



ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN

EL ESTUDIO DE CASO DE ÉXITO EMPRESARIAL, COMO ESTRATEGIA PARA DESARROLLAR LA ACTITUD EMPRENDEDORA EN LOS ESTUDIANTES DE BACHILLERATO

THE CASE STUDY OF BUSINESS SUCCESS,
AS A STRATEGY TO DEVELOP THE ENTREPRENEURIAL ATTITUDE IN HIGH SCHOOL STUDENTS

Juan Fernando Abarca Reyes
Licenciado en Derecho. Maestro en Administración y Políticas Públicas.
Dirección General de Educación Tecnológica Agropecuaria y Ciencias del Mar.
México.
doble.tictac@gmail.com.
<https://orcid.org/0000-0002-5860-3651>

RECIBIDO: 20 de marzo de 2023
ACEPTADO: 01 de junio de 2023
PUBLICADO: 30 de junio de 2023

RESUMEN

Educar a los estudiantes para el emprendimiento trae consigo múltiples beneficios, no solo para ellos, sino además para la economía regional y nacional. Pero, ¿de qué manera puede influir el estudio de casos de éxito empresariales fomentar actitudes emprendedoras en los jóvenes? Por medio de la presente investigación se busca conocer cuál es el impacto del estudio de los casos de éxito de empresarios mexicanos, en el desarrollo de la actitud emprendedora de los estudiantes de bachillerato. Para ello se realizó una investigación con un total de 100 estudiantes de nivel medio superior, en la región Costa Chica del Estado de Guerrero, México. Las técnicas utilizadas para la recolección de datos fueron la encuesta y la investigación-acción, con apoyo de la revisión documental. A través de los cuales se obtuvieron resultados, en los que se observa importantes cambios en la opinión que tienen los alumnos respecto al emprendimiento, así como en sus planes a futuro, con relación al mismo tema. Con lo anterior puede concluirse que el estudio de casos de éxito en empresas, es una estrategia para fomentar el emprendimiento en los jóvenes estudiantes, por lo que resulta muy recomendable su aplicación e integración en las actividades didácticas. .

Palabras clave: Educación y desarrollo, empresa, enseñanza comercial, estudiante.

Código JEL: D1, I0, M5

ABSTRACT

Educating students for entrepreneurship brings with it multiple benefits, not just for them, but also for the regional and national economy. But, in what way can the study of successful business cases influence the promotion of entrepreneurial attitudes in young people? Through this research we seek to provide an answer to this question. For this, an investigation was carried out with a total of 100 high school students, in the Costa Chica region of the State of Guerrero, Mexico. The techniques used for data collection were the survey and the focus group, with the support of documentary review. Through which results were obtained, in which important changes are observed in the opinion that students have regarding entrepreneurship, as well as in their plans, in relation to the same topic. With the above it can be concluded that the study of successful cases in companies, Therefore, its application and integration into didactic activities is highly recommended.

Key Words: Education and development, company, business education, student.

INTRODUCCIÓN

La creación de empresas trae consigo múltiples beneficios para la sociedad, así como para la economía tanto a nivel local, como a nivel nacional; sobre todo en el caso de las PyMEs. Pues solo en México las Pequeñas y Medianas empresas representan el 52% del Producto Interno Bruto Nacional; el 72% de los puestos de trabajo; así como el 70% de las importaciones en productos (Jiménez, et. al., 2017). Por ello puede decirse que la creación de PyMEs, trae consigo grandes ventajas, tanto para la economía, como para la sociedad; las cuales van desde la generación de empleos, aportación al PIB, fomento al desarrollo local, y en algunos casos puede contribuir al desarrollo de la urbanización en zonas rurales.

Pese a lo anterior, los datos que proporciona el Instituto Nacional de Estadística y Geografía demuestran que el 75% de las PyMEs que son creadas en México, no logran mantenerse por más de 3 años; ya que tienen que enfrentar algunos problemas como son: la falta de financiamiento, la carencia de recursos tecnológicos, la escasa planificación empresarial y la competencia desleal (Álvarez, et. al., 2018). Por otra parte, es preciso hacer mención, que ante la constante globalización, que afecta los distintos ámbitos de la sociedad, las PyMEs deben de enfrentarse con una serie de retos, con el fin de mejorar su productividad; que van desde la dotación de nuevos recursos tecnológicos, la búsqueda de nuevos canales de distribución, hasta la necesidad de fuerza de obra calificada (López, 2018).

Relacionado a lo anterior, se encuentra el hecho que hoy en día resulta cada vez más importante que las instituciones educativas puedan vincularse de manera más amplia con el sector empresarial, ya que con ello se contribuye al desarrollo de acciones que ayuden de manera significativa al desarrollo económico regional, sobre todo de aquellas que se encuentran en proceso de urbanización (Aguirre, et. al., 2018).

Por otra parte, el emprendimiento viene a resultar una muy buena opción para los egresados de instituciones educativas, sobre todo en algunas regiones geográficas, donde la demanda de trabajo supera a la oferta; y por tal razón el emprendimiento viene a ser una excelente opción de autoempleo para los jóvenes (Amador, 2020). Pero tomando en consideración los retos de las PyMEs

antes mencionados, es muy común que exista miedo por parte de la población en general, para desarrollar proyectos emprendedores, sobre todo de aquellos jóvenes, quienes no tienen la suficiente experiencia. Y una de las estrategias más efectivas para enfrentar ese miedo, es por medio de la dotación de conocimientos necesarios en el ámbito empresarial (Segura, 2019).

En base a lo anterior, y tomando en consideración lo expresado por Querejazu (2020), existen varias teorías que intentan explicar las razones que motivan a las personas a emprender negocios, siendo una de las más recientes y de mayor impacto la teoría de la decisión de emprender debido a un gatillo desencadenante, establecida por Shapero y Sokol en 1982. Según la cual existen ciertos cambios positivos o negativos que empujan al individuo a emprender; siendo algunos de los factores positivos el deseo de superación, o las buenas experiencias percibidas por el éxito de otras personas.

En ese sentido se han generado la educación para el emprendimiento, como un medio para capacitar a las personas en el desarrollo de proyectos emprendedores (Bravo, et. al., 2021). La cual, en los últimos años, ha sido más común en personas más jóvenes, incluyendo niveles iniciales; ya que no solo se enfoca en la creación de empresas, sino que también hace énfasis en la motivación individual que se necesita para cumplir metas y propósitos (Chauz y Ortiz, 2021). Otros de los beneficios que tiene dicho tipo de educación es el desarrollo de otras habilidades tales como la innovación, cooperativismo, solución de problemas, pensamiento crítico y el desarrollo de la iniciativa (Mora, 2021).

Por ello es muy importante crear entre los jóvenes una actitud emprendedora. La cual se vea manifestada por el conjunto de creencias, habilidades y valores que orientan a las personas a desarrollar ideas de negocios (Beltrán, 2021). Entre los principales elementos que integran la actitud emprendedora son: sentido crítico, percepción de oportunidades, auto eficiencia, motivación al logro y resiliencia en el cumplimiento de metas (Guzmán, et. al., 2020).

En base a lo anterior es que los distintos sistemas educativos del mundo han establecido dentro de sus programas de estudio el desarrollo de estrategias didácticas que puedan favorecer entre los estudiantes el desarrollo de competencias para el fomento de la actitud emprendedora entre los estudiantes (Paños, 2017). Aunado a lo anterior, se han creado algunos programas, con el fin de dar apoyo a los jóvenes que desean emprender, en el caso especial de México podemos citar el programa denominado "Mode-

lo de emprendedores para la educación Media Superior" (MEEMS), el cual otorga ciertos apoyos que van desde becas, capacitación, hasta acciones de vinculación con otras instituciones (Acosta, 2019).

Por otra parte, tenemos los casos de éxito empresariales, es decir aquellas historias reales de emprendedores o PYMES que en poco tiempo lograron tener éxito en sus operaciones. Dicho en otras palabras, son negocios que lograron tener buenos resultados en cuestión ventas, reconocimiento de marca, aumentos en sus cursosales y/o gran crecimiento financiero; los cuales sin duda son inspiración para

todos aquellos que se realizan operaciones de negocios (Acosta, et al, 2020).

Pero ¿de qué manera puede influir el estudio de casos de éxito empresariales fomentar actitudes emprendedoras en los jóvenes? Por medio de la presente investigación se busca, a través de intervención y trabajo directo con estudiantes de bachillerato, evaluar en qué medida el estudio crítico de los casos de éxito empresariales, como estrategia didáctica, puede ayudar a fomentar su actitud su actitud emprendedora.

METODOLOGÍA

Para cumplir con el objetivo planteado, fue realizada una investigación con un enfoque preponderantemente cuantitativo, analizando datos numéricos; lo anterior por medio de un diseño experimental, analizando las reacciones y comportamientos de la muestra seleccionada, en base a las variables de estudio. Además, la investigación posee un nivel correlacional, ya que busca medir la relación existente entre dos variables; y un método inductivo que parte del conocimiento general a lo particular.

Por su parte la población de estudio se encuentra compuesta por: "Estudiantes, de ambos géneros, que actualmente se encuentren cursando el quinto semestre de bachillerato, y que vivan en los municipios de Teconapa y Ayutla de los Libres, en la región Costa Chica del Estado de Guerrero, en México. Cabe mencionar que dichos estudiantes oscilan en una edad de entre los 16 y los 18 años".

Y para seleccionar la muestra de Estudio, fue utilizada la técnica de muestreo no probabilístico por conveniencia; a través de la cual se seleccionó un total de 100 personas, utilizando como criterio a aquellas con las que se pudiera trabajar en razón a las situaciones particulares.

En lo que respecta a las técnicas de recolección de datos fueron utilizadas la investigación-acción y la encuesta. La primera de ellas por medio de la intervención directa con los estudiantes que conforman la muestra, a través del estudio de casos, como estrategia didáctica. En lo que respecta a la encuesta fueron aplicadas a los estudiantes por medio de instrumentos de autoevaluación, para su posterior interpretación y agrupamiento, por medio de la técnica de representación porcentual. Cabe precisar, que la encuesta fue aplicada en un par de acciones. La primera de ellas, antes de aplicar la intervención y exposición de los casos de

éxito con los estudiantes, y los segundos de manera posterior a dicha exposición.

RESULTADOS

De acuerdo con Correa, et. al. (2019), la actitud es el comportamiento de un individuo para realizar actividades; y la aptitud en cambio, es tener el gusto, la habilidad y la inteligencia para ejecutar una actividad apropiadamente con posibilidades de éxito. Y ambos conceptos pueden ser trabajados en el aula, a través del reconocimiento de los aprendizajes previos, y su estimulación a través de procedimientos y recursos, que puedan estimular los procesos cognitivos de los estudiantes; con los cuales se pueda trabajar sobre ciertos factores internos, como son la atención, la motivación, el interés, las actitudes positivas, el desarrollo de las aptitudes individuales, entre otros.

Por lo anterior, es que para poder promover en los estudiantes el desarrollo de ciertas actitudes (incluyendo la actitud emprendedora), es necesario llevar a cabo la selección de material didáctico, que tienda a reforzar el énfasis en el componente conceptual y consolidar visiones estereotipadas sobre determinado tema (Beltrán, 2021), que en este caso se trata sobre el emprendimiento, y desarrollo de actividades emprendedoras. Las cuales tienen como característica principal, que deben de encontrarse orientadas al desarrollo de ciertas actividades y hábitos de vida (Reyes e Hidalgo, 2020).

1.- Estrategia didáctica de intervención

Con la muestra seleccionada y antes descrita, se llevó a cabo el estudio crítico de los casos de éxitos empresariales,

primeramente, dándole a conocer a los alumnos las historias de los emprendimientos exitosos; lo anterior haciendo uso de recursos digitales, específicamente de videos. Y al final se llevó a cabo una mesa redonda, a través de la cual los alumnos intercambiaron ideas, impresiones y dialogaron acerca de lo aprendido. Las actividades anteriores tuvieron una duración total de 180 minutos.

Cabe precisar, que algunos de los principales recursos web que contienen casos de éxitos empresariales, y que fueron utilizados para dicha estrategia didáctica, son detallados a continuación:

- Grupo Bimbo, en el cual fue utilizado un video que se encuentra alojado en la plataforma Youtube, de Farwell Investor (2021). Donde se muestra el proceso de como dicha empresa paso de ser un micronegocio a ser la compañía panadera más grande de Latinoamérica. Dicho recurso es el siguiente: https://youtu.be/Dv-VS5Tto_K0
- Carlos Slim, mediante un recurso que se encuentra en igual forma se encuentra en la plataforma de Youtube, del canal Negocios y Emprendimiento (2020), se busca informar a los jóvenes, el proceso de emprendimiento que vivió Carlos Slim, desde su niñez hasta convertirse en la persona más rica de México. Dicho video se encuentra en el siguiente enlace:

- <https://youtu.be/aReOI8UfU1U>
- Grupo Modelo, mediante el video de Cordova (2020), se muestra a los estudiantes el proceso de dicha empresa; en la cual los 3 emprendedores iniciales llevaron a cabo las estrategias, para que Grupo Modelo, se convirtiera en una de las empresas cerveceras más importantes del mundo. Dicho video es el siguiente: https://youtu.be/_3XuMv3WrCU
- Tiendas Oxxo, utilizando como recurso el video en Youtube de Crea y Transforma (2021), en el cual se muestra a los jóvenes como una idea innovadora pues llegar a convertirse en un gran

éxito en el mercado nacional e internacional. Dicho recurso es el siguiente: <https://youtu.be/MvoqpMgL7uQ>

Cabe precisar que tanto antes, como después de llevar a cabo dicha actividad didáctica, se les pidió a los alumnos que valoraran su motivación hacia el emprendimiento, y su actitud emprendedora en general. A través de un instrumento, con el cual valoraron su propio aprendizaje de los valores, mismo que fue respondido con apoyo del dialogo entre pares, es decir intercambiando las opiniones con el resto de sus compañeros; dicho instrumento es descrito a continuación (tabla 1).

Tabla 1

Instrumento de autoevaluación utilizado por los estudiantes

Instrucciones: Marque con una X, la opción más acorde a sus impresiones personales después de haber conocido, estudiado y analizado las historias de éxito empresarial.

Indicadores	Sí	No
Considero la posibilidad de iniciar negocios en un futuro		
Veo posibilidades de triunfar en los negocios.		
Creo que hay buenas oportunidades de negocio para desarrollar en mi entorno		
Me considero una persona emprendedora		
Las historias de emprendimiento que conozco me inspiran a alcanzar mis metas		
Considero puedo desarrollar las habilidades para tener éxito en los negocios		
Considero el emprendimiento como algo importante		

Nota: Elaboración propia con datos de Carrera, et al, (2021) .

El instrumento de autoevaluación de que fue respondido por los estudiantes en pares, y con apoyo y asesoría del docente; en el momento previo a las actividades antes descrita, y posteriormente a ello. Lo anterior con el fin de poder conocer,

como es que el estudio de casos de éxitos empresariales influye en el desarrollo de la actitud emprendedora. Y los resultados de la misma, analizada de manera comparativa, en ambos momentos en que fue aplicada (antes y después), ver tabla 2.

Tabla 2

Resultados de las autoevaluaciones obtenidas, contestadas antes y después de llevar a cabo el estudio de casos de éxitos empresariales. En la cual se detallan los porcentajes de los estudiantes que respondieron se identifican con dicho enunciado

Item	Indicadores	Antes del estu- Después del es- dio de casos de tudio de casos éxito de éxito	
1	Considero la posibilidad de iniciar negocios en un futuro	49%	62%
2	Veo posibilidades de triunfar en los negocios.	41%	63%
3	Creo que hay buenas oportunidades de negocio para desarrollar en mi entorno	32%	35%
4	Me considero una persona emprendedora	58%	64%
5	Las historias de emprendimiento que conozco me inspiran a alcanzar mis metas	56%	69%
6	Considero puedo desarrollar las habilidades para tener éxito en los negocios	53%	72%
7	Considero el emprendimiento como algo importante	64%	81%

Nota: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos en las autoevaluaciones en donde se registra el porcentaje de estudiantes que expresaron se identifican con el enunciado.

En los resultados obtenidos en la tabla número 2, puede observarse en primer lugar, que en cada uno de los indicadores que fueron presentados en la autoevaluación hubo un incremento, tras

llevar a cabo el estudio de los casos de éxitos empresariales. En algunos en mayor porcentaje, pero en todos hubo algún tipo de aumento.

Por otro lado, puede observarse que

los indicadores en los cuales hubo mayor incremento son los identificados con los ítems 2, 6 y 7. Y por su parte en los que hubo un menor incremento en los porcentajes, después de aplicar la estrategia del estudio de casos de éxito, es en los indicadores identificados con ítems números 3 y 4.

Tomando en cuenta lo anterior, puede decirse que se han cumplido con los objetivos planteados al inicio de la investigación. Pues al haber variaciones en los resultados obtenidos antes y después, de los estudios de caso de éxito empresariales, puede inferirse que dicha estrategia

generó un impacto positivo en el desarrollo de la actitud emprendedora de los estudiantes con cuales se llevó a cabo la investigación.

Por lo que relacionando la presente investigación, con la llevada a cabo por la cual analiza la percepción de los jóvenes estudiantes, con relación al emprendimiento. Puede observarse que en ambos casos los jóvenes relacionan el emprendimiento como una oportunidad, por lo cual la mayoría de los jóvenes analiza la posibilidad de llevar a cabo acciones de emprendimiento en un futuro (Torres, 2019).

CONCLUSIONES

Tomando en consideración los datos obtenidos en la presente investigación, puede concluirse que el estudio de casos de éxitos empresariales entre los estudiantes de nivel bachillerato, contribuye a que puedan desarrollar una actitud emprendedora, y con ello a fomentar sus deseos de desarrollar y poner en marcha proyectos de emprendimiento.

Sobre todo, tomando en cuenta que en dicho nivel educativo se forma a estudiantes en etapa adolescentes, y a quienes la educación para el emprendimiento puede beneficiarles para promover su autonomía y superación en la vida. Además, que las personas en esa etapa de la vida constantemente buscando alternativas para sacar provecho a sus habilidades, talentos e incluso productos; y con ello pueden lograr la generación de cambio, proposición y potenciación de sus ideas, respondiendo con ello y atendiendo necesidades reales de nuestra sociedad (Saavedra, 2021).

En tal virtud es de mucha importancia, también que sigan llevando a cabo investigaciones sobre nuevas estrategias, para incentivar en los jóvenes en el desarrollo de proyectos emprendedores; así como para ayudarles en el desarrollo de habilidades emprendedoras, acorde a las necesidades reales de la sociedad en la cual se desenvuelven.

REFERENCIAS

- Acosta, J. C., Lope, O. H. y Hernández, J. (2020). Cultura organizacional y éxito empresarial: caso siigo. *Dimensión Empresarial*, 18 (3), 1-13. https://www.researchgate.net/publication/344227623_CULTURA_ORGANIZACIONAL_Y_EXITO_EMPRESARIAL_CASO_SIIGO
- Acosta, M. L. (2019). Impulso al emprendimiento en las Instituciones de Educación Superior. *Revista Aletheia*, 3 (6), 1-27. https://revista-aletheia.ieu.edu.mx/documentos/revistaVol_6/revistaVol6_Art2.pdf
- Aguirre, J. D., Ramírez, A. L. y Sánchez, R. (2018). La importancia del emprendimiento la creación de proyectos exitosos dentro del proceso de vinculación universidad-empresa-gobierno. *VinculaTegica*, 9 (2), 543-549. http://www.web.facpya.uanl.mx/Vinculategica/Vinculategica_4_2/27%20AGUIRRE_RAMIREZ_SANCHEZ.pdf
- Álvarez, A., Gallegos, A. E. y Márquez, M. A. (2018). Algunas características de las pequeñas y medianas empresas en México (PyMEs). *Realidad Económica*, 27 (70), 146-159. https://www.realidadeconomica.umich.mx/index_files/algunas_caracteristicas_relevantes_de_las_peque%C3%B1as_y_medianas_7.pdf
- Amador, M. L. (2020). Comparación del perfil emprendedor en estudiantes del área empresarial e industrial México-Perú. *Revista Iberoamericana Para la Investigación y Desarrollo Educativo*, 10 (20), 2-24. <https://www.ride.org.mx/index.php/RIDE/article/download/598/2298/>
- Beltrán, J. (2021). Diseño de un material didáctico para promover actitudes positivas hacia las ciencias desde una visita a un laboratorio de investigación sobre diversidad biomolecular. [Tesis de master, Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional]. Repositorio Institucional del Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional. <https://repositorio.cinvestav.mx/bitstream/handle/cinvestav/3654/SSIT0016659.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bravo, I. F., Bravo, M. X., Danny, J. y Mendoza, M. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. *Economía y Política*, 33 (1), 1-33.
- Carrera, M. M., Partida, P., Villareal, L. A. y Cantú A. C. (2021). *Innovaciones de Negocios* 18(35), 83-111. <http://eprints.uanl.mx/24328/1/24328.pdf>
- Chaux, J. D., Ortiz, L. M. (2021) Educación para el desarrollo del emprendimiento: Una revisión teórica. *Revista Redipe*, 10 (13), 24-52. <https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/1742>
- Córdoba, J. C. [Juan Carlos Córdoba] (2020). Historia de Grupo Modelo Cerveza Corona | Casos de Éxito. [Video]. Youtube. https://youtu.be/_3XuMv3WrcU
- Correa D.M., Abarca, A.N., Baños C.A. y Analuisa, S. G. (2019). Actitud y aptitud en el proceso del aprendizaje. *Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo*, 6 (1), 1-18. <https://www.eumed.net/rev/atlante/2019/06/actitud-aptitud-aprendizaje.html>
- Crea y Transforma (2021). La Historia del IMPERIO de TIENDAS Oxxo en México. [Video]. Youtube. <https://youtu.be/MvoqpMgL7uQ>
- Farwell Investor (2021). Empezó Como Panadero Y Creo BIMBO. [Video]. Youtube. https://youtu.be/DvVS5Tto_K0
- Guzmán, D. S., Torres, D. y Hernández, T. J. (2020). Actitud emprendedora en estudiantes universitarios de administración: caso Pachuca, México. *Revista Vincula Técnica EFAN*, 6(1), 113-143. <https://www.pag.org.mx/index.php/PAG/article/download/902/1361/>
- Jiménez, S., Acua, G. e Ibarra, D. G. (2017). Contribución de las PyMEs mexicanas a la producción, empleo y su importancia en los sectores económicos nacionales. *Tiempo Económico*, 12 (36), 43-58. <http://tiempoeconomico.azc.uam.mx/wp-content/uploads/2019/07/36te3.pdf>
- López, V. M. (2018). La competitividad de las

- PyMEs en México: retos y oportunidades ante un mundo globalizado. *Horizontes de la Contaduría en las Ciencias Sociales*, 5 (9), 79-91. <https://www.uv.mx/iic/files/2018/12/Num09-Art07-105.pdf>
- Mora, M. (2021). La importancia de la educación para el emprendimiento: una aproximación al crecimiento económico y social [Tesis de master, Universidad de Jaén]. Repositorio Institucional de la Universidad de Jaén. https://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/14884/1/MORA_LOPEZ__MANUELA_FOL_TFM.pdf
- Negocios y emprendimiento (2020). Cómo se convirtió Carlos Slim en la persona más rica de México. [Video]. Youtube. <https://youtu.be/aReOI8UfU1U>
- Paño, J. (2017). Educación emprendedora y metodologías activas para su fomento. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 20 (3), 33-48. <https://www.redalyc.org/pdf/2170/217052050003.pdf>
- Querejazu, C. V. (2020). Aproximación teórica a las causas del emprendimiento. *Economía Teoría y Práctica*, 28 (52), 59-98. <http://dx.doi.org/10.24275/etypuam/ne/522020/Querejazu>
- Reyes J. R. e Hidalgo, A. A. (2020). Actitud emprendedora desde una perspectiva digital. *Digital Publiiser* 5-1 (5). 90-106. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7898202.pdf>
- Saavedra, M. L. (2021). Habilidades, destrezas y apoyo para el emprendimiento en estudiantes de la Ciudad de México. *Ciencia Administrativa* 1 (1), 38-48. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2022/04/04CA2021-2.pdf>
- Segura, J. (2019). El emprendimiento y sus temores frecuentes [Tesis de especialidad, Universidad Militar de Nueva Granada]. Repositorio Institucional de la Universidad Militar de Nueva Granada. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/21344/SeguraSeguraJohnAlexander2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Torres, M. (2019). Factores que inciden en el emprendimiento de los jóvenes en riesgo de exclusión: Guayaquil. [Licenciatura, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/17464/1/UPS-GT002696.pdf>