

REVISTA CIENTÍFICA  
**YACHAQ**

## Cultura de emprendimiento y su relación con los bodegueros

Entrepreneurial culture and its relationship with winemakers



Marco Antonio Hernandez Muñoz<sup>1</sup>  
Universidad Cesar Vallejo  
Trujillo – Perú

Recibido:22/01/2021

Aceptado:27/10/2021

### RESUMEN

El presente trabajo de revisión teórica titulada “Cultura de emprendimiento y su relación con los bodegueros” tiene como finalidad abordar los trabajos de investigación de diferentes autores que han publicado en revistas científicas de gran confiabilidad, para lo cual se recopiló 50 artículos científicos del relacionados al temán de investigación de los cuales se han extraído 10 artículo que son de mayor relevancia por su aporte teórico y científico.

Se ha podido conocer la importancia de los emprendedores, así como las diferentes dimensiones relacionadas en los aspectos sociales, tecnológicos y personales que impulsan a los individuos a sumergirse en este desafío de emprender negocios basados en sus conocimientos empíricos para satisfacer sus necesidades personales como las de sus familias.

1 [ORCID 0000-0003-4964-8919](https://orcid.org/0000-0003-4964-8919)

También se pudo apreciar la importancia de las autoridades en proponer políticas flexibles, apoyo desinteresado para que muchos de estos emprendimientos salgan de la informalidad y así poder generar nuevos recursos en beneficio del país.

**Palabras clave:** Emprendimiento; bodeguero; tendero; micro comerciante; pequeña empresa; tienda de barrio.

### ABSTRACT

The present theoretical review work entitled "Culture Of Entrepreneurship And Its Relationship With Wineries " aims to address the research work of different authors who have published in highly reliable scientific journals, for which 50 scientific articles were collected related to the research topic, from which 10 articles have been extracted that are of greater relevance for their theoretical and scientific contribution.

It has been possible to know the importance of entrepreneurs as well as the different dimensions related to social, technological and personal aspects that drive individuals to immerse themselves in this challenge of undertaking businesses based on their empirical knowledge to satisfy their personal needs as well as those of their families.

It was also possible to appreciate the importance of the authorities in pro-

posing flexible policies, disinterested support so that many of these enterprises come out of informality and thus be able to generate new resources for the benefit of the country.

**Keywords:** Entrepreneurship, wine-maker, grocer, micro-merchant, small business, neighborhood store, among others.

### INTRODUCCIÓN

En la elaboración del artículo de revisión se utilizan diferentes fuentes de búsqueda orientados a recopilar información relevante, teniendo como plataforma de soporte a Trilce de la Universidad Cesar Vallejo, utilizando la biblioteca virtual anexada a las bases de datos como Scopus, Scielo, EBSCO, Gale académico, Proquest teniendo como variables de estudio a Cultura de emprendimiento y los bodegueros, con el objetivo de describir si existe una relación entre ellas y profundizar en el conocimiento de ambas.

El emprendimiento es una de las iniciativas más antiguas podríamos decir que es el origen de casi todos los negocios de una forma empírica y basada en conocimientos básicos y sin formación técnica, sin embargo, no se puede negar que es un esfuerzo que nace del desarrollo personal buscando brindar satisfacción para su entorno y crecer en el mundo de los negocios.

Al referimos sobre emprendimiento, se puede tener en consideración una vía de acceso al comienzo de nuevas oportunidades, teniendo como objetivo primordial de disminuir las distancias sociales, económicas y personales, partiendo del lugar donde se encuentre el emprendedor al realizar su actividad encontrar podrá sentir sus metas realizadas (Barrio et al. 2017).

La cultura de emprendimiento nos presenta diferentes dimensiones como la social, tecnológica, capacidad de gestión, retorno de ingresos entre otros y de los bodegueros podemos tomar sus sinónimos como tenderos, propietarios de tiendas de barrio, micro comerciantes serían los más utilizados de acuerdo al área geográfica donde se desarrollan sus actividades.

En el Perú tenemos la Asociación de Emprendedores del Perú (ASEP) la cual nos brinda el apoyo buscando incentivar a que estos emprendedores sean conocidos a su vez ejerce una defensa de los derechos primordiales de estos,

Para Giron y Suhey (2018) nos refieren que el comercio desde sus inicios, se desarrollaron como tiendas de la esquina o abarrotes con características comunes donde se desarrollaban. Su naturaleza jurídica por ser de fácil accesibilidad contribuía la formalidad y por su ubicación era favorable su desarrollo.

En nuestros días la información está al alcance de todos convirtiéndose en una herramienta básica para la toma de las decisiones más importantes de nuestra vida, los negocios y emprendimientos no son ninguna excepción.

El propósito fundamental de la revisión es tener bases confiables para realizar la investigación sobre Cultura de emprendimiento y su relación con los bodegueros los cuales nos servirán para estructurar los instrumentos, analizar los resultados, formular la discusión y establecer recomendaciones y conclusiones en la investigación propuesta.

Así mismo la investigación de literatura se justifica porque servirá como referente para investigaciones futuras y brindara información sobre el tema de emprendimiento y su los bodegueros y como sustento teórico para elaborar un trabajo empírico.

La pregunta planteada para la investigación es ¿Cuál es la relación de la cultura de emprendimiento y los bodegueros del distrito de El Porvenir?

Objetivo principal:

- Describir la cultura de emprendimiento y su relación con los bodegueros

Objetivos específicos:

- Analizar la cultura de emprendimiento de los bodegueros del distrito el Porvenir.
- Describir el nivel de cultura de emprendimiento en los bodegueros de El Porvenir.
- Establecer la relación entre la cultura de emprendimiento y los bodegueros.

### REVISIÓN LITERARIA

Mendoza (2020) Su artículo sobre “Emprendimiento en tiempos difíciles: una oportunidad para jóvenes” nos muestra ese anhelo de los jóvenes por utilizar su fuerza innovadora en negocios que surjan del contexto donde se están desarrollando, es así como nos muestran un análisis de jóvenes universitarios que han realizado proyectos de emprendimiento en su localidad este tipo de investigación fue descriptiva con enfoque cuantitativo mostrándonos como conclusiones Sobresalen en estas técnicas o estrategias, los factores de motivación y el apoyo que debe emprender la institución donde se encuentra el estudiante, así como el componente formativo en investigación, el desarrollo de los semilleros de investigación, con el fin de hacer más alta la labor de búsqueda y despertar en el estudiante habilidades y competencias de investigación, con el fin de evitar factores de riesgo y detectar de manera oportuna las buenas

ideas en cuanto a proyectos útiles y de alta creatividad para el desarrollo de la región.

Maldonado et al. (2020) nos presentan en su investigación titulada “Emprendimientos familiares: Fortalezas y debilidades para su continuidad publicada” en la revista Venezolana de gerencia expone que aquellas empresas tradicionales de familias exitosas han ganado un sitio importante en el mercado siendo unos de los factores relevantes el de transmitir en liderazgo a sus generaciones, así mismo la importancia de implantar una administración eficiente en la administración traerá consigo la expansión, crecimiento y éxito cuando se tomen en cuenta las ventajas y capacidades competitivas de las empresas familiares sin omitir los aspectos tributarios, políticos y legales.

Ordeñana (2020) nos presentan su estudio titulado “¿tiene valor todo tipo de emprendimiento? El aporte de la actividad emprendedora al crecimiento económico” nos refiere que muchos países desarrollados vienen ejecutando programas especiales para incentivar la cultura emprendedora (espíritu empresarial) con el propósito de contribuir a que obtengan un crecimiento personal, empleo y el bienestar económico esto basado en la necesidad de los individuos, este estudio se realizó en 61 países por un periodo de 14 años.

Los principales hallazgos conseguidos son: referido al espíritu empresarial es importante, pero solo una parte puede contribuir al crecimiento económico, la innovación y el conocimiento productivo tienen un mayor impacto en los países desarrollados que en los países en desarrollo. Con respecto al efecto del espíritu empresarial en los países en desarrollo, nuestros resultados son alentadores pero limitados; se ha encontrado una relación positiva entre el espíritu empresarial dinámico y el crecimiento económico cuando la medida se basa en la expectativa de más de 20 empleados, es decir, empresas de alto crecimiento (en términos de empleo). Sin embargo, este resultado para ambas etapas de desarrollo podría estar sesgado por la percepción de los encuestados que no se pudo limpiar en absoluto, adicionalmente, esto también podría limitar la generalización de los hallazgos, específicamente para los países en desarrollo. Además, en los países en desarrollo, los resultados muestran que el espíritu empresarial está limitado por el entorno específico del país (por ejemplo, el desempleo y el capital humano) y está atenuando el efecto del espíritu empresarial y los procesos productivos según Ordeña et al. (2020).

León (2019) en su estudio sobre *“Emprendimiento empresarial y crecimiento económico en Perú”* tuvo como objetivo principal determinar la influencia del emprendimiento empresarial sobre el

crecimiento económico en Perú. Para ello, con información correspondiente al período 2007-2017 y 24 departamentos peruanos existente para lo cual se empleó el método de mínimos cuadrados existentes cumpliendo al finalizar el estudio con el objetivo propuesto se llegó a las siguientes conclusiones que presenta un crecimiento del 1% que implica el 0.68% del PBI en la tasa del PBI per cápita por departamentos, el presente estudio, marca diferencia porque se determinó econométricamente que el ritmo del crecimiento económico peruano y las diferencias departamentales tienen estrecha relación; lo cual implica que, con la finalidad de alcanzar tasas de crecimiento económico más elevadas y homogéneas entre los departamentos, se puede observar que una de las falencias es que la investigación careció de una más amplia base de datos, porque no se hicieron las pruebas de temporal de las variables, tampoco se ejecutaron regresiones con el modelo de efectos fijos y de efectos aleatorios. Por ello, se sugiere investigar la relación entre el emprendimiento empresarial y el crecimiento económico, añadiendo al sector informal.

Girón y Ayala (2018) en su investigación titulada *“Las tiendas de barrio de la zona metropolitana de Guadalajara: las singularidades del comercio al detalle”* refiere que la etapa de distribución representa una de las etapas más importantes y complejas del sistema de distribución

de alimentos toda vez que en ella se manifiestan los efectos de los cambios sociodemográficos más importantes de las últimas décadas, así como también las grandes contradicciones que existen entre los actores del comercio tradicional y las grandes cadenas comerciales, normalmente se concede al comercio tradicional para permanecer en el mercado, el análisis de las características sociodemográficas distintivas de las tiendas de abarrotes o tiendas de la esquina de la segunda zona metropolitana más grande de México, se puede apreciar que este modelo comercial seguirá siendo esencial para el abasto de productos alimentarios y, en menor medida, no alimentarios de los consumidores de bajos ingresos. La mayor relevancia es que el propietario del negocio quiere mantener su autoempleo amparándose en el trato directo con sus clientes que será utilizado como herramienta de marketing para cimentarse en el sector de barrios.

Pérez et al. (2018) nos presentan su trabajo de investigación "Percepción sobre la Cultura Emprendedora en la facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM" el cual concluye en que: presenta una cultura de emprendimiento pero es necesario fortalecer esta con la intensificación de educación de la cultura emprendedora, así mismo nos refieren que es conveniente implementar un modelo

integrado de gestión estructurando una malla curricular que tenga armonía con la realidad en la cual se desarrollan los emprendedores y estimular su difusión mediante talleres, ferias y concurso que fortalezcan la percepción de los estudiantes.

Rojas et al. (2018) nos presentan su investigación titulada "El motor de la economía solidaria para fomentar una cultura de emprendimiento sostenible" teniendo como finalidad los elementos claves de la economía competitiva en la ejecución de nuevas propuestas de negocios concluyendo en que como un reto ambicioso en cuanto a la economía solidaria es el ámbito de la educación, el cual permitirá pasar de la teoría a la realización concreta e acciones echando por tierra el desinterés de las organizaciones tradicionales. Esto nos muestra que si las empresas emprendedoras son sostenibles involucrado a sus agentes internos y externos fortaleciendo su misión y visión.

Barrios et al. (2017) manifiestan en su trabajo "Emprendimiento social, una mirada a la equidad" refiere que para desarrollar una transformación social, a partir de la reducción de los indicadores de pobreza se debe de confrontar las diferencias de los ciudadanos con las condiciones que el país les presenta, la educación es la encargada de brindar a las presentes y futuras generaciones las herramientas necesarias para

potencializar el emprendimiento social y la inclusión social como estrategia de equidad y paz sostenible.

Schnarch (2014) en su trabajo de investigación titulado “Sobre el emprendimiento en América Latina: Mitos y realidades” considera al emprendedor como el individuo como innovador en las actividades que se pueden generar, pero remarca que es relevante analizar el comportamiento de los consumidores o clientes, en cuanto a sus hábitos (comportamiento de compra) el lugar habitual donde realizar sus compras (distribución y logística) y estar al corriente del requerimiento de lo que quieren satisfacer (comunicación) y brindar una orientación personalizada ( producto o servicio).

Betancourt (2004) nos refiere en su investigación titulada “La capacidad Emprendedora y el desarrollo de nuevas empresas” concluye que existen algunos fundamentos teóricos que sustentan la importancia de capacitarse, pero también encontramos un gran soporte teórico conceptual que respalda el análisis relacionados a la capacidad emprendedora que permite crear nuevas empresas, es así como en la actualidad , esa fuerza de emprender trae consigo el nacimiento de empresarios natos con habilidades diferentes para los negocios a los cuales se les denomina emprendedores, basados en su propio co-

nocimiento de una actividad específica o de un nuevo producto o producción, reflejando la esencia se ellos mismos para satisfacer sus necesidades.

## METODOLOGÍA

Para este artículo de revisión se utilizó las bases de datos, de carácter exploratoria y descriptiva en las bases de datos como: Scopus, Scielo, Dialnet, Redalyc.org, Pro Quest, Gael, Ebsco entre otros realizándose una revisión de 50 artículos indexados en revistas de investigación científicas y obteniéndose aportes muy importantes de los años 2004, 2017, 2018, 2019 y 2020 de diferentes autores y medios geográficos que contienen a una o dos de las variables en estudio.

Como se puede analizar en la revisión sistemática sobre el concepto de Cultura de emprendimiento y su relación con los bodegueros, encontrados en la literatura disponible en las bases de datos de las revistas: Redalyc, Scopus, Elsevier, Quo prost, Scielo, Gale, Ebsco entre otras entre los años 2004 -2020.

La investigación de carácter transversal, basado en la sistematización de los planteamientos y resultados de investigaciones globales, latinoamericanas sobre la cultura de emprendimiento y los bodegueros, tenderos o comerciantes de barrio.

Como criterios para la selección de la

de los artículos y trabajos se tomó en cuenta el lugar donde se desarrollaron, el periodo de tiempo de cada trabajo no mayor de 5 años a excepción de un trabajo del 2004 por contener información relevante y enfocada directamente con el tema de la investigación, a la vez los datos fueron recopilados con los criterios de las variables de estudio de la investigación revisando fuentes de revistas indexadas, repositorios de prestigiosas universidades.

Se tomó como referencia para este trabajo 10 artículos que se ajustan a los objetivos del tema de estudio de carácter global, siendo los criterios de inclusión la presentación de sus referencias y prioridades por tratar las variables de importancia del presente estudio.

Así mismo se utilizó la biblioteca virtual de la Universidad Cesar Vallejo y de la Biblioteca de Concytec digitalizado todo en el programa Microsoft office 2018.

## **DISCUSIÓN Y RESULTADOS**

En los resultados dos podemos distinguir que los diferentes autores concuerdan en que la cultura de emprendimiento es un mecanismo que fortalece la sociedad, pero a la vez esta debe de estar acompañada de una capacitación previa o si ya se inició la actividad de emprendimiento.

Así mismo podemos apreciar en los ar-

tículos investigados la Cultura de emprendimiento guarda estrecha relación con las diferentes variables con las que se pretenden relacionar desde el punto de vista que es una necesidad imperante que el emprendimiento se lleve a una solides eficiente y eficaz en todas sus dimensiones involucradas.

También nos presentan esa relación con las tiendas de barrio, pequeños comerciantes y micro negocios de cualquier tipo de giro del negocio haciendo referencia que el aspecto motivador del emprendedor puede generar ideas de negocios innovadoras que les permitirán salir del subempleo o desempleo cualquiera sea el género o edad.

Se puede apreciar que el enfoque al emprendimiento se viene desarrollando en todas las esferas sociales, económicas y geográficas esto debido a la gran necesidad de buscar una calidad de vida mejor y también en desarrollar sus capacidades adquiridas de manera empírica como adquirida mediante factores educativos.

Se debe mencionar que no solo en nuestro entorno nacional el emprendimiento cada día crece de diferentes formas sea formal e informal y el aspecto más relevante es que estos últimos (informales) deben de formar criterios concretos para que esos nuevos emprendimientos se fortalezcan y perduren en el tiempo dando por ello

a establecer bases sólidas que serán nos solo de beneficio para el emprendedor sino también para la sociedad donde se desarrollan.

Es preciso recalcar que en Perú a comparación con otros países de Latinoamérica los emprendedores son marginados por el gobierno debido a que es simple hecho de querer formar negocios se ven frente requisitos que se imponen a grandes empresas establecida hace mucho tiempo y con economías fuertes, mientras que el emprendedor en especial los bodegueros dan inicio a sus negocios con capitales menores y en cuyos casos son producto de sus ahorros o prestamos de familiares y amigos.

Otro aspecto importante encontrado es de la participación del gobierno en sus diferentes niveles para que estos emprendedores pasen de una informalidad que cada día es mayor a considerar todos los aspectos que un negocio acorde a las políticas legales, económicas y tributarias, siendo este el mayor escoyo de no formalizar dichos emprendimientos.

## CONCLUSIONES

Luego se realizó el planteamiento del objetivo, se diseñó el plan de búsqueda de la información a través de los criterios de inclusión y exclusión, los cuales se describieron teniendo en cuenta el

principal término de búsqueda “Cultura de emprendimiento, del cual se desgranar otros términos que se anexan y se conjugan para hacer más efectiva la búsqueda.

Son catalogados como buena calidad aquellos artículos que se desarrollan en contextos de crisis y donde el término emprendimiento es desarrollado desde el aporte mismo de la formación que permite y facilita el desarrollo del presente artículo.

Es así como esta investigación, plantea la necesidad de revisión sistemática basada en hallazgos de investigaciones relacionadas a Cultura de emprendimiento y sus diferentes campos de aplicación.

Se encontraron coincidencias en cuanto a la definición de emprendimiento, sus aspectos relevantes que involucran este tema tan extenso de explorar.

Finalmente, esta revisión sistemática, proporcionará una valoración cualitativa y cuantitativa basada en unas consideraciones previas y da respuestas a la pregunta de investigación, mencionando concepto de emprendimiento, disponible en la literatura científica de las revistas de cada una de las bases de datos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almodovar M. (2018) Tipo de emprendimiento y fase de desarrollo como factores clave para el resultado de la actividad emprendedora, Complutense.
- Altamirano P. y Sánchez K. (2012) el comercio informal y sus efectos en el desarrollo de actividades formales de emprendimiento en la Parroquia Virgen De Fátima-Km-26, Universidad Estatal De Milagro, Ecuador.
- Álvarez C. y Urbano D. (2013) Diversidad cultural y emprendimiento, Universidad de Zulia.
- Arroyave A. y Marulanda F. (2018) Environmental entrepreneurship and public policy: the case of the Programa Emprender para la Vida (Entrepreneurship for Life Program), Universidad del Valle / Cali – Colombia.
- Barrios I., Niebles W. y Montenegro A. (2017) Emprendimiento social, una mirada a la equidad Investigación e Innovación en Ingenierías, volumen V.
- Batltar F. (2012) estructura de oportunidades y comportamiento emprendedor: empresarios argentinos en Cataluña, España, Universidad nacional de Mar del Plata.
- Betancourt B. (2004) La capacidad emprendedora y el desarrollo de nuevas empresas, Universidad del Valle N° 32.
- Bouby F. (2015) la importancia del emprendimiento social frente al proceso de globalización de la economía y los mercados, *Revista de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM*
- Castillo P. (2015) *Emprendimiento y cultura: una aproximación al concepto de disonancia cultural aplicación en el sector turístico de la ciudad de Medellín, Colombia, Universidad de las Palmas de Gran Canaria.*
- Cordoba J. (2016) Análisis de la relación entre las tiendas de barrio de Rosablanca y sus clientes como uno de sus grupos de interés, Corporación Universitaria Minuto de Dios Centro regional Girardot.
- Constitución Política del Perú (1993) relacionado al derecho al trabajo. Decreto Supremo 005-91-TR: Reconocen al trabajador ambulante la calidad jurídica de trabajador autónomo Ambulatorio.
- Cruz Z. (2015) El Acto De Emprender En Pymes Familiares Del Sureste Mexicano, *Revista Forum Doctoral.*
- Diaz J. y Villamil j. (2020) La otra

- cara de la moneda: protección constitucional de la empresa, el emprendimiento y la libre competencia en Chile y Colombia, UniCEUB.
- Giraldo J., Briceño P. y Ramirez C. (2009) impacto de la entrada de las grandes superficies de sobre las tiendas y micromercados de barrio de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, Universidad autónoma de Bucaramanga.
- Girón V. y Ayala S. (2018) Las tiendas de barrio de la zona metropolitana de Guadalajara: las singularidades del comercio al detalle, Espacio Abierto Cuaderno Venezolano de Sociología.
- Escobar E. y Escobar G. (2015) Tiendas de barrio responsabilidad social: caso Fusagasugá, Colombia.
- León-Mendoza, J.C. (2019). Emprendimiento empresarial y crecimiento económico en Perú. *Estudios Gerenciales*, 35(153), 429-439. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2019.153.3331>
- Maldonado R.M., Duarte T. M., Cabrera G. V. y Jimena S.E., (2020) Emprendimientos familiares: Fortalezas y debilidades para su continuidad, *Revista Venezolana de Gerencia*.
- Marulanda F., Montoya I. y Vélez J. (2014) Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor, Universidad nacional de Colombia
- Mendoza G.J., Sánchez T. A., Muñoz A. D., y Usme S. A., (2020) Emprendimiento en tiempos difíciles: una oportunidad para jóvenes, Universidad de Zulia.
- Ordeñana X., Vera P., Zambrano V. y Amaya A. (2020) ¿Tiene valor todo tipo de Emprendimiento? El aporte de la actividad emprendedora al crecimiento económico, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Escuela de Posgrado en Administración de Empresas, Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Ortiz V., Cabo C. y Betancourt B., (2014) Análisis bibliométrico del campo de formación de emprendedores, Universidad del Valle, Colombia.
- Paz Y. y Espinosa M. (2019) Emprendimiento femenino en México: factores relevantes para su creación y permanencia, Universidad de Nariño.
- Pantoja M., Arciniegas G., Álvarez S. y Enríquez J. (2019) Factores que influyen en los emprendimientos de los artesanos de San Antonio De

- Ibarra, Universidad regional de Los Andes.
- Patiño C. y Bernal C. (2005) Las competencias de emprendimiento de los tenderos, Revista Escuela de Administración de Negocios, ENAN.
- Palacios J. (2015) Desarrollo de oportunidades sociales sostenibles: comunidad del barrio el Dorado, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.
- Pérez E., Tito P. y Thupa G. (2018) Percepción sobre la Cultura Emprendedora en la facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Administrativas, Centro de investigación. Lima, Perú.
- Ramos C. (2015) Los paradigmas de la investigación científica, Universidad de las Américas, Ecuador.
- Rojas E., Alba J. y Amaya N. (2018) El motor de la economía solidaria para fomentar una cultura de emprendimiento sostenible, perfiles gerenciales en gestión social y solidaria.
- Suarez F., Vengoechea J., Landazury L., Noriega L. y Mejía E. (2019) Gestión estratégica en la cultura del emprendimiento de las instituciones universitarias. Universidad de Nariño.
- Serrano A. y Fernández C. (2018) De la metáfora del mercado a la sinécdoque del emprendedor: la reconfiguración política del modelo referencial de trabajador, Complutense.
- Schnarch A. (2014) Sobre el Emprendimiento de América Latina: mitos y realidades, Universidad metodista de Piracicaba.
- Trelles A. (2020) Los migrantes de retorno en tiempos de pandemia en el Alto Piura, Centro Peruano de Estudios Sociales.
- Jonama I. (2017) Factores y características que atraen la inversión de capital en la economía colaborativa, Universitat Tècnica de Catalunya.
- Vargas B. (2007) Políticas de fomento a la competitividad de la pequeña empresa, Universidad ESAN.
- Villarejo S. y Molina Y. (2017) Oportunidades de acceso al mercado financiero para las MIPYME de la ciudad de Santiago de Cali. Revista gestión et desarrollo, 14, 89-104.
- Villanci C. y López M. (2013) Conocimiento administrativo y comercial de los tenderos en el norte de la ciudad de Guayaquil, Universidad Católica de Guayaquil.