

ANÁLISIS DE FACTORES QUE CONTRIBUYEN EN LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LOS JÓVENES

ANALYSIS OF FACTORS THAT CONTRIBUTE IN THE ENTREPRENEURIAL ACTIVITY OF YOUNG PEOPLE

Priscila Feijó Cuenca, Tito Feijó Cuenca, Amelia Bravo Giler

Universidad Técnica Manabí - Ecuador

e-mail: nfeijo@utm.edu.ec, tfeijoo@utm.edu.ec, mabravo@utm.edu.ec

Recibido: 19/09/2018

Aceptado: 28/03/2019

Doi: https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v10i2.1474

Código Clasificación JEL: M13, M59, D14

RESUMEN

El presente estudio aborda el tema sobre emprendimiento joven y los factores que los estimulan a crear un negocio a partir de su capacidad y conocimiento de empresas, considerando la importancia que la fuerza de trabajo joven tiene para la sociedad y para la economía de una región. De ahí que el objetivo del presente estudio es identificar factores que puedan contribuir a que los jóvenes opten por desarrollar una actividad emprendedora al crear un marco de negocio. Para ello, se hace un análisis teórico con base en estudios efectuados por otros autores para determinar cuánto se ha investigado y cuánta relevancia se ha dado al tema. Entre los resultados alcanzados se evidencia que aspectos como creatividad, contexto, familia y nivel de escolarización, son capaces de influir en el individuo joven en la creación de un negocio.

Palabras clave: emprendedor, emprendedor joven, factores.

ABSTRACT

This study addresses the issue of entrepreneurship young people and the factors that encourage these people to create a business based on their capacity and knowledge of companies; the literature has scant information on research related to the young entrepreneur, so it is necessary to show the importance both for society and for the economy of a region; where young entrepreneurship is presented as a form of inclusion in the labor market, being a preponderant factor for socioeconomic development. This is how the objective of the present study is to identify factors that can help young people choose to develop an entrepreneurial activity by creating a business framework. For this, the study constitutes a theoretical essay based on studies already carried out; This work is interesting, because a deep investigation has not been carried out and the great importance and relevance of this topic has not been considered. Among the results achieved, the factors such as creativity, context, family and level of schooling can influence the young person in the creation of a business.

Key words: entrepreneur, young entrepreneur, factors



INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es un factor clave del desarrollo económico, social y además contribuye a la creación de puestos de trabajo y a la generación de ingresos (Flores, Landerreche y Sánchez, 2010). El emprender es un motor de innovación, competitividad y crecimiento, es poner en acción un nuevo proyecto empresarial, a cambio de obtener un beneficio empresarial. (Wennekers y Thurik, 1999); a su vez la percepción y creación de nuevas oportunidades económicas combinadas con la toma de decisiones en la ubicación, la forma y uso de los recursos potencian el emprendimiento (Aliaga y Schalk, 2010).

El emprendimiento es una alternativa en especial para el segmento joven donde se puede contribuir a nuevas formas de trabajo, a que el desarrollo personal y profesional puedan alcanzarse; Bird (1993) señala que la edad de un emprendedor es un factor de menor peso que otros. Un estudio realizado en Estados Unidos y Australia se manifiesta que la posibilidad de emprender aumenta con la edad y la experiencia laboral (Blanchflower y Meyer, 1994), es decir que los jóvenes emprenden menos porque apenas han iniciado su etapa laboral y carecen de la experiencia necesaria para emprender su propio negocio.

Ecuador es el país más emprendedor de América Latina, su índice de actividad emprendedora temprana (TEA) es de un 31.8% en el 2016 en la región, esto significa que uno de cada tres adultos había iniciado los trámites para establecer un negocio (Global Entrepreneurship Monitor GEM, 2016). En el 2014 el servicio de rentas internas (SRI) reporta que a nivel de todas sus provincias, cantones y parroquias rurales existen 843.644 empresas de las cuales 367.932 son microempresas con un promedio de ventas anuales menores a 60.000 dólares (INEC, 2014). Según el instituto de estadísticas y censos de Ecuador (2015), el 23, 28% de la población está en la pobreza y el 8,45% en pobreza extrema. Existe un desempleo del 4,8%, mientras el 46,5% cuenta con un empleo adecuado, analizando por sectores 10,6% trabajan en la manufactura, el 7,3% en la construcción, el 7,2% en la enseñanza, el 25% en el sector de la agricultura, ganadería, caza y silvicultura y pesca, el 18,9% en el comercio, además cabe indicar que el 40,4% de personas con empleo se encuentran en el sector informal (Instituto de Estadísticas y censos, 2015).

El objetivo del presente estudio se justifica en la necesidad de comprender factores relacionados al perfil del joven emprendedor ecuatoriano. Pues, según (Zouain, Oliveira y Barone, 2007) las características y el comportamiento del joven emprendedor carecen de investigaciones y análisis más profundos, y que, según (Carvalho, León y Teixeira, 2012) poco se conoce sobre especificidades relacionadas con los jóvenes emprendedores.

La generación de jóvenes que están ingresando mercado de trabajo actualmente necesita ser analizada más detalladamente, para que se comprendan las características y condiciones que involucran la actividad emprendedora por parte de ellos (Bulgacov, 2011). Por ello, el presente estudio se desarrolló basado en estudios teóricos y empíricos ya realizados sobre el tema propuesto.

Este documento está distribuido de la siguiente manera: un primer capítulo en el cual se desarrolla la introducción del presente estudio; el capítulo 2 que trata sobre emprendimiento y emprendimiento joven; en el capítulo 3 donde se habla de los factores que pueden influir en la actividad emprendedora por parte de los jóvenes; en el capítulo 4 se hace referencia sobre algunas consideraciones con relación al estudio; y finalmente, las referencias consultadas.

METODOLOGÍA

El estudio constituye un análisis teórico que tiene como base estudios ya realizados. Su interés radica en la poca profundidad que se ha dado a la información obtenida de esos estudios y a la importancia y actualidad del tema de investigación. En una sociedad joven, más educada, con mayor intención de gestión de alternativas de negocios propios que puedan generar fuentes de ingresos para sus familias. El contraste realizado a la información analizada permite confirmar que factores como creatividad, contexto, familia y nivel de escolarización, son capaces de influir en el individuo joven para la

creación y sostenibilidad de sus negocios. Lo que deja abiertas nuevas opciones para profundizar en la realización de futuras investigaciones.

RESULTADOS

Emprendimiento y emprendimiento joven

El concepto de emprendimiento ha sido aplicado a distintos niveles: por un lado, a los individuos, esto es, al emprendedor que introduce invenciones revolucionarias (Fuentealba Cruz, Marín Isamit, Castillo Retamal, y Roco Fuentes, 2017), así como las Pymes, consideradas responsables de la mayor parte del crecimiento económico y de la creación de puestos de trabajo, ya que son las que descubren y explotan mercados inexplorados (Greenberg, 2013), y las grandes empresas, donde se ha desarrollado el concepto de emprendimiento corporativo como medio de crecimiento y renovación estratégica (Kim, 2011).

Schumpeter (1934) manifiesta que el emprendedor es el fundador e innovador de una nueva empresa y que rompe con la forma tradicional de hacer las cosas; por su parte (Bolton y Thompson, 2000) definen al emprendedor como una persona que habitualmente crea e innova con el fin de construir algo de reconocido valor basado en oportunidades percibidas, (Alcaraz, 2011) agrega que tienen iniciativa y responsabilidad, son capaces de solucionar problemas, poseen integridad, confiabilidad y una alta tolerancia al cambio.

Por otro lado, (Benavides, Sánchez y Luna, 2004) señalan que emprendedor es el individuo capaz de captar ideas con potencial beneficioso y asumir el riesgo de llevarlas a la práctica, reuniendo los recursos necesarios para ello; Así pues, la actividad emprendedora, en la generación de un negocio, se constituye como una opción de empleabilidad y desarrollo profesional para el joven, pero también es una oportunidad de estímulo y progreso socioeconómico de la sociedad.

Es la competencia entre las personas en el mercado de trabajo hace que algunas sobresalgan al momento de explorar oportunidades potenciales, es claro que existen perspectivas diferentes entre las personas lo que podría explicar por qué algunos individuos explotan de mejor manera ciertas oportunidades (Filion, 1999), logrando de esta manera vislumbrar la posibilidad de creación de bienes o servicios (Shane y Venkataraman, 2000).

El emprendimiento a través de la generación de nuevos negocios se convierte en el principal dinamizador de la economía de muchos países, no solo porque interviene de manera directa en términos de empleo, sino que también tiene un gran aporte al PIB; además, los emprendedores aportan soluciones más innovadoras, sostenibles y efectivas que las realizadas por los gobiernos; es mucha la literatura que se genera sobre emprendimiento, pero a medida que se desarrolla la literatura es saludable detenerse regularmente para hacer un inventario del trabajo realizado e identificar nuevas direcciones y desafíos para el futuro (Siegel, Siegel, y Macmillan, 1993).

El emprendedor es la persona que arriesga el capital financiero, es la persona que asume el riesgo y la incertidumbre en el proceso de creación y desarrollo de empresas (Scott y Scott, 2015), esta persona debe tener la motivación para explorar oportunidades de negocio (Bolton y Lane, 2012) buscando hacer a las empresas más competitivas y más capaces de adaptarse a diferentes culturas y consumidores (Brunet y Icart y Alarcón Alarcón, 2004).

Según datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), en el 2016 la edad del emprendedor en relación con la actividad emprendedora temprana (TEA), puede observarse el predominio existente por el grupo comprendido entre 25 y 34 años en relación a la oportunidad de mejora, motivación y necesidad, estos porcentajes no ha variado en relación al 2015, a su vez se la proporción de emprendedores se reduce a medida que incrementa el rango de edad.

Tabla 1. Distribución de edad del emprendedor TEA.

Grupo de Edad	Oportunidad de mejora	Motivación mixta	Necesidad
18-24	21.61%	18.24%	16.00%
25-34	30.65%	33.78%	33.50%
35-44	21.11%	29.05%	22.50%
45-54	15.08%	14.86%	15.50%
55-64	11.56%	4.05%	12.50%

Elaborado por: Autores

Hay que considerar que el emprendimiento es un proceso dinámico el cual evidencia el papel del emprendedor, en especial el del emprendedor joven que en los últimos años ha ido destacándose y teniendo mayor participación en la economía (Carvalho, León y Teixeira, 2012). En el emprendimiento joven también sobresale la presencia de emprendimiento en grupo, el cual consiste en la unión de dos o más jóvenes que optan por crear un negocio en sociedad (Borges, Filion y Simard, 2008).

El emprendimiento joven desarrolla actividades innovadoras y en su gran mayoría con fines de lucro orientada a objetivos sociales (Pramila, Rizal, Kamarudin, y Husin, 2017), distribuidos en todos los sectores comerciales productivos y de servicios, sean estos de forma pura o estructurales híbridas que combinan diferentes enfoques para generar una actividad (Cooper y Park, 2008), que parte en su gran mayoría de la aplicación de experiencias empresariales y habilidades de mercado que permitan obtener ingresos (Goncalves Vianna y Vigliar Bondioli, 2017).

Pero, como afirman Bulgacov (2011), el emprendedor joven adopta una concepción socio-histórica y cultural de la actividad emprendedora, por lo que no se puede separar al individuo emprendedor de perspectivas socializadoras, es así que el emprendimiento se desarrolla por individuos que pueden presentar características personales tales como estar inmersos en un contexto favorable, estar influenciados por el ambiente donde están insertadas, como por ejemplo, la formación escolar, influencias familiares, condiciones socioeconómicas, redes personales y profesionales.

Tabla 2. Variables según autores

Autor	Año	Variable
Amorós, Kuschel y Pizarro	2014	Sexo
Caird	1992	Motivación
Honjo	2004	Nivel de educación
Amorós y Abarca	2015	Nivel socioeconómico
Bonnet y Furnham	1991	Tolerancia al fracaso
Alcaraz	2011	Sentido de oportunidad
Amit	1997	Independencia
McClelland	1961	Innovación
Welsh y White	1981	Habilidad para establecer y alcanzar las metas
Shepherd, D. y McMullen, J.	2009	Capacidad para reconocer y resolver problemas
Rodríguez	2009	Autoconfianza
Boydson	2000	Aceptación de riesgos

Elaborado por: Autores

Los emprendedores nacientes en Ecuador muestran mucho entusiasmo en cuanto a volver a emprender; casi el 72% de este grupo espera empezar un nuevo negocio en los próximos 3 años. Este

optimismo disminuye conforme avanza la etapa del negocio, donde este porcentaje baja al 40% en el caso de los emprendedores con negocios nuevos y a 29% en los propietarios de negocios establecidos (GEM 2016).

Son éstas percepciones de oportunidades sectoriales, estratégicas o de mercado a más de la cultura de la tolerancia al riesgo y la distancia de poder las que motivan a los empresarios a descubrir, evaluar y explotar oportunidades de negocios (Sambharya y Musteen, 2014).

Factores que influyen en la actividad emprendedora del joven

Los investigadores que buscan fomentar la actividad empresarial tienen un fuerte interés en la comprensión de los componentes básicos de la creación de empresas (Hoffman, Postel-Vinay, y Rosenthal, 2014) pero son las cualidades como la edad, educación, conocimientos de gestión, experiencia complementadas con las habilidades sociales, las que permiten desarrollar competencias claves que pueden ser la ventaja competitiva de cada empresa (Staniewski y Awruk, 2015)

Los expertos además contribuyen con lo que a su criterio serían condiciones que promoverían el emprendimiento y cuales lo restringirían. Según el Global Entrepreneurship Monitor en el 2016 en Ecuador el 55% de las menciones de factores que promueven el emprendimiento comprende: capacidad para emprender, infraestructura física, educación y entrenamiento, políticas de gobierno, y normas sociales y culturales, en orden de prioridad.

El conocimiento previo de los mercados, los clientes, y la tecnología constituyen la base para el reconocimiento de nuevas oportunidades (Baron y Ensley, 2006), este reconocimiento de la oportunidad es el primer paso fundamental en el proceso de la iniciativa empresarial (Gaglio y Katz, 2001) pero el reconocimiento de la oportunidad es una construcción compleja (Vaghely y Julien, 2010), ya que las experiencias de los empresarios y el entorno empresarial influyen y condicionan la gestión (Weick, 1995).

Las comunidades por lo general derivan en redes formales e informales con el objetivo de obtener información valiosa de negocio y de mercado y para compartir las oportunidades de empleo, habilidades y experiencias (Tynan, Thomas, Durand, O’Gorman, y Fuller-Love, 2009).

Las redes empresariales se utilizan para colaborar con otros empresarios locales, con el objeto de intercambiar ideas, adquirir y mantener la reputación (Heebels y van Aalst, 2010), logrando trabajar en todos los subsectores con una lógica de proyecto para ciertos períodos de tiempo (Chapain y Comunian, 2010) teniendo en cuenta, los valores de control de la incertidumbre cultural y el individualismo, que facilitan la iniciativa empresarial (Noseleit, 2010), apoyados por buenos medios de transporte y comunicación, tanto interna como externa (Nijkamp, 2003).

El crecimiento económico y la acumulación por encima del nivel de equilibrio de nuevas empresas implica una disminución en los nichos de mercado y por lo tanto una disminución en la expectativa de convertirse en un empresario (Yunus y Weber, 2010) para evitar esta posible disminución en la tasa de actividad emprendedora causada generalmente por la dificultad para obtener ayuda financiera, se debe acceder a incentivos fiscales que promuevan la creación de empresas (Hart, 2014), pero a más de estos incentivos, la creación de empresas requiere la presencia de un mercado, incluyendo el reconocimiento de la oportunidad, la explotación de dicho mercado (Shane y Venkataraman, 2000), mejorando la competitividad, permitiendo el desarrollo de nuevos productos y servicios que sean ofrecidos al resto del mundo (Carree y Thurik, 2005), esta dinámica en el desarrollo de la iniciativa empresarial no necesita un completo entorno estable (Peters, 2003), pero se tiene que considerar que son las ciudades donde se tiene un gran impacto en el desarrollo de la actividad empresarial, especialmente aquellos con niveles densos de población, alto porcentaje de trabajadores cualificados, así como una sólida estructura de pequeñas y medianas empresas (Audretsch y Keilbach, 2004).

Por lo tanto, diversos factores involucran la actividad emprendedora, como identificación de oportunidades, levantamiento de recursos disponibles, apoyo familiar, experiencia profesional y nivel de escolarización, entre otros. En este sentido no se puede evaluar si un individuo será o no emprendedor, sin embargo, se pueden identificar que las características son más favorables al espíritu

empresarial. (Filion, 1999).

Con años recientes se han desarrollado diversos estudios el objetivo de identificar las características relacionadas al emprendimiento joven, así como la definición de perfil para el emprendedor y la información relacionada con el negocio creados por jóvenes; en la siguiente tabla se presentan investigaciones identificadas y relacionadas a este segmento del sector empresarial.

Tabla 3. Investigaciones y resultados referentes al estudio de emprendimiento joven.

Año	Autor	Variable
2005	Soares y Machado	Nivel de escolaridad
2007	Zouain, Oliveira y Barone	Dificultades enfrentadas
2008	Borges, Filion y Simard	Emprendimiento colectivo
2009	Lima Filho, Sproesser y Martins	Papel de la familia
2011	Bulgacov et. Al.	Aprendizaje Necesidad de políticas públicas
2011	Teixeira et. Al.	Factores intrínsecos del emprendedor Papel de la familia
2012	Carvalho y Teixeira	Deseo de explorar oportunidades

Elaborado por: autores.

El papel de la familia es un factor importante en la creación de un negocio para el joven emprendedor; (Lima Filho, Sproesser y Martins, 2009) resaltan el papel del apoyo familiar para los emprendedores jóvenes, así como como (Teixeira, 2011) apunta a la familia como un fuerte influenciador, en especial cuando el padre o la madre tiene un negocio propio, ya que estos absorben intereses familiares y características del ambiente familiar como por ejemplo el comportamiento, actividades, ejemplos de los padres, influyen la formación de valores del joven.

El éxito también se da por múltiples lazos con el medio socioeconómico y por un ambiente propicio (Julien, 2010), las características intrínsecas del individuo también contribuyen (Teixeira, 2011), junto con la disposición en buscar nuevos horizontes, como éxito profesional (Carvalho y Teixeira, 2012). La literatura también resalta la importancia de la red de contactos personales y profesionales que el empresario debe construir con socios, proveedores, clientes para el negocio, y demás actores que puedan contribuir al desarrollo de la actividad emprendedora (Dominguinhos, Pereira y Silveira, 2007).

Otros factores relevantes que pueden influir en la decisión de creación de un negocio son los valores culturales, territorios y creencias que pueden hacer que individuos se dediquen a explotar tales oportunidades para producir bienes y servicios (Shane y Venkataraman, 2000), los conocimientos de estos factores se constituyen en una oportunidad potencial para los jóvenes que desean emprender.

Además, existen otros factores que condicionan la creación de nuevos negocios como falta de recursos financieros, la falta de experiencia profesional, la falta de mano de obra calificada, la falta de mano de obra, la experiencia y competencia desleal (Soares y Machado, 2005), a estos factores se suman las dificultades de administrar el rápido crecimiento del negocio, el tratar con la imagen de la empresa ante los consumidores, y dificultad en la elaboración de un plan de negocios (Borges, Filion y Simard, 2008).

DISCUSIÓN

El emprendimiento se ha analizado desde diferentes perspectivas tanto cuantitativas como: indicadores económicos y financieros que incluyen análisis de la rentabilidad, la productividad o la tasa de crecimiento, los ingresos, la riqueza personal, y el volumen de negocios (Wiklund y Shepherd, 2005); y cualitativas como: la capacidad de innovación, la satisfacción del empresario, y el crecimiento de la empresa, el conocimiento, la experiencia personal y la educación (Makhbul y Hasun, 2011), la

experiencias de vida para el descubrimiento de oportunidades (Venkataraman, 1997), el conocimiento tanto de los individuos como de los mercados específicos (Román, Congregado, y Millán, 2013). Estos análisis muestran que la innovación mejora las previsiones de crecimiento durante las crisis económicas (Peris-Ortiz, Fuster-Estruch, y Devece-Carañana, 2014).

Aunque el proceso de emprendimiento se inicie con la creación de un nuevo negocio, hay factores que anteceden a este proceso como la búsqueda por oportunidades, la identificación de una oportunidad, la evaluación de su potencial de explotación, las condiciones del medio en que el individuo está inserto, la experiencia y la educación potencial emprendedor (Teixeira, 2011), fortalecido por un sistema de desarrollo emprendedor el cual incluye seis contextos entre los cuales tenemos las condiciones sociales y económicas; la cultura y sistema educativo; la estructura y dinámica productiva; los aspectos personales; las redes del emprendedor; el mercado de factores y regulaciones políticas (Kantis, 2004).

El emprendimiento se configura como un proceso de aprendizaje por medio del cual el joven madura y percibe sus habilidades, motivaciones y conocimientos para emprender, de ahí que el “emprender es visto como un proceso de aprendizaje que, por medio de la práctica, transforma las identidades y las habilidades de los individuos para participar del mundo, para cambiar todo o algo, para cambiar a sí mismos” (Bulgacov, 2011).

En términos generales, las investigaciones manifestaron que, para comprender la realidad del joven emprendedor hay que comprender los factores que motivan el desarrollarlo de la actividad emprendedora y cómo esta contribuye e influye en ese joven, sea por necesidad, por oportunidad o por algún otro motivo.

CONCLUSIONES

La presente investigación se centró en el emprendedor joven, concretamente en factores que pueden favorecer a que el joven se dedique a la actividad emprendedora y a la generación de un negocio, teniendo como parámetro la búsqueda de información en investigaciones y estudios realizados.

El presente estudio contribuyó a la comprensión de temas relacionados al emprendimiento joven, y de cuáles y cómo diversos factores estimulan y pueden contribuir a la actividad emprendedora, estos factores fueron enumerados: factores intrínsecos al emprendedor, creatividad, disposición en aprender, papel de la familia, el nivel de escolarización o cualificación formal, redes de contactos personales y profesionales.

Es indiscutible que existen dificultades que están presentes en el día a día y que limitan la acción y posibilidad del joven emprendedor de iniciar un negocio; por eso la importancia de fomentar políticas públicas, así como fomentar la incubación de empresas en las instituciones de enseñanza superior para el desarrollo de emprendimientos, la creación de relaciones con instituciones financieras y con otras empresas.

Se convierte evidente la relevancia de profundizar estudios sobre el tema, así como comprender estudios ya realizados, incluso investigaciones empíricas, ya que se conoce poco sobre el joven emprendedor; hay que resaltar el papel que ejercen los jóvenes emprendedores en los aspectos sociales y económicos del país y cuáles son los posibles factores que contribuyen a la acción emprendedora de estos individuos.

Se destaca la importancia de realizar más investigaciones empíricas con el fin de profundizar los conocimientos sobre las características de los jóvenes emprendedores en diferentes regiones del país; De esta manera se puedan identificar factores que sirvan de apoyo a los jóvenes para desarrollar una actividad emprendedora.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alcaraz Rodríguez, R. (2011). *El Emprendedor de éxito*. Cuarta edición.

Aliaga, C. y Schalk, A. (2010). Empleabilidad temprana y emprendimiento. Dos grandes desafíos en la formación superior en Chile. *Calidad en la Educación*.

Amit, R. (1997). Charla de intraempresario. Conferencia Internacional. Sydney, Australia.

Amorós, J. E. y Abarca, A. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor. Reporte Nacional de Chile 2014*. Santiago: Universidad del Desarrollo.

Amorós, J. E., Kuschel, K. y Pizarro, O. (2013/2014). *Global Entrepreneurship Monitor: Mujeres y actividad emprendedora en Chile*. Santiago: Primera Edición.

Benavides, M., Sanchez, M. y Luna, R. (2004). El proceso de aprendizaje para los emprendedores en la situación actual: un análisis cualitativo en el ámbito universitario. *Revista de dirección, organización y administración de empresas*.

Bird, B. (1993). Demographic approaches to Entrepreneurship: The Role of Experience and Background. En Katz, J.A. y Brockhaus, R.H. Eds. *Advances in Entrepreneurship and Growth*, Greenwich, Jai Press.

Blanchflower, D. y Andrew, O. (1998). *Entrepreneurship and the Youth Labour Market. A report for the OCED*. Paris: OCED.

Bolton, W. y Thompson, J. (2000). *Entrepreneurs: Talent, Temperament, Technique*. Second edition Bonnet, C. y Furnham, A. (1991). Who Wants to Be an Entrepreneur? A Study of Adolescents Interested in a Young Enterprise Scheme. *Journal of Economic Psychology*.

Borges, C.; Fillion, L. J.; Simard, G. (2008). Jóvenes emprendedores y el proceso de creación de empresas. Disponible en: http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/saopaulo/196_trabalho.pdf.

Boydston, M., Hopper, L. y Wright, A. (2000). "Locus of control and entrepreneurs in a small town", *Proceedings of ASBE*. San Antonio.

Bulgacov, Y. L. M. (2011). Joven emprendedor en Brasil: ¿la búsqueda del espacio de la vida la realización o la huida de la exclusión? *Revista de Administración Pública*. Disponible en: <http://www.scielo.br/pdf/rap/v45n3/07.pdf>.

Caird, S. (1992). Problems with the identification of enterprise competencies and the implications for assessment and development. *Management Education and Development*.

Carvalho, F.; León, A. L.; Teixeira, R. M. (2012). Emprendimiento joven: perfil y las motivaciones de los emprendedores en Aracaju, Sergipe. *Revista Pensamiento Contemporáneo en Administración*. Cooper, S. Y., y Park, J. S. (2008). The impact of 'incubator' organizations on opportunity recognition and technology innovation in new, entrepreneurial high-technology ventures. *International Small Business Journal*, 26(1), 27-56. doi:10.1177/0266242607084658

Cotton, J. y Gibb, A. (1992). *An Evaluation Study of Enterprise Education in the North of England*, Enterprise and Industry Education Unit, Durham University Business School. Durham City, UK.

Dauids, L. (1963). *Characteristics of Small Business Founders in Texas and Georgia*. Washington, D.C.: Small Business Administration.

Dominguinos, P.; Pereira, R.; Silveira, R. Proceso de creación de empresas: uno un fenómeno colectivo anclado en el capital humano y social. *Revista Portuguesa de Gestão*: Disponible: <http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/pdf/rpbg/v6n3/v6n3a08.pdf>

Filion, L. J. (1999). Emprendedor: emprendedores y propietarios-gerentes de pequeños negocios. *Revista de Administración*. Disponible en: http://www.dge.ubi.pt/msilva/OE_OGE/Emprendedorimo.pdf.

Flores, B., Landerretche, O. y Sánchez, G. (2010). Propensión al emprendimiento: ¿los emprendedores nacen, se educan o se hacen? Santiago de Chile: Centro de Microdatos, Departamento de Economía, Universidad de Chile.

Fuentealba Cruz, M., Marín Isamit, F., Castillo Retamal, F., y Roco Fuentes, L. (2017). Análisis de la experiencia pedagógica: Campamento EXPLORA Chile VA! Valorando la Biodiversidad Maulina. [Analysis of teaching experience: Camp EXPLORA Chile Va! Valuing Biodiversity Maulina]. *Actualidades Investigativas en Educación*, 17(1), 229-254. doi:10.15517/aie.v17i1.27211

Gasse, Y. (1985). A strategy for the promotion and identification of potential entrepreneurs at the secondary school level.

Global entrepreneurship monitor. en el caso de Ecuador. Informe global, 2016.

Goncalves Vianna, S. C., y Vigliar Bondioli, A. C. (2017). INTERDISCIPLINARITY BETWEEN LEVELS: AN ENTREPRENEURIAL EXPERIENCE. *Revista Eniac Pesquisa*, 6(2), 146-152.

Greenberg, G. (2013). Small Firms, Big Patents? Estimating Patent Value Using Data on Israeli Start-ups' Financing Rounds. *European Management Review*, 10(4), 183-196. doi:10.1111/emre.12015

Hoffman, P. T., Postel-Vinay, G., y Rosenthal, J.-L. (2014). Capitalism and Financial Development: The Case of Mortgage Markets in France, 1807-1899. *Social Science History*, 38(1-2), 13-41. doi:10.1017/ssh.2015.4

Honjo, Y. (2004). Growth of new start-up firms: evidence from the Japanese manufacturing industry. *Applied Economics*.

Jackson, J. y Rodkey, G. (1994). The Attitudinal Climate for Entrepreneurial Activity. *Public Opinion Quarterly*.

Kantis, H., Federico, J. y Ibarra, S. (2014). Índice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico: Una herramienta para la acción en América Latina.

Kim, Y.-R. (2011). The Transfer of Entrepreneurship in the SAMSUNG Family. *The Review of Business History*, 26(3), 5-54.

Mcclelland, D. (1961). *The achieving society*. Van Nostrand, Princeton.

Pramila, R., Rizal, A. M., Kamarudin, S., y Husin, M. M. (2017). Motivating Factors Contributing to Young Social Entrepreneurs' Intention to Start Social Activities. *Advanced Science Letters*, 23(4), 2787-2790. doi:10.1166/asl.2017.7649

Panorama laboral y empresarial del Ecuador (2017). Disponible en: <http://www.ecuadorencifras.gob>.

ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/Panorama%20Laboral%202017.pdf

Rodríguez Ramírez., A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. Pensamiento y Gestión, Universidad de Norte, Colombia.

Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press.
Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*.

Siegel, R., Siegel, E., y Macmillan, I. C. (1993). CHARACTERISTICS DISTINGUISHING HIGH-GROWTH VENTURES. *Journal of Business Venturing*, 8(2), 169-180. doi:10.1016/0883-9026(93)90018-z

Soares, M. A. F.; Machado, H. P.V. (2005). Jovens emprendedores: perfil, dificuldades en la gestión y perspectivas de los emprendimientos. *Revista de Gestão - USP (REGE)* Disponible en: <http://www.revistas.usp.br/rege/article/view/36722/0>.

Staniewski, M., y Awruk, K. (2015). Motivating factors and barriers in the commencement of one's own business for potential entrepreneurs. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 28(1), 583-592. doi:10.1080/1331677x.2015.1083876

Timmons, J. (1979). Careful self-analysis and team assessment can aid entrepreneurs. *Harvard Business Review*.

Welsh, J. y White, J. (1981). A Small Business Is Not a Little Big Business. *Harvard Business Review*.

Wennekers, S. y Thurik, R. (1999). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics*.

Zouain, D. M.; Oliveira, F. B.; Barone, F. M. Construyendo el perfil del joven emprendedor brasileño: relevancia para la formulación e implementación de políticas de estímulo al espíritu empresarial. *Revista de Administración Pública (RAP)*. Disponible en: <http://www.scielo.br/pdf/rap/v41n4/a09v41n4.pdf>.