

Perfil del empresario en Puerto Rico: Un estudio de negocios en el área de metropolitana.

Alfredo Lebrón, Ph.D. & Yamalié Gómez, Ph.D.
Universidad Ana G. Méndez, Puerto Rico, alebron31@uagm.edu, gomezy2@uagm.edu

Resumen - El análisis continuo del perfil del emprendedor, nos brinda una visión actualizada sobre aquellas características y comportamientos que identifican a cierto grupo de personas como hábiles para crear o fortalecer un negocio. El presente trabajo explora los diferentes perfiles de los emprendedores de pequeñas y medianas empresas del área Metropolitana de Puerto Rico, mediante constructos definidos por el análisis de factores exploratorio. Este estudio tiene un beneficio potencial, tanto para investigadores que deseen hacer estudios comparativos, como para las entidades de gobierno y el público en general que desee tener una visión más profunda y con base empírica de los empresarios en Puerto Rico.

Palabras clave: Perfil del emprendedor, emprendimiento, PYMES

I. INTRODUCCION

Muchos países han enfrentados dificultades económicas en los pasados años y Puerto Rico no es la excepción. Dichas dificultades se han ido agudizando recientemente por diferentes razones. Fenómenos atmosféricos, cambios demográficos y crisis políticas son algunas de las principales. Como resultado, indicadores económicos como el Producto Interno Bruto (PIB) y el empleo, han disminuido considerablemente. La tasa de participación laboral continúa alrededor del 40%. Adicionalmente, se registró un movimiento migratorio de 97,000 personas luego del huracán María en el 2017. La deuda gubernamental asciende a los 73 mil millones y el impacto económico de la pandemia Covid-19 se estima en 6,600 millones.

De cara al reto que representa restaurar la economía, las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) ejercen un rol crucial, debido a su aportación al PIB, generación de empleo, su flexibilidad para adaptarse a los cambios y potencial de crecimiento. Tomando en cuenta las virtudes de las PYMES, continuar apostando al emprendimiento, como factor crítico en el desarrollo económico, es una decisión acertada.

Entender el perfil de los empresarios nos sirve como marco de referencia para identificar, incentivar y cultivar el capital humano propio y de las personas que colaboren en una empresa (Mireles, Alejos, Flores, & Villafuerte, 2015). Tomando en cuenta que las características de los emprendedores tienen un rol fundamental en el desempeño de las empresas y la necesidad de desarrollar e impulsar el espíritu emprendedor, definir el perfil de los protagonistas de uno de los sectores más importantes de la economía de nuestro país, resulta muy beneficioso.

El objetivo de este trabajo es presentar un perfil en base a las actitudes, el comportamiento empresarial, el conocimiento y las características sociodemográficas de los empresarios de pequeñas empresas en los municipios que comprenden el área metropolitana de Puerto Rico. El enfoque principal será definir perfiles de los empresarios utilizado como método el análisis de factores. También se presentará información sobre la naturaleza de los negocios, fuentes de financiamiento y variables del ambiente que influyen en la operación.

El estudio del perfil de los empresarios en Puerto Rico, nos brinda una perspectiva detallada de éstos en un momento histórico, y nos proporciona datos específicos para abordar en el desarrollo de nuevas iniciativas apropiadas para los empresarios actuales y futuros.

A. Las Pequeñas y Medianas empresas (PYMES) en Puerto Rico

Las PYMES, se definen en la Ley Núm. 62-2014, según enmendada, de la siguiente forma:

Se consideran microempresas aquellas empresas que generan ingresos menores de quinientos mil dólares (\$500,000) anuales y poseen siete (7) empleados o menos. Pequeños comerciantes son los que generan ingresos menores de tres millones de dólares (\$3,000,000) anuales y poseen veinticinco (25) empleados o menos; y medianos comerciantes aquellos que generan ingresos menores de diez millones de dólares (\$10,000,000) y poseen cincuenta (50) empleados o menos (Camara de Representantes, 2015, p. 3).

Las PYMES, son piedra angular de la economía puertorriqueña, esto debido a que comprenden la gran mayoría de los negocios en Puerto Rico y cerca de la mitad de los empleos en el sector privado del país. Para el 2014 los establecimientos PYMES en Puerto Rico totalizaron 44,848. Este a su vez representa un 90.9% del total de establecimientos privados en Puerto Rico. Para esta fecha, las PYMES emplearon aproximadamente 286,443 personas, 31% del empleo total (Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico, 2015). Entre el 2017 y el 2019, las PYMES registraron un aumento de alrededor de 12 puntos porcentuales en sus ventas al detalle, acaparando un 26% del volumen de ventas en el mercado local (Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico, 2019).

Varios expertos han opinado sobre la importancia de respaldar a las PYMES, como una importante inversión en el

crecimiento de la economía puertorriqueña. Del mismo modo estiman que el 25% de las PYMES no abrirá sus puertas luego de la pandemia Covid-19, enfatizando la necesidad del desarrollo e impulso del emprendimiento como motor económico.

B. Consideraciones sobre emprendimiento

Estudiosos del tema han definido el emprendimiento de diversas maneras. De forma general, mayoría coincide en que es una persona que ha fundado su propia empresa (Gartner, 1985) (Low & MacMillan, 1988) (Busenitz & Barney, 1997) (Brokhaus, 1980). Al emprendedor le han definido como un buscador de oportunidades, alerta a los cambios del ambiente externo (Gomez, 2013) (Kirzner, 1973). También se le reconoce como un ente generador de crecimiento económico (Mireles, Alejos, Flores, & Villafuerte, 2015). Una definición y un poco más concreta sostiene que un emprendedor es aquel que inicia con resolución acciones dificultosas para concretar una idea asociada a una oportunidad, valiéndose de sus competencias para hacerla sustentable, mejorando su realidad económica y social (Barreto & Thomas, 2015).

En el contexto de nuestro trabajo definimos como emprendedor aquella persona que, a través de sus características personales, atributos y acciones actúa e influencia determinadamente, tanto en los aspectos que caracterizan y actúan sobre el entorno, así como, en la capacidad de reconocer las oportunidades, elegir las apropiadamente y explorarlas exitosamente (Schumpeter, 1934) (Shane, 2003).

Entendiendo que existen varias razones por las cuales un individuo decide y lleva a cabo la creación de una empresa, ciertas competencias que le permitan crear, desarrollar y sustentar sus ideas de negocio resultan necesarias (Rivera & Montoro, 2015). Adicionalmente se postula que ciertas características orientadas a la creación empresarial distinguen a este grupo del resto de las personas (Mireles, Alejos, Flores, & Villafuerte, 2015). Esto último, unido al fracaso de algunas teorías incapaces de explicar porque ciertos individuos participan en comportamientos emprendedores mientras otros no, ha generado la necesidad de investigar y analizar los rasgos que posiblemente condicionan la actitud empresarial en las personas.

La literatura asociada con la Teoría Económica sugiere que el emprendedor asume riesgos asociados a la incertidumbre, con el objetivo de aprovechar una oportunidad que brinda el mercado (Miranda, Chamorro, & Rubio, 2017) (Maryunani & Mirzanti, 2015). Provee capital financiero, es un organizador y coordinador de recursos económicos, tomador de decisiones (Ripsas, 1998).

Por otro lado, algunos investigadores que estudian el perfil psicológico del emprendedor (McClelland D. , 1961) (Davidsson, 1989) (Boydston, Hopper, & Wriugh, 2000), consideran que estos individuos presentan atributos como: la innovación; propensión al riesgo; aceptación de sus responsabilidades, la creatividad, el liderazgo, entre otros. Estos rasgos a su vez han sido identificados como que están

correlacionados con el rendimiento y la creación de un proyecto empresarial (Iakovleva & Kolvereid, 2005).

C. Características de los emprendedores

Una de las principales características que ha sido relacionada con los emprendedores es un alto sentido de autonomía y deseo de independencia (Barba-Sanchez V. , 2007). Frases muy comunes entre las personas que deciden emprender un negocio incluyen: ser mi propio jefe, trabajar para mi propio bienestar en vez de el de otra persona, etc. Frases como estas, según Shapero (1985), son una declaración de valores que reflejan un alto sentido de autonomía y autodeterminación y desembocan en la creación de un negocio. Este poder de control como factor determinante del espíritu emprendedor se hace presente en varias teorías, desde la teoría de la motivación, la teoría de los rasgos personales del individuo o la teoría cognitiva (Cross & Travaglione, 2003). García del Junco, Álvarez y Reyna (2007) coinciden en que el deseo de independencia influye de manera importante en el éxito de la creación de las pequeñas empresas.

Este deseo de autonomía y libertad puede encontrarse también en la propuesta de García (1992) de agrupar las motivaciones de los emprendedores en categorías. Su trabajo identificó como parte de las motivaciones para emprender un negocio, aspiraciones personales como las “motivaciones positivas” de independencia y el interés por las tareas de dirección. De igual manera el autor identificó “motivaciones negativas” como sucesos y experiencias laborales no deseados que hayan causado frustraciones profesionales y que en cierta medida impulsan a las personas a emprender un negocio como forma de vida en vez de “trabajar para otro”. Alonso y Galve (2008) también mencionan en su investigación los factores negativos como motivos para crear una empresa.

Otra característica relacionada al emprendimiento es la necesidad de logro. Entre los primeros teóricos que planteó el tema de la motivación de los emprendedores desde el punto de vista de la necesidad de logro, encontramos a McClelland (1961). En sus escritos se puede encontrar esta necesidad como una indispensable para ser un emprendedor exitoso, a tal punto que su hipótesis atribuyó parte del crecimiento económico de las empresas al este factor (McClelland D. , 1965). Frederick Herzberg (1970) por su parte identificó en su Teoría de los Factores el logro como uno de los determinantes de la satisfacción en el trabajo. Ambos postulados de las teorías clásicas de motivación presentan la necesidad de logro como una fuerza determinante en la motivación en el trabajo.

Existen, estudios empíricos más recientes que resaltan la necesidad de logro como característica fundamental de los emprendedores y al igual que McClelland lo relaciona al éxito de las empresas creadas (Barba y Atienza, 2011 y 2012). Del mismo modo Marulanda, Montoya y Vélez (2014) en una revisión de literatura encontraron consistencia en que las iniciativas de emprender un negocio son el producto de motivaciones internas como la necesidad de logro e independencia, y que estas son más

determinantes en la decisión de emprender que los factores económicos o relacionados al poder. Más contundentes fueron los hallazgos de Barba (2007), indicando en su investigación que más del 50% de los emprendedores iniciaron su negocio por el motivo de “crear algo propio”, lo que va muy ligado a la necesidad de logro.

Otra característica que podemos mencionar es el liderazgo, factor que está significativamente correlacionado con el desarrollo de un proyecto empresarial (Iakovleva & Kolvereid, 2005), e influye directamente en la probabilidad de emprender negocios (Cuervo, 2003). Baron y Markman (2000) mencionan además que las aptitudes sociales de un emprendedor exitoso están directamente relacionadas con características de liderazgo. Adicional, la intuición ha sido relacionada con rasgos de los líderes particularmente en los procesos de toma de decisiones a tal grado que se considera una de las características principales del liderazgo (Dubrin, 2015). El éxito empresarial surge como producto de una anticipación al resto en la toma de decisiones, muchas veces valorando la intuición por encima de la supuesta viabilidad y valoración de los agentes del ambiente de negocios (Baum, Locke, & Smith, 2001).

La innovación por otro lado es el instrumento específico de los emprendedores, es el mecanismo mediante el cual se explota una oportunidad inexistente anteriormente (Drucker, 2003). Según Iakovleva y Kolvereid (2005), la innovación está significativamente correlacionados con el rendimiento y el crecimiento de un proyecto empresarial. La innovación implica la realización de algo de manera diferente a como se realizaba anteriormente. Cada iniciativa de emprendimiento conlleva satisfacer una necesidad del mercado que no se estaba satisfaciendo anteriormente, o realizarlo de manera significativamente diferente a como lo hace el resto. Todo negocio posee un elemento diferenciador que responde a estas premisas, no obstante, para este estudio se denominarán como empresarios innovadores, aquellos individuos que hayan mostrado su interés manifiesto en la búsqueda constante de hacer las cosas de diferente manera a como las hace el resto.

II. METODOLOGIA

Esta investigación es una cuantitativa, descriptiva, exploratoria y transversal. El objetivo principal es el desarrollo de un perfil en base a las actitudes, el comportamiento empresarial, el conocimiento y las características sociodemográficas de los empresarios.

El instrumento utilizado para recopilar la información necesaria para alcanzar los objetivos de esta investigación es un cuestionario. El mismo está enfocado en identificar características de los empresarios usando como base, indicadores socio-demográficos, actitudes, comportamiento empresarial y conocimiento. El cuestionario consta de dos partes. La primera parte contiene 25 preguntas cerradas enfocadas en las características sociodemográficas, emprendimiento y características del negocio. La segunda parte incluye 28 preguntas que evalúan las actitudes y comportamientos de los empresarios entrevistados. Estas actitudes van dirigidas hacia el liderazgo, la innovación, el

deseo de autonomía, aspiraciones personales, propensión al sacrificio por el trabajo y estructura laboral.

La muestra de este estudio está compuesta por empresarios de negocios pequeños registrados con patentes municipales de los municipios del Área Metropolitana de Puerto Rico que estén vigentes en el momento de la investigación. Estos sujetos son personas mayores de 18 años y residentes de Puerto Rico. La muestra está compuesta por 150 empresarios que se distribuyen por municipios de la siguiente manera: San Juan (33%), Carolina (17%), Trujillo Alto (7%), Cataño (14%), Guaynabo (17%) y Bayamón (14%).

Se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, tomando en consideración la accesibilidad a los diferentes negocios y la disponibilidad de los empresarios a participar del mismo. Las entrevistas fueron realizadas por los investigadores, utilizando el método cara a cara (face to face). En base a la definición del emprendedor que utilizamos (Schumpeter, 1934) (Shane, 2003), partimos del supuesto de esta investigación que el negocio que exista y esté en operación, es una medida de éxito.

Los diferentes perfiles de empresarios que se identificaron en este estudio fueron determinados mediante constructos que se elaboraron de las contestaciones de los participantes en las premisas de la segunda parte del cuestionario. Estos constructos (perfiles) fueron definidos mediante el análisis de factores. Las variables manifiestas que se utilizaron para estimar los factores (perfiles) corresponde a las características y comportamientos de los emprendedores (CCE) que se midieron en la sección antes mencionada del cuestionario. En otras palabras, se estudió la estructura de correlación entre un grupo de variables medidas (CCE) y asumiendo que la asociación entre estas puede ser explicada por una o más variables latentes (perfiles).

Para poder realizar una tipología de estos factores, se utilizaron las variables con mayor carga factorial, entendiendo que éstas son más representativas de cada factor. Es decir, las cargas factoriales se utilizaron para interpretar la función que cumplen las variables en el ejercicio de definir cada uno de los factores. Una vez estimadas dichas cargas, se pudo definir cuáles de las variables manifiestas “cargan” cada factor y por ende hacer una conexión entre los rasgos típicos de los emprendedores según la literatura y los resultados de nuestro estudio.

A continuación, se presentarán los principales factores (perfiles) identificados como parte de los resultados de esta investigación.

III. DESARROLLO DE LA INVESTIGACION

Hay una gran variedad de variables que definen a los emprendedores. Existe la posibilidad de construir perfiles de estos, tomando como base las características mayormente asociadas a conceptos de motivación que impulsaron a las personas a emprender un negocio. El deseo de autonomía, la necesidad de logro, características de liderazgo y la inclinación hacia la innovación, son algunos de los elementos

mediante los que se pueden definir los distintos tipos de emprendedores (ver tabla 1). A continuación, se presenta data empírica para definir los cuatro perfiles principales de los emprendedores que se lograron identificar mediante el análisis de factores.

Tabla 1
Variables y resultados del análisis de factores

| Variables | | Carga factorial |
|--------------|----|-----------------|
| Lider | L1 | 0.6029 |
| Lider | L2 | 0.7003 |
| Lider | L3 | 0.5038 |
| Lider | L4 | 0.5931 |
| innovador | I1 | 0.7357 |
| innovador | I2 | 0.6961 |
| innovador | I3 | 0.5630 |
| Autonomía | A1 | 0.5455 |
| Autonomía | A2 | 0.6189 |
| Autonomía | A3 | 0.7753 |
| Autonomía | A4 | 0.7103 |
| Aspirante | R1 | 0.5542 |
| Aspirante | R2 | 0.4524 |
| Aspirante | R3 | 0.7692 |
| Aspirante | R4 | 0.7432 |
| Sacrificado | S1 | 0.8203 |
| Sacrificado | S2 | 0.8065 |
| Sacrificado | S3 | 0.4801 |
| Estructurado | E1 | 0.7123 |
| Estructurado | E2 | 0.7029 |
| Estructurado | E3 | 0.6305 |

A. Perfil del Empresario Autónomo

Uno de los perfiles que se pudo identificar como parte del análisis de factores es el denominado Perfil del Empresario Autónomo. Este perfil se caracteriza por la propensión de los emprendedores a tener autonomía y deseo de tomar sus propias decisiones. Según muestra la figura 2 y utilizando como base la tabla 1, las variables que componen este constructo son: preferencia por tomar decisiones propias (.618), argumentar y cuestionar con frecuencia (.545), defensa de sus posturas (.775) y voluntad y determinación (.710).

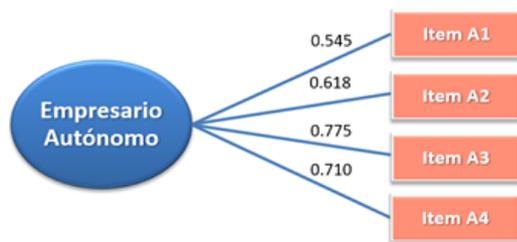


Figura 2 – Empresario Autónomo

Esta información es consistente a los estudios de Barba (2007), Shapero (1985), Cross y Travaglione (2003), Alonso y Galve (2008), García del Junco, Álvarez y Reyna (2007) y García (1992), según discutido en la revisión de literatura.

Detrás de cada iniciativa de negocios exitosa existe un individuo con sus habilidades, características y deseo imperante de hacer las cosas como entiende que se deben realizar. En la investigación de Barba (2007) se encontró que más del 75% de los emprendedores iniciaron su negocio por el deseo de “independencia personal”. De igual manera nos indican Herron y Robinson (1993) que el emprendedor, casi con total independencia de políticas y estrategias, es el factor más importante de un proyecto empresarial. El denominado Perfil del Empresario Autónomo responde a estas premisas,

valorando ese sentido de autonomía e independencia por encima de otras variables a la hora de definirse.

Según arrojó el análisis de factores, existen empresarios que valoran este sentido de independencia y lo manifiestan mediante la propensión a tomar sus propias decisiones, ante todo. Como indica Baron (2004) en su investigación, los emprendedores tienden a apostar por sus ideas y creencias, lo cual lleva a una anticipación estratégica que conduce al éxito empresarial. Los empresarios bajo este perfil mostraron una preferencia a defender su forma de pensar independientemente de que esta no sea aceptada o sea criticada. En términos generales estos emprendedores suelen mostrarse como determinados y desean imponer su voluntad en los asuntos relacionados a sus iniciativas de negocios.

B. Perfil del Empresario Aspirante

El análisis de factores arrojó como parte de sus resultados un perfil de empresarios que, debido a su búsqueda de logros, reconocimiento social y de éxitos personales, se denominó como el Perfil de Empresario Aspirante. Las variables que componen este constructo son: reconocimiento social por ser emprendedor (.769), aspiración a los logros personales (.452), disfruta el reconocimiento de sus éxitos personales (.554) y preferencia por el emprendimiento como camino al éxito personal (.743). Estos empresarios identificaron factores internos ligados a la necesidad del logro como uno de sus principales motivos para emprender.

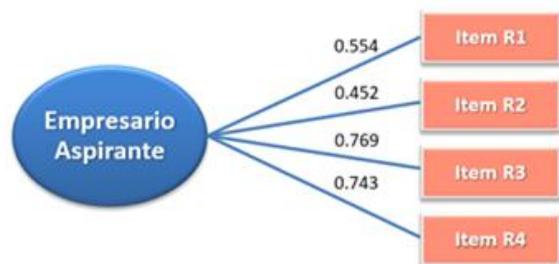


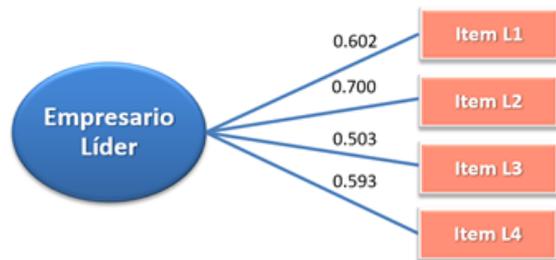
Figura 3 – Empresario Aspirante

A la luz del análisis de factores identificados como resultado de esta investigación, el denominado perfil de empresario aspirante mostró una estructura de correlación entre el grupo de variables que reflejaron características y comportamientos asociados a la necesidad de logro de los emprendedores. Este hallazgo es cónsono con varios estudios que presentan estas características como una de las principales motivaciones para comenzar un negocio y emprender. Entre algunos de los teóricos que tratan el tema del emprendimiento desde esta perspectiva se destacan McClelland (1965), Herzberg (1970), Paturel (1997), Fuentes y Sánchez (2010), Barba (2007, 2011) y Atienza (2011).

C. Perfil del Empresario Líder

Otro de los perfiles que se pudo identificar como parte del análisis de factores es el denominado Perfil del Empresario Líder. La principal característica de este perfil es la vocación manifiesta de los empresarios en proyectarse

como líderes de sus negocios. Las variables que componen este constructo son: toma de decisiones importantes en el ámbito laboral y personal (.602) una vez analizado los posibles escenarios (.503), capacidad para prever acontecimientos (.593) y la iniciativa para tomar las decisiones antes que los demás (.700).



D. Figura 4 – Empresario Líder

A este tipo de perfil hemos decidido denominarlo como “empresario líder” por las implicaciones que tiene el liderazgo en la toma de decisiones en los negocios. La toma de decisiones está íntimamente relacionada al quehacer diario de los emprendedores, no obstante, en algunos de los casos de nuestro estudio esta toma de decisiones es un factor distintivo de dichos empresarios y suele ser valorada la importancia de la misma por encima de otras variables. Diversos autores concuerdan con la relación que existe entre el liderazgo y el emprendimiento, según previamente discutido (Iakovleva y Kolvereid, 2005), (Cuervo, 2003), (Baron y Markman, 2000), (Dubrin & Andrew 2015) y (Baum 2001).

El emprendedor por naturaleza es un tomador de decisiones (Ripsas, 1998). El hecho de emprender un negocio conlleva un proceso en sí de toma de decisiones. Esto antes de tomar en cuenta una serie de alternativas que se deben considerar y llevar a cabo para lograr realizar el emprendimiento, y más adelante decisiones relacionadas a la operación del negocio en todas sus facetas.

E. Perfil del Empresario Innovador

Otro de los perfiles que se pudo identificar como parte del análisis de factores es el denominado Perfil del Empresario Innovador. Este perfil se caracteriza por una inclinación de los empresarios a generar nuevas ideas para mejorar y cambiar las cosas y poder llevar éstas a la práctica. Las variables que componen este constructo son: proponer formas de mejorar y cambiar las cosas (.696), facilidad para generar ideas (.563), facilidad para poner en práctica nuevas ideas (.735).

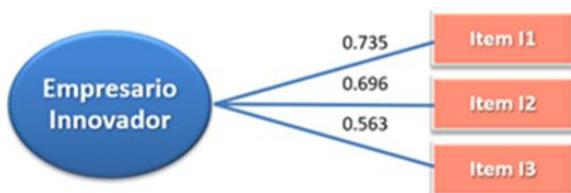


Figura 5 – Empresario Innovador

Schumpeter (1934), al igual que Iakovleva y Kolvereid (2005) y Drucker (2003), argumentan sobre la importancia de la capacidad de innovación como un rasgo característico de los emprendedores. Barba (2007) por otro lado, presenta la innovación como una característica fundamental de los emprendedores en la creación de un negocio. Desde estos puntos de vista cualquier persona que decide emprender un proyecto empresarial pudiera considerarse un innovador, no obstante, para efectos de esta investigación se consideran bajo el perfil de empresarios innovadores aquellos que valoran las variables manifiestas relacionadas a innovación como características o rasgos centrales a la hora de definirse.

Una de las variables manifiestas contenidas en el constructo denominado empresario innovador va más allá de la mera generación de ideas e incluye la puesta en práctica de estas. Según Amit y Villalonga (2004) los emprendedores innovan, identifican y crean nuevas formas de oportunidades de negocio mediante la coordinación de nuevas combinaciones de recursos. Estas combinaciones deben ponerse en práctica para extraer los mayores beneficios y elevar las posibilidades de éxito de la iniciativa empresarial.

F. Otros perfiles

Se identificaron mediante el análisis de factores otros perfiles de empresario con cargas menores. Entre estos se encuentran el denominado Perfil de Empresario Sacrificado el cual valora como una de sus características principales el sacrificio y el esfuerzo puesto en la iniciativa emprendedora por encima de todas las cosas, incluyendo tiempo libre y pasatiempos. Según García del Junco, Álvarez y Reyna (2007), esta característica denominada por los autores como “espíritu de sacrificio” no tienen tanta importancia en las cualidades que caracterizan al espíritu emprendedor. Finalmente se identificó el Perfil del Empresario Estructurado, que se caracteriza por mantener una agenda de los compromisos bien estructurada, así como una planificación metódica considerando estructura en todas las acciones que realiza para el negocio.

G. Otros Hallazgos

Otros hallazgos que vale la pena destacar como parte de los resultados de esta investigación es el hecho de que solo un 28% de la muestra indicó tener educación formal en administración de empresas o áreas relacionadas y cerca de la mitad no poseen ningún título universitario. Este último dato es congruente con los hallazgos de Tortella, Quiroga, y Moral-Arce (2011), quienes obtuvieron resultados similares sobre el nivel de educación de los empresarios en un estudio realizado en España. Existe un debate sobre la educación formal y el emprendimiento de un negocio. Autores como Parra, Rubio y López (2017) mencionan en su investigación la educación como un factor de éxito para las empresas, mientras que, Álvarez y Valencia (2008) indicaron que la educación en términos generales tiene un peso importante, pero no determinante en la creación de un negocio.

Los datos sobre la educación de los emprendedores entrevistados, compara con el hallazgo que de que la mayoría de los empresarios entrevistados indicaron haber tenido que recurrir a servicios externos de asesoramiento en áreas relacionadas al manejo de sus negocios. Esta asesoría fue enfocada particularmente en las áreas de aspectos legales de los negocios (28% de la muestra) y contabilidad y finanzas (50% y 28% de la muestra respetivamente).

Otro hallazgo relevante es que el 67% de los entrevistados comenzó su iniciativa de emprendimiento con un nivel de inversión relativamente bajo que promedió los \$20,000. Esto presenta un panorama alentador para los emprendedores de cara al futuro ya que como indica Villarreal (2013), los emprendedores consideran los factores económicos indispensables a la hora de decidir iniciar un negocio. De igual manera Gonzalo, Federico y Kantis (2013), identificaron acceso a recursos claves, entre los que se incluyen los recursos financieros, como uno de los factores fundamentales para emprender un negocio.

Finalmente, un 73% de los entrevistados indicaron utilizar las redes sociales como principal herramienta para dar a conocer su empresa, validado la ya creciente inmersión de la tecnología del mundo de los negocios.

IV. CONCLUSION

En esta investigación se reitera la importancia del estudio continuo del perfil de los empresarios puertorriqueños. Mediante el análisis de factores, clasifica diferentes características adjudicadas a los emprendedores, identificando cuatro perfiles principales: el empresario Autónomo, el Aspirante, el Líder y el Innovador. También identifica dos perfiles adicionales: el empresario Estructurado y el Sacrificado. Finalmente, incluye hallazgos relacionados al nivel de educación, inversión inicial, modernización empresarial, entre otros.

A medida que continua el estudio del tema, aumentan las oportunidades de promover el emprendimiento y desarrollar y/o fortalecer la formación de los emprendedores. Entendemos que las instituciones académicas, las autoridades públicas y hasta el sector privado, pueden ejercer un rol de gran impacto.

V. REFERENCIAS

Alonso, M., & Galve, C. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones Sociales*, 26, 5-44.

Álvarez, A., & Valencia, P. (2008). Álvarez, Un Análisis de los factores sociodemográficos determinantes en la creación de empresas en el marco de la interculturalidad. *Revista de Economía Mundial*, 18, 341-353.

Amit, R., & Villalonga, B. (2004). How Do Family Ownership, Control y Management Affect Firm Value. *EFA 2004 Maastricht Meetings Paper*(3620).

Barba-Sanchez, V. (2007). La necesidad de logro y la experiencia del emprendedor: elementos clave en el crecimiento de la nueva empresa. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 5, 121-138.

Barba-Sanchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2011). Reasons to create a new venture: A determinant of entrepreneurial profiles. *African Journal of Business Management*, 5(28), 11497-11504.

Barba-Sanchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2012). Entrepreneurial behavior: Impact of motivation factors on decision to create a new venture. *Investigaciones Europeas de Direccion y Economia de la Empresa*, 18, 132-138.

Baron, R. A. (2004). The cognitive perspective: a valuable tool for answering Entrepreneurship's basic "why" questions. *Journal of Business Venturing*, 19, 221-239.

Baron, R. A., & Markman, G. D. (2000). Beyond social capital: How social skills can enhance entrepreneurs' success. *Academy of Management Executive*, 14(1), 106-116.

Barreto, N., & Thomas, T. (2015). Profile of the rural entrepreneur: Offer under approach of competences. case: Negro primero parish (valencia-venezuela). *Anales De La Universidad Metropolitana*, 15(2), 85-117.

Baum, J. R., Locke, E. A., & Smith, K. G. (2001). A Multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal*, 44(2), 292-303.

Boydston, M., Hopper, L., & Wrigth, A. (2000). Locus of control and entrepreneurs in a small town. San Antonio, TX. Obtenido de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.577.1276&rep=rep1&type=pdf>

Brokhaus, R. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509-520.

Busenitz, L., & Barney, J. (1997). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making. *Journal of Business Venturing*, 12(1), 9-30.

Camara de Representantes. (2015). *Informe Positivo P. de la C. 2398*. San Juan: Gobierno de Puerto Rico, 17ta Asamblea Legislativa, 5ta Seccion Ordinaria.

Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico. (2015). *Segundo Informe Anual al Honorable Gobernador y a la Asamblea Legislativa Del Estado Libre Asociado de Puerto Rico sobre el Estado de Situacion de las Micro, Pequeñas y*

Medianas Empresas (PYMES) en Puerto Rico. San Juan: Gobierno de Puerto Rico.

- Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico. (2019). Crece el peso de las pymes en Puerto Rico. Puerto Rico. Obtenido de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/noticias/NEW2019829550.html?idPais=PR#:~:text=Seg%C3%BAAn%20un%20informe%20elaborado%20por,2017%20a%20mayo%20de%202019>.
- Cross, B., & Travaglione, A. (2003). The untold story: is the entrepreneurship of the 21th century defined by emotional intelligence? *The international journal of organizational analysis*, 11(3), 221-228.
- Cuervo, A. (2003). La Creación Empresarial. De Empresarios y Directivos. *Creación de Empresas–Entrepreneurship*.
- Davidsson, P. (1989). *Continued Entrepreneurship and Small Firm Business*. Stockholm : Stockholm School of Economics.
- Drucker, P. F. (2003). Purposeful Innovation and the Seven Sources for Innovate Opportunity. *The Foundations of Entrepreneur*, 30-36.
- Dubrin, A. J. (2015). *Leadership: Research Findings, Practice, and Skills*. Florence: Cengage.
- EFE News. (20 de May de 2020). El impacto económico de COVID-19 en Puerto Rico ronda los 6.600 millones. San Juan, PR. Recuperado el 16 de June de 2020, de <https://www.efe.com/efe/usa/puerto-rico/el-impacto-economico-de-covid-19-en-puerto-rico-ronda-los-6-600-millones/50000110-4251493>
- Fardelli, C., Diaz, D., Gonzalez , N., & Szlechter, D. (2012). Especificidades en el Proceso Estrategico en PYMES. *SaberEs*(Num. 4), 67-83.
- García del Junco, J., Alvarez, P., & Reyna, R. (2007). Características del emprendedor de éxito en la creación de PYMES españolas. *Estudios de Economía Aplicada*, 25(3), 1-26.
- García, E. E. (1992). Incidencia de las motivaciones personales en el proceso de creación de la nueva PYME industrial. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 1(1), 67-78.
- Gartner, W. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- Gomez, L. (2013). The process and problems of business Start-Ups. *Pensamiento & Gestión. Universidad del Norte*. 22, 232-255.
- Gonzalo, M., Federico, J., & Kantis, H. (2013). *Crecimiento y adaptación en un contexto de crisis internacional: los casos de tres empresas jóvenes dinámicas argentinas*. Los Polvorines, Argentina: Programa de Desarrollo Emprendedor (Prodem). Instituto de Industria (IDEI), Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS).
- Herbert, R., & Link, A. (1982). *The Entrepreneur: Mainstream Views and Radical*. New York: Praeger.
- Herron, L., & Robinson, R. (1993). The entrepreneurship and venture performance. *Adm. Proceeding*, 75-79.
- Herzberg, F. (1970). *The Motivation - Hygube Theory*. En V. Vroom & E. Deci, *Management and Motivation*. Tennessee: Penguin Books.
- Iakovleva, T., & Kolvereid, L. (2005). New firm performance: conceptual perspectives:Entrepreneurship Research in Europe: some key issues. *Cheltenham: Edward Elgar*, 80-101.
- Instituto de Estadísticas de Puerto Rico. (2018). *97 MIL PERSONAS EMIGRARON A ESTADOS UNIDOS EN EL 2017*. Puerto Rico: SDC-PR.
- Junta de Planificación . (2019). *La Economía de Puerto Rico en el año fiscal 2018, Indicadores Económicos en el año fiscal 2019 y perspectivas para 2020*. Puerto Rico: Gobierno de Puerto Rico.
- Junta de Planificación. (Febrero de 2020). Informe Económico mensual de la Junta de Planificación. *Resumen Económico de Puerto Rico, Vol. IV*(Num. 2).
- Kirzner, I. (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Low, M., & MacMillan, I. (1988). Entrepreneurship: Past research and future. *Journal of Management* 14(2), 139-161.
- Marulanda, F., Montoya, I., & Velez, J. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento & Gestión*, 36, 204-236.
- Maryunani, S. R., & Mirzanti, I. R. (2015). The Development of Entrepreneurship in Creative Industries with Reference to Bandung as a Creative City . *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 169 , 387-394.
- McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. NJ: D. Van Nostrand Co.
- McClelland, D. (1965). Thinking ahead- Achievement Motivation Can Be Developed. *Harvard Business Review*, , 7-24.
- Miranda, F. J., Chamorro, A., & Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention . *European Research on Management and Business Economics*, 23(2) , 113-122.

- Mireles, L. E., Alejos, A. A., Flores, C. G., & Villafuerte, G. K. (2015). Hacia un Perfil Emprendedor. *Academia Journals Celaya, Mexico*, Volumen 7, num. 4, p. 1946-5351.
- Parra, M., Rubio, G., & Lopez, L. (2017). Factores distintivos de emprendimiento que propiciaron el éxito: casos de estudio en empresarios de Ibagué, Tolima. *Pensamiento & Gestión*, 43, 89–127. Obtenido de <https://doi-org.librarylogin-um.suagm>
- Paturel, R. (1997). *Pratique du management strategique*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Ripsas, S. (1998). Towards an Interdisciplinary Theory of Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 10, 103-115.
- Rivera, C., & Montoro, M. (2015). Entrepreneurial behavior from a competence based view: A theoretical perspective. *Anales De La Universidad Metropolitana*, 15(2), 59-84.
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*, (26), 94-119. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762009000100005&lng=en&tlng=pt.
- Schumpeter, J. (1934). The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle. *Harvard Economic Studies*, 46.
- Shane, S. (2003). General Theory of Entrepreneurship : The Individual-Opportunity Nexus. *Edward Elgar Editores*.
- Shapiro, A. (1985). The entrepreneurial event. *Ohio: College of Administrative Science, Ohio State University*, 1-5.
- Soya, I. (19 de June de 2020). San Juan: Telenoticias 11am, Telemundo de Puerto Rico.
- The Financial Oversight & Management Board for PR. (August de 2018). *Final Investigative Report*. Obtenido de Financial Oversight and Management Board for Puerto Rico: <https://oversightboard.pr.gov/>
- Tortella, G., Quiroga, G., & Moral-Arce, I. (2011). ¿El empresario nace o se hace? *Educación y empresarialidad en la España Contemporánea. Revista de Historia Económica / Journal of Iberian & Latin American Economic History*, 29(1), 123-153.
- Urdan, T. (2010). *Statistics in Plain English* (3rd ed.). New York: Routledge.
- Villareal, N. (Marzo de 2013). Factores que Influyen la Creación de Empresas Pymes y Empresas Familiares. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 8(1), 11-22