido de profesionalismo y responsabilidad en el manejo, producción y análisis de datos para posterior elaboración de informes y/o propuestas que serán de utilidad y beneficio para la toma de decisiones de los involucrados del sector y la comunidad. Por lo cual, se requerirá de políticas, métricas, métodos, y procedimientos orientados a lograr la eficacia en las actividades de marketing que desarrollan los mercados del cantón Guaranda.

El Cantón Guaranda, no cuenta con información del comportamiento de variables de mercado que proporcione una base sobre la gestión de los mercados que existen en la ciudad misma que permitirá aplicar todas las estrategias y herramientas del marketing en Estudios de Mercado, Servicio al Cliente, Segmentación de Mercados, Promoción y Publicidad, Diseño Gráfico, entre otras, con el único objetivo de proporcionar un mejor desarrollo económico y así solventar las necesidades y deseos dentro de la población de Cantón Guaranda.

El objetivo general de la investigación busca analizar el contexto del emprendimiento en Guaranda, identificando las características que deben tener los emprendedores, evaluando si los negocios establecidos cumplen con las demandas del mercado y explorando el potencial de la ciudad para nuevos modelos de negocios.

2. RESULTADOS

A continuación, se presentan algunos datos recabados respecto al comportamiento del emprendimiento en el Cantón Guaranda.

1. Considera importante el emprendimiento en la Ciudad de Guaranda

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	338	89
No	40	11
Total	378	100

Tabla 1
Importancia del emprendimiento

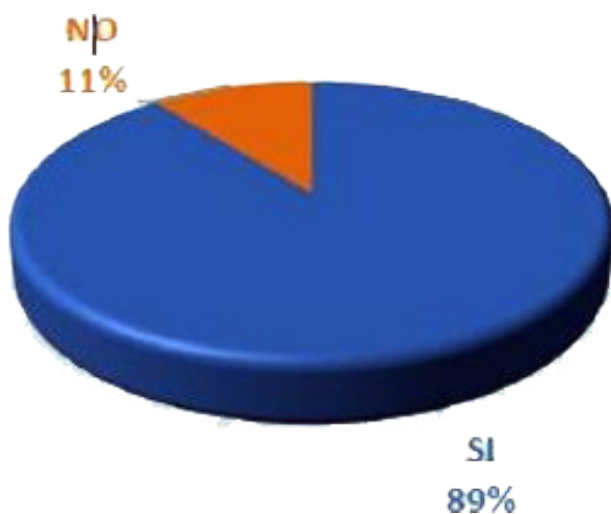


Gráfico 1
Importancia del emprendimiento en la Ciudad de Guaranda

Según los resultados de mayor relevancia, los usuarios consideran que si es importante el emprendimiento en la Ciudad de Guaranda debido a que este sería un método eficiente para crear fuentes de ingresos para la ciudadanía. El emprendimiento es fundamental, ya que impulsa el desarrollo económico local, genera empleo y fomenta la

innovación. La creación de nuevos negocios dinamiza el mercado, diversifica la oferta de productos y servicios, y mejora la calidad de vida de los habitantes. Además, el emprendimiento puede aprovechar los recursos y características únicas de la región, como su cultura y tradiciones, para desarrollar iniciativas sostenibles y con identidad local. En este sentido, fomentar el espíritu emprendedor en Guaranda contribuye al fortalecimiento de la economía y a la construcción de una comunidad más resiliente y próspera.

2. Desde su punto de vista ¿Qué características debe poseer un emprendedor?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Líder	148	39,15
Innovador	75	19,84
Creativo	62	16,40
Comunicador	25	6,61
Poder en la negociación	68	17,99
Total	378	100

Tabla 2
Características del emprendedor



Gráfico 2: Características de un emprendedor

La tabla muestra que la característica más valorada en un emprendedor por los encuestados en Guaranda es el liderazgo (39,15%), seguida por la innovación (19,84%) y la capacidad de negociación (17,99%), lo que refleja la

importancia de guiar equipos, generar ideas nuevas y establecer acuerdos estratégicos en el entorno emprendedor local. La creatividad (16,40%) también es considerada relevante, aunque en menor medida, mientras que la habilidad comunicativa (6,61%) es la menos destacada, lo que indica una posible subvaloración de esta competencia a pesar de su importancia en la gestión de relaciones y promoción de negocios. Estos resultados sugieren que el perfil ideal del emprendedor en Guaranda se centra en capacidades estratégicas y de liderazgo, aunque sería beneficioso fortalecer habilidades blandas como la comunicación para lograr un desarrollo más integral.

3. Considera que los emprendimientos establecidos actualmente en la Ciudad de Guaranda satisfacen la demanda actual.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	297	79
No	81	21
Total	378	100

Tabla 3
Satisfacción de la demanda

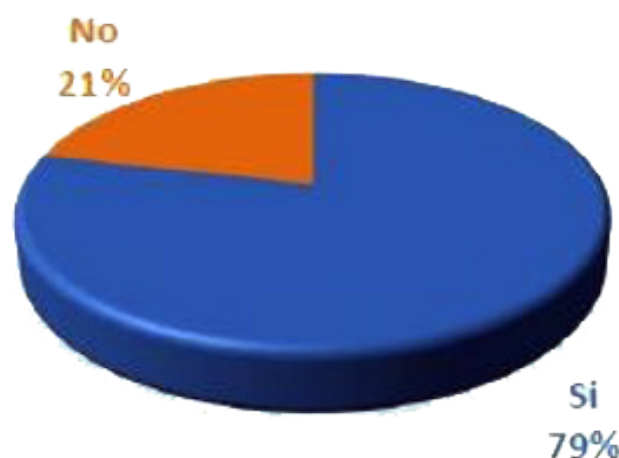


Gráfico 3
Satisfacción de la demanda

Como demuestran los resultados, se puede notar que los emprendimientos actuales no satisfacen la demanda actual ya que los usuarios han optado por buscar mejores servicios y productos fuera de la ciudad tal es el caso de los repuestos de carros, en tecnología y sobre todo en servicios como el cine, buscando centros comerciales con marcas pocos usuales en la Ciudad de Guaranda.

4. ¿Considera que el mercado de la Ciudad de Guaranda esta óptimo para aceptar nuevos modelos de emprendimientos?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	148	39
No	230	61
Total	148	39

Tabla 4
Aceptación de nuevos modelos de emprendimientos



Gráfico 4
Aceptación de nuevos modelos de emprendimientos

El mercado de la Ciudad de Guaranda puede considerarse óptimo para aceptar nuevos modelos de emprendimientos debido a varios factores favorables. Guaranda, siendo una ciudad en crecimiento, presenta oportunidades en sectores subdesarrollados y con potencial de innovación. La creciente urbanización y el aumento de la población joven con espíritu emprendedor abren espacio para nuevas ideas y negocios. Además, la ubicación geográfica estratégica y el

desarrollo de infraestructuras mejoradas facilitan la logística y el acceso a mercados más amplios. Sin embargo, es crucial realizar un análisis de mercado exhaustivo para identificar necesidades específicas, preferencias de los consumidores y posibles desafíos locales antes de implementar nuevos modelos de emprendimiento.

En la presente investigación refleja según los datos recabados que los habitantes de la Ciudad de Guaranda consideran al emprendimiento como fuente primordial de empleo, para lo cual se establece que un emprendedor debe poseer características como: ser un líder. Por otra parte, los usuarios establecen que la alimentación es una prioridad para visitar lugares acogedores donde se puedan sentir a gusto, con una atención de calidad y sobre todo con productos innovadores que satisfagan sus necesidades, seguidamente se inclinan por la tecnología ya que sienten que la era digital es suya, en cuanto a tecnología la mayor parte de usuarios dominan los dispositivos y varias plataformas en las que consideran que los emprendimientos deben incluirse, al ser uno de los medios más utilizados hoy en día.

3. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos reflejan una percepción positiva y alentadora hacia el emprendimiento en la ciudad de Guaranda. Un alto porcentaje de los encuestados (89%) considera que el emprendimiento es importante, lo cual demuestra una conciencia generalizada sobre su papel en la generación de empleo, el impulso del desarrollo económico local y la mejora de la calidad de vida. Esta valoración sugiere que existe un entorno social favorable para fomentar y apoyar iniciativas emprendedoras.

En cuanto a las características que debe poseer un emprendedor, la mayoría de los participantes destacó el liderazgo (39,15%) como la cualidad principal, seguida por la innovación (19,84%) y la capacidad de negociación (17,99%). Este perfil sugiere que en Guaranda se valora a los emprendedores capaces de tomar decisiones, guiar equipos y adaptarse a un entorno cambiante. Sin embargo, la baja valoración de habilidades comunicativas (6,61%) evidencia una posible debilidad en el reconocimiento de competencias blandas, las cuales son clave para el éxito de cualquier emprendimiento.

Respecto a la capacidad de los emprendimientos actuales para satisfacer la demanda del mercado, el 79% de los encuestados considera que sí lo hacen. No obstante, el 21% indica que existen deficiencias, especialmente en sectores como tecnología, entretenimiento y productos especializados, lo que ha llevado a muchos ciudadanos a buscar alternativas fuera de la ciudad. Esta situación representa una oportunidad para nuevos emprendimientos que respondan a estas necesidades insatisfechas.

Finalmente, aunque se esperaría una mayor apertura hacia la innovación, solo el 39% cree que el mercado está preparado para aceptar nuevos modelos de emprendimiento, frente al 61% que opina lo contrario. Esta contradicción sugiere una percepción ambivalente: por un lado, se reconoce la importancia del emprendimiento, pero por otro, existen barreras o resistencias hacia propuestas innovadoras. Esto puede deberse a factores como el desconocimiento del mercado, la falta de inversión o el escaso acceso a capacitación.

En conjunto, los resultados destacan tanto el potencial como los retos del ecosistema emprendedor en Guaranda. Para fortalecerlo, será necesario fomentar una cultura emprendedora integral, que incluya tanto capacidades técnicas como habilidades blandas, así como impulsar políticas que promuevan la innovación, mejoren el acceso a financiamiento y fomenten la confianza en nuevos modelos de negocio.

4. CONCLUSIONES

El emprendimiento es ampliamente valorado por la población de Guaranda como un factor clave para el desarrollo económico local, la generación de empleo y la mejora de la calidad de vida, lo que demuestra un entorno social favorable para impulsar nuevas iniciativas empresariales.

Las características más apreciadas en los emprendedores son el liderazgo, la innovación y la negociación, lo cual indica una preferencia por perfiles estratégicos y proactivos. No obstante, se evidencia una necesidad de fortalecer habilidades blandas como la comunicación, esenciales para el crecimiento y sostenibilidad de los negocios.

Aunque la mayoría de los emprendimientos actuales satisfacen la demanda local, existen sectores desatendidos —como tecnología, entretenimiento y servicios especializados—, lo que representa una oportunidad para implementar nuevos modelos de negocio. Sin embargo, persiste una percepción de resistencia al cambio, por lo que es fundamental promover una cultura emprendedora abierta a la innovación.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Aldrich, H., & Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. In D. Sexton & R. Smilor (Eds.), *The art and science of entrepreneurship* (pp. 3-23). Ballinger.
2. Amorós, J. E., & Cristi, O. (2011). Poverty, human development and entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(1), 3-22.
3. Arora, P., Bansal, S., Kandpal, C., Aswani, R., & Dwivedi, Y. K. (2020). Measuring social entrepreneurial intention: A review of studies from 2005 to 2019. *Journal of Business Research*, 113, 14–24. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.011>
4. Ayala, J. C., & Manzano-García, G. (2014). The resilience of the entrepreneur. Influence on the success of the business. A longitudinal analysis. *Journal of Economic Psychology*, 42, 126–135. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2014.02.004>
5. Blank, S., & Dorf, B. (2012). *The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company*. K&S Ranch.
6. Cervilla, M. A., & Puente, R. (2013). Modelos de negocio de emprendimientos por y para la base de la pirámide. *Revista de Ciencias Sociales*, 289-308.
7. Cohen, B., & Winn, M. I. (2007). Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 29-49.
8. Corner, P. D., Singh, S., Pavlovich, K., & Digan, S. P. (2020). Entrepreneurial resilience: The role of cognition in sustaining entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*

- Insights, 13, e00195. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00195>
9. Crammond, R., Omeihe, K., Murray, A., & Ledger, C. (2021). Managing knowledge for digital transformation: The case of SMEs in the UK. *Journal of Business Research*, 131, 610–619. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.063>
10. Dweck, C. S. (2016). *Mindset: The New Psychology of Success*. Ballantine Books.
11. García-Lopera, F., Ruiz-Palomo, D., & Diéguez-Soto, J. (2022). Social responsibility and entrepreneurship: The mediating role of social value orientation. *Sustainability*, 14(1), 248. <https://doi.org/10.3390/su14010248>
12. Greiner, L. E. (1972). Evolution and revolution as organizations grow. *Harvard Business Review*, 50(4), 37–46.
13. Isenberg, D. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship. Babson Entrepreneurship Ecosystem Project.
14. Mayer, J. D., Caruso, D. R., & Salovey, P. (2016). The ability model of emotional intelligence: Principles and updates. *Emotion Review*, 8(4), 290–300. <https://doi.org/10.1177/1754073916639667>
15. McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
16. Mogollón Yéssica. (2014). Plan Estratégico de Marketing para nuevas firmas de consultoría en Argentina.
17. Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055. <https://doi.org/10.1111/etap.12254>
18. Ng, H. S., & Lucianetti, L. (2016). Innovation performance of Malaysian SMEs: The role of entrepreneurial orientation and social capital. *Innovation*, 18(4), 426–448. <https://doi.org/10.1080/14479338.2016.1237303>
19. Nielsen, S. L., & Gartner, W. B. (2017). Am I a student and/or entrepreneur? Multiple identities in student entrepreneurship. *Education + Training*, 59(2), 135–154. <https://doi.org/10.1108/ET-09-2015-0084>
20. Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353–385.
21. Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P., & Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998–2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205–231.
22. Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2009). *Consumer Behavior*. Pearson.
23. Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press.
24. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
25. Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2017). *Trailblazing in Entrepreneurship: Creating New Paths for Understanding the Field*. Springer.