

“Particularidades del espíritu emprendedor en los jóvenes de la ciudad de Tarija”

“PARTICULARITIES OF THE ENTREPRENEURIAL SPIRIT
IN YOUNG PEOPLE OF THE CITY OF TARIJA”

Ricardo Rivera Chacon
DOCENTE UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVIANA “SAN PABLO” Tarija - Bolivia
ricardorivera@ucbtja.edu.bo

RECIBIDO, 3 JUNIO 2019
ACEPTADO, 20 SEPTIEMBRE 2019

RESUMEN

El presente estudio analiza el perfil del espíritu emprendedor de los jóvenes de colegio de los dos últimos años y de universidad en su primer y segundo año, el estudio tiene como principal objetivo analizar las particularidades del espíritu emprendedor en los jóvenes en Tarija. Se utilizó un diseño no experimental, transversal, a través de la encuesta y grupo focal a las poblaciones citadas, teniendo como base teórica variables de: necesidad de logro, constancia, confianza en sí mismo, liderazgo y autonomía. El estudio aporta datos muy interesantes los cuales permite afirmar que los jóvenes de colegio y universidad en los segmentos que se enfocó el estudio tienen rasgos y espíritu emprendedor, se percibe que tienen un enfoque innovador orientado al sector servicios, pero a medida que van cursando ciclos mayores como de universidad estos se ven opacados por el miedo al riesgo o por las dificultades que van percibiendo para emprender que puede ser producto de su madurez.

Palabras Clave: Espíritu emprendedor, emprendimiento, jóvenes

ABSTRACT

This study analyzes the profile of the entrepreneurial spirit of college youth of the last two years and university in its first and second year, the main objective of the study is to analyze the

particularities of the entrepreneurial spirit among young people in Tarija. A non-experimental and transversal design was used, through the survey and focal group of the aforementioned populations, having as a theoretical basis variables of: need for achievement, perseverance, self-confidence, leadership and autonomy. The study provides very interesting data which allows to affirm that the young people of college and university in the segments that focused the study have traits and enterprising spirit, it is perceived that they have an innovative approach oriented to the service sector, but as they go through cycles As university students, these are overshadowed by the fear of risk or by the difficulties they perceive to undertake that may be the product of their maturity.

Key Words: Entrepreneurial spirit, entrepreneurship, young people

INTRODUCCIÓN

Importancia del Emprendimiento en el desarrollo económico

El emprendimiento hoy en día ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores. Sólo

mediante el emprendimiento se podrá salir triunfador en situaciones de crisis.

Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la “estabilidad” económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aún si se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir. (Grasso Vecchio, 2013)

Los emprendedores son importantes para la economía porque al llevar a cabo sus proyectos de negocio fomentan el empleo y el incremento de ingresos a las arcas estatales. Dicha recaudación luego puede ser utilizada para invertir en nuevos emprendedores y continuar ampliando el sector económico y productivo de un país. (Abbate, 2015)

En muchos países (casi todos los países Latinoamericanos), para muchos profesionales, la única opción de obtener un ingreso decente es mediante el desarrollo de un proyecto propio.

Los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva.

Casi todos los países, tienen entidades dedicadas exclusivamente a promover la creación de empresas entre profesionales, y entre quienes tengan conocimiento específico suficiente para poder ofertar un producto o un servicio.

Ante estas circunstancias económicas, el emprendimiento es el salvador de muchas familias, en la medida en que les permite emprender proyectos productivos, con los que puedan generar sus propios recursos, y les permita mejorar su calidad de Vida.

El emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, para ser independientes, y para tener una calidad de vida acorde a nuestras expectativas lo cual implica desarrollar una Cultura del Emprendimiento encaminada a vencer la resistencia de algunas personas a dejar de ser dependientes. (Grasso Vecchio, 2013)

Recientemente, Timmons afirmó que “ser un buen emprendedor es un largo proceso de aprendizaje más parecido a una maratón que a una carrera de cien metros planos”. La característica fundamental de la mentalidad emprendedora es pensar en términos de oportunidades, no de recursos. (Fuentes Brito, 2010)

El emprendimiento y los jóvenes

A los estudiantes les preocupa hoy día qué van a hacer cuando culminen sus carreras profesionales. Algunos planean conseguir un buen empleo, sin embargo, otros están resignados a simplemente subsistir, el emprendimiento es una de las mejores formas de proyectar la creatividad en los jóvenes.

El emprendimiento es un importante vehículo para el crecimiento y desarrollo económico de los países y los jóvenes son quienes suelen liderarlo. Las condiciones sistémicas de los países de la región distan de ser ideales, y entre las debilidades más profundas están las que corresponden al capital humano emprendedor y a la calidad de los ámbitos formativos, pero durante la última década se han ampliado las posibilidades de la mano del ensanchamiento de las clases medias y de los mercados, y del mayor compromiso de gobiernos y organizaciones.

Hay muchos fundamentos sólidos que justifican la promoción del emprendimiento juvenil en América Latina. (Kantis, 2013)

Perfil del emprendimiento en Bolivia según el GEM

El estudio identifica que el emprendedor boliviano promedio es de 25 a 34 años de edad, mayormente los emprendimientos son liderados por hombres que pertenecen a un área urbana. En otros términos, Bolivia se caracteriza por tener emprendedores jóvenes. (GEM, 2014)

En cuanto al nivel de educación de los emprendedores bolivianos, 47,9% de la población señala tener educación secundaria y el 18% señala que alcanza el nivel de licenciatura. El sector preferido de los emprendedores es el servicio al consumidor, siendo que el 41% se enfoca en comercio y 15% en alojamientos y restaurantes.

En cuanto al financiamiento de los emprendimientos, sólo un 20% requiere una inversión inicial mayor a 50.000 bolivianos. La fuente predilecta de estos fondos son los ahorros familiares y tan sólo un 38,5% recurrirá a bancos o entidades financieras, siendo la principal razón la excesiva burocracia bancaria

Emprendimiento en Bolivia

Valoración social sobre emprendimiento

El emprendimiento es un proceso que se desarrolla en un contexto cultural y social específico. De ahí que las percepciones que la sociedad tiene sobre el emprendimiento, es decir los valores sociales, juegan un rol importante y forman parte de la condición necesaria para motivar a las personas en este desafío.

En Bolivia, el 76,5% de la población adulta señala que los medios de comunicación prestan atención a las actividades emprendedora. A su vez, el 77% de la población comprendida entre 18 y 64 años sostiene que un emprendedor exitoso goza de un buen

estatus social, mientras que el 70,3% de los encuestados considera que iniciar un nuevo negocio es una buena opción de carrera, pero sólo el 48,1% conoce a personas emprendedoras.

En comparación con años anteriores, la percepción que la sociedad tiene sobre la atención que brindan los medios de comunicación a las actividades emprendedoras se ha incrementado, al igual que la percepción sobre el estatus social del que gozan los emprendedores exitosos. La opción de emprender como carrera deseable, si bien es mayor que en la versión pasada, es menor a lo que se observó el año 2008. Adicionalmente, a diferencia de lo registrado en el pasado, el porcentaje de bolivianos adultos que conoce a otras personas en actividades de emprendimiento prácticamente se ha mantenido.

La valoración social o actitud de la sociedad hacia el emprendimiento, por departamento, muestra que la percepción más positiva sobre la cobertura de los medios de comunicación ocurre en Beni (83,8%), Pando (82,1%) y Santa Cruz (81,9%), mientras que en los departamentos de Potosí y Tarija se encuentran las menores percepciones de la población sobre la atención de los medios a las actividades emprendedoras, con porcentajes del 64,7% y del 63,1%, respectivamente.

Así mismo, la población adulta en Bolivia percibe que los emprendedores exitosos gozan de un alto nivel de estatus social. Las mayores percepciones sobre el estatus social de los emprendedores se dan en Beni (87,6%), Santa Cruz (86,9%) y Oruro (83,1%). Contrariamente, la percepción de la valoración social es menor en Potosí (70,8%), Cochabamba (68,2%) y Tarija (64,4%). En cuanto a iniciar un emprendimiento como opción deseable de carrera, las mayores percepciones se dan en las poblaciones de Santa Cruz (79,9%), Beni (75,2%) y La Paz (74,9%), mientras que las

poblaciones con una menor percepción hacia el emprendimiento como carrera deseable están en los departamentos de Pando (60%), Cochabamba (54,2%) y Tarija (48,6%).

Sobre el componente social referido al conocimiento de las personas emprendedoras, los departamentos de Beni, Pando y Cochabamba muestran los porcentajes más altos a nivel nacional, en tanto que Tarija, La Paz, Potosí, Chuquisaca y Oruro son los departamentos donde menos del 50% de la sociedad señala conocer a personas emprendedoras.

METODOLOGÍA

Tomando en cuenta las características que presento la investigación se optó por llevar acabo la misma bajo el enfoque mixto, es decir cualitativo y cuantitativo teniendo así información valiosa que pueda ser susceptible de generalizar (cuantitativo), pero al mismo tiempo logrando la profundidad y riqueza de la información (cualitativo).

La investigación es de diseño no experimental dado que no se realizó manipulación de las variables, sino que las mismas fueron estudiadas de acuerdo a como se presentaron; por otro lado, se eligió un diseño transversal siendo los resultados de la investigación una imagen de la población tarijeña en un momento determinado, en este caso el periodo de estudio es de septiembre de 2017 a junio de 2018.

Para el estudio se utilizó dos poblaciones, en primera instancia estudiantes de 5to y 6to de secundaria de los colegios fiscales, particulares y de convenio de la ciudad de Tarija datos que fueron otorgados por el SEDUCA (Servicio departamental de educación) sobre todo para poder obtener el número de estudiantes en el nivel secundario que ascendían a 6872 estudiantes en los niveles mencionados, para poder contar

con la población universitaria se recurrió a las diferentes universidades de nuestra ciudad pues no se tiene un dato en un registro institucional, los mismos son en total de 8568 estudiantes en 1er y 2do año. (SEDUCA, 2016)

Para la recopilación de información se utilizo dos instrumentos, por un lado, encuestas que para la población 1 (estudiantes de colegio) fueron 364 encuestas, para la población 2 (estudiante de universitarios) 368 encuetas respectivamente, pero también para ambas poblaciones se utilizó grupos focales, permitiendo contar con información tanto cuantitativa como cualitativa.

RESULTADOS, ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

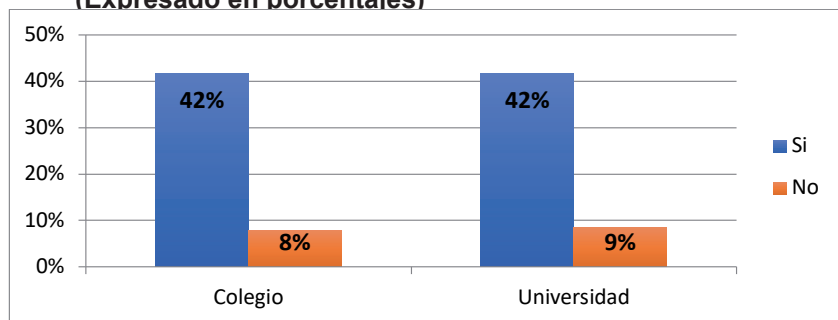
Factores determinantes para emprender

- Emprender

Teniendo en cuenta que el emprender es convertir una idea en un proyecto o una empresa que aporte valor a uno mismo y a la sociedad, de manera que se consigan unos resultados esperados, se puede observar que en la Figura N°1 no existe una diferencia entre los estudiantes de colegios y universidades, es decir que los jóvenes de 16 a 20 años tienen el espíritu emprendedor presente en ellos en ambas etapas de su formación.

Figura N° 1
Emprender/Estudios
(Expresado en porcentajes)

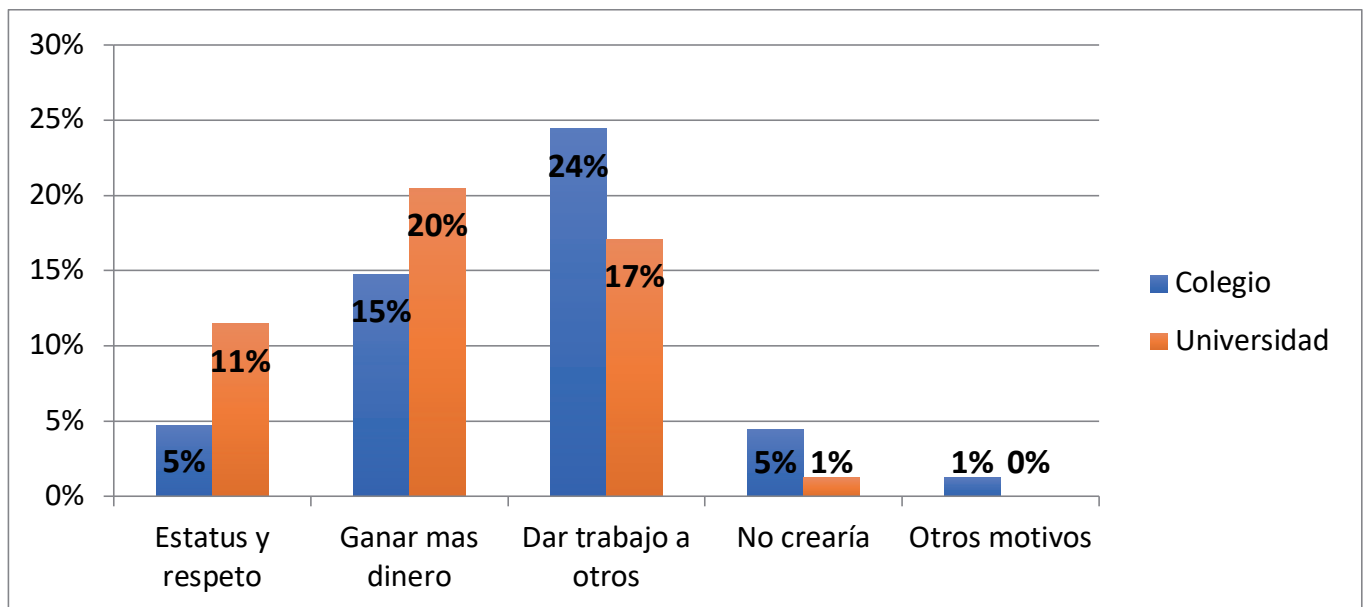
Fuente: elaboración propia



El emprender para los jóvenes es una manera de crear una empresa y el 76% de ellos lo harían cuando sean profesionales como se puede observar en la Figura N°2. El tener una profesión es una seguridad para los jóvenes pues el hecho de ser profesionales otorga una confianza relacionada a que en esta etapa la persona cuenta con todas las capacidades y habilidades que se requieren para poder emprender y a la vez tener el éxito que se espera.

El emprender para los jóvenes es una manera de crear una empresa y el 76% de ellos lo harían cuando sean profesionales como se puede observar en la Figura N°7. El tener una profesión es una seguridad para los jóvenes pues el hecho de ser profesionales otorga una confianza relacionada a que en esta etapa la persona cuenta con todas las capacidades y habilidades que se requieren para poder emprender y a la vez tener el éxito que se espera.

Figura N° 2
Porque emprender/Estudios
(Expresado en porcentajes)



Fuente: elaboración propia

El 41% de los jóvenes de 16 a 20 años prefieren emprender porque consideran importante que el emprender es una manera de contribuir a la economía de la ciudad pues al crear una empresa al mismo tiempo se generan nuevas fuentes de empleo para otras personas, si esta variable seria constante estaríamos ante la presencia de jóvenes que desean un crecimiento económico, de los cuales el 24% de ellos son de

colegio y el 17% de la Universidad, siendo esta variable más valorada por los estudiantes de colegio.

Por otra parte, el 35% de los estudiantes prefieren emprender para ganar más dinero, de los cuales el 20% son estudiantes de la Universidad y el 15% son estudiantes de los colegios como se muestra en la Figura N°

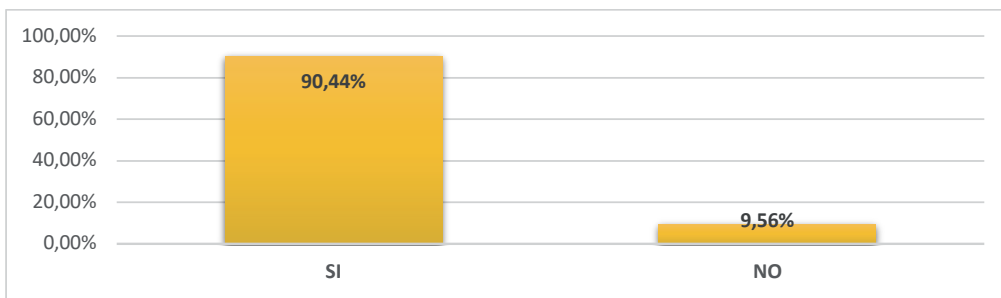
- Personalidad.

**Figura N° 3
Optimista
(Expresado en porcentajes)**



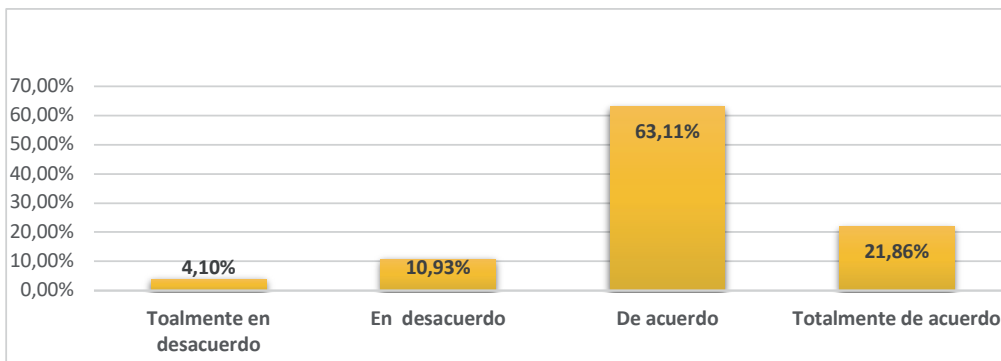
Fuente: elaboración propia

**Figura N° 4
Positivo
(Expresado en porcentajes)**



Fuente: elaboración propia

**Figura N° 5
Persistencia
(Expresado en porcentajes)**



Fuente: elaboración propia

Una de las características más importantes que representan el espíritu emprendedor es la personalidad, que está considerada como el conjunto de rasgos que definen la conducta y el

comportamiento de una persona, y a la vez esta característica tiene algunos rasgos importantes como el ser optimista lo cual se demuestra en la Figura N°3 que los jóvenes de colegio como de

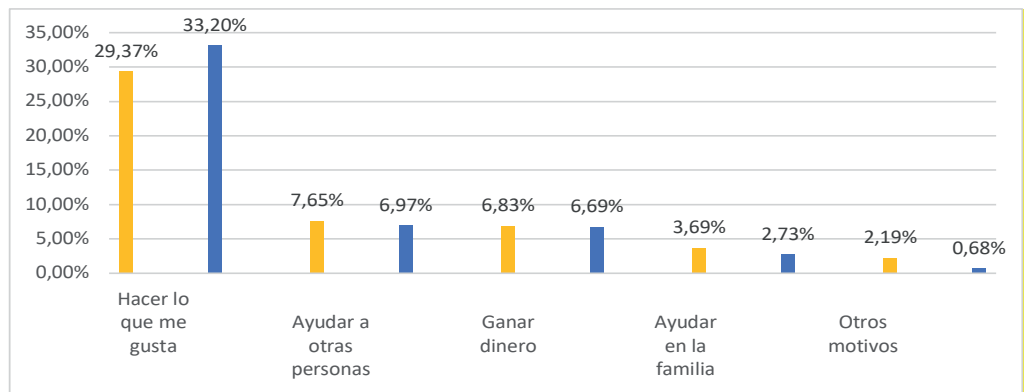
universidad mantienen un grado alto de optimismo similar en ambos casos, lo que podría denotar que los jóvenes a cierta edad mantienen un elevado optimismo pues ven la vida de una manera más sencilla sin complicaciones razón que los hace pensar que todo es posible y alcanzable. Como también podemos indicar que en esta etapa los jóvenes de colegio y universidades disfrutan de la vida y piensan positivamente en un gran porcentaje este resultado es muy importante pues podemos decir que contamos con una juventud que posee una mentalidad

adecuada para generar emprendimiento como se muestra en la Figura N°4

Como también existe una gran persistencia en el comportamiento de los jóvenes cuando estos deben atravesar situaciones problemáticas que los lleva a dar solución estos rasgos también son importantes pues podemos observar que los jóvenes de hoy mantienen una actitud bien formada y definida frente a situaciones donde deben tomar decisiones y donde debe prevalecer la convicción como se puede observar en la Figura N°5

Figura N° 6
Éxito (grupo)/Estudios
(Expresado en porcentajes)

Fuente: elaboración propia



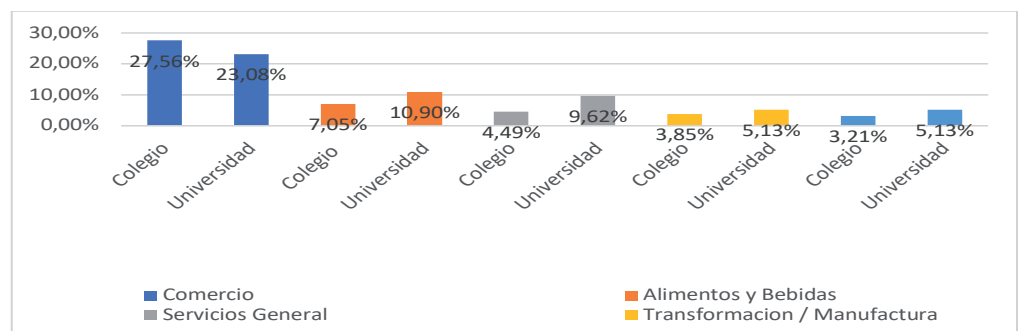
El éxito también un rasgo importante en el emprendedor el cual se refleja en los jóvenes de colegio y de universidad, el mismo se refleja de diferentes formas, principalmente como hacer lo que les

gusta ósea en la actividad en la que más cómodos se sienten, como se observa en la Figura N°6.

- Empresa familiar

Figura N° 7
Actividad Empresa Familiar/Estudios
(Expresado en porcentajes)

Fuente: elaboración propia

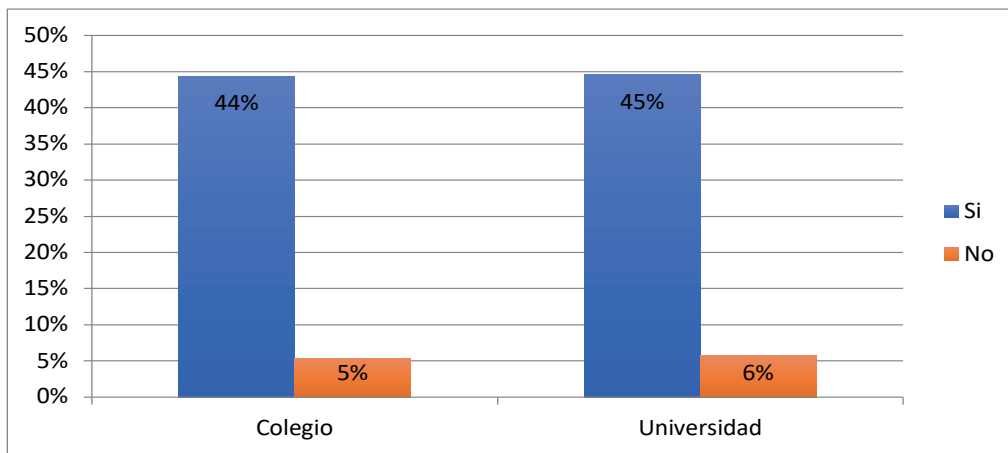


Si bien el 21% es bajo, se debe destacar que es un dato importante para la región puesto que existe la posibilidad de creación de emprendimientos en la población, por lo que es importante tomar en cuenta los rubros en los que se desarrollan estas empresas, y como se puede observar en la Figura N°7 de manera general las principales actividades a las que pertenecen estas empresas familiares son del sector comercio representada por el 51%, comprendiendo comercio como la venta de productos o servicios, estas están representadas por el 28% en colegio y el 23% en universidades, seguida de alimentos y bebidas con el 7% en

colegios y 11% en universidades; esto nos puede mostrar que el sector más interesante para las empresas es el comercio, mismo que en muchos casos no son planificados a largo plazo, mas por el contrario son consideradas de subsistencia o de urgencia mientras se encuentra un trabajo estable en alguna otra empresa o institución, al igual que empresas del rubro de alimentos y bebidas principalmente se refiere a negocios de comida que son una alternativa de ingresos para las familias ante la situación económica que viven las familias.

- Innovación

Figura N° 8
Haces cosas nuevas/Estudios
(Expresado en porcentajes)



Fuente: elaboración propia

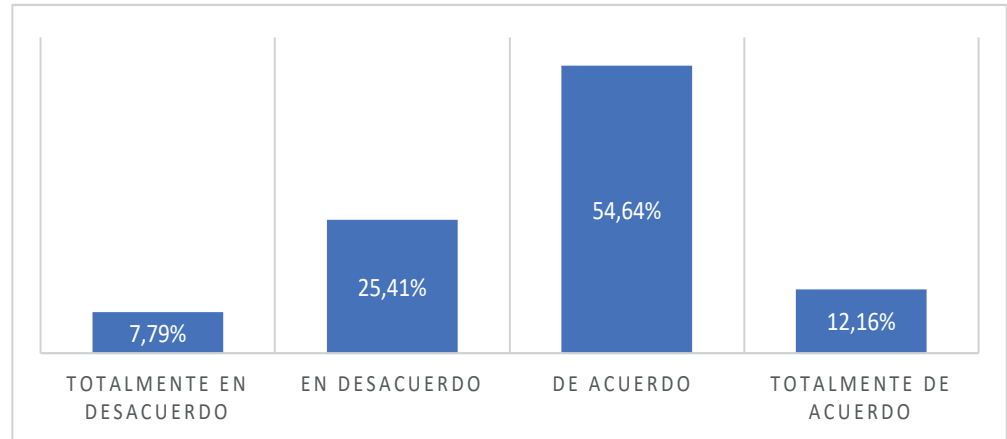
La innovación es considerada como un cambio o modificaciones a elementos ya existentes con el fin de mejorarlos, renovarlos o introducir novedades en ellos, la innovación es utilizada en el sentido de lanzar nuevas propuestas, nuevos emprendimientos o empresas, de acuerdo con lo manifestado por las poblaciones estudiadas, este resultado se ve contrastado puesto que el 89% manifiesta que les interesa hacer cosas nuevas como se muestra en la Figura N°8

Los jóvenes comprendidos entre las edades de 16 a 20 años que se interesan por hacer cosas nuevas se encuentran representados por el 89% de los cuales el 44% son estudiantes de los colegios y el 45% estudiantes de las universidades, es decir que no existe una representatividad significativa entre ambas poblaciones estudiadas como se puede observar en la Figura N°8

- Oportunidades de negocio

Figura N° 9
Invertirías tu negocio
(Expresado en porcentajes)

Fuente: elaboración propia



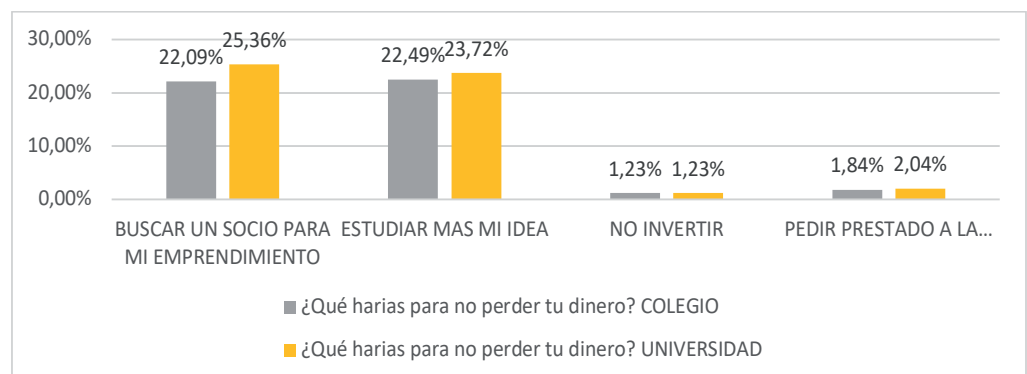
De acuerdo con los resultados obtenidos la mayoría de las personas encuestadas consideran estar de acuerdo con invertir su dinero en una nueva oportunidad de negocio que genere trabajo para otras

personas y a la vez por ganar más dinero representados por el 54,64% del total, es decir que los jóvenes piensan invertir su dinero si es que lo tuvieran

- Riesgo

Figura N° 10
Acciones que realizaría para no perder el dinero
(Expresado en porcentajes)

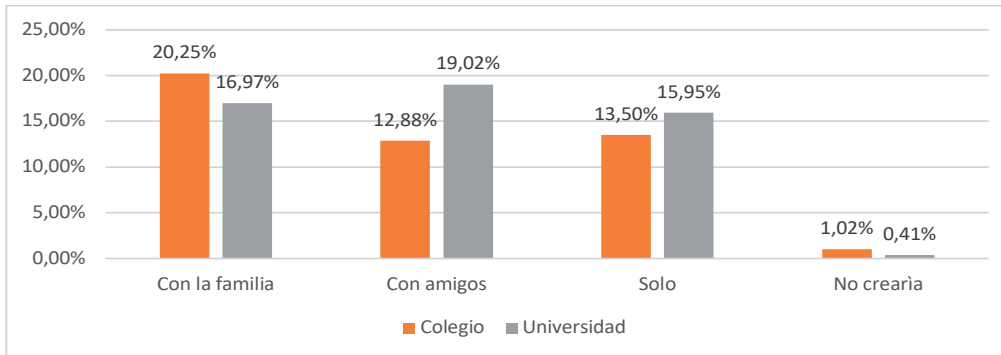
Fuente: elaboración propia



De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los estudiantes de colegio prefieren estudiar más la idea para recién emprender representados por el 22,49% del total, en cambio los jóvenes

universitarios prefieren buscar un socio para su emprendimiento representados por el 25,36%, como se puede observar en la Figura N°10.

Figura N°11
Con quien emprendería/Estudios
(Expresado en porcentajes)



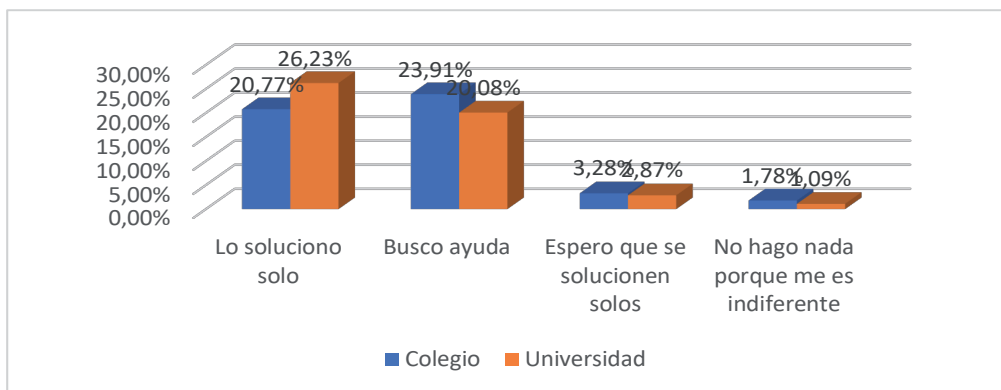
Fuente: elaboración propia

La mayoría de los estudiantes encuestados que se encuentran en el colegio prefieren emprender con la familia representados por el 20,25% en contraste a este resultado los estudiantes

de la Universidad consideran que con las personas con las que emprenderían sería con amigos representados por el 19,02% resultado que se puede verificar en la Figura N°11.

- Solución de problemas

Figura N° 12
Solución de problemas/Estudios
(Expresado en porcentajes)



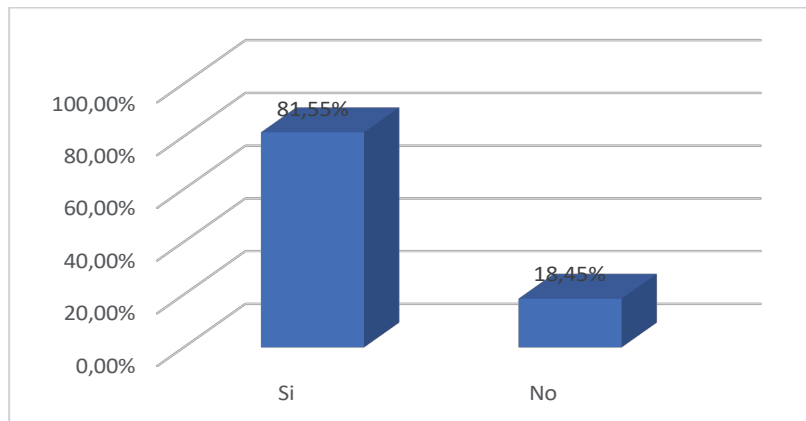
Fuente: elaboración propia

Otra variable importante para evaluar las características de la población de jóvenes de 16 a 20 años en relación a su espíritu emprendedor, es la Capacidad que tienen para solucionar problemas donde se toman en cuenta cuatro factores importantes: el manejo de los problemas en general, donde el 47% afirma solucionar sus problemas por si solos según la Figura N°11, de los cuales el 26.23% corresponde a jóvenes

universitarios y el restante a jóvenes de colegio, asimismo el 43.99% de los jóvenes buscan ayuda para solucionar sus problemas.

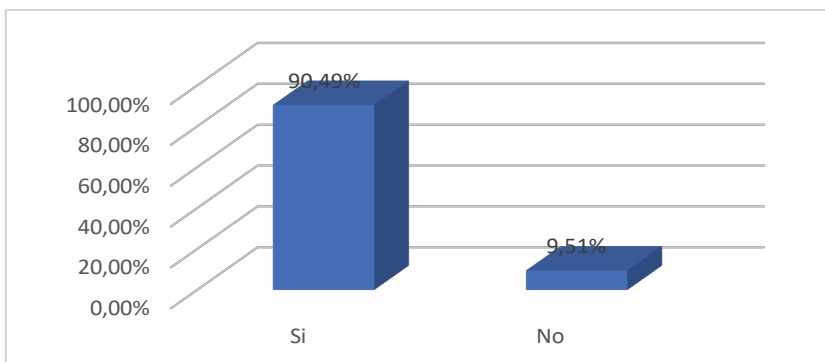
- Trabajo en equipo

Figura N° 13
Emprender/Universidad
(Expresado en porcentajes)



Fuente: elaboración propia

Figura N° 14
Decisiones



Fuente: elaboración propia

(Expresado en porcentajes)

Emprender no se puede considerar como una actividad individual por lo que se considera el liderazgo como variable importante, lo cual implica influir sobre las personas para que voluntariamente se unan al logro de los objetivos grupales fomentando las habilidades de trabajo en equipo, comunicación, y la pasión para aunar fuerzas en las tareas y los compromisos comunes, bajo este concepto se afirma que el 81.55% de los jóvenes de Tarija de entre los 16 y 20 años de edad les interesa emprender

siendo similar en ambos casos (Figura N°13) asimismo, este factor se puede reforzar haciendo hincapié en que el 90.49% de los jóvenes universitarios prefieren tomar decisiones, dejando en claro que los jóvenes se inclinan más por una empresa propia como se puede observar en la Figura N°14.

CONCLUSIONES

Los jóvenes de 16 a 20 años tanto de colegio como de universidades, los mismos que se encuentran en los últimos dos años de colegio es decir 5to y 6to de secundaria, y los dos primeros años de universidad cabe decir 1er y 2do año, revelan que las características que debe poseer un emprendedor son: la formación académica, la innovación en lo que se desea ofrecer, la motivación para crear su propio empleo, ser optimistas debido a que la mayoría de los mismos se encuentran en una edad en la que ven la vida de una manera sencilla sin complicaciones, positivos, persistentes al momento de proponerse algún objetivo, pues los mismos luchan hasta lograrlos, además de brindar soluciones a las situaciones problemáticas que atraviesan aunque la mayoría de los estudiantes de colegios afirma solucionar sus problemas por si solos, por otro lado la mayoría de los jóvenes universitarios afirman buscar ayuda para solucionar sus problemas; una característica marcada en ellos es que desean ser exitosos entendido este término como el hacer lo que les gusta por lo tanto en base a estos datos importantes podemos decir que contamos con una juventud que posee una mentalidad adecuada para generar emprendimiento, a pesar de ellos considerar que no tienen todavía una capacidad por emprender desean mejorar y fortalecer más ese espíritu y esa idea. Asimismo, los jóvenes consideran poseer capacidades de liderazgo y trabajo en equipo.

Los jóvenes tanto de colegio como de universidad tienen un marcado interés

en emprender para poder generar fuentes de trabajo, pero ambos sectores quieren hacerlo una vez concluyan con su formación tanto de colegio como universidad ósea cunado adquieran una profesión. Un aspecto importante que se puede destacar es que los jóvenes universitarios que al pasar de la etapa de colegio a universidad baja su motivación e interés por emprender y sube el deseo de ser dependientes debido a que estos buscan una estabilidad laboral.

Ambas poblaciones estudiadas, jóvenes de colegio y universidad en su mayoría no poseen empresas familiares, pero los que poseen están en el rubro del comercio, seguido de alimentos y bebidas, cabe hacer notar que el 42.49% de los que poseen una empresa familiar alguna vez han trabajado y en un futuro quisieran dirigir la empresa de la familia.

Ambos sectores jóvenes tanto de colegio como de universidad tienen una importante tendencia a realizar cosas nuevas, se percibe un enfoque innovador, pero aún no han logrado generar alguna idea de negocio que les permita emprender, aun así, el interés de emprender se mantiene intacto y el mismo está orientado al sector de servicios.

En cuanto a las oportunidades de negocio los jóvenes manifiestan conocer el mercado y tienen la confianza suficiente para poder realizar ventas en los segmentos que quieren enfocarse, están de acuerdo en invertir dinero en su negocio para que este prospere y puedan así incrementar la participación de mercado en el cual se encuentran enfocados, para que más adelante puedan diseñar y dirigir estrategias a nuevos segmentos logrando vender sus productos o servicios en Latinoamérica y otros países del mundo, es decir que al inicio prefieren enfocarse en Bolivia pero sin dejar de la lado el objetivo de realizar exportaciones, puesto que debido a las nuevas políticas implementadas por el

gobierno, impuestos y demás consideran que no es fácil crear una empresa o mantenerla dentro del mercado si es que esta no genera ingresos suficientes.

Los jóvenes de colegio como de universidad identifican al riesgo como algo que deben tomar muy en cuenta y sobre todo algo que puede perjudicarlos y hacerles perder dinero, por lo cual prefieren emprender con amigos y familiares en mercados latinoamericanos, pues encuentran en ellos alguien en quien confiar, para poder lograr esto deben trabajar antes para poder ahorrar y así generar el capital que necesitan para poder emprender.

BIBLIOGRAFÍA

- A.C., D. e.** (s.f.). Emprendedores UNET. Recuperado el 06 de abril de 2016, de Emprendedores UNET: http://www.unet.edu.ve/~ilabarca/concepto_emprendedor.htm
- Abbate, P.** (29 de septiembre de 2015). MasterMarketing. Obtenido de <http://mastermarketingla.com/por-que-los-emprendedores-son-importantes-para-la-economia/>
- Abogado.** (2017). Obtenido de <https://www.abogado.com/recursos/negocios-de-franquicias/qu-es-una-oportunidad-de-negocios.html>
- Alcaraz Rodríguez, R.** (2011). El emprendedor de éxito. México: Mc Graw Hill.
- Anzola, S.** (02 de diciembre de 2003). El impacto de la cultura emprendedora. (Fundapro, Entrevistador)
- Blog.empreware.com.** (16 de agosto de 2013). Las dos etapas del proceso emprendedor. Grandes Pymes. Recuperado el 06 de abril de 2016, de Las dos etapas del proceso emprendedor. Grandes Pymes: <http://jvalda.wordpress.com/2013/08/16/las-dos-etapas-del-proceso-emprendedor/>
- Bronzino, E.** (09 de noviembre de 2016). Gestipolis. Recuperado el 12 de abril de 2018, de <https://www.gestipolis.com/definicion-gestion-empresas-familiares/>

- Carreras, M. R.** (2009). En M. R. Carreras, Creación de Empresas (pág. 333). Catalunya: UPC.
- Castellary, P.** (08 de septiembre de 2013). Pasen y lean. Recuperado el 13 de abril de 2016, de Pasen y lean: <http://pcastellary.blogspot.com/2013/09/que-ingredientes-necesito-para-empezar.html>
- Corduras Martinez, A.** (2010). Una Perspectiva Global sobre la Educación y Formación Emprendedora. Global Entrepreneurship Monitor Special Report. Obtenido de Global Entrepreneurship Monitor Special Report: Una Perspectiva Global sobre la Educación y Formación Emprendedora.
- Cormane, J.** (03 de junio de 2013). Las competencias: Virtudes de un emprendedor. Recuperado el 13 de abril de 2016, de Las competencias: Virtudes de un emprendedor: <http://www.xmind.net/m/a/vtV>
- DefinicionABC.** (2017). Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/innovacion.php>
- Diccionario de la Real Academia Española.** (2017). Madrid-Catalunya: Libr. de Parmantier.
- Entrepreneur Media.** (31 de agosto de 2011). Recuperado el 14 de abril de 2016, de Entrepreneur Media: <https://www.entrepreneur.com/article/264590>
- Fuentes Brito, F.** (12 de mayo de 2010). El emprendedor en la economía. Listín Diario, págs. 5-6. Obtenido de <https://www.listindiario.com/economia/2010/05/12/141606/el-emprendedor-en-la-economia>
- Grasso Vecchio, J.** (02 de noviembre de 2013). Finanzas digital: Noticias de economía y finanzas. Obtenido de <http://www.finanzasdigital.com/2013/11/importancia-del-emprendimiento/>
- Kantis, H.** (2013). SEGIB. Obtenido de <https://segib.org/wp-content/uploads/013-HK.pdf>
- La Fuente, E., Vaillant, Y., & Gómez, E.** (2011). El impacto de factores socio-culturales sobre la actividad emprendedora de los jóvenes en España. Universidad Icesi.
- Montealegre Painter, F.** (21 de enero de 2013). No existe una receta general para promover el emprendimiento. (PRODEM, Entrevistador)
- Querejazu, V., Zavaleta, D., & Mendizabal, J.** (2014). Global Entrepreneurship Monitor - Reporte Nacional Bolivia 2014. La Paz: Artes Gráficas Sagitario SRL.
- Romero, J.** (26 de mayo de 2011). El País, Coloombia. Recuperado el 2016 de marzo de 02, de El País, Coloombia: <http://www.elpais.com.co/elpais/blogs/viga-en-ojo-ajeno/mercadeo-y-emprendimiento>
- Sánchez Checa, F.** (11 de marzo de 2013). Las distintas fases en el proceso emprendedor. Recuperado el 12 de abril de 2016, de Las distintas fases en el proceso emprendedor: <http://www.uiscumarr.org.ar/las-distintas-fases-en-el-proceso-emprendedor/>
- Schnarch Kirberg, A.** (2014). Emprendimiento exitoso como mejorar su proceso y gestión. Bogotá: Ecoe.
- UNICEF.** (08 de marzo de 2002). UNICEF. Recuperado el 09 de junio de 2017, de UNICEF: http://www.unicef.org/evaldatabase/files/ZAM_01-009.pdf