

EL EMPRENDIMIENTO COMO FENÓMENO MULTIFACTORIAL: UNA INVESTIGACIÓN EN EL MUNICIPIO VALERA, VENEZUELA

*Entrepreneurship as a multifactorial phenomenon: a study in the
Valera municipality, Venezuela*

Maira Maldonado

Universidad de Los Andes, Núcleo Universitario "Rafael Rangel" (NURR), Venezuela.

maldonadom@uvm.edu.ve

<https://orcid.org/0009-0001-7212-5991>

Cómo Citar: Maldonado, M. (2025). El Emprendimiento como Fenómeno Multifactorial: Una Investigación en el Municipio Valera, Venezuela. *Momboy* (25), 406-422. <https://doi.org/10.70219/mby-252025-411>

RESUMEN

Entendido como un poder transformador que estimula el pensamiento novedoso en la sociedad, el emprendimiento se ha desarrollado a través de los años estableciéndose como un fenómeno complejo que incluye facetas sociales, económicas y humanas. Este estudio tiene por objetivo, analizar los principios y factores determinantes del emprendimiento en emprendedores en municipio Valera del estado Trujillo Venezuela. Partiendo de un tipo de estudio descriptivo y diseño de campo, se aplicó como técnica de recolección de información la entrevista y el cuestionario como instrumento, en una población y muestra de seis (6) sujetos informantes, caracterizados como pequeños y medianos empresarios, en tanto, que se encuentran formalmente establecidos y de operatividad con más cinco (5) años en el municipio y de los cuales se obtuvo acceso a la información. El estudio revela que los empresarios de Valera priorizan la identidad corporativa, la expectativa de crecimiento y el desarrollo empresarial en su experiencia. Factores como las características personales del emprendedor y el entorno de apoyo son cruciales, pero también influyen significativamente las condiciones económicas y las barreras regulatorias locales. La investigación destaca la importancia de comprender el contexto específico de la ciudad mencionada, para fomentar el emprendimiento y el desarrollo empresarial en la región.

Palabras clave: Emprendimiento, Principios, Factores, PyME.

ABSTRACT

Understood as a transformative power that stimulates innovative thinking in society, entrepreneurship has developed over the years, establishing itself as a complex

Recibido	Revisado	Aceptado
05/09/2025	19/11/2025	29/11/2025



phenomenon that includes social, economic, and human facets. This study aims to analyze the principles and determining factors of entrepreneurship in entrepreneurs from the city of Valera in the Trujillo state, Venezuela. Based on a descriptive study and field design, interviews and questionnaires were used as data collection techniques, with a sample of six (6) informants, characterized as small and medium-sized business owners, who are formally established and have been operating for more than five (5) years in the municipality, from which access to the information was obtained. The study reveals that entrepreneurs in Valera prioritize corporate identity, growth expectations, and business development in their experience. Factors such as the personal characteristics of the entrepreneur and the support environment are crucial, but economic conditions and local regulatory barriers also significantly influence the results. The research emphasizes the importance of understanding the specific context of the mentioned city to foster entrepreneurship and business development in the region.

Keywords: Entrepreneurship, Principles, Factors, SMEs.

Introducción

El emprendimiento, entendido como una fuerza transformadora que impulsa el pensamiento innovador en la sociedad, ha evolucionado a lo largo del tiempo, configurándose como un fenómeno multidimensional que abarca aspectos sociales, económicos y humanísticos.

La definición emblemática que lo describe como "el acto de crear o innovar" ofrece una aproximación, aunque no absoluta, a su significado. De esta definición se desprenden una serie de ideas claves, incluyendo la necesidad de la innovación, la asociación entre innovación y la creación de riqueza, así como su efecto en las fuentes de empleo, la conexión con el espíritu emprendedor y la creatividad, la naturaleza unitaria del acto emprendedor que puede manifestarse en cualquier fase del proceso de producción, y la importancia fundamental de las innovaciones tecnológicas.

El emprendedor se presenta como generador de la innovación junto con el progreso en las comunidades locales, siendo los emprendedores los responsables de impulsar y promover la innovación mediante la materialización de sus proyectos; esta variable ha cobrado una relevancia creciente en el ámbito local. Según Lozano (2014), el emprendimiento implica el establecimiento de una empresa nueva o en expansión, es decir, que este plan puede ser implementado por individuos o grupos, logrando la diversificación de la producción. Esta postura afianza la idea, que la creación de una empresa puede formar parte del cambio en la producción de bienes y servicios, aumentando la oferta para mejorar la calidad de vida de los habitantes de una sociedad o localidad.

Este espíritu empresarial aporta beneficios tanto económicos como sociales, así como también, aplicar la economía en el comportamiento cultural en sus distintas manifestaciones como multiplicación de valores empresariales, que se apropian en base al contexto y la realidad que se vive en las distintas localidades.

Según Pfeilstetter (2011), para comprender el espíritu emprendedor, es fundamental el reconocimiento de su complejidad y variedad, ya que abarca diversos contextos y distintas condiciones. Esta variedad, es el motivo de la formación de distintas modalidades de emprendimiento y la creación de empresas.

La función emprendedora en el desarrollo económico local y regional, subraya que las iniciativas empresariales, al crear nuevas empresas y productos, no solo generan

riqueza, sino que también impulsan cambios significativos en las estructuras económicas y sociales. En un contexto de políticas de desarrollo claras, el emprendimiento y la creación de empresas con un enfoque comunitario requieren la formulación de propuestas viables, adaptadas a las necesidades y problemas específicos de la comunidad.

En atención a lo expuesto, el estudio se centra en analizar los principios y factores determinantes del emprendimiento en emprendedores de la ciudad de Valera del estado Trujillo; que son primordiales conocer para adaptarlos a las realidades que presentan las sociedades y localidades, aportando de esta manera, información basada en realidades actuales, que merecen ser investigadas para proporcionar resultados que contextualicen el tema.

La creación y el desarrollo de acciones empresariales se han convertido en un área de interés primordial, impulsando la innovación y la generación de nuevas oportunidades, es por ello que para lograr el propósito del estudio se parte de una revisión bibliográfica del tema a través de autores que lo sustentan. Luego se aplican técnicas de recolección de información que permiten extraer y analizar la realidad objeto de estudio. El análisis se centra en principios para el emprendimiento claves, tales como la misión y visión empresarial, la identificación de oportunidades, el desarrollo de un plan estratégico de identidad corporativa y el cumplimiento de las expectativas de las empresas en estudio, así como, los elementos multifactoriales, en relación a la dimensión individuo emprendedor, del contexto o entorno y empresariales u organizacionales.

En atención a lo antes expuesto, se pretende presentar conclusiones a partir del análisis que resulte de confrontar teoría con la realidad de las actuaciones de emprendimiento en el municipio Valera, edo. Trujillo, lo que puede traducirse en acciones concretas para impulsar el desarrollo económico local. Además, con los resultados obtenidos se proporciona información valiosa sobre los principios y multifactores, que influyen en el éxito de nuevas empresas, que contribuyen al conocimiento y la práctica del emprendimiento en la región.

Fundamentos Teóricos del Estudio

El emprendimiento, como concepto, es intrínsecamente multifacético, influenciado por una constelación de factores que van desde el desarrollo socioeconómico y el contexto histórico hasta la geografía y las perspectivas analíticas. Esta complejidad se evidencia en las cuatro ópticas principales desde las que se examina el emprendimiento nacional: el sistema empresarial, la estructura productiva, la demografía de negocios y la macroeconomía.

La proliferación de definiciones en la literatura especializada refleja la evolución y sofisticación del fenómeno emprendedor. Tradicionalmente, se ha entendido el emprendimiento como el acto de crear una nueva organización, pero esta visión está en constante expansión.

Freire y Bilinkis (2004), propone que el emprendimiento trasciende la mera creación de entidades comerciales, concibiéndolo como la materialización de aspiraciones personales. En este sentido, la aplicación de metodologías sencillas y eficaces se extiende a todas las facetas de la vida, fomentando el uso estratégico de habilidades, destrezas y conocimientos para alcanzar metas, independientemente del ámbito de aplicación.

Para Varela (2001), un emprendedor es un individuo que logra identificar una oportunidad de producción o servicio y, ante ella, toma decisiones de manera libre e independiente para obtener los recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos

necesarios para iniciar el negocio. Esta acción no solo crea valor adicional para la economía, sino que también genera empleo para el propio emprendedor y, en muchos casos, para otros (p.63).

En lo anteriormente expuesto, se puede afirmar que un emprendedor debe tener ciertos atributos que lo conviertan en una persona con pensamientos innovadores, proactivos, tenaces y creativos, entre otros. Estos atributos le permiten aprovechar oportunidades para generar productos o servicios que produzcan recursos, aumentando así sus ingresos personales y beneficiando a la comunidad; desempeñando un papel de líder al apropiarse de una idea para concretarla, enfrentando y superando los desafíos que se presenten en su camino.

Ázqueta Díaz de Alda (2017) conceptualiza el emprendimiento como el proceso mediante el cual un individuo identifica una necesidad y moviliza recursos, esfuerzos además de actividades para satisfacerla a través de la innovación en la diversificación de productos y servicios que generen valor. Además, subraya la capacidad del individuo para tomar decisiones con respecto a los riesgos inherentes a dicho proceso. Es por estas razones que es necesario conocer las realidades del entorno, así como la del emprendedor.

El emprendimiento es el asiento de, una invitación que nace de la búsqueda de alternativas para producir bienes y servicios. Por esta razón, los emprendedores con una perspectiva sustentable elaboran iniciativas dirigidas a actividades que produzcan beneficios y tengan un efecto beneficioso en el bienestar personal y comunitario. Cada actividad que se emprenda conlleva necesidades por cubrir y, cuando estas se satisfacen, se consigue su aceptación y expansión.

Históricamente, el emprendimiento se ha erigido como un generador fundamental para el desarrollo holístico de las personas, implicando una expansión progresiva de sus capacidades que, a su vez, amplía su abanico de opciones y oportunidades. El fortalecimiento de estas capacidades constituye un factor determinante para impulsar la acción en diversos ámbitos sociales, fomentando el progreso y la prosperidad que se manifiestan en una mejor calidad de vida.

Es crucial destacar que el emprendimiento contribuye al desarrollo tanto de habilidades cognitivas como socioemocionales. Competencias como el trabajo en equipo, la resiliencia, la adaptabilidad y la inteligencia emocional son pilares esenciales para el éxito tanto en el ámbito empresarial como en el personal. Estas habilidades, a su vez, inciden positivamente en la calidad de vida individual al fortalecer las relaciones interpersonales, aumentar la autoestima y mitigar los niveles de estrés.

El emprendimiento es concebido como un fenómeno de la conducta humana cuyo desencadenante fundamental es la detección y aprovechamiento de una oportunidad de negocio o adopción diversa de la innovación como la introducción de nuevos productos o servicios, adopción de nuevas tecnologías de producción, introducción de nuevos métodos de gestión del trabajo, acceso a nuevos mercados, y redefinición de la organización, entre tantas otras modalidades posibles, en la producción o provisión de bienes y servicios requeridos o demandados por la sociedad.

Principios del Emprendimiento

Es factible concebir un futuro deseado para una organización, estableciendo así sus aspiraciones. Esta visión de bienestar general, aunque inicialmente pueda parecer distante, sirve como base para diseñar una proyección de metas y las estrategias más

viables para acercar a la organización a su objetivo. En este sentido, la visión se configura como una representación visual del estado futuro deseado para la organización. En esencia, la visión puede considerarse como la materialización de las aspiraciones organizacionales.

Para Caro (2019), esto se lleva a cabo frecuentemente, ya sea de manera formal a través de una declaración o de manera informal mediante un diario personal. En una declaración, la misión y visión establecen el campo, las metas y los principios fundamentales que guían la empresa (p. 61). Es así como el empresario, puede tener claro lo que desea y como a futuro lo llevara a cabo; así mismo esto es una parte fundamental de su motivación y les ayuda a movilizar a otros en su círculo de influencia, como empleados y clientes.

Visión

La visión de un empresario sobre su empresa se manifiesta en su perspectiva de negocio, que es amplia, multidimensional y sistémica. En esta visión, el empresario proyecta el futuro, busca alcanzar sus objetivos y aspiraciones, y transforma sus ideas de negocio en acciones concretas. Según Caro, un emprendedor posee competencias clave, como una clara visión del futuro, confianza en sí mismo y capacidad de sacrificio. Estos atributos son esenciales para crear un negocio exitoso que cumpla con sus expectativas. En otras palabras, un emprendedor con una visión definida combina esfuerzo y dedicación, enfocando su tiempo en lograr sus metas.

En otras palabras, un emprendedor con una visión definida combina esfuerzo y dedicación, enfocando su tiempo en lograr sus metas. Ázqueta Díaz de Alda (2017) afirma que un emprendedor tiene una visión de negocio cuando se enfoca en la creatividad, transformando ideas en realidades tangibles que todos pueden percibir. Por otro lado, Urbano y Toledano (2011) sostienen que esta visión implica proyectar la empresa hacia un desarrollo futuro potencial, considerando diversos factores como los objetivos, estrategias, planificaciones, presupuestos y la rentabilidad prevista.

La visión de negocio actúa como el faro que guía a la empresa hacia el futuro deseado, definiendo la dirección y los métodos para alcanzar sus metas. Es la hoja de ruta estratégica concebida por el empresario, que abarca desde la concepción del futuro hasta la planificación de las acciones concretas para materializarlo.

Por otro lado, la productividad se presenta como una herramienta de evaluación del desempeño en el presente. A través de la relación matemática entre la producción obtenida y los recursos empleados, la productividad ofrece una medida cuantitativa de la eficiencia con la que la empresa utiliza sus activos. En el contexto del crecimiento profesional, esta métrica se convierte en un indicador clave del rendimiento económico.

En esencia, mientras la visión de negocio se enfoca en la planificación y la dirección futura, la productividad se centra en la eficiencia operativa actual. Ambas son cruciales para el éxito empresarial, ya que una visión clara sin una ejecución productiva puede no materializarse, y una alta productividad sin una dirección estratégica definida puede llevar a la empresa por caminos no deseados. Por lo tanto, una gestión empresarial efectiva requiere tanto una visión de negocio sólida como un enfoque constante en la optimización de la productividad.

Capital y Crecimiento

Según Matthew R. Marvel et al. (2016), el capital humano se concreta como la combinación de habilidades conocimientos, experiencia y saberes que un individuo posee para realizar una tarea específica, además de su capacidad para aumentar capital humano a través del aprendizaje en proyectos empresariales. Los impulsos, habilidades y conocimientos de las personas, junto con su aprendizaje, constituyen su capacidad para aprovechar oportunidades y generar beneficios para las organizaciones a las que pertenecen.

El capital social representa un activo intangible crucial para el éxito y la expansión de un empresario y de las organizaciones en general. En este orden de ideas se puede considerar algunas premisas sobre este principio; a) En primer lugar, el capital social facilita el acceso a recursos, actuando como una llave que abre puertas a oportunidades de crecimiento. Esta conexión con redes y contactos permite a los empresarios superar las limitaciones individuales además de acceder a los medios necesarios para llevar a cabo y b) En segundo lugar, el capital social permite a los empresarios desarrollar y movilizar habilidades esenciales para la identificación y generación de oportunidades. Al interactuar con otros, se amplían las perspectivas, se obtienen nuevas ideas, también se fortalecen las capacidades para detectar nichos de mercado y desarrollar soluciones innovadoras. Esto, a su vez, conduce a la creación de una ventaja competitiva duradera para la organización. sus proyectos.

De esta manera se puede inferir que el capital social no es solo una red de contactos, sino una fuente dinámica de recursos, habilidades y oportunidades que impulsa el crecimiento empresarial y facilita la innovación dentro de las organizaciones. Los individuos con un sólido capital social están mejor posicionados para prosperar y generar valor tanto para sí mismos como para sus empresas.

Factores que Determinan el Emprendimiento

El análisis de Campos (2018), revela un entramado multifactorial que subyace al fenómeno del emprendimiento y que se asumen en esta investigación como factores claves para analizar el fenómeno del emprendimiento. Estos elementos, lejos de operar de manera aislada, configuran una estructura interdependiente esencial para la viabilidad y el éxito de cualquier iniciativa empresarial.

Entre elementos multifactoriales encontramos, en primer lugar, la motivación y determinación del emprendedor, que emergen como el motor intrínseco que impulsa la creación, así como la perseverancia ante la incertidumbre inherente al proceso innovador y a la resolución de problemas. La génesis de esta motivación, ya sea por la identificación de una oportunidad o por la necesidad, modula la intensidad de la determinación.

También se incluye la formación integral, tanto previa como continua, se establece como un pilar fundamental para el desarrollo del proyecto. Esta capacitación debe trascender el conocimiento técnico específico de la actividad, abarcando las competencias administrativas indispensables para una gestión eficiente, y de importancia para crear una red de apoyo constante.

Para Campos (2018), presenta la propuesta e iniciativa empresarial como un elemento de la motivación emprendedora; dirigida a la concepción primigenia que busca satisfacer una demanda específica, a través de un producto o servicio, constituye el punto de inflexión que da inicio a la actividad emprendedora. Su claridad y pertinencia son críticas para la posterior articulación del negocio.

En segundo lugar, se encuentra lo relacionado con el contexto y el entorno comprendido, en aspectos del ambiente organizacional en cuanto al marco jurídico, político, cultural y social, junto con la infraestructura disponible, que delimita de una u otra forma el contexto operativo en el que el emprendimiento se desenvuelve. También, se incluye en lo económico, las diversas fuentes de obtención de financiamiento ya sean de carácter público o privado, que conducen a facilitar el inicio y el crecimiento del negocio. El soporte económico, materializado en diversas fuentes de financiación públicas y privadas, actúa como el catalizador que facilita la materialización de la idea y el sostenimiento del crecimiento inicial.

Seguido del servicio de respaldo y formación, este elemento es decisivo para el inicio de una empresa, por lo que es necesario contar con centros y programas de formación que suministren el apoyo apropiado durante los primeros años de la iniciativa empresarial, para lo cual enlaces y redes apoyo para procesos de educación en la organización es un elemento clave.

Y como tercer elemento, dentro de los multifactores se encuentra el marco normativo donde se puede considerar el entorno sociocultural, económico y jurídico de la región y/o país en el que se desarrollará el proyecto empresarial; ya que se debe cumplir con las normas legales establecidas. Finalmente, el servicio de respaldo y formación continuo además de un marco normativo sensible al entorno sociocultural, económico y jurídico del país, complementan esta estructura. Estos factores exógenos ejercen una influencia significativa en las posibilidades y los desafíos que enfrenta el emprendedor.

Cada uno de estos elementos reviste una importancia trascendental para la consecución exitosa de una iniciativa emprendedora; toda vez que ejercen influencia directa sobre la aptitud del emprendedor para discernir oportunidades, afrontar los desafíos inherentes y alcanzar un desarrollo sostenido y próspero de su negocio.

En atención a lo hasta aquí expuesto, el éxito de la iniciativa emprendedora radica en la interconexión entre la experiencia subjetiva del emprendedor, la claridad de sus objetivos gerenciales y estratégicos, además, de su habilidad para desarrollar una identidad corporativa que resuene con las necesidades y el comportamiento del mercado. La comprensión profunda del consumidor y la adaptación estratégica del marketing, emergen como pilares fundamentales para la estructuración y el florecimiento de cualquier emprendimiento.

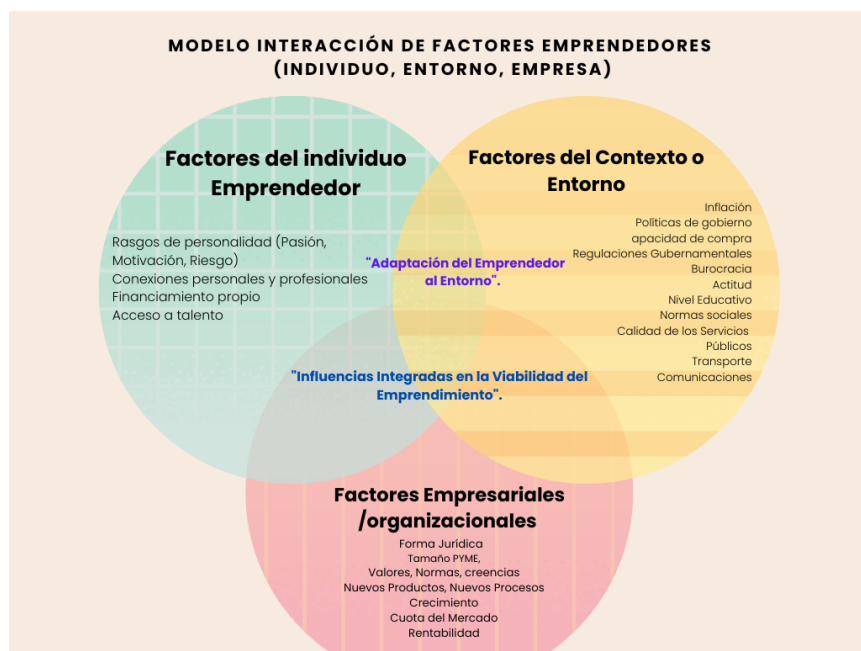
La arquitectura del emprendimiento, se fundamenta en una compleja interacción entre las vivencias y atributos individuales del emprendedor, las características intrínsecas de la propuesta de valor, las condiciones contextuales que lo rodean y los mecanismos de apoyo disponibles. Lejos de ser elementos aislados, estos componentes constituyen la base sobre la cual se edifica la viabilidad y el futuro de cualquier nuevo negocio.

Para el autor de la investigación, los elementos multifactoriales que se mencionan por Campos (2018), son esenciales en teoría y el contexto de una realidad a estudiar. Y pudieran configurarse en tres aspectos esenciales, la motivación y determinación del emprendedor que abarca elementos de personalidad base para iniciar el proceso de emprendimiento, el contexto y entorno donde se puede considerar elementos económicos, socioculturales, jurídicos, y de infraestructura. Finalmente, la creación de las empresas en el ámbito formal que incluye la estructura organizativa legal, la innovación y el crecimiento, es decir aspectos internos que están en plena conexión, de forma multifactorial e interconectada con el contexto o realidad donde está inmerso la empresa.

A continuación, se muestra la Figura 1, Modelo de Interacción de Factores Emprendedores: Individuo, Entorno, Empresa. El modelo de interacción de factores emprendedores que se presenta en la figura puede analizarse desde una perspectiva sistémica, entendiendo que el emprendimiento es un fenómeno complejo donde múltiples factores interrelacionados influyen en el éxito o fracaso de los emprendedores.

El modelo muestra la interrelación de tres grandes bloques; factores del individuo emprendedor que incluye aspectos como la personalidad, la motivación, el riesgo, las conexiones profesionales y el acceso al talento, los cuales tienen un impacto directo sobre las decisiones y el comportamiento del emprendedor.

Figura 1. Modelo de interacción



Nota: a partir de Campos (2018)

Seguido de factores del contexto o entorno, que destaca los elementos externos que afectan al emprendedor, tales como políticas gubernamentales, regulación, inflación, y otros factores macroeconómicos y sociales que condicionan el entorno en el que el emprendedor opera. Y factores empresariales u organizacionales, que refiere a las características internas de la empresa, como la forma jurídica, la estructura organizativa, las estrategias de negocio, y la rentabilidad, que también son determinantes en la viabilidad y sostenibilidad del emprendimiento.

Desde un enfoque sistémico, el modelo refleja un sistema complejo e interconectado donde los elementos de cada bloque no actúan de forma aislada, sino que están en constante interacción. La sinergia o los posibles conflictos entre estos factores impactan directamente en el desempeño emprendedor, como son: a) interacción entre los factores del individuo y del entorno, en cuanto a la adaptación al entorno. Los emprendedores deben ser capaces de ajustarse al entorno cambiante, lo que incluye entender y manejar las políticas gubernamentales, la inflación, y las regulaciones. La capacidad de adaptación puede ser vista como una propiedad emergente del sistema

emprendedor, ya que es producto de la interacción entre la motivación personal y las condiciones externas.

Además, las influencias externas sobre la viabilidad del emprendimiento, las presiones del entorno, como las normas sociales y la capacidad de compra de los consumidores, pueden influir directamente en la estrategia del emprendedor. En este caso, el individuo actúa como un agente que ajusta sus decisiones conforme a los cambios en el sistema macroeconómico; b) interacción entre los factores del individuo y los factores Empresariales, el acceso a talento y las conexiones personales tienen un impacto directo sobre la estructura interna de la empresa. Un emprendedor con conexiones y acceso a un equipo capacitado puede generar una mayor rentabilidad y crecimiento, facilitando la consolidación de la empresa dentro de un mercado competitivo.

La motivación y el riesgo del emprendedor influyen en cómo se manejan los recursos empresariales. Un emprendedor con alta tolerancia al riesgo podría estar dispuesto a adoptar nuevos procesos o expandir el negocio a mercados de mayor incertidumbre, lo que puede conducir tanto al crecimiento como a la quiebra, dependiendo de cómo se maneje esta relación, y c) interacción entre los factores del entorno y los factores empresariales, el entorno influye en la estructura interna de la empresa, especialmente en la forma jurídica adoptada, la rentabilidad y las decisiones relacionadas con la expansión de mercado.

Un entorno económico favorable con regulaciones adecuadas puede incentivar a las empresas a expandirse o innovar, mientras que un entorno inestable puede llevar a los empresarios a adoptar medidas defensivas como la reducción de costos o la reestructuración organizacional. Además, las políticas públicas y su impacto en la forma de negocio, específicamente las políticas del gobierno, pueden afectar la viabilidad y el enfoque empresarial, ya sea favoreciendo las PYME o creando barreras regulatorias. Las empresas deben ajustarse a estos cambios, lo que podría requerir adaptaciones en la estructura y estrategias organizacionales.

Siguiendo con la esencia de la interconexión de los multifactores, el elemento de emergencia y complejidad, refieren a la adaptación al entorno que se presenta como un comportamiento emergente del sistema emprendedor. A medida que los emprendedores interactúan con su contexto, la empresa, y sus propias capacidades, surgen nuevas oportunidades o amenazas que pueden modificar la dirección del emprendimiento, tales como, los feedback loops que son comunes en sistemas emprendedores. Por ejemplo, la rentabilidad obtenida por la empresa puede generar más oportunidades para el emprendedor en términos de acceso a talento o financiación, lo que a su vez puede influir en las decisiones sobre cómo adaptarse al entorno.

Finalmente, la dinámica del sistema de forma general refleja una dinámica no lineal pequeñas modificaciones en uno de los factores (por ejemplo, un cambio en la política gubernamental) pueden generar grandes impactos en el sistema general (por ejemplo, en la estrategia de expansión de la empresa). Además, la retroalimentación positiva del sistema permite que si el emprendedor, se adapta con éxito al entorno y logra hacer crecer su negocio el sistema entero se beneficia, lo que lleva a un ciclo de crecimiento continuo. Por el contrario, la retroalimentación negativa indica que, si el entorno es muy hostil o el emprendedor no tiene la capacidad de adaptarse, puede llevar al estancamiento o incluso al fracaso del emprendimiento, cerrando el ciclo de manera negativa.

Desde la perspectiva sistémica, el modelo expuesto resalta la interdependencia entre los factores internos (individuo y organización) y externos (entorno). Los

emprendedores deben navegar en un entorno complejo donde cada decisión influye y es influida por el sistema en su conjunto, lo que sugiere que los emprendedores deben ser sistemas flexibles y adaptables, capaces de ajustarse no solo a las necesidades del mercado sino también a las circunstancias cambiantes del contexto económico, social y político.

Escenario de la Investigación

El emprendimiento sostenible para el desarrollo económico es visto como un conjunto de acciones creativas que se direccionan en la búsqueda de mejorar una situación crítica o de construir algo nuevo independientemente de los recursos disponibles en el medio. Las acciones creativas que llevan emprender, dependen exclusivamente del capital humano, el cual es el encargado de proyectar ideas estratégicas capaces de transformar situaciones que alteran el buen funcionamiento de las iniciativas de negocios (Pitre, Rodríguez, Hernández & Cardona, 2017).

En este orden de ideas, para el desarrollo económico el emprendimiento sostenible se manifiesta como un proceso activo de generación de soluciones innovadoras. Este se orienta tanto a la resolución de problemas críticos existentes como a la concepción de nuevos proyectos empresariales, sin estar condicionado por la disponibilidad inmediata de recursos. La puesta en marcha de estas actividades emprendedoras está intrínsecamente ligada al potencial del capital humano, que es responsable de concebir las ideas estratégicas necesarias para modificar escenarios que impactan negativamente el progreso de las iniciativas de negocio.

En este sentido, la relevancia del emprendimiento es significativa en cualquier ámbito productivo y por ende, en el avance así como el crecimiento de las ciudades, regiones y comunidades, por ello, conociendo la vulnerabilidad de la economía venezolana, igualmente como, las condiciones de la producción la cual depende en su mayoría de los pequeños y medianos empresarios cada vez es de más relevancia el estudio de los principios básicos y los factores del emprendimiento que se encuentran presentes en la ciudad de Valera, estado Trujillo, donde se realizó esta investigación con la observación de 6 pequeños y medianos empresarios que hacen vida activa en la ciudad y que tienen establecimientos donde se producen bienes o servicios, y a su vez están formal y legalmente establecidos, además de que cuentan con una data de actividad productiva de más de 5 años y que fueron seleccionados como objeto de estudio en la presente investigación.

Fundamentos Metodológicos

Esta investigación es de tipo descriptiva que para Hernández, Fernández y Baptista (2014), “busca describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos, esto es detallar, como son y como se manifiestan” (p. 92.). De esta manera, el presente estudio busca describir exhaustivamente los principios del emprendimiento presentes en este grupo específico de empresarios valeranos, explorando cómo se presentan los factores como motivación y determinación, formación, propuesta empresarial, ambiente, soporte económico, marco normativo, como se manifiestan en su realidad y contexto de la ciudad de Valera.

El diseño de la investigación utilizado fue un diseño de campo, que según Hurtado (2000), consiste “en obtener la información de fuentes vivas o directas en su contexto natural, en un solo momento del tiempo y directamente” (p.149). En este trabajo se recolectó la información en el contexto natural, en aquellos pequeños y medianos

empresarios que realizan su actividad productiva en la ciudad de Valera, sin manipular o controlar variable alguna.

Con relación a la población de estudio, Hurtado (2000), indica que “está representada por el conjunto total de elementos que pretende examinar y conocer sus características o una de ellas, para lo cual serán válidas las conclusiones en la investigación” (p.140), en este caso específico la población está constituida por seis (6) sujetos informantes que hacen vida activa como emprendedores en la ciudad de Valera estado Trujillo, Venezuela, y que cumplen con ciertos criterios de inclusión:

Emprendedores establecidos: Los sujetos seleccionados tienen más de cinco (5) años de experiencia en el sector emprendedor, lo cual garantiza que poseen una visión consolidada y un conocimiento profundo de los desafíos y oportunidades del emprendimiento en la región.

Diversidad de sectores: Los emprendedores seleccionados provienen de diferentes sectores productivos, lo que permite obtener una visión representativa de la realidad empresarial en Valera, enriqueciendo el análisis y aportando una perspectiva más amplia sobre los factores que influyen en el emprendimiento local.

Formalidad y operatividad: Los sujetos informantes son empresarios formalmente establecidos, lo que implica que sus empresas están registradas y cumplen con los requisitos legales, permitiendo así una mayor credibilidad y precisión en los datos obtenidos. Este criterio de inclusión garantiza que la muestra esté compuesta por emprendedores que operan dentro de un marco normativo reconocido, lo cual es crucial para analizar el impacto de las políticas y regulaciones locales.

Disponibilidad de información: La elección de estos seis sujetos también se basó en la disponibilidad y disposición de los mismos para participar activamente en la investigación, lo que facilitó la recolección de datos a través de entrevistas y cuestionarios.

Estos criterios de inclusión aseguran que la población seleccionada sea representativa y relevante para el estudio, proporcionando una base sólida para las conclusiones de la investigación sobre el emprendimiento en Valera.

La técnica de recolección de la información utilizada fue la entrevista, que de acuerdo a Hurtado, (2000), permite que “la información se recoja solicitándola a otra persona”. (p. 54) el instrumento fue un cuestionario diseñado de acuerdo a la operacionalización de la variable en estudio, el mismo fue presentado a un panel de expertos que lo validaron de acuerdo a su contenido y relación con la investigación.

Resultados

El análisis de la información se presenta en tablas de acuerdo a los principios del emprendimiento y los Factores que lo determinan, a partir de ítems que corresponden a cada uno de los indicadores que permiten medir las dimensiones mencionadas, las respuestas obtenidas, y se presenta la frecuencia relativa y absoluta de los datos recolectados, que permiten desarrollar luego de los resultados el análisis respectivo. En la Tabla 1, se muestra, la información de los Principios teóricos del emprendimiento. Como se observa en la tabla 1, los resultados de estos ítems sugieren que, desde la perspectiva de los pequeños y medianos empresarios encuestados en Valera, los principios teóricos del emprendimiento que consideran clave, según su experiencia, refleja que un 66.66% que representa cuatro (4) de los empresarios del total, considera la identidad corporativa como un principio fundamental. Esto indica, que estos empresarios reconocen la importancia de definir y comunicar claramente quiénes son como empresa,

sus valores, su propuesta de valor y cómo se diferencian de la competencia. Para ellos, construir una identidad sólida parece ser un factor clave en su experiencia emprendedora.

Tabla 1.

Principios teóricos del Emprendimiento

Ítems	Respuestas Obtenidas	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
a) De los principios teóricos del emprendimiento, ¿Cuáles considera Ud., como principio clave según su experiencia?	Misión	2	33.33%
	Visión	2	33.33%
	Identidad Corporativa	4	66.66%
	Expectativa de Crecimiento	4	66.66%
	Desarrollo de la empresa	4	66.66%
b) Cómo reconoce las oportunidades de negocio?	Identifica las Tendencias	5	83.33%
	Locales	4	66.66%
	Evalúa la competencia	3	50%
	Considera recursos locales	4	66.66%
c) Cuenta Ud. ¿Con un plan estratégico de identidad corporativa?	Acceso a Financiamiento		
	Marca	6	100%
	Percepción Interna de la Marca	4	66.66%
	Lealtad de la Marca	4	66.66%
d) Puede identificar el cumplimiento de las expectativas de la empresa?	Precio Premium	3	50%
	Índice de Satisfacción del Cliente	2	33.33%
	Crecimiento de los Ingresos y Beneficios	3	50%
	Cumplimiento en los Pagos a proveedores	5	83.33%
	Cumplimiento de normativas y Leyes	5	50%
		3	

En cuanto a la Expectativa de Crecimiento, el 66.66%, menciona que al igual que la identidad corporativa, es vista como un principio clave. Esto refleja una mentalidad orientada al futuro y al desarrollo. Estos empresarios, probablemente consideran que tener una visión de crecimiento y trabajar para alcanzarla es esencial para la sostenibilidad y el éxito de sus negocios.

Similar a los ítems anteriores, el desarrollo de la empresa en un 66.66% es percibido como un principio teórico clave. Esto es un concepto amplio, que puede abarcar diversas áreas como la mejora continua, la adaptación al mercado, la innovación y la expansión. Para estos empresarios, es fundamental la idea de que la empresa debe evolucionar y desarrollarse constantemente.

En esta dimensión, un 33.33% dos (2) empresarios del total consideran que la misión es un principio clave según su experiencia. Si bien, la misión define el propósito fundamental de la empresa en el presente, parece tener una menor prioridad en comparación con la identidad, el crecimiento y el desarrollo desde la perspectiva de estos empresarios, no obstante, estos sujetos relacionan la misión con objetivos empresariales de sobrevivencia y permanecer en el mercado a largo plazo.

Al igual que la misión, un 33.33% considera la visión (la aspiración a largo plazo de la empresa) como un principio clave. Esto podría sugerir que, en el contexto de las

pequeñas y medianas empresas en Valera, la atención se centra más en el presente y en el crecimiento tangible a corto y mediano plazo, en lugar de una aspiración a largo plazo más abstracta.

A continuación, en atención a los factores determinantes del emprendimiento en la Tabla 2, se observa en relación a la dimensión de motivación y determinación del emprendedor que el 100% de los empresarios en el municipio Valera se identifican unánimemente con los rasgos de personalidad (pasión, motivación, riesgo), como factores cruciales. Esto confirma, la importancia de las características personales del emprendedor sustentado con la teoría precedente, que hace referencia a emprendedores con pensamientos innovadores, proactivos, tenaces y creativos.

En cuanto al apoyo al emprendimiento, el 100% de los encuestados destaca un fuerte sentido de conexiones personales y profesionales, financiamiento propio y acceso a talento como elementos presentes al iniciar el emprendimiento, esto sugiere la importancia del capital social y los recursos iniciales como factores claves interconectados para iniciar y sostener el emprendimiento.

Tabla 2.
Multifactores Determinantes del Emprendimiento

Motivación y Determinación del Emprendedor			
Ítems	Respuestas obtenidas	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
¿Cuáles considera que han sido los tres principales factores que más han influido en su decisión y capacidad para iniciar su emprendimiento en Valera?	Rasgos de personalidad	6	100%
	Pasión y Motivación	5	83.33%
	Riesgo	6	100%
¿Cómo describiría el nivel de apoyo (familiar, social, institucional, financiero, etc.) que sintió al iniciar su emprendimiento en Valera?	Conexiones personales y profesionales	6	100%
	Financiamiento propio	6	100%
	Acceso a talento	6	100%
¿Considera que este apoyo influyó significativamente en su decisión y desarrollo inicial?	Definitivamente	6	100%
	En la mayoría de los casos	4	66.66%
Contexto o entorno			
¿Cómo influye la situación económica actual de Venezuela y específicamente de Valera en el emprendimiento?	Inflación.	6	100%
	Políticas de gobierno.	6	100%
	Capacidad de compra	6	100%
¿Qué barreras regulatorias o políticas enfrentan los emprendedores en Valera	Regulaciones Gubernamentales	6	100%
	Burocracia	4	66.66%
¿Cómo influyen los factores socio-culturales de Valera en la actividad emprendedora?	Actitud	5	83.33%
	Nivel Educativo	6	100%
	Normas sociales	5	83.33%

¿Cómo afecta la infraestructura de Valera al desarrollo de nuevas empresas?)	Calidad de los Servicios Públicos	6	100%
	Transporte	5	83.33%
	Comunicaciones	5	83.33%
		5	83.33%
La empresa Creada Formalmente			
¿Qué tipos de estructuras organizacionales son comunes entre las nuevas empresas en Valera?	Forma Jurídica	6	100%
	Tamaño PYME	6	100%
¿Qué tipo de cultura se fomenta en las empresas emprendedoras de Valera?	Valores,	4	66.66%
	Normas, creencias	4	66.66%
Qué nivel de innovación se observa en las nuevas empresas de Valera	Nuevos Productos,	5	83.33%
	Nuevos Procesos	5	83.33%
¿Cómo se mide el éxito de las nuevas empresas en Valera?	Crecimiento	6	100%
	Cuota del Mercado	5	83.33%
	rentabilidad	6	100%

En relación a la influencia del apoyo, el 100% de los sujetos reconoce que el apoyo influyó definitivamente en su decisión y desarrollo inicial, en tanto un 66.66% confirma en la mayoría de los casos. Esto refuerza la idea, de que el entorno de apoyo es fundamental como factores que determinan el emprendimiento, a saber, el ambiente, el soporte económico, etc.

Considerando la dimensión de contexto o entorno, el 100% señala como factores que influyen en el emprendimiento el impacto de la situación económica, como es la inflación, las políticas de gobierno y la capacidad de compra. Esto indica, la fuerte influencia del entorno macroeconómico en la actividad empresarial en Valera, lo cual es coherente con la teoría que reconoce la importancia del ambiente (marco jurídico, político, cultural y social, junto con la infraestructura disponible).

En este orden de ideas, en atención a las barreras regulatorias el 100% de los sujetos encuestado menciona las regulaciones gubernamentales, y para un 66.66% la burocracia. Esta situación, refleja los desafíos que tienen los emprendedores para enfrentar en el entorno institucional, un aspecto relevante del marco normativo que mantiene conexión con el resto de los factores del contexto.

Se observa que el 100% de los encuestados sostienen que el nivel educativo influye y el 83.33% las normas sociales. Esto conecta con la discusión en el artículo sobre la complejidad del emprendimiento y cómo se ve afectado por diversos contextos. En cuanto al impacto de la infraestructura, el 100% menciona la calidad de los servicios públicos y para un 83.33%, señalan el transporte y las comunicaciones, como factores que afectan el desarrollo de nuevas empresas. Esto confirma la importancia de la infraestructura como parte del ambiente que influye en el emprendimiento.

Como se observa en la Tabla 2, la dimensión empresa creada indica en su primer elemento estructura organizacional que el 100% de los encuestados menciona que están legalmente constituidos de acuerdo al código de comercio vigente y responde a la categoría PYME en atención a su tamaño. Siguiendo con cultura empresarial, el 66.66% menciona que se caracteriza por valores, normas y creencias. Esto indica que la cultura organizacional, aunque presente, podría no ser el elemento principal en todas las empresas.

En lo referente, al nivel de innovación se observa que el 83.33% de los sujetos informantes indican la presencia de nuevos productos y nuevos procesos" de innovación en las empresas del municipio Valera. Esto se considera fundamental, ya que destaca la importancia de la innovación para el emprendimiento. Por otra parte, no menos relevante se encuentra, la medición del éxito, en este elemento el 100% califica el crecimiento y la rentabilidad y un 83.33% la cuota de mercado, lo que refleja la orientación hacia resultados tangibles y el desarrollo empresarial en dicho municipio.

Los resultados obtenidos en este estudio sobre los emprendedores de Valera coinciden con las conclusiones de diversas investigaciones sobre el emprendimiento en el estado Trujillo, lo que refuerza la validez de los hallazgos locales. Por ejemplo, el estudio de Azuaje Ferrini (2024), quien analiza los sectores económicos clave de la región, señala que los emprendedores en Trujillo enfrentan barreras estructurales, como la falta de acceso a recursos financieros y las dificultades relacionadas con el entorno socioeconómico. Estos obstáculos coinciden con los resultados obtenidos en esta investigación, donde se evidenció la preocupación de los empresarios por las limitaciones externas al crecimiento de sus negocios.

Además, el estudio de Miñano-Guillermo et al. (2023) sobre la relación entre la cultura de emprendimiento y el nivel de ingresos en el mercado distrital de Trujillo refuerza la importancia de un entorno económico y cultural favorable para el éxito de los emprendedores. En este sentido, los datos obtenidos en Valera muestran que los emprendedores, al igual que en el análisis de Miñano-Guillermo et al., valoran profundamente los factores socioculturales, como la motivación personal y el capital social, los cuales juegan un rol crucial en su rendimiento económico. Así, al vincular estos estudios con los resultados locales, se refuerza la necesidad de contextualizar los factores que afectan al emprendimiento.

Estos hallazgos refuerzan la idea de que el emprendimiento en Valera y el estado Trujillo está fuertemente influenciado por un entorno multifactorial, en el que tanto los factores internos (motivación personal, capital social) como los externos (condiciones económicas, políticas gubernamentales y barreras regulatorias) juegan un papel determinante.

Tal como señalan Azuaje Ferrini (2024) y Miñano-Guillermo et al. (2023), el contexto socioeconómico y la cultura de emprendimiento son factores cruciales que condicionan tanto la creación como el éxito de las empresas en la región. Además, se destaca la importancia de la identidad corporativa, el crecimiento empresarial y la innovación como elementos clave para la supervivencia y expansión de los negocios, lo cual se alinea con la teoría del emprendimiento que plantea que los emprendedores deben adaptarse y evolucionar constantemente para superar las dificultades del entorno. En este sentido, la investigación realizada en Valera ofrece una visión valiosa sobre cómo los emprendedores locales están enfrentando estos desafíos, adaptándose a un contexto económico difícil, pero demostrando una notable resiliencia e innovación para seguir adelante.

Por lo tanto, los resultados obtenidos proporcionan una base sólida para futuras investigaciones sobre las dinámicas emprendedoras en el estado Trujillo, destacando la necesidad de políticas públicas que apoyen la infraestructura empresarial y el acceso a recursos para fomentar el emprendimiento sostenible y de largo plazo. to en Valera dentro de un panorama económico y social más amplio.

Conclusiones

Esta investigación se analiza los principios y factores determinantes del emprendimiento en el municipio Valera, edo. Trujillo, Venezuela. La sustentación teórica subraya la multidimensionalidad del emprendimiento, abarcando desde la innovación y la creación de valor hasta el desarrollo económico y social. Se destaca el papel del emprendedor como agente de cambio, impulsando la innovación y generando oportunidades.

Los hallazgos de este estudio, revelan que los empresarios locales perciben la identidad corporativa, la expectativa de crecimiento y el desarrollo de la empresa como los principios teóricos más relevantes en su experiencia. Esto sugiere una fuerte orientación hacia la construcción de una marca sólida, la expansión del negocio y la adaptación continua al mercado. En contraste, la misión y la visión, aunque fundamentales en la teoría del emprendimiento, parecen tener una menor prioridad práctica para estos empresarios.

Por otra parte, el emprendimiento en dicho municipio se centra en aspectos tangibles y de corto a mediano plazo, como el establecimiento de una identidad clara y el crecimiento empresarial, posiblemente influenciado por las condiciones económicas, así como las dinámicas del mercado local. La investigación, también destaca la importancia que los empresarios de Valera otorgan a la marca, lo cual está en línea con la teoría que resalta la importancia de la propuesta empresarial para satisfacer una demanda específica a través de un producto o servicio.

Es importante reconocer que este estudio se basa en una muestra limitada de empresarios, lo que restringe la generalización de los resultados. Sin embargo, proporciona una valiosa aproximación inicial a la comprensión del emprendimiento en Valera, generando interés para investigaciones futuras donde se invita a poder ampliar la muestra y considerar variables adicionales, como la influencia de la innovación tecnológica o el impacto de las redes sociales en las estrategias de los emprendedores.

Los resultados subrayan la interconexión entre los factores individuales, contextuales y organizacionales que influyen en el éxito empresarial. Se confirma la importancia de las características personales del emprendedor (pasión, motivación, riesgo) y el papel crucial del entorno de apoyo inicial (capital social, financiamiento, talento). Sin embargo, los empresarios de Valera también enfrentan desafíos significativos debido a la inestabilidad económica, las políticas gubernamentales y las barreras regulatorias. A pesar de estas dificultades, se observa un grado de innovación en las empresas locales, que buscan crecer y ser rentables, lo que demuestra la resiliencia y la capacidad de adaptación de los emprendedores.

En conclusión, el emprendimiento en el municipio Valera es un fenómeno complejo moldeado por las características de los emprendedores, las condiciones del entorno y las dinámicas de las empresas creadas. Para fomentar el desarrollo empresarial en la región, es fundamental apoyar las capacidades individuales, mejorar el entorno institucional y económico, así como, promover la innovación y el crecimiento sostenible de las empresas.

Se recomienda que futuras investigaciones exploren en mayor profundidad las estrategias de construcción de identidad corporativa y gestión del crecimiento utilizadas por los empresarios en este municipio, igualmente como los factores que influyen en su percepción de la misión y la visión empresarial. Además, se sugiere investigar el impacto del entorno económico y social específico a nivel local y regional en las prácticas y prioridades emprendedoras.

Conflictos de interés: La autora declara no tener conflictos de interés.

Fuentes de Financiamiento: Ninguna declarada.

Referencias

- Ázqueta Díaz de Alda, A. (2017). El concepto de emprendedor: Origen, evolución e introducción. En A. Bernal-Guerrero (Ed.), *El desafío de emprender en la escuela del siglo XXI* (pp. 21-39). Universidad de Sevilla.
- Azuaje Ferrini, L. V. (2024). *Sectores económicos clave en el estado Trujillo que están vinculados al emprendimiento* (Trabajo especial de grado). Universidad Valle del Momboy.
- Campos, J. A. D. (2018). Los factores determinantes del emprendimiento. *eXtoikos*, 21, 13-16. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6867834>
- Caro, E. (2019). Desarrollo de valores... innovación social. *Economía y Desarrollo*, 161(1), e3.
- Freire, A., & Bilinkis, S. (2004). ¿Qué es ser emprendedor? <https://bilinkis.com/wp-content/uploads/2008/09/ser-emprendedor.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a ed.). McGraw-Hill Education.
- Hurtado, J. (2000). *Metodología de la investigación holística*. Sypos y Fundacite. <https://ayudacontextos.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/04/jacqueline-hurtado-de-barrera-metodologia-de-investigacion-holistica.pdf>
- Lozano, F. (2014). *Características personales y culturales de los emprendedores potenciales y su influencia en el autoempleo*. Universidad de Salamanca. https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/125442/DPSA_LozanoFrutos_Caracter%c3%adsticas.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Marvel, M. R., Davis, J. L., & Sproul, C. R. (2016). Human capital and entrepreneurship research: A critical review and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(3), 599-626. <https://doi.org/10.1111/etap.12136>
- Miñano-Guillermo, J. P., Valiente-Saldaña, Y. M., & Morales-Salazar, P. O. (2023). Cultura de emprendimiento y su relación con el nivel de ingresos del mercado distrital de Trujillo, 2022. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 8(16), 184-200. <https://ve.scielo.org/pdf/raiko/v8n16/2542-3088-raiko-8-16-184.pdf>
- Pfeilstetter, R. (2011). El emprendedor. Una reflexión crítica sobre sus usos y significados actuales de un concepto. *Gaceta de Antropología*, 27(1), 1-24. <https://digibug.ugr.es/handle/10481/15684>
- Pitre-Redondo, R., Rodríguez-López, J., Hernández-Palma, H. G. & Cardona-Arbelaez, D. (2017). Emprendimiento competitivo y productivo como renovador del sector salud en la Región Caribe. *Revista Espacios*, 38(42), 7-16. <http://www.revistaespacios.com/a17v38n42/a17v38n42p07.pdf>
- Urbano, D., & Toledano, N. (2011). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la Creación de empresas*. Editorial UOC. <https://books.google.co.ve/books?id=tzhg6ywNqUsC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Varela, R. (2001). La cultura empresarial como estrategia de desarrollo para América Latina. *Revista Latinoamericana de Administración*, 25(1), 45-62. https://www.researchgate.net/profile/Rodrigo-Varela-4/publication/44270931_La_cultura_empresarial_como_estrategia_para_el_desarrollo_en_America_Latina/links/55cbb87608aebc967dfe1de4/La-cultura-empresarial-como-estrategia-para-el-desarrollo-en-America-Latina.pdf