

NEGOCIOS EMPRENDEDORES: UNA REVISIÓN SISTÉMICA COMO OPCIÓN ECONÓMICA

ENTREPRENEURS BUSINESS: A SYSTEMIC REVIEW AS AN ECONOMIC OPTION

Dorado Tovar, Juan Manuel¹
Bribiescas Silva, Francisco²

RESUMEN

En este artículo, los investigadores exponen una revisión sistémica de la productividad literaria sobre la temática de los negocios emprendedores con el objetivo de determinar los factores de éxito para el emprendimiento como opción económica, lo que conlleva a identificar las teorías que fundamentan la implantación del emprendimiento, y por último, desde la perspectiva de cada investigación, se realiza una descripción de los participantes, métodos e instrumentos de recolección de datos más utilizadas. Metodológicamente, es una investigación de tipo documental con un diseño no experimental longitudinal, basado en el análisis de 62 artículos científicos dividido en tres etapas: la primera etapa (1934 – 1990), segunda etapa (1996 – 2007) y la tercera etapa (2008 – 2018). Se concluye, con la determinación de los factores de éxito para el emprendimiento, los principales en la tercera etapa: formación gerencial, innovación y el desarrollo de nuevos productos.

Palabras clave: Negocios, Emprendimiento, Opción económica, Sistémica.

ABSTRACT

In this paper, the researchers present a systemic review of the scientific articles on the subject of entrepreneurial businesses with the objective of determining the success factors for entrepreneurship as an economic option, which entails identifying the theories that support the implementation of entrepreneurship, and finally, from the perspective of each investigation, a description of the most used participants, methods and data collection instruments is made. Methodologically, a documentary research with a longitudinal non-experimental design was approached, based on the analysis of 62 scientific articles divided into three stages: the first stage (1934 - 1990), second stage (1996 - 2007) and the third stage (2008 - 2018). It concludes, with the determination of the success factors for entrepreneurship, the main ones in the third stage: managerial training, innovation and the development of new products.

Keywords: Business, Entrepreneurship, Economic option, Systemic

JEL: L26, A220

Recibido: 15 de agosto de 2019

Aceptado: 17 de octubre de 2019

¹ Investigador de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Correo electrónico: juan.dorado@uacj.mx

² Investigador de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Correo electrónico: fbribies@uacj.mx

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, los negocios emprendedores han obtenido una gran relevancia, al ser una opción mercantil para las personas que quieren lograr una independencia financiera, los apoyos gubernamentales y de empresas privadas impulsan la creación de nuevos negocios, ejemplo en la actualidad, es la tecnología como rama de emprendimiento, al ser un mercado competitivo, la innovación y la interacción del mercado impulsa a la creación de nuevos negocios, como lo menciona (Bassett, Richardson, & Page, 2015)

Los empresarios en el espacio de las pequeñas empresas están especialmente dispuestos a explotar la promesa de esta nueva tendencia debido al bajo costo de entrada, la propiedad generalizada de dispositivos móviles por parte de sus partes interesadas y la abundante disponibilidad de ancho de banda de alta velocidad y bajo costo y la percepción de bajo riesgo. (p.8)

Muchos autores coinciden en que el emprendimiento genera un impacto sustancial en la economía, empresas exitosas como Apple, donde Steve Jobs inicio su negocio en la cochera de su casa para posteriormente crear un imperio, al generar nuevos negocios se enciende el motor de la economía local, estatal e internacional, esto dependiendo de muchos factores como el sostenimiento, estrategias de manejo del negocio, etc. (González y Peña, 2007). Además de ser motor de la innovación, la actividad emprendedora también genera un impacto importante en el crecimiento económico (Wennekers y Thurik, 1999; Carree y Thurik, 2003; Audretsch y Fritsch, 2003; Acs et al., 2005). El emprendimiento personal puede ser algo deseado por años o algo que surge en el momento; de cualquier modo, debe ser entendido como algo positivo y estimulante en la vida de cualquier persona (Importancia, 2019). Los autores en general coinciden en la importancia de la revisión de literatura en virtud de conocer la calidad de lo que se está investigando, que han escrito autores anteriores sobre el tema de investigación, conocer estadísticamente y lo que precede en la mayoría de los casos a la formulación del problema que se está investigando. (González, et.al, 2007):

Los primeros trabajos sobre innovación se remontan a la primera mitad del siglo pasado, cuando Schumpeter (1934) conceptualizó al emprendedor como innovador. Desde entonces, muchos autores han sostenido que la innovación es fuente de crecimiento económico (Solow,

1956; Romer, 1986; Nadiri, 1993; Coe y Helpman, 1995; Wong et al., 2005), al mismo tiempo que otros han destacado el papel que desempeña la actividad emprendedora en su generación y difusión (Carree y Thurik, 2003; García Tabuenca et al., 2004; Zhao, 2005). (pp. 130-131)

La proliferación de artículos científicos sobre la generación de nuevas empresas ha sido un tema de interés, ya que los negocios emprendedores sigue siendo una acción prioritaria para el desarrollo y crecimiento de cualquier riqueza, aun para los países en vías de desarrollo, ya que el emprendimiento se aprecia como una novedosa y atractiva idea como opción económica rentable. Pero estas disertaciones científicas han dejado resultados diversos sobre los factores de éxito para el emprendimiento, y crecen de acuerdo a su episteme, en consecuencia se consideran dispersas en las últimas décadas en el campo económico.

Debido a esto, se intenta superar esta dispersión, a través del establecimiento del objetivo general: determinar los factores de éxito para el emprendimiento como opción económica, lo que conlleva a los objetivos específicos siguientes: A) Identificar las teorías que fundamentan la implantación del emprendimiento, y, desde la perspectiva de cada investigación, B) Describir los participantes, los métodos e instrumentos de recolección de datos más utilizados.

MATERIALES Y MÉTODOS

Criterios de elegibilidad

La metodología de investigación para el presente documento es una revisión sistémica, Henderson (citado por Lilienfeld, 2004) se considera el precursor del paradigma sistémico al abordar la comprensión de los problemas sociales en términos de sistemas, pero Bertalanffy (ob.cit.) al formular los sistemas abiertos dio origen a una nueva manera de pensar, en donde sus fenómenos biológicos no eran explicados por los métodos de las ciencias físicas-mecanicistas.

En este paradigma sistémico se puede manejar la complejidad que se deriva de la aplicación de los enfoques epistemológicos, al entender que es necesario declinar las

actitudes paradigmáticas cerradas pues estas derivan en dogmatismo, totalitarismos, extremismos y absolutismo, que no existe otra verdad que la generada por un paradigma determinado. (Peres, Acosta y Acosta, 2013).

El estudio es de tipo documental con un diseño no experimental longitudinal, que lleva un proceso de indagación propio, en el proceso de investigación se buscaron bases de datos, detectando modelos acordes a las revisiones de los autores en el periodo de 1934-2018, tomando en cuenta las citas constantes, autores internacionales, revistas con factor de impacto entre otros aspectos.

Estructurando el marco teórico con la revisión del entorno nacional e internacional para identificar plenamente los conceptos regionales y locales ponderando cada uno de los países que influyen en el desarrollo empresarial de la zona fronteriza, identificando el impacto de ha sido el desarrollo de los negocios emprendedores con productos de innovación, se examinaron distintos formatos y metodologías de estudios similares realizados en el tema, los que sirvieron de modelo en este estudio.

Durante esta revisión en sobresalieron los estudios realizados por (Duarte & Ruiz, 2009), (Gómez & Mitchell, 2014) y (Martin, McNally, & Kay, June, 2012), donde también se analizaron artículos entre 1959 -2018. Los criterios de elegibilidad que se utilizaron fueron determinados a través de palabras clave como: “negocios”, “emprendimiento”, “MiPymes”, “desarrollo”, “innovación” y su traducción al idioma ingles como: “*business*”, “*entrepreneurship*”, “*MSMEs*” “*development*”, “*innovation*”.

Fuentes de información

Las búsquedas de artículos publicados como fuentes de información entre 1959 y enero de 2015 se realizaron en *Researchgate*, BiVir, Taylor and Francis Online, JSTOR, Scielo entre otros y los resultados se revisaron con los mismos criterios. Esta búsqueda se generó y se seleccionaron las mencionadas fuentes en virtud de las variables que se utilizaron “negocios emprendedores” o en inglés “*business entrepreneur*”, al recibir resultados en los buscadores, se seleccionaron las revistas con mayor factor de impacto para una mejoría en los resultados obtenidos.

La búsqueda exhaustiva de la literatura gris identificó otros estudios publicados durante este período. Se revisaron las bases de datos y sitios web relevantes de políticas gubernamentales, institutos de políticas y organizaciones benéficas. La búsqueda manual de Negocios emprendedores, la publicación más frecuente de artículos incluidos, la selección de los artículos de revisión relevantes, las búsquedas de citas de todos los artículos incluidos para los artículos revisados por pares y el conocimiento previo de los autores completaron la estrategia de búsqueda.

Búsqueda

Para esto se hizo una selección de artículos en base a la catalogación de revistas con factor de impacto, entre las cuales se seleccionaron 8 artículos con revistas de factor de impacto "ISI", 4 artículos con factor de impacto "Scopus", 4 artículos con factor de impacto "Scimago", 4 artículos con factor de impacto "Índice H", y los 6 artículos restantes con los factores de impacto Clasificación C, D, (CIRC), *Springer*, *JEL Classifications*, *RG Journal impact* y *RJIF*, así como una búsqueda especial con los artículos publicados en revistas con "no" factor de impacto determinado.

En los temas de búsqueda que se utilizaron las listas de datos en las cuales se incluyeron las variables de *Pequeños negocios*, *Emprendimiento* y el anglosajón *Business entrepreneurs* usando los términos de búsqueda y las descripciones de descritas en el desarrollo del instrumento.

Para el concepto *Business entrepreneurs*, se usó una interpretación amplia, que incluyó negocios locales, de entidad federativa y a nivel internacional. La búsqueda y selección se llevó a cabo en enero y mayo de 2019. De los artículos revisados [60] se incluyeron como publicaciones electrónicas y desde entonces se han publicado en su totalidad. Se incluyeron estudios que abordan los pequeños negocios y *emprendimiento*, basados en las opiniones y experiencias de los emprendedores, profesionales de los negocios y otros informantes clave. [...] También se realizó una búsqueda manual de las bibliografías de los artículos seleccionados.

Selección de artículos

La estrategia de selección de artículos que se utilizó para recopilar los estudios primarios fueron por medio de la creación de una matriz de análisis de datos que incluye los siguientes apartados: 1) nombre del artículo, 2) autor(es), 3) nombre de la revista, 4) volumen; número; mes(es); páginas, 5) año de publicación, 6) fecha en que se recuperó el artículo, 7) base de datos, 8) palabra clave con la que recuperó el artículo, 9) palabras clave del artículo, 10) Lenguaje del artículo, 11) área geográfica en que se desarrolla la investigación, 12) tipo de estudio, 13) factor de impacto, 14) teoría, 15) modelo, 16) objetivo del estudio, 17) técnica de recolección de datos, 18) instrumento de recolección, 19) muestra.

Cada uno de los artículos fue revisado en sus partes para alimentar la matriz de datos. Se estudió a fondo la importancia de los 61 artículos identificados en el último paso, leyendo el resumen, la metodología, la discusión y los resultados de cada artículo. Se aplicaron los siguientes criterios para la clasificación y se excluyeron los trabajos que no los cumplieron.

Proceso de extracción de datos

El primer paso fue la identificación de revistas de interés con historial de publicaciones en el tema de estudio. Se examinaron y agruparon las revistas. Para cada revista se examinaron los índices de cada volumen y se seleccionaron artículos para cada revisión preliminar, basándose en el título del artículo y el resumen.

El proceso concluyó en la selección de 61 artículos publicados en 46 revistas académicas. Cada uno de los artículos fue examinado según el método PRISMA. Los datos se extrajeron de cada artículo de investigación revisado y se tabularon en Microsoft Excel (por SH o ZM). Hojas de cálculo separadas, estudios categorizados por:

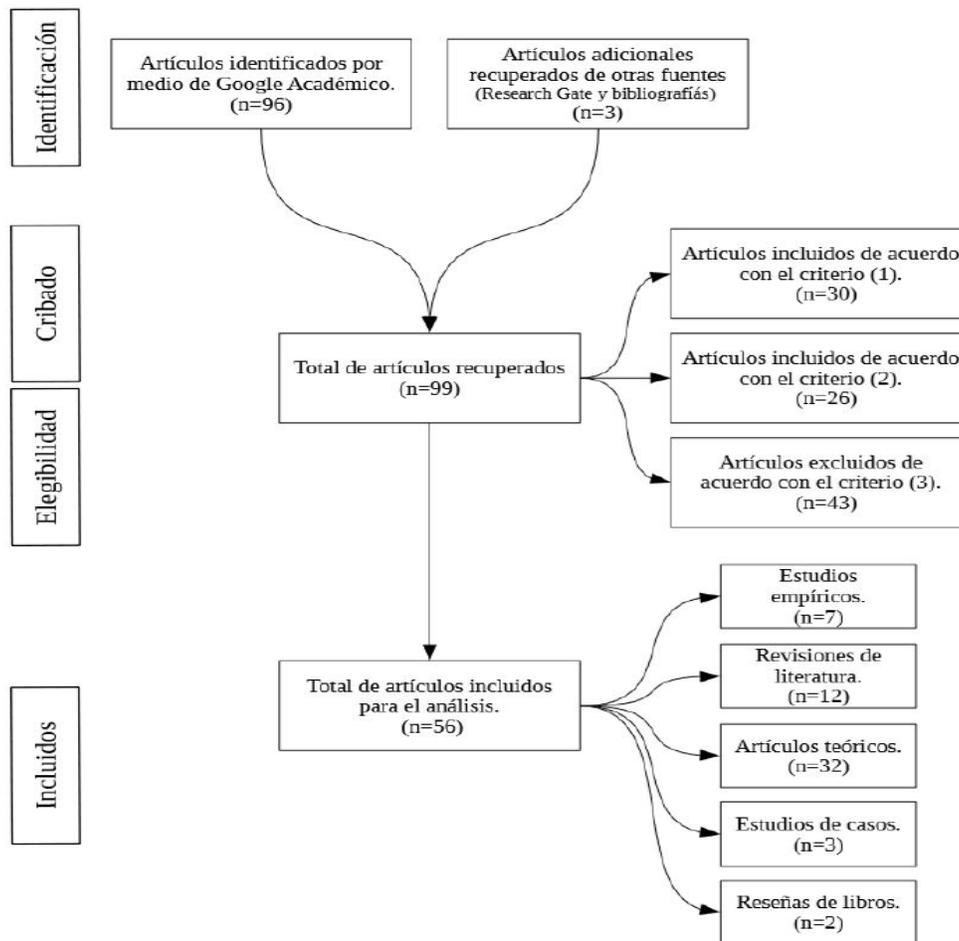
- Etapa I (1934 – 1990)
- Etapa II (1996 – 2007)

- Etapa III (2008 – 2018)

En las cuales se analizó:

- Factores de éxito para el emprendimiento (variables de estudio)
- Población y muestra
- Técnica de recolección de datos
- Instrumentos de recolección de datos.
- Los tipos de revisiones, sus objetivos y teorías estudiadas

Figura 1: Diagrama de flujo PRISMA que muestra las diferentes fases de la revisión de literatura sistemática.



Fuente: Elaboración propia con datos de autores

El desarrollo científico reflejado en la creciente producción de artículos originales en diferentes revistas nos lleva a ser minuciosos en el análisis de las publicaciones para encontrar las mejores evidencias disponibles. Para el presente instrumento se desarrollaron varios filtros para identificar las publicaciones idóneas para el tema de *Negocios emprendedores* entre los cuales destacamos el factor de impacto de las revistas las cuales se extrajo la información, como *ISI*, *Scopus*, Índice H y Scimago.

Así mismo se trabajó en la concordancia de la información seleccionada para acotar términos y extraer la información específica para el instrumento que se está desarrollando. Para esto se tomó en cuenta el siguiente diagrama de flujo PRISMA en el cual se determinaron las etapas y pasos por el procedimiento para realizar la revisión sistémica.

Riesgo de sesgo entre los estudios

En la presente revisión sistémica los sesgos pueden dar lugar a errores sistémicos o alejar del verdadero efecto de una intervención los resultados de una revisión, por lo que es importante evaluar atentamente las posibilidades de riesgo de sesgo de los estudios incluidos.

En el actual documento, en virtud de evitar el riesgo de sesgo se especificaron en la búsqueda las variables seleccionadas como *Pequeños negocios*, *Emprendimiento* y el anglosajón *Business entrepreneurs*, esto para que los artículos seleccionados específicamente mencionaran como tal las variables y evitando de esta manera la selección de artículos que no tuvieran un aporte significativo a la investigación. Esta evaluación proporcionó los medios para evaluar la claridad de la presentación, la evidencia científica reportada para respaldar el contenido, el rigor del desarrollo, la facilidad de aplicación y la transparencia y sesgo percibido en el desarrollo de la herramienta.

RESULTADOS

Las investigaciones realizadas tienen diferentes tipos de revisiones y muchas de éstas abordan que el desarrollo económico puso en la escena académica el emprendimiento.

La mayoría coincide en el fomento del espíritu emprendedor sea desde el ámbito privado o el público, y la formación en habilidades y destrezas empresariales, como las variables o factores de éxito más importantes para el emprendimiento, y de esta manera poder favorecer el buen desarrollo de dichas iniciativas emprendedoras. En muchos casos, la falta de esta formación ha sido señalada como la causa de uno de los errores de emprendedores que han visto fracasar sus empresas (De Pablos, 2013). En la siguiente tabla 1, se incluye la descripción de los tipos de revisiones que se realizaron:

Tabla 1. Tipos de revisión de la literatura

Autor (es)	Periodo de análisis	artículos utilizados	Tipo de revisión
(Martin, McNally, & Kay, June, 2012)	1964 -2008	74	Revisión sistémica
(Laukkanen, Tuominen, Reijonen, & Hirvonen, 2016)	1977 – 2013	69	Análisis conceptual
(Nani & Radipere, 2017)	1978 – 2015	26	Análisis conceptual
(Bastíe, Cussy, & Le Nadant, 2016)	1973 -2014	37	Revisión sistémica
(Castillo-Vergara, Alvarez-Marin, & Cabana-Villca, 2014)	1980 – 2014	45	Revisión sistémica
(Daniel, Di Domenico, & Seema, Effectuation and home-based online business entrepreneurs, 2014)	1984 – 2013	113	Revisión sistémica

Fuente: Elaboración propia con base en artículos revisados

Los puntos de importancia que los autores mencionan en esta revisión de literatura muestran diversos enfoques que se basan en la metodología y herramientas a utilizar en su aplicación, por lo que se pudo determinar aquellos factores de éxito y las teorías que fundamentan el emprendimiento, entre ellos, en las tres etapas estudiadas, coinciden con la teoría del capital humano, de acuerdo a lo mencionado por (Martin, McNally, & Kay, June, 2012). Factores de éxito coincidentes como: la capacidad innovadora de las nuevas empresas, contrastando las características financieras de las empresas analizadas. Otros estudios amplían el estudio relacionando con las medidas llevadas a cabo para mantener su rentabilidad en épocas de crisis y sus patrones de

comportamiento entre empresas creadas en sectores industriales y no industriales. Otros estudios coinciden en hacer énfasis en la capacidad instalada de los negocios emprendedores, con estudios de factibilidad técnica para aumento del volumen de operaciones. También la comunicación entre ellas y la factibilidad de interacción en medios como las redes sociales y entre sí mismas, siendo factores de éxito las estrategias de mercadotecnia basado en las 4P's: producto, precio, plaza y promoción.

En la tabla 2, se incluyen las teorías, temas y objetivos de las revisiones en las cuales la unidad de análisis son los estudios originales primarios, constituyen una herramienta esencial para sintetizar la información científica disponible, incrementar la validez de las conclusiones de estudios individuales e identificar áreas de incertidumbre donde sea necesario realizar investigación (Ferreira et. al., 2011).

Tabla 2. Revisiones de literatura: objetivos, temas y teorías

Autor (es)	Objetivo de la revisión	Teorías y temas abordados
(Martin, McNally, & Kay, June, 2012)	El autor se basa principalmente en la teoría del capital humano, que predice que los individuos o grupos que poseen mayores niveles de conocimiento, habilidades y otras competencias lograrán mejores resultados de rendimiento.	Los investigadores de emprendimiento han estudiado la relación entre el capital humano y los resultados empresariales en varios niveles de análisis, y los resultados en general han apoyado la teoría. Esta teoría se encuentra en evolución acorde a la relación de las variables mencionadas.
(Laukkanen, Tuominen, Reijonen, & Hirvonen, 2016)	Los estudios de orientación al mercado y de marca tienden a centrarse en las grandes corporaciones y las opiniones de los gerentes en lugar de las opiniones de los empresarios de pequeñas empresas.	La orientación al mercado y la orientación de la marca generalmente se modelan como antecedentes distintos del desempeño del negocio, y los efectos del desempeño simultáneo de estas orientaciones se analizan empíricamente.
(Daniel, Di Domenico, & Seema, Effectuation and home-based online business entrepreneurs, 2014)	Este artículo explora los procesos efectivos dentro de los negocios en línea que son manejados desde el hogar.	Los objetivos del estudio son primero: ampliar el conocimiento en el dominio de los negocios que son operados desde el hogar explorando si y cómo los procesos efectivos se manifiestan en los negocios en línea basados en el hogar.

Autor (es)	Objetivo de la revisión	Teorías y temas abordados
(González Pernía & Peña, 2007)	La cuestión que pretendemos abordar en este estudio es precisamente la de identificar aquellos factores, internos y externos a la organización, que determinan la capacidad innovadora de las nuevas empresas.	La capacidad emprendedora, así como la capacidad de innovación de una región, constituyen dos pilares fundamentales que sostienen el nivel de competitividad de la economía local, basado en el entorno interno de la organización y en el entorno externo de la competencia.
(Mungaray-Lagarda, Osuna, Ramírez, Ramírez, & Escamilla, 27(53):115-146)	En este trabajo se analiza la aplicación de una política pública regional que favorece el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en la economía de Baja California para compensar la generación de empleo.	Empresas según su tamaño y políticas públicas
(Buil & Rocafort, 2016)	Este estudio pretende contrastar las características financieras de las empresas analizadas con las medidas llevadas a cabo para mantener su rentabilidad en épocas de crisis y determinar si existen patrones de comportamiento distintos entre empresas creadas en sectores industriales y no industriales.	Determinar las características financieras de las empresas creadas en los inicios de la crisis y que sobreviven en Barcelona en época de crisis para determinar si siguen medidas para mantener su rentabilidad.

Fuente: Elaboración propia con base en artículos revisados.

Los temas que se abordaron en la revisión para los negocios emprendedores es la capacidad financiera y de financiación de los pequeños negocios, la orientación que tienen en estos en el mercado económico global y que afecta a las zonas geográficas específicas que se refieren en los artículos, el conocimiento que tienen estos negocios nuevos acerca del mercado que van a enfrentar, las disyuntivas que esto conlleva y la manera de trabajar al coadyuvar con negocios ya establecidos y económicamente estables, estableciendo factores de éxito aquellos que se basan en estrategias de crecimiento económico, y de disminución de riesgo e incertidumbre y teorías como: el capital humano, teoría de la competitividad, teoría de mercados y teoría de las estrategias.

Características de los estudios

Para el presente documento se incluyeron 60 estudios, de los cuales el 60% corresponden a estudios teóricos, 17% a estudios de caso, 3% reseñas de libro, 3% artículos empíricos, 3% publicaciones periódicas, y 1% repartido entre metaanálisis, reportes, revista, crítica, análisis cualitativo y artículos metodológicos respectivamente. El 78 % de los estudios fueron publicados en el idioma inglés (47 de 60) repartidos en diversos países como Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Sudáfrica entre otros, 18 % (11) en el idioma español, donde se tomaron en cuenta países como México, España y Colombia, finalmente 4 % (2) en idioma portugués donde los artículos se publicaron en Brasil.

Las bases de datos de las que se extrajeron los estudios son: Researchgate(26), Business Source Complete(6), Business Perspectives(1) Taylor and Francis Online(1), SciELO(4), Arts & Humanities Citation(1), Economics as a science(1), BiVir(3), DOAJ(2), Business Source Complete, Cambridge University(1), Press on behalf of the Economic History Association, Great Britain: ADONIS & ABBEY PUBLISHERS LTD(1), 2010., Business Source Complete(1), Ethos(1), Spanish; Castilian, Base de datos: SciELO(2), Plum x metrics(2), Emerald Insight(1), JSTOR(1), Redalyc(1), Springer(2), Google Académico(3).

Con respecto a las revistas en las que fueron publicados los estudios son: Journal of Business Venturing, Journal of Marketing Management, Investment Management & Financial Innovations, Journal of Small, Business & Entrepreneurship, Managerial & Decision Economics., Ingeniería Industrial, "UNIV LOS ANDES, FAC CIENCIAS SOC", South African Journal of Economic and Management Sciences, Estudios Gerenciales, SyndiGate Media Inc., International Journal of Commerce and Management Research, Issues in Information Systems, International Small Business Journal.

Otros como: Entrepreneurship - Gender, Geographies and Social Context, Management and Economics Research Journal , Journal of Entrepreneurship, Journal of Global

Entrepreneurship Research, Entrepreneurial Executive, Akamon Management Review, INTERNATIONAL COUNCIL FOR SMALL BUSINESS, Economia industrial, Economia & Região, AMA Summer Educators' Conference Proceedings, Journal of Business & Economic Studies, Frontera norte, Intangible Capital, The Journal of Economic History, AFRICAN JOURNAL OF BUSINESS AND ECONOMIC RESEARCH.

También se tienen a los siguientes: Journal of Small Business Management., Fórum Empresarial, The spectator, Estudios Gerenciales, Horizontes Empresariales, Estudios Gerenciales, Revista Ibero-Americana de Estrategia (RIAE), American Journal of Business, Journal of, Occupational & Organizational Psychology, The Journal of Asian Studies, American Journal of Economics and Business Administration, BLACK ENTERPRISE, International Journal of Commerce and Management, Research.

Otros como, Investment Climate and Business Environment Research Fund (ICBERF), Journal of Management and Marketing Review, LATE: Product, Lifetimes And The Environment 2017 Conference, Proceedings Publisher:, IOS Press BV Editors: Conny Bakker, Ruth Mugge, Department of Livestock, Business Management, Internationalization at home -, Experiences with the Columbus Hub platform.

Otras páginas web y conferencias como: Web Business Entrepreneurs, in Japan and the U.S.A, Conference: Proceedings of the, 8th European Conference on Innovation and Entrepreneurship ECIEI, 2013 At: Brussels Volume: Two, International Journal of Business and Management, International Review of Business Research Papers, Revista Escuela de Administración de Negocios, GCG GEORGETOWN UNIVERSITY - UNIVERSIA 2008, Southern African Business Review, Prentice Hall, Article in Academy of Marketing Science Review · , Small Bus Econ, Small Business Economics (2007), Journal of Small, Business Management, RAUSP Management Journal, GREPME - Research Group.

DISCUSIÓN: RESULTADOS POR ETAPAS

ETAPA I (1934 – 1990)

Los estudios sobre los negocios emprendedores como opción económica, coinciden en esta etapa, en considerar a los factores de éxito para el emprendimiento: el fomento del espíritu empresarial, la investigación de mercado, la diversificación de los productos, el estudio de factibilidad técnica para el aumento del volumen de operaciones, el clima y cultura organizacional, entre otros basados en estrategias de crecimiento económico, y de disminución de riesgo e incertidumbre.

Se incluye además, en este apartado, tanto la descripción de los participantes o sujetos de investigación, población y muestra, así como también las técnicas e instrumentos de recolección de datos y la identificación de las teorías que fundamentan al emprendimiento. El riesgo y la incertidumbre acorde a (Cantillon, 1931) que se generan en los nuevos negocios, esto es una determinante básica para la planificación de la nueva empresa, el emprendimiento e innovación traen consigo metas claras y concisas, según comenta (Shumpeter, 1934) citado por (González Pernía & Peña, 2007) que dichas metas están estipuladas acorde al crecimiento económico.

De esta manera la actividad emprendedora tiene una difusión sobresaliente que ayuda a los nuevos empresarios a generar economía. En la tabla 3 se observan los estudios que contienen información sobre los factores de éxito de emprendimiento en esta primera etapa.

Tabla 3. Factores de éxito o variables de estudio

Objetivos

Variables con las que se ha relacionado en los objetivos	Autor(es)	Cantidad de Artículos
Factores, internos y externos a la organización	(González Pernía & Peña, 2007)	2
Network across culture	(Madurapperuma, 2010)	1

Fuente: Elaboración propia basada en el análisis de los artículos seleccionados.

En esta tabla los autores mencionan como primera etapa los objetivos como factores internos y externos de la organización, así como las redes a través de la cultura. De los estudios analizados acerca de los negocios emprendedores como opción económica se obtuvo una prevalencia de relación con los factores internos y externos que afectan a la organización.

Un empresario al iniciar el nuevo negocio tiene las metas claras en función del crecimiento económico (1980, Kets de Vries) extraído de (Yue Wah, Social support, individual differences and well-being: A study of small business entrepreneurs and employees., 1993) este crecimiento económico tiene implícito el factor de éxito al menos en la planeación ya que difícilmente un emprendedor iniciara un nuevo negocio teniendo como meta el fracaso. Las relaciones sociales y el espíritu empresarial (1990 Aldrich y Waldinger) extraídos de (Madurapperuma, 2010) van de la mano con dicha planificación, ya que la expansión de redes empresariales ayuda a los emprendedores a expandir sus negocios, a que sean vistos, generen mayor cantidad de clientes, incrementen su productividad y por ende la rentabilidad de este, que es una de las metas principales en el emprendimiento.

Población y muestra

En la tabla 4, se mencionan las poblaciones en donde los autores se han dedicado a estudiar los negocios emprendedores, se describe la población y muestra con las que se ha relacionado el compromiso de continuidad en los objetivos de estudios anteriores.

Tabla 4. Población y muestra

Población y muestra	Autor(es)	Cantidad de Artículos
Gerentes de negocios	(Madurapperuma, 2010) (Alves, Regina, & Dalla Costa, 2014) (Vidal, 2008) (Coda , Viveiros de Castro, & Krakauer , 2018)	4
Población adulta mayor de 18 años y menor de 65 años	(González Pernía & Peña, 2007) (Yue Wah, Social support, individual differences and well-being: A study of small business entrepreneurs and employees., 1993)	2

Fuente: Elaboración propia basada en el análisis de los artículos seleccionados.

En esta primera etapa los autores utilizan como población y muestra a los gerentes de negocio y a la población adulta mayor de 18 años y menor de 65 años seguido por muestras conformadas por distintos grupos ocupacionales, en tanto que los demás estudios no pudieron agruparse debido a que presentan muestras heterogéneas.

Técnica de recolección de datos

En cuanto a las técnicas de recolección de datos utilizadas en estudios de negocios emprendedores se identificaron las que se mencionan en la tabla 5:

Tabla 5. Técnica de recolección de datos

Técnicas	Autor(es)	Cantidad de Artículos
Instrumentos de recolección de datos	(Martin, McNally, & Kay, June, 2012) (Perks & Struwig, 2014) (Shahzad Shabbir, Saarim Ghazi, & Rasool Mehmood, 2016) (Terano, Zainalabidin, & Hakimi, 2015) (Madurapperuma, 2010) (González Pernía & Peña, 2007) (Zulu-Valencia , 2018) (Vincent, 1996) (Yue Wah, Social support, individual differences and well-being: A study of small business entrepreneurs and employees., 1993) (Katongole, 2012) (Senthil, Suresh, Tensingh, & P Jayavarathan, 2011) (Moshood & Olawale , 2011) (Vidal, 2008)	12

Fuente: Elaboración propia basada en el análisis de los artículos seleccionados.

Para esta primera etapa los autores utilizan métodos cuantitativos, con selección de muestras para la elaboración de sus instrumentos.

Instrumentos de recolección de datos

Con respecto a la recolección de datos en su mayoría, 8 de los estudios obtuvieron datos mediante la encuesta y 4 se obtuvieron mediante entrevista.

Los autores en esta primera etapa utilizaron instrumentos de medición como pruebas empíricas, muestreo simple al azar, cuestionarios y encuestas para definir sus resultados. En los resultados obtenidos del presente documento, los análisis adicionales que se utilizaron para la *primera etapa* se utilizaron las teorías de Capital

Humano (Becker, 1964; Mincer, 1958) en la cual predice que los individuos o grupos que poseen mayores niveles de conocimiento, habilidades y otras competencias lograrán mejores resultados de rendimiento, así como la teoría de la difusión de la innovación. En cuanto al tipo de documento analizado en cada investigación se encontraron los siguientes (Ver tabla 6):

Tabla 6. Recolección de datos

Instrumentos	Autores	Cantidad de artículos
Pruebas empíricas	(Perks & Struwig, 2014) (Zulu-Valencia , 2018) (Lussier, Sonfield, Corman, & McKinney, 2001) (Yue Wah, Social support, individual differences and well-being: A study of small business entrepreneurs and employees., 1993)	4
Muestreo	(Castaño-Ramirez, 2011) (Madurapperuma, 2010)	4
Cuestionario	(Alves, Regina, & Dalla Costa, 2014) (Moshood & Olawale , 2011)	4
Encuesta	(Terano, Zainalabidin, & Hakimi, 2015) (González Pernía & Peña, 2007) (DeCaro, DeCaro, & Bowen-Thompson, 2010) (Mungaray- Lagarda, Osuna, Ramírez , Ramírez, & Escamilla, 27(53):115-146) (Katongole, 2012) (Senthil, Suresh, Tensingh, & P Jayavarathan, 2011) Fuente especificada no válida. (Coda , Viveiros de Castro, & Krakauer , 2018)	

Fuente: Elaboración propia basada en el análisis de los artículos seleccionados.

ETAPA II (1996 – 2007)

Los factores de éxito para el emprendimiento se basa en incorporar a los anteriormente usados, el estrategias para la competitividad como: innovación y el desarrollo de nuevos productos, que permiten al empresario crear un nuevo negocio, manteniendo los detalles operativos que pueden generar nuevos productos en innovación, y la consecuente interacción de pequeños y medianos negocios (Pymes) con las economías locales en función de la creación de empleos, el autoempleo y la autogestión. Asimismo se incluyen entre los factores de éxito a la aplicación de prácticas gerenciales como el cuadro de mando integral, manufactura esbelta (optimización de costos), la satisfacción al cliente, y la búsqueda de optimizar los procesos de trabajo.

Al estar en constante movimiento, la economía tiende a generar nuevas técnicas y tácticas en función de la competitividad para generar una rentabilidad estable, el empresario que decide crear un nuevo negocio tiene un enfoque específico en los detalles operativos de la empresa (Hogarth-Scott, Watson, & Wilson, 1996) citado por (Laukkanen, Tuominen, Reijonen, & Hirvonen, 2016), claro que esto trae aparejado un riesgo e incertidumbre como en cualquier negocio de nueva creación ya que al emprender y sobre todo a innovar un nuevo producto se debe tener un espíritu empresarial fuerte (Lussier, Sonfield, Corman, & McKinney, 2001) para hacer frente a los retos que conlleva el manejo de una empresa.

Los pequeños y medianos negocios al momento de interactuar con economías locales para la generación de nuevos empleos tienen un espíritu empresarial fuerte, determinación establecida y metas definidas (Senthil, Suresh, Tensingh, & P Jayavarathan, 2011).

Esta forma de interacción de las nuevas empresas cuando su personal no es mayor a 20 empleados tiende a ser una definición restrictiva en muchos aspectos, en especial con el nuevo empresario (Katongole, 2012) ya que debe enfrentar y asimilar retos al momento de emprender como la autogestión y el autoempleo, la dependencia es absoluta en relación de la responsabilidad que tiene el nuevo empresario al momento de ser su propio jefe (Salazar, 2001).

La experiencia que se obtiene al decidir emprender, el empresario que decide crear un nuevo negocio adquiere la experiencia de autogestión (Bastié, Cussy, & Le Nadant, 2016). En la tabla 7 se observan los estudios que contienen información sobre los factores de éxito de emprendimiento en esta primera etapa.

Tabla 7. Factores de éxito para el emprendimiento o variables de estudio

<i>Objetivos</i>		
Variables con las que se ha relacionado en los objetivos	Autor(es)	Cantidad de Artículos
<i>Market orientation</i>	(Laukkanen, Tuominen, Reijonen, & Hirvonen, 2016)	1
<i>Business strategies</i>	(Lussier, Sonfield, Corman, & McKinney, 2001)	1
<i>Women activities</i>	(Katongole, 2012)	
<i>Intention of professional students</i>	(Senthil, Suresh, Tensingh, & P Jayavarathan, 2011)	1

Fuente: Elaboración propia basada en el análisis de los artículos seleccionados.

En esta tabla los autores mencionan en la segunda etapa los objetivos como orientación del mercado, las estrategias de negocio, la intervención de las mujeres emprendedoras y la intención de emprendimiento de los estudiantes universitarios. Se incluye además, en este apartado, tanto la descripción de los participantes o sujetos de investigación, población y muestra, así como también las técnicas e instrumentos de recolección de datos y la identificación de las teorías que fundamentan al emprendimiento.

Población y muestra

Tabla 8. Población y muestra

Población y muestra	Autor(es)	Cantidad de Artículos
Emprendedores de pequeños negocios	(Laukkanen, Tuominen, Reijonen, & Hirvonen, 2016) (Perks & Struwig, 2014) (Daniel, Di Domenico, & Seema, 2014) (Terano, Zainalabidin, & Hakimi, 2015) (Zulu-Valencia , 2018) (DeCaro, DeCaro, & Bowen-Thompson, 2010) (Mungaray-Lagarda, Osuna, Ramírez , Ramírez, & Escamilla, 27(53):115-146) (Vincent, 1996) (Spinder, 2004) (Lussier, Sonfield, Corman, & McKinney, 2001) (Katongole, 2012) (Farradonna, 2018) (Kyungeun, Cooper, Ramanathan , & Singh, 2017) Fuente especificada no válida.	14
Emprendedores de negocios que son estudiantes universitarios	(Castaño-Ramirez, 2011) (Senthil, Suresh, Tensingh, & P Jayavarathan, 2011) (Moshood & Olawale , 2011)	3

Fuente: Elaboración propia basada en el análisis de los artículos seleccionados.

En la segunda etapa los autores utilizan como población y muestra a los emprendedores de pequeños negocios a los estudiantes universitarios.

Técnica de recolección de datos

Tabla 9. Técnicas de recolección de datos.

Técnicas	Autor(es)	Cantidad de Artículos
Instrumentos de recolección de datos.	(Martin, McNally, & Kay, June, 2012) (Perks & Struwig, 2014) (Shahzad Shabbir, Saarim Ghazi, & Rasool Mehmood, 2016) (Terano, Zainalabidin, & Hakimi, 2015) (Madurapperuma, 2010) (González Pernía & Peña, 2007) (Zulu-Valencia , 2018) (Vincent, 1996) (Yue Wah, Social support, individual differences and well-being: A study of small business entrepreneurs and employees., 1993) (Katongole, 2012) (Senthil, Suresh, Tensingh, & P Jayavarathan, 2011) (Moshood & Olawale , 2011) (Vidal, 2008)	12
Estudio empírico	(Laukkanen, Tuominen, Reijonen, & Hirvonen, 2016) (Farradonna, 2018) (Kyungeun, Cooper, Ramanathan , & Singh, 2017) (Coda , Viveiros de Castro, & Krakauer , 2018)	4
Método inductivo mixto	(Daniel, Di Domenico, & Seema, 2014) (DeCaro, DeCaro, & Bowen-Thompson, 2010)	2
Análisis estadístico-descriptivo	(Buil & Rocafort, 2016) (Lussier, Sonfield, Corman, & McKinney, 2001)	2

Fuente: Elaboración propia basada en el análisis de los artículos seleccionados.

Para la segunda etapa los autores utilizan muestras independientes, estudios empíricos, métodos inductivos mixtos y análisis estadísticos - descriptivos para la elaboración de sus instrumentos.

Instrumentos de recolección de datos

En cuanto al tipo de documento analizado en cada investigación se encontraron los siguientes (Ver tabla 10):

Tabla 10. Instrumentos de recolección de datos

Instrumentos	Autor(es)	Cantidad de Artículos
	(Laukkanen, Tuominen, Reijonen, & Hirvonen, 2016) Fuente especificada no válida. (Farradonna, 2018)	3
Pruebas empíricas	(Nani & Radipere, 2017) (Daniel, Di Domenico, & Seema, 2014) (Vincent, 1996) (Spinder, 2004)	4
Entrevista	(Perks & Struwig, 2014) (Zulu-Valencia , 2018) (Lussier, Sonfield, Corman, & McKinney, 2001) (Yue Wah, Social support, individual differences and well-being: A study of small business entrepreneurs and employees., 1993)	4
Muestreo	(Terano, Zainalabidin, & Hakimi, 2015) (González Pernía & Peña, 2007) (DeCaro, DeCaro, & Bowen-Thompson, 2010) (Mungaray- Lagarda, Osuna, Ramírez , Ramírez, & Escamilla, 27(53):115-146) (Katongole, 2012) (Senthil, Suresh, Tensingh, & P Jayavarathan, 2011) Fuente especificada no válida. (Coda , Viveiros de Castro, & Krakauer , 2018)	7

Fuente: Elaboración propia basada en el análisis de los artículos seleccionados.

Los autores en esta segunda etapa utilizaron instrumentos de medición como pruebas empíricas, muestreo simple al azar, entrevista y encuestas para definir sus resultados. Para la *segunda etapa* se manejó la teoría de la competitividad, teoría de mercados, teoría de las estrategias, teoría del aprendizaje organizacional y la teoría de la toma de decisiones (Schutjens y Wever, 2000), a través de estas teorías se pueden determinar aquellos factores, internos y externos a la organización, que determinan la capacidad innovadora de las nuevas empresas,

ETAPA III (2008 – 2018)

A partir del año 2008 a la actualidad los artículos científicos sobre *Negocios emprendedores* han tenido una adición de factores de éxito orientadas en su mayoría para las pequeñas y medianas empresas (Pymes), así como a consideraciones del activo capital humano y la actividad de la mujer emprendedora, sin embargo, se mantienen factores de éxito para el emprendimiento, como: la innovación, empresario y espíritu empresarial entre otros siguen vigentes hasta nuestros días desde principios del siglo pasado adecuados a las actividades empresariales del siglo XXI.

El emprendimiento a través del curso del tiempo ha generado un avance económico y en muchas ocasiones la creación de nuevos productos o innovación, generando nuevos servicios u opciones para el consumidor creando un espíritu empresarial Yitzhaki, Lerner & Sharir, 2008 citado por (Ayala et al. 2012).

La creación de nuevos negocios trae consigo múltiples variables como el emprendimiento de las mujeres (DeCaro, DeCaro, & Bowen-Thompson, 2010) y el desarrollo de Pymes, esta expansión es de suma importancia para los resultados empresariales positivos y la creación de empleo para el capital humano (Martin, McNally, & Kay, June, 2012).

Muchos autores coinciden que cuando se expande el crecimiento de nuevas empresas, se enciende el motor de la economía, que conlleva al incremento de la productividad y la rentabilidad del negocio (Nani & Radipere, 2017).

En consonancia a lo anterior, se afirma que actualmente, el empresario emprendedor debe tener claro su actividad emprendedora y su participación de estrategias de mercadotecnia a través de las redes de relaciones sociales (Da Costa & Da Silva Itelvino, 2018) éstas suman jerarquía progresiva en el acatamiento de los objetivos organizacionales.

En este sentido varios autores mencionan que el espíritu empresarial, particularmente en relación con las pequeñas y microempresas, se considera con frecuencia como un factor clave para la creación de empleo (Folster, 2000), y un medio esencial para mejorar la dinámica de innovación en las economías locales, regionales y nacionales (Senthil, Suresh, Tensingh, & P Jayavarathan, 2011).

Tabla 11. Factores de éxito o variables de estudio

Factores o variables con las que se ha relacionado en los objetivos	Autor(es)	Cantidad de Artículos
<i>Business imitations</i>	(Nani & Radipere, 2017)	2
<i>Necessary skills for growth</i>	Bergström y Knights (2006). (Perks & Struwig, 2014)	1
<i>Estratégia de ascensão do empreendedorismo inovador</i>	(Da Costa & Da Silva Itelvino, 2018)	2
<i>Business strategies</i>	(Farradinna, 2018)	1
<i>Psychological state</i>	(Kyungeun, Cooper, Ramanathan , & Singh, 2017)	1
<i>Commercial insights</i>	(Senthil, Suresh, Tensingh, & P Jayavarathan, 2011)	1

Fuente: Elaboración propia basada en el análisis de los artículos seleccionados.

En la tercera etapa, los autores reflejados en la tabla mencionan los factores claves de éxito para el emprendimiento como: la formación gerencial, y las habilidades necesarias para el crecimiento, la innovación como estrategias de negocio, el estado psicológico y las ideas comerciales y la difusión a través de las redes sociales, creación de empleos, diferencias entre el autoempleo, la autogestión y el emprendedor, orientación del mercado, gestión del conocimiento. Se incluye además, en este apartado, tanto la descripción de los participantes o sujetos de investigación, población y muestra, así como también las técnicas e instrumentos de recolección de datos y la identificación de las teorías que fundamentan al emprendimiento.

Población y muestra

Tabla 12. Población y muestra

Población y muestra	Autor(es)	Cantidad de Artículos
Emprendedores de pequeños negocios	(Laukkanen, Tuominen, Reijonen, & Hirvonen, 2016) (Perks & Struwig, 2014) (Daniel, Di Domenico, & Seema, 2014) (Terano, Zainalabidin, & Hakimi, 2015) (Zulu-Valencia , 2018) (DeCaro, DeCaro, & Bowen-Thompson, 2010) (Mungaray-Lagarda, Osuna, Ramírez , Ramírez, & Escamilla, 27(53):115-146) (Vincent, 1996) (Spinder, 2004) (Lussier, Sonfield, Corman, & McKinney, 2001) (Katongole, 2012) (Farradinna, 2018) (Kyungeun, Cooper, Ramanathan , & Singh, 2017)	14

Fuente: Elaboración propia basada en el análisis de los artículos seleccionados.

En la tercera etapa los autores utilizan como población y muestra a los emprendedores de pequeños negocios que son estudiantes universitarios.

Técnica de recolección de datos

Tabla 13. Técnicas de recolección de datos

Técnicas	Autor(es)	Cantidad de Artículos
Muestras independientes	(Martin, McNally, & Kay, June, 2012) (Perks & Struwig, 2014) (Shahzad Shabbir, Saarim Ghazi, & Rasool Mehmood, 2016) (Terano, Zainalabidin, & Hakimi, 2015) (Madurapperuma, 2010) (González Pernía & Peña, 2007) (Zulu-Valencia , 2018) (Vincent, 1996) (Yue Wah, Social support, individual differences and well-being: A study of small business entrepreneurs and employees., 1993) (Katongole, 2012) (Senthil, Suresh, Tensingh, & P Jayavarathan, 2011) (Moshood & Olawale , 2011) (Vidal, 2008)	12
Estudios empíricos	(Laukkanen, Tuominen, Reijonen, & Hirvonen, 2016) (Farradinna, 2018) (Kyungeun, Cooper, Ramanathan , & Singh, 2017) (Coda , Viveiros de Castro, & Krakauer , 2018)	3
Instrumentos de recolección de datos.	(Nani & Radipere, 2017) (Alves, Regina, & Dalla Costa, 2014) (Mendoza, 2018)	2
Método inductivo mixto	(Daniel, Di Domenico, & Seema, 2014) (DeCaro, DeCaro, & Bowen-Thompson, 2010)	
Estudio cualitativo	(Spinder, 2004) (Da Costa & Da Silva Itelvino, 2018) (Yong & Rametse, 2010)	1

Fuente: Elaboración propia basada en el análisis de los artículos seleccionados.

Para la tercera etapa los autores utilizan muestras independientes, estudios empíricos, instrumentos de recolección de datos, métodos inductivos mixtos y estudios cualitativos descriptivos para la elaboración de sus investigaciones.

Instrumentos de recolección de datos

Los autores en esta tercera etapa utilizaron instrumentos de medición como revisión cuantitativa: pruebas empíricas, muestreo simple al azar, entrevista y análisis

cuantitativo para definir sus resultados, en la tercera etapa se retomaron las teorías del capital humano, de la sociedad del conocimiento, gestión del conocimiento, nueva economía, economía inteligente sustentable e integradora, la teoría de la toma de decisiones, sin embargo, se hizo énfasis en la teoría de la imitación (Lieberman - Asaba, 2004) donde las empresas dentro de una misma industria tienden a comportarse de manera semejante; a largo plazo no es conveniente para el grupo de empresas tener estrategias muy diferentes porque esto reduce el poder de la industria como un todo y por lo tanto su rentabilidad.

En cuanto al tipo de documento analizado en cada investigación se encontraron los siguientes (Ver tabla 14):

Tabla 14 Instrumentos de recolección de datos

Instrumentos	Autores	Cantidad de artículos
Revisión cuantitativa	(Martin, McNally, & Kay, June, 2012)	
Pruebas empíricas	(Laukkanen, Tuominen, Reijonen, & Hirvonen, 2016) Fuente especificada no válida. (Farradonna, 2018)	1
Entrevista	(Nani & Radipere, 2017) (Daniel, Di Domenico, & Seema, 2014) (Vincent, 1996) (Spinder, 2004)	3
Muestreo	(Perks & Struwig, 2014) (Zulu-Valencia , 2018) (Lussier, Sonfield, Corman, & McKinney, 2001) (Yue Wah, Social support, individual differences and well-being: A study of small business entrepreneurs and employees., 1993)	4
Análisis cualitativo	(Da Costa & Da Silva Itelvino, 2018) (Yong & Rametse, 2010)	4
		7

Fuente: Elaboración propia basada en el análisis de los artículos seleccionados.

CONCLUSIONES

En la presente revisión de literatura se muestra que los artículos científicos en el periodo analizado 1934-2018 han dejado resultados diversos sobre los factores de éxito para el emprendimiento, y crecen de acuerdo a su episteme, en consecuencia para superar la dispersión de éstas, se estableció como objetivo general determinar los

factores de éxito para el emprendimiento como opción económica, lo que conllevó a los objetivos específicos siguientes: A) Identificar las teorías que fundamentan la implantación del emprendimiento, y, B) Describir los participantes, los métodos e instrumentos de recolección de datos más utilizados.

Para el estudio dividido en tres etapas: Etapa 1 (1934 – 1990), Etapa II (1996 – 2007) y Etapa III (2008 – 2018); se pudo determinar que los factores de éxito para el emprendimiento como opción económica:

En la Primera etapa fueron los factores de éxito o variables de estudio: las estrategias para el crecimiento económico, y de disminución de riesgo e incertidumbre, la comunicación entre ellas y la factibilidad de interacción con la economía local, la comunicación en medios publicitarios y entre sí mismas.

Segunda etapa: las técnicas y tácticas en función de la competitividad para generar una rentabilidad estable, estrategias de mercado, la intervención de las mujeres emprendedoras y la intención de emprendimiento de los estudiantes universitarios.

Tercera etapa: formación gerencial, y las habilidades necesarias para el crecimiento, la innovación como estrategias de negocio, el estado psicológico y las ideas comerciales y la difusión a través de las redes sociales, creación de empleos, diferencias entre el autoempleo, la autogestión y el emprendedor, orientación del mercado, gestión del conocimiento.

En cuanto al objetivo de identificar las teorías que fundamentan la implantación del emprendimiento: *en la primera etapa* se utilizaron las teorías de Capital Humano, teoría de la difusión de la innovación. *En la Segunda etapa*, teoría de la competitividad, teoría de mercados, teoría de las estrategias, teoría del aprendizaje organizacional. *En la Tercera etapa:* sociedad del conocimiento, gestión del conocimiento, nueva economía, economía inteligente sustentable e integradora, teorías del capital humano, la teoría de la toma de decisiones, la teoría de la imitación.

El último objetivo, se refirió a describir los participantes, los métodos e instrumentos de recolección de datos más utilizados. Los participantes en la investigación para esta *primera etapa* la población y muestra a los gerentes de negocio y a la población adulta mayor de 18 años y menor de 65 años seguido por muestras conformadas por distintos grupos ocupacionales, en tanto que los demás estudios no pudieron agruparse debido a que presentan muestras heterogéneas.

En la segunda etapa los autores utilizan como población y muestra a los emprendedores de pequeños negocios y a los emprendedores que son estudiantes universitarios.

En la tercera etapa los autores utilizan como población y muestra a los emprendedores de pequeños negocios que son estudiantes universitarios y mujeres emprendedoras.

En referencia a las metodologías e instrumentos de recolección de datos más utilizadas en estudios relacionados con el emprendimiento

Para la primera etapa los autores utilizan métodos cuantitativos, con selección de muestras para la elaboración de sus instrumentos. Con respecto a la recolección de datos en su mayoría, 8 de los estudios obtuvieron datos mediante la encuesta y 4 se obtuvieron mediante entrevista.

En la segunda etapa, los autores utilizan métodos cuantitativos, en su mayoría inductivo, con selección de muestreo simple al azar para la elaboración de sus instrumentos. Con respecto a la recolección de datos instrumentos de medición utilizaron: pruebas empíricas, entrevista y encuestas para definir sus resultados.

En la tercera etapa, utilizan los métodos inductivos mixtos y estudios cualitativos descriptivos. Los instrumentos de medición como revisión cuantitativa: pruebas empíricas, muestreo simple al azar, entrevista y análisis cualitativo para definir sus resultados.

FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Las empresas de nueva creación, el entorno en el que se desenvuelven y las opciones para garantizar su crecimiento crean un extenso campo de investigación y de continuación futura, los autores estudiados en el presente documento coinciden en que la innovación abierta implica que las empresas deben ser, al mismo tiempo, vendedores activos y compradores activos de propiedad intelectual y su vez analizando el impacto de los programas gubernamentales de apoyo económico a las empresas de reciente creación analizadas en un momento posterior al de su creación, esto es, durante su fase de crecimiento y consolidación.

Los resultados de la investigación en coincidencia con los autores estudiados han demostrado como los apoyos que reciben los emprendedores son eficaces para permitir el desarrollo y la supervivencia de los negocios durante sus primeros años, pero surgen tres cuestiones a resolver una vez que reciben el apoyo monetario: la primera, cuál será la evolución de sus principales indicadores económico-financieros de eficiencia/eficacia, manteniendo los valores alcanzados o en decadencia sin contar dicho sustento; la segunda, cómo será su relación con las instituciones financieras, es decir, siguen permitiendo el acceso con facilidad a los recursos ajenos del sistema bancario en condiciones normales de mercado o habrán perdido las ventajas financieras y de negociación alcanzadas; y la tercera, conocer si existen solicitudes posteriores de crédito una vez que ha iniciado el negocio y durante las primeras etapas de existencia.

De los resultados que se obtuvieron y para investigaciones futuras cabe destacar recomendaciones planteadas por autores como (Bassett, Richardson, & Page, 2015) donde establecen lineamientos que sirven de base a académicos para posteriores trabajos, de esto, estos autores encontraron que la desinformación en los negocios emprendedores afectan su productividad y su rentabilidad en las primeras etapas de progreso como negocio.

Para ello, proponen las siguientes condiciones que se deben tener en cuenta para desarrollarlo: (1) los procesos internos y su evolución con el emprendimiento corporativo, cómo se adopta y cómo es exitoso; (2) la explicación y la predicción de la adopción de un sistema de emprendimiento; y (3) la predicción de las opciones adoptadas para el alto rendimiento del gobierno corporativo.

En este sentido otros estudios más recientes desarrollados por (Vargas Martínez, Bahena Álvarez, & Cordón Pozo, 2018), revisan algunas de las investigaciones más significativas que se han hecho en la literatura de los negocios emprendedores, y examinan las futuras direcciones para académicos e investigadores. Concluyen que a pesar de la reciente expansión en la investigación del emprendimiento los conocimientos teóricos y empíricos sobre el dominio del tema y el comportamiento empresarial siguen siendo aún cuestiones claves que se requieren para una comprensión y análisis más profundos.

FINANCIAMIENTO

El financiamiento que se utilizó para la revisión sistemática en el presente trabajo fueron fondos particulares del investigador y los proporcionados por el CONACYT en la beca nacional económica para doctorantes.

BIBLIOGRAFÍA

- Alves, P., Regina, L., & Dalla Costa, R. (2014). Determining the degree of satisfaction of project Good Business entrepreneurs in Paraná's North Pioneer. *Economia & Região*, Vol 2, Iss 2, Pp 135-150.
- Bassett, R., Richardson, A., & Page, R. (2015). The risk and rewards of computing everywhere for small business entrepreneurs. *Issues in Information Systems*, Volume 16, Issue II, pp. 236-245, .
- Bastíe, F., Cussy, P., & Le Nadant, A.-L. (2016). Network or Independent Business? Entrepreneurs' Human, Social and Financial Capital as Determinants of Mode of Entry. *Managerial & Decision Economics.*, Vol. 37 Issue 3, p167-181. 15p.
- Buil, M., & Rocafort, N. (2016). Entrepreneurship and business survival in times of crisis: The case of Barcelona. *Intangible Capital*, Vol. 12 Issue 1, p95-120. 26p.

- Cantillon, R. (1931). *Essai str la nature du commerce en general*. London: Macmillan & Co., for the Royal Economic Society, 1931.
- Castaño-Ramirez, A. (2011). Attitudes of micro and small business entrepreneurs towards the acquisition of external information for making business decisions. *Estudios Gerenciales*, December 2011 27(121):159-174.
- Coda , R., Viveiros de Castro, P., & Krakauer , D. (2018). Are small business owners entrepreneurs? . *RAUSP Management Journal*, Volume 53, Issue 2, April–June 2018, Pages 152-163.
- Da Costa, P., & Da Silva Itelvino, L. (2018). Grounded theory com utilização do software atlas.ti: um exemplo empírico de estudo sobre estratégia de ascensão do empreendedorismo inovador em negócios sociais. *Revista Ibero-Americana de Estratégia (RIAE)*, Vol. 17 Issue 3, p17-40. 24p.
- Daniel, E., Di Domenico, M., & Seema, S. (2014). Effectuation and home-based online business entrepreneurs. *International Small Business Journal* 33(8).
- DeCaro, F., DeCaro, N., & Bowen-Thompson, F. (2010). An Examination of Leadership Styles of Minority Business Entrepreneurs: A Case Study of Public Contracts. *Journal of Business & Economic Studies*, Vol. 16 Issue 2, p72-78. 7p. 1 Chart.
- De Pablos, C. (2013). *Los cien errores del emprendimiento*. . Madrid, ESIC.
- Drucker, P. F. (2002). The discipline of innovation. *Harvard business review*, 80(8), 95-100.
- Duarte, T., & Ruiz, R. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia et Technica*, vol. xv, núm. 43, pp. 326-331.
- Farradonna, S. (2018). *Entrepreneurial Personality in Predicting Self-Regulation on Small and Medium Business Entrepreneurs in Pekanbaru, Riau, Indonesia*. Indonesia: J. Mgt. Mkt. Review 3(1) 34–39(2018).
- Ferreira et. al,. (2011). Revisões sistema´ticas y metaana´lisis: bases conceptuales e interpretacion. Enfoque: Mé todos contempora´neos en bioestadística (III).
- Gómez, H., & Mitchell, D. (2014). *Innovación y emprendimiento en Colombia: balance, perspectivas y recomendaciones de política, 2014 2018*. Colombia: Cuadernos de Fedesarrollo.

- González Pernía, J., & Peña, I. (2007). Determinantes de la capacidad de innovación de los negocios emprendedores en España. *Economía industrial*.
- Grasso Vechio, J. (02 de Noviembre de 2013). *Finanzas Digital*. Obtenido de Importancia del emprendimiento: <https://www.finanzasdigital.com/2013/11/importancia-del-emprendimiento/>
- Guzman, A. (2008). Emprendimiento Social: Revision de literatura. Social Entrepreneurship Literature Review.
- Importancia, u. g. (11 de Marzo de 2019). *El emprendimiento como signo de bienestar*. Obtenido de <https://www.importancia.org/emprendimiento.php>
- Iturbide-Galindo, L. (02 de Febrero de 2018). *El Universal*. Obtenido de La importancia del emprendimiento: <https://www.eluniversal.com.mx/cartera/la-importancia-del-emprendimiento>
- Katongole, C. (2012). Understanding Women Micro and Small Business Entrepreneurs in Uganda. *Investment Climate and Business Environment Research Fund (ICBE-RF)*, Research Report No. 01/12.
- Kyungeun, S., Cooper, T., Ramanathan, U., & Singh, J. (2017). Challenges and support for scaling up upcycling businesses in the UK: Insights from small-business entrepreneurs. *LATE: Product Lifetimes And The Environment 2017 Conference Proceedings* Publisher: IOS Press BV Editors: Conny Bakker, Ruth Mugge.
- Laukkanen, T., Tuominen, S., Reijonen, H., & Hirvonen, S. (2016). Does market orientation pay off without brand orientation? A study of small business entrepreneurs. *Journal of Marketing Management*, Vol. 32 Issue 7-8, p673-694. 22p.
- Lilienfeld, R. (2004). *Teorías de sistemas: orígenes y aplicaciones en ciencia sociales*. México: Editorial Trillas
- Lussier, R., Sonfield, M., Corman, J., & McKinney, M. (2001). Strategies Used by Small Business Entrepreneurs. *American Journal of Business*, Vol. 16, Issue 1, pp. 29-38.
- Madurapperuma, W. (2010). Does culture impact on Social networks of ethnic, small business entrepreneurs? *INTERNATIONAL COUNCIL FOR SMALL BUSINESS*, USA Volume: 55.

- Martin, B., McNally, J., & Kay, M. (June, 2012). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing* 28 (2013) 211–224, 2013) 211–224.
- Maureira, J. (15 de February de 2018). La importancia del emprendimiento. (L. Iturbide, Entrevistador)
- Mendoza, J. (2018). Emprendimiento de negocios propios en el Perú: el rol de los factores sociodemográficos personales a nivel de departamentos. *Estudios Gerenciales*, 34(146):19-33.
- Moshood, H., & Olawale , S. (2011). Developing Small Business Entrepreneurs through Assistance Institutions: The Role of Industrial Development Centre, Osogbo, Nigeria. *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 2; February 2011.
- Mungaray- Lagarda, A., Osuna, J., Ramírez , M., Ramírez, N., & Escamilla, A. (27(53):115-146). The Role of Local Micro and Small Business Entrepreneurship during the Economic Crisis: The case of Baja California, 2008-2011. *Frontera norte*, 2015.
- Nani, G., & Radipere, S. (2017). Shape up or ship out. Experiences of micro and small business entrepreneurs in the Bulawayo Metropolitan Province of Zimbabwe. *Investment Management & Financial Innovations*, Vol 13, Iss 2, Pp 173-183 .
- Pérez, M., Acosta, I., & Acosta & Acosta, D. (2014). Formación gerencial y epistemología. *Formación Gerencial*, 13.(1), pp.37-57
- Perks, S., & Struwig, M. (2014). Skills necessary to grow micro entrepreneurs into small business entrepreneurs. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, Vol 8, Iss 2, Pp 171-186 (2014).
- Salazar, C. (2001). *Building boundaries and negotiating work at home*. Proceedings of the 2001 International ACM SIGGROUP Conference on Supporting Group Work.162-170.
- Senthil, k., Suresh, S., Tensingh, G., & P Jayavarathan, B. (2011). Analysis of intention of professional students to become livestock business entrepreneurs in Tamil Nadu. *Department of Livestock Business Management*.

- Shahzad Shabbir, M., Saarim Ghazi, M., & Rasool Mehmood, A. (2016). Impact of Social Media Applications on Small Business Entrepreneurs. *Management and Economics Research Journal*, Vol. 2., Pages 1–6.
- Shumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Boston, MA: Harvard University Press.
- Silamani, J. (2009). Utilidad y tipos de revisión de literatura. Escuela de Enfermería La Fe. Universitat de València.
- Spinder, D. (2004). Second/Third Generation Asian Business Entrepreneurs in the UK. *Fórum Empresarial*, Vol 9, Iss 2, Pp 24-45.
- Terano, R., Zainalabidin, M., & Hakimi, J. (2015). Effectiveness of microcredit program and determinants of income among small business entrepreneurs in Malaysia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, (2015) 5:22.
- Vargas Martínez, E., Bahena Álvarez, I., & Córdón Pozo, E. (2018). Innovación responsable: nueva estrategia para el emprendimiento de mipymes. *INNOVAR VOL. 28, NÚM. 69, JULIO-SEPTIEMBRE DEL 2018*.
- Vidal, R. (2008). Latinoamericanos: ¿Emprendedores competitivos? *GCG GEORGETOWN UNIVERSITY - UNIVERSIA 2008*, VOL. 2 NUM. 2 ISSN: 1988-7116.
- Vincent, V. (1996). Decision-making policies among Mexican-American small business entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, Vol. 34 Issue 4, p1, 13p, 5 charts.
- Yong, S., & Rametse, N. (2010). The Influence Of Procedural Fairness On The Small Business Entrepreneurs And Their Perception Of The Tax Authority: A Case Study Approach. *International Review of Business Research Papers*, Vol.6, No.1 February 2010, Pp. 487-512.
- Yue Wah, C. (1993). *Social support, individual differences and well-being: A study of small business entrepreneurs and employees*. London: Vol. 66 Issue 4, p285-302. 18p. 3 Charts, 2 Graphs.
- Yue Wah, C. (1993). Social support, individual differences and well-being: A study of small business entrepreneurs and employees. *Journal of Occupational & Organizational Psychology*, Vol. 66 Issue 4, p285-302. 18p. 3 Charts, 2 Graphs.

Zulu-Valencia , M. (2018). Informal Business Entrepreneurs' Mobile Marketing Acceptance: An Expectation Confirmation Theory Perspective. *AMA Summer Educators' Conference Proceedings*, Vol. 29, pDS-14-DS-17. 4p.