

La cultura emprendedora para la generación de negocios en adolescentes

The entrepreneurial culture to generate business in adolescents

Grace Beatriz Rodríguez Loor. MSc ⁽¹⁾

Martha Yadira García Briones. MSc ⁽²⁾

Nancy Gissela Bravo Rosillo. MSc ⁽³⁾

(1) Universidad San Gregorio de Portoviejo, Carrera de Finanzas, Portoviejo – Ecuador,
gbrodriguez@sangregorio.edu.ec

(2) Universidad San Gregorio de Portoviejo, Carrera de Gestión Empresarial, Portoviejo – Ecuador,
mygarcia@sangregorio.edu.ec

(3) Universidad San Gregorio de Portoviejo, Carrera de Finanzas, Portoviejo – Ecuador,
ngbravo@sangregorio.edu.ec

Contacto: gbrodriguez@sangregorio.edu.ec

Receptado: 17/09/2017

Aceptado: 12/11/2017

Resumen:

La cultura es el medio por el cual se le transmite al individuo valores sociales y se fortalece su actitud para la toma de decisiones al momento de emprender acciones importantes para su vida. La participación de la familia, su formación educativa y el interés del gobierno para poder desarrollar nuevos emprendimientos innovadores son los aportes que se esperan alcanzar para contribuir al desarrollo local. Desde este punto de vista, es necesario identificar cuáles son las barreras que se presentan en la formación del bachiller a la hora de emprender. Las instituciones educativas son las llamadas a encaminar las potencialidades individuales y a forjar la iniciativa emprendedora. Los estudios realizados sobre la iniciativa emprendedora de los bachilleres muestran debilidad. El objetivo de ésta investigación determinó qué aspectos influyen en un adolescente al momento de generar ideas de negocio, en el cantón Portoviejo. En la investigación se utilizó el método teórico y dentro de este el método descriptivo para describir la cultura emprendedora y la importancia de la participación de los adolescentes. La aplicación del método analítico permitió analizar los resultados obtenidos a través de la aplicación de encuestas. El método sintético orientó la redacción

La cultura emprendedora para la generación de negocios en adolescentes

de las conclusiones y su discusión. El artículo por consiguiente concluye que el entorno cultural emprendedor de los jóvenes bachilleres si influye en la decisión al momento de emprender.

Palabras Claves: Emprendimiento, emprendedurismo, innovación, educación, desarrollo local.

Abstract:

The entrepreneurial culture to generate business in adolescents

Culture is the means by which is transmitted to the individual social values and its attitude for decision-making is strengthened at the time of important actions for their life. The participation of the family, its educational background and the interest of the Government to develop innovative start-ups are the contributions that are expected to achieve to contribute to local development. From this point of view, it is necessary to identify what are the barriers that arise in the formation of the Bachelor at the time of launch. Educational institutions are called to steer the individual potential and to forge entrepreneurial initiative. Studies on the entrepreneurship of the Bachelors show weakness. The objective of this research determined which aspects influence in an adolescent at the time of generating business ideas, at Portoviejo city. In the research was used the theoretical method and within itself the descriptive method to describe the entrepreneurial culture and the importance of the participation of adolescents. The application of the analytical method allowed analysis of the results obtained through the applications of surveys. The synthetic method oriented to the drafting of the implementation of surveys. The synthetic method oriented to the drafting of the conclusions and discussion. The article therefore focuses on analyze if entrepreneurial cultural environment of the young high schoolers influences the decision at the time of launch.

Keywords: Entrepreneurship, business adventure, innovation, education, local development

Introducción

En los actuales momentos uno de los temas de interés en el área de la gestión de emprendimiento se centra en promover en los adolescentes la necesidad de dar solución a problemáticas del mercado, a través de la generación de nuevos emprendimientos creativos, innovadores y con valor agregado. La cultura emprendedora de los jóvenes bachilleres evidencia notables deficiencias a la hora de realizar una actividad emprendedora.

La cultura emprendedora para la generación de negocios en adolescentes

Las instituciones educativas, a pesar de haber incorporado en su malla curricular la asignatura de Emprendimiento y Gestión, no han logrado introducir al mercado nuevos negocios por oportunidad que cubran o creen las necesidades insatisfechas a nivel nacional, la idea es que lo que se genere a dentro de las instituciones educativas sean emprendimientos con innovación y que impulsen a la sociedad en su desarrollo local (Ginesta, 2013).

Wompner (2012) señala que, si el espíritu emprendedor de los adolescentes estuviera ligado al poder de decisión para lograr ejecutar su proyecto de vida, desde cualquiera de sus instancias educativas: básica superior, bachillerato, universidad, su aporte a la sociedad sería elevado. Por lo tanto, concluye que es urgente fortalecer la cultura emprendedora en el individuo desde edades tempranas.

Esta investigación está enfocada a determinar qué se está haciendo en temas del fortalecimiento de la cultura emprendedora desde la educación portovejense, dado que, al ser estimulada de manera adecuada, ésta puede contribuir con la generación de negocios impulsados por los adolescentes.

El emprendimiento es un tema de interés por su aporte al desarrollo de cualquier localidad. Existen autores que vinculan esta definición a la figura de un emprendedor. Sin embargo, el emprendimiento, como tal lo especifica la Real Academia Española, es la acción de acometer o de iniciar algo (Asociación de Academias de la Lengua Española, 2014). De allí que se requiere identificar cuáles son los aspectos de la cultura emprendedora que influyen más en las personas a la hora de realizar emprendimientos.

La cultura emprendedora se hace visible en el campo empresarial a partir de la identificación de los emprendedores y sus ejecutorias. Autores como Cantillon (1755) otorgan esta denominación a quien asume riesgos, tal como lo hace el agricultor, quien siembra su cosecha sin conocer si la producción será rentable o si su precio en el mercado cubre los costos y obtendrá ganancias. Otros autores, en cambio, visualizan al emprendedor como aquella persona que está en permanente cambio, mejora sus procesos de producción, abre nuevos mercados y aporta al desarrollo económico de su país (Schumpeter, 1982).

La cultura emprendedora es parte de una sociedad. Está encaminada a la aplicación de valores, creencias, hábitos, actitudes en las que el ser humano participa activamente durante toda su vida. Para lograrlo forma empresas e inscribe la actividad emprendedora como un aporte social (Vidal, Soria, & Martínez, 2012).

Para García, Pizarro, Castellanos, & González (2014), la cultura emprendedora debe desarrollar competencias, como trabajo colaborativo y la comunicación eficaz. Se requiere de un trabajo continuo para formar a una persona que sea resiliente ante el fracaso (Gobierno del Principado de Asturias, 2013, pág. 30). Eso se debe hacer desde la edad temprana para formar la capacidad de decisión de una persona, su liderazgo y su visión emprendedora (Gálvez, 2014).

Preparar a una persona ante el fracaso es un proceso que, a lo largo de la vida, permite a los adolescentes superar situaciones no esperadas en un emprendimiento. En este respecto, las estadísticas de sostenibilidad de negocios desarrollados no son muy satisfactorias en el Ecuador. Estudios sobre los estilos de afrontamiento y otros factores demográficos requieren de estrategias que contribuyan a una incorporación pertinente del adolescente frente a una situación difícil (Vinaccia, Quiceno, & Moreno, 2007).

La adolescencia considerada como el paso que el individuo realiza entre la niñez y la edad adulta, entre los 10 hasta los 19 años, engloba no sólo su cambio corporal, sino también aspectos diferenciadores entre su condición social y el logro de las metas propuestas. A partir de algunos estudios sobre el crecimiento económico de un país y la incorporación de nuevos puestos de trabajo en las Pymes, han podido determinar la influencia de la participación activa de los jóvenes en el entorno socio-económico en el sector donde se desenvuelven. Específicamente, por su aporte a la fuerza productiva (Pérez & Santiago, 2002).

Algunos países promotores de la cultura emprendedora estudian la relevancia que tiene el emprendimiento a nivel mundial. Por ejemplo, México creará, en ese sentido un programa público que albergará a 172 planteles, en los cuales inyectará aproximadamente 10 mil pesos para las personas que estén interesados en emprender (Carlos, Contreras, Silva, & Liquidano, 2015).

En España, por su parte, se busca mejorar la brecha que existe en todas las etapas de la vida escolar de una persona, y propone aplicar estrategias que estimulen el empoderamiento de la cultura emprendedora desde el docente hacia el estudiante. Se tiene en cuenta que el profesorado, se convierte en el primer eslabón de la cadena educativa, y la influencia de éste en la vida de un estudiante puede ser fundamental, pero este apoyo no es independiente. Requiere del apoyo de la familia del estudiante para potenciar su cultura emprendedora. Juntos, lograr mejores ideas de emprendimiento. Está demostrado que quienes reciben mayor conocimiento y apoyo desde edades tempranas, logran desarrollar mejor sus capacidades y habilidades para emprender (Asociación Universitaria de Formación del Profesorado, 2016).

Colombia, al igual que otros países, considera que existen actores de la iniciativa emprendedora que demuestran deficiencias. Es el caso de la educación en emprendimiento. Desde este pensamiento, aseguran que, para poder generar mayores emprendimientos, se debe fortalecer la personalidad de los emprendedores desde sus primeros años de estudio escolar, decisiones que permiten llevar a buen puerto al futuro de su país (Salinas & Osorio, 2012).

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es uno de los estudios que permiten, identificar el comportamiento de los emprendedores en el rol del crecimiento y bienestar de sus sociedades (Lasio, Caicedo, Oreñaña, Samaniego, & Jack, 2016). El entorno en el que se desenvuelven los adolescentes es importante para crear iniciativas emprendedoras.

Es imprescindible entonces fortalecer el ecosistema de emprendimiento. El apoyo financiero, las políticas públicas, los programas del gobierno, la capacitación en emprendimiento por parte del sector público-privado, la infraestructura, la investigación y desarrollo y los valores sociales se constituyen en la columna vertebral de un país desarrollado económicamente.

Materiales y Métodos

La investigación se realizó tomando como población objetivo a los estudiantes de la especialización de Contabilidad que recibieron la materia de emprendimiento, desde el año 2006 hasta el 2015 en la Unidad Educativa de Informática Portoviejo, del cantón Portoviejo. Estos estudiantes fueron involucrados en temas de emprendimientos con una mayor cantidad de horas extracurriculares, que otros. En nuestro caso se excluyó a los estudiantes de Físico Matemático, Químico Biólogo, Informática y Bachillerato General Unificado porque no todos recibieron la materia de emprendimiento. Otro dato importante es que se excluyó a las instituciones públicas, atendiendo al hecho de que la institución objeto de estudio fue pionera en temas de emprendimiento en la localidad. El cálculo muestral se trabajó con un nivel de significancia del 95 % y con un margen de error del 5%. La muestra resultante fue del 65 % de la población de bachilleres entre 17 y 26 años de edad seleccionados de las diferentes promociones. En el estudio se utilizó el método descriptivo para el objeto de estudio, el método empírico mediante las encuestas a los bachilleres, el método analítico para los resultados de las encuestas aplicadas y finalmente, el método sintético con el que se obtuvo las conclusiones respectivas de la investigación.

Resultados

Muchos autores han definido a la cultura emprendedora como una parte vital de la sociedad, en donde los valores, las actitudes y el entorno influyen en la decisión de emprender. La información obtenida de la aplicación del instrumentos de recopilación de información permitió conocer si en realidad el entorno influye en los jóvenes bachilleres al momento de emprender. Se aplicó el método de la encuesta, instrumento que contenía ocho preguntas, cuyas escalas fueron adaptadas según las propuestas por Roberto Hernández Sampiere autor de libros de Metodología de la Investigación. Se diseñaron cuatro tablas, de las cuales dos eran de doble entrada. Su contenido estaba dirigido a los estudiantes bachilleres de la especialidad de contabilidad de la Unidad Educativa Informática Portoviejo de los periodos 2006 -2015, de la provincia de Manabí. Los bachilleres fueron contactados a través de las redes sociales, como el facebook, Messenger y Whatsapp y correo electrónico. Mostrando su interés por contribuir a la investigación, a partir de la tabulación respectiva de sus respuestas, se presentan los siguientes resultados:

Tabla 1. *Frecuencia en la que aplicó la creatividad en actividades desde su niñez*

Items	Porcentaje
Siempre	35
A veces	56
Rara vez	9
Total	100

Fuente: Bachilleres de la Unidad Educativa Informática Portoviejo periodo 2006-2015

A partir de los datos obtenidos que corresponde a la pregunta en la tabla 1. ¿Desde su niñez tenía creatividad para realizar las actividades de manera diferente a la forma común de hacerla? Se obtuvo para la primera opción siempre, que los bachilleres se identificaron como personas creativas en un 35 %, donde ellos se analizan y descubren las diferentes formas que diseñaron para presentar

sus proyectos o tareas, haciendo que fueran reconocidas por sus profesores por su nivel de creatividad, el 56 % se inclinó por la opción a veces, que, si bien no es desfavorable, si muestra que existe una debilidad en la exigencia de imponer nuevas tendencias que sean disruptivas en lo relacionado a crear y que si se compara con la preocupación y exigencias del entorno ratifican la debilidad de la cultura creativa que tienen los estudiantes. Un 9%, por su parte, respondió que rara vez utilizaba su creatividad, demostrando su conformismo en el momento de presentar trabajos o evidenciar su creatividad.

Es decir, se comprueba que la creatividad debe ser estimulada en la etapa estudiantil. La institución educativa debe fortalecer este aspecto del emprendimiento tal como es la creatividad.

Tabla 2. *Influencia directa del entorno empresarial en el bachiller*

Ítems	Amigos que realizan actividades emprendedoras	Apoyo externo a la hora de emprender
	Porcentaje	Porcentaje
Todos	76	15
Algunos	23	53
Ninguno	1	32
Total	100	100

Fuente: Bachilleres de la Unidad Educativa Informática Portoviejo periodo 2006-2015

La tabla 2 corresponde a las preguntas ¿Las personas que usted conoce realizan en su mayoría actividades relacionadas con algún negocio?

El 76 % de los bachilleres cuentan con un círculo de personas que tienen negocios y que, si su cultura emprendedora hubiera sido influenciada por sus amigos, posiblemente muchos de ellos habrían iniciado una actividad basada en la experiencia de éxitos y fracasos de los empresarios

conocidos. El 23 % está relacionado en menor escala con personas emprendedoras y el 1% no se vincula con nadie del sector empresarial. Si bien es cierto que los bachilleres en su mayoría estuvieron vinculados con personas emprendedoras, también es cierto que la decisión de emprender es solo responsabilidad de cada uno. Sí el vincularse con emprendedores fuera la fortaleza en la cultura emprendedora, entonces lo ideal es que cuando los estudiantes realizaran sus pasantías estudiantiles, éstos deberían buscar plazas de trabajo que contribuyan a despertar su espíritu emprendedor. Eso sí, sin encaminarlos a la dependencia laboral, sino a vivir los procesos administrativos de la vida real de las empresas, dado que, como muchos estudios lo demuestran existe mucho temor al fracaso a la hora de emprender.

En la tabla 2 también se relaciona con el apoyo y la motivación externa de instituciones o personas particulares, para sus iniciativas emprendedoras ¿Ha encontrado apoyo y motivación externa de instituciones o personas particulares para sus iniciativas emprendedoras?

Ésta opinión está conectada directamente con el asesoramiento, mentoría o apoyo de las personas con la que frecuentan o se relacionan los jóvenes, aportes que estimulan también a la cultura emprendedora. El 15 % de los encuestados indicó que ha recibido apoyo externo para sus actividades de emprendimiento de muchas personas. El 53 % señaló que es mediana el asesoramiento recibido por parte de terceros; el 32 % como no han tenido la intención de emprender tampoco han solicitado apoyo.

Existen instituciones interesadas en apoyar la generación de nuevos negocios, pero no buscan espacios para encontrar ideas que requieran capital o participación de los inversionistas ángeles. El problema está centrado en que tanto las empresas que tienen el capital de apoyo, como los jóvenes que están desvinculados, no cuentan con un centro de apoyo que canalice adecuadamente esa ayuda en ninguna de las dos vías. Por lo tanto, este aspecto deberá ser analizado por quienes promueven el emprendimiento.

Estas preguntas fueron formuladas para demostrar la importancia de la influencia de personas vinculadas a actividades empresariales para estimular la cultura del emprendedor, dado que él sin darse puede tener estímulos para crear nuevos negocios, pero la decisión final es de cada persona.

Tabla 3. *Nivel de aceptación de los estudiantes al participar en talleres de emprendimiento*

Ítems	Porcentaje
Mucho	88
Poco	12
Nada	0
Total	100

Fuente: Bachilleres de la Unidad Educativa Informática Portoviejo periodo 2006-2015

La tabla 3 se refirió a la pregunta ¿Qué nivel de satisfacción tuvo usted al recibir clases de emprendimiento?

El 88 % de los bachilleres sintió mucha satisfacción al recibir clases de emprendimiento, esa respuesta indica que los bachilleres sí veían con agrado que se les involucra en actividades emprendedoras. Como aporte a las respuestas de los bachilleres, es necesario aclarar que, por decisión de la autoridad educativa institucional se incorporó desde el año 2002 la asignatura denominada Microempresa. Esta asignatura formada como parte de la malla curricular de forma práctica. Antes de la decisión del gobierno de Rafael Correa de incorporarlo de manera obligatoria al pensum de estudio en el Ecuador, ya era parte del programa de estudio de la Unidad Informática Portoviejo. No cabe duda que cada acción que esté orientada a fomentar el espíritu emprendedor se convierte en un aporte a la cultura emprendedora. En los actuales momentos la malla curricular prepara al estudiante en planes de negocios, pero es un error ir a lo más profundo del emprendimiento cuando lo primero que se requiere potenciar es la creatividad y habilidades en los bachilleres, cuando conozcan y midan sus potencialidades los estudiantes deberán, entonces, ser estimulados en aspectos técnicos administrativos en la educación superior. Por otra parte, un 12 % de los encuestados mostró cierta indiferencia ante la clase, posiblemente por influencia directa en el tipo de emprendimiento que era impartido, ya que los bachilleres encuestados se vincularon al

emprendimiento en líneas de chocolatería, repostería, gastronomía, tarjetería en filigrana, pintura en madera de MDF, corte y confección, entre otros.

Tabla 4. *Implementación de ideas de negocio de su etapa estudiantil*

Ítems	Continuidad de sus ideas de negocio Porcentaje	Iniciativas emprendedoras en la actualidad Porcentaje
Todos	14	8
Algunos	67	62
Ninguno	19	30
Total	100	100

Fuente: Bachilleres de la Unidad Educativa Informática Portoviejo periodo 2006-2015

La tabla 4 se pregunta si las ideas de emprendimiento que surgieron en su etapa estudiantil tuvieron continuidad una vez que el estudiante egresa de la institución educativa.

El 14 % de los encuestados respondió que siguieron aplicando lo recibido en sus clases de emprendimiento. El 67 % de las opciones de negocios sirvieron como un abanico de oportunidades para emprender, permitiendo a algunos de ellos obtener ingresos. Finalmente, el 19 % decidió no iniciar ninguna actividad vinculada a las ideas practicadas principalmente porque no hubo mayor estímulo percibido para emprender.

La segunda interrogante indagaba sobre la puesta en práctica de nuevas iniciativas emprendedoras, luego de su etapa estudiantil.

El 8 % de los encuestados tiene en los actuales momentos negocios vinculados directamente a la línea de chocolatería y han innovado con otras líneas de dulces. Estos productos se comercializan a nivel nacional. Puesto que no todos radican en Portoviejo, estos datos se expresan por motivos de la

relación con los bachilleres que se mantienen hasta los actuales momentos. El 62 % por su parte tienen iniciativas emprendedoras, pero no vinculadas a los talleres asistidos en el bachillerato, sino que optaron por otras líneas que no dejan de ser importantes. El 30 % sin embargo, no demostró interés en emprender. Esta respuesta tiene una importancia muy significativa dentro de la cultura emprendedora, ya que en encuestas aplicadas en instituciones educativas de nivel superior cuando se investigó por que no emprenden los estudiantes universitarios, las respuestas estaban orientadas a que no necesitan emprender debido a que sus padres cubrían sus necesidades. Ese puede ser uno de los motivos por el cual ellos tampoco vieron el crear o iniciar nuevos negocios como una alternativa. Cuando existe una necesidad, la mente desarrolla maravillas y modifica situaciones.

Discusión

La cultura emprendedora, analizada a nivel de educación media o bachillerato, permitió identificar la intención de emprender por parte de los adolescentes después de haber sido capacitados en actividades emprendedoras. El estudio identificó que el entorno en el que desenvuelven los estudiantes puede o no incidir en su decisión por emprender. Estudios aplicados en países como Colombia muestran que la intención emprendedora está dirigida por la seguridad que sienten los estudiantes, la capacidad de resolución de problemas y el entorno en el que ellos se desempeñan y que se ve influenciada por su entorno (Osorio & Londoño, 2015). Sin embargo, el porcentaje de estudiantes participantes en la investigación demostró que en su entorno emprendedor no influyó de manera elevada al momento de establecer su negocio. La influencia se vio más orientada al oficio enseñado por sus profesores de microempresa y no por el ambiente con quien se relaciona.

Los estudiantes que recibieron talleres extracurriculares en emprendimiento mostraron agrado por la transferencia de conocimiento, pero el impacto medido en los actuales momentos no tiene un aporte mayoritario a pesar de que les gustaba estar en la microempresa. Para Osorio et. al. (2015), estudiosos de temas de emprendimiento, muestran una mayor intención a la hora de emprender; Alemany, Alvarez, Planellas, & Urbano (2011) por su parte, tienen una apreciación crítica sobre el aporte en la decisión de emprender y afirman que la formación en emprendimiento no se fomenta por la educación recibida, y que el entorno familiar no promueve el pensamiento crítico ni eleva el autoestima, desde esta perspectiva, no influye al cien por ciento la capacitación emprendedora, sino más bien, la decisión del adolescente por emprender depende de su actitud frente a la necesidad.

Uno de los temas en cultura emprendedora que no ha sido investigado en el Ecuador es el rol de estimulación que tiene el profesorado sobre los estudiantes en su etapa escolar. Existen

significativos aportes de investigaciones en el bachillerato y a nivel universitario, pero no se ha considerado la importancia de los inicios de la cultura emprendedora en la educación primaria. Sería importante ampliar el estudio apoyados en la Teoría de la Conducta Planificada, ya que existe insuficiente evidencia empírica en estudiantes de educación media o bachillerato en relación con los aspectos culturales que los motivan a emprender en el Ecuador. Otro tema a discutir sería si las motivaciones dentro del entorno de bachilleres están influenciadas por la familia, o si los estudiantes de los centros educativos públicos valoran más a sus instituciones como centros de formación para su autonomía personal frente a la educación privada como lo expresan las investigaciones de Bernal (2012).

Conclusiones

La cultura emprendedora a nivel mundial es un tema de interés social, y requiere atención por parte de la familia, el gobierno de turno y de las empresas. A pesar de las intenciones por fomentar la cultura emprendedora en el Ecuador desde las instituciones educativas, sus resultados son escasamente visibles. Los estudiantes cuando reciben horas prácticas responden mejor a las horas teóricas; por lo tanto, los contenidos de los programas de estudio existentes en las mallas a nivel de educación deberán ser mejorados para que se priorice la estimulación de la creatividad en los niños, potenciando sus valores y responsabilidades. Y se logre desarrollar las habilidades emprendedoras en los adolescentes, formando emprendedores activos en las instituciones de educación superior. Es decir, el proceso de la formación emprendedora debe empezar desde los primeros pasos de la vida estudiantil, y finalizar con el producto del profesional emprendedor.

La cultura emprendedora influye directamente en el desarrollo local de una ciudad, principalmente porque gracias a los emprendimientos se generan nuevas plazas de trabajo. No puede ser apartada de la agenda de inversión de ningún Gobierno seccional el interés por formar emprendedores. La decisión de emprender depende exclusivamente de la actitud del sujeto frente a la necesidad de resolver dificultades independientes. De allí que sea necesario mejorar las condiciones del entorno, para que influyan de manera positiva en la persona y se sienta estimulada a crear nuevos negocios por oportunidad, y no por necesidad.

Bibliografía

- Alemany, L., Alvarez, C., Planellas, M., & Urbano, D. (2011). *Libro Blanco de la iniciativa emprendedora en España*. España.
- Asociación de Academias de la Lengua Española. (2014). *Diccionario de la lengua española*. España: ASALE.
- Asociación Universitaria de Formación del Profesorado. (2016). Ocio: Escenrio educativo y social. *Revista interuniversitaria de formación del profesorado*, 131-144.
- Bernal, G. A. (2012). The entrepreneurship competence and personal identity. An exploratory research with high school students. *Revista de Educación*, 384-411.
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la Natur du Commerce en General*. Francia.
- Carlos, O. C., Contreras, G. L., Silva, O. M., & Liquidano, R. M. (2015). El espíritu emprendedor y un factor que influencia su desarrollo temprano. *Redalyc. Org.*, 46-51.
- Gálvez, G. R. (2014). *Educación Temprana en emprendimiento*. Sevilla.
- García, A. A., Pizarro, R. J., Castellanos, C. S., & González, U. C. (2014). La cultura organizacional y emprendedora en los centros educativos. *Revista de Psicología*, 93-108.
- Ginesta, R. V. (2013). Apología del emprendedor: análisis crítico del discurso sobre el interés propio. *Oximora Revista internacional de ética y política*.
- Gobierno del Principado de Asturias. (30 de junio de 2013). *Programa integral para el fomento de la cultura emprendedora 2013-2015*. Obtenido de https://www.asturias.es/Asturias/descarga/PDF%20DE%20PARATI/emprendedores/Programa_cultura_emprendedora_2013.pdf
- Lasio, V., Caicedo, G., Oreñaña, X., Samaniego, A., & Jack, Z. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor*. Guayaquil: ESPAE-ESPOL.
- Osorio, F. F., & Londoño, R. J. (2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría del comportamiento planificado mediante el efecto exposición. *Revista Científica Javeriana*, 103-131.
- Pérez, P. S., & Santiago, A. M. (2002). El concepto de la adolescencia. En *Manual de prácticas clínicas para la atención integral a la salud en la adolescencia*.
- Salinas, R. F., & Osorio, B. L. (2012). Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *Revista de economía pública, Social y cooperativa*, 128-151.
- Schumpeter, J. A. (1982). *The theory of Economic Development: An Inquiry into profits, capital, credit, interest, and the Business Cycle (1912/1934)*. Transaction Publishers.

- Vidal, V. J., Soria, G. J., & Martínez, L. I. (2012). *Fomento de la cultura y espíritu emprendedor en los jóvenes españoles desde las instituciones educativas*. Cartagena.
- Vinaccia, S., Quiceno, J. M., & Moreno, S. P. (2007). Resiliencia en adoslescentes. *Revista Colombiana de Psicología*, 139-146.
- Wompner, G. F. (2012). El Emprendimiento como factor de movilizaciòn social. *Revista crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 36.