

42

JÓVENES EMPRENDEDORES ADSCRITOS AL PROGRAMA IMPULSO JOVEN Y SU FORMACIÓN

YOUNG ENTREPRENEURS ASSIGNED TO THE YOUNG IMPULSE PROGRAM AND THEIR TRAINING

Mireya Silvana Cuarán Guerrero¹

E-mail: ui.mireyacuaran@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4724-3849>

Oswaldo Javier Torres Merlo¹

E-mail: ui.oswaldotorres@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1729-0326>

Mario Marcelo Yancha Villacis¹

E-mail: ua.marceloyancha@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5459-114X>

¹Universidad Regional Autónoma de Los Andes, Ambato, Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Cuarán Guerrero, M. S., Torres Merlo, O. J., & Mario Marcelo Yancha Villacis, M. M. (2023). Jóvenes emprendedores adscritos al programa impulso joven y su formación. *Revista Conrado*, 19(S3), 369-377.

RESUMEN

Las condiciones económicas actuales en cualquier país implican la necesidad del surgimiento de jóvenes emprendedores que en Ecuador ocupa uno de los índices más altos en Latinoamérica, donde para la población joven emprender constituye una alternativa al desempleo y falta de oportunidades. Estudios realizados permiten evidenciar que los jóvenes poseen iniciativas de emprendimiento en variados negocios y requieren de las herramientas de ideación y presentación de negocios de mayor aceptación. Sin embargo, la formación académica general les aporta pocos conocimientos básicos en este sentido, que facilite conocer el mercado laboral, los negocios y las formas de presentación al cliente de la actividad a realizar. Esto hace que se requiera de modificaciones en el proceso de formación de manera que, facilite su desempeño mientras que profundiza y actualiza sus conocimientos relacionados con el negocio que va a representar.

Palabras clave:

Formación, conocimientos, negocios, desempeño.

ABSTRACT

The current economic conditions in any country imply the need for the emergence of young entrepreneurs, which in Ecuador occupies one of the highest rates in Latin America, where for the young population, entrepreneurship constitutes an alternative to unemployment and lack of opportunities. Studies carried out show that young people have entrepreneurial initiatives in various businesses and require the most widely accepted business ideation and presentation tools. However, general academic training provides them with little basic knowledge in this sense, which makes it easier to understand the labor market, business and the ways of presenting the activity to be carried out to the client. This requires modifications in the training process so that it facilitates their performance while deepening and updating their knowledge related to the business they are going to represent.

Keywords:

Young entrepreneurship, training, knowledge, business, performance.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es una actividad cada vez más importante para la población joven, emprender se ha convertido en una oportunidad para desarrollar sus propias habilidades y adquirir otras que le permiten al individuo construir una carrera profesional exitosa (Prieto Sierra, 2017). El emprendimiento ofrece a los jóvenes la potestad de crear su propio destino y sentir mayor control sobre el futuro. En el campo de la administración estudiar el emprendimiento mediante el contacto con emprendedores permite al estudiante desarrollar sus habilidades empresariales respecto al manejo de un negocio, aplicación de estrategias de marketing eficaces y la correlación estrategia presupuesto, en su conjunto estos conocimientos llevados a la práctica promueve la formación de líderes con sentido de trabajo en equipo, con cualidades de comunicación eficaz y motivación a otros para alcanzar objetivos comunes (Garzozi Pincay et al., 2014).

Las estadísticas del Global Entrepreneurship Monitor señalan que la motivación por el emprendimiento en el Ecuador es alta y esto lo demuestra la Tasa de Emprendimiento Temprano del 36.2%, una de las tasas más altas de la región (Zambrano & Ordeñana, 2020), esta motivación es más alta en la población joven quienes en su mayoría, por falta de oportunidades laborales y motivados por el impulso del estado al promover políticas y mecanismos de apoyo al emprendimiento, inician sus negocios o tienen la intención de hacerlos en los próximos años.

La muestra de interés de los jóvenes en este proceso se puede ver más favorecida si durante los años de estudio en los centros educacionales de los diferentes niveles educativos, se les brindara informaciones sobre negocio y emprendimiento, a diferente escala de complejidad según el nivel de enseñanza, más cuando hoy se encuentran frente a un sistema que favorece cada vez más la producción a escala industrial y las importaciones de productos básicos de alto volumen (Blake, Chohan & Escobar, 2023).

Sin embargo, gran cantidad de jóvenes que inician sus emprendimientos no tiene experiencia en la gestión de negocios, carece de capital inicial y son escasas las oportunidades de financiamiento de dicho capital mediante el apoyo de instituciones financieras. Por cuanto desde hace varios años atrás se han venido impulsando políticas de apoyo al emprendimiento por parte del Gobierno nacional y articulando actividades con instituciones del sector privado para proveer tanto el recurso monetario a través de diferentes alternativas de financiamiento, como oportunidades de asesoría y capacitación para fortalecer

a los emprendimientos. A pesar de estas acciones, continúa la carencia de ellas en las escuelas, que puede ayudar a que los jóvenes lleguen a la vida laboral con un mayor conocimiento para el desarrollo diversas actividades de emprendimiento que le posibiliten un mayor avance en ello, especialmente al desarrollo de la mujer que en los últimos años ha tenido un incremento considerable en el emprendimiento, tal como lo manifiesta la investigación de Cisneros (2015).

Actualmente las instituciones educativas cuentan con el desafío de egresar alumnos no solo como expertos en sus disciplinas, sino que además cuenten con competencias transversales que les permitirán adaptarse a entornos profesionales y personales en el futuro (Olivares et al, 2019). Desde la academia mediante proyectos de vinculación con la sociedad se han desarrollado bootcamps con diferentes temáticas para fortalecer competencias en este caso relacionadas a la ideación de negocios y presentación de ideas de negocio, ya que en el grupo también se contó con un grupo de participantes que aunque no tienen aún su negocio, tienen la predisposición de iniciar uno en el mediano plazo.

El objetivo del presente trabajo es analizar algunas estrategias que los jóvenes emprendedores utilizarán para la ideación de su negocio y la presentación de este ante inversores o potenciales clientes, esto en base al aprendizaje en los talleres de asesoramiento recibidos y el trabajo realizado en la formación de los conocimientos previos.

MATERIALES Y MÉTODOS.

El estudio fue realizado con la información recopilada de 139 jóvenes participantes del boot camp Idea, construye y presenta tu negocio, realizado en los meses de enero y febrero del 2023 como parte del proyecto de vinculación con la sociedad realizado por los estudiantes de séptimos niveles de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Regional Autónoma de los Andes. Es una investigación predominantemente cualitativa, no experimental, contiene un diagnóstico transversal.

Se utilizaron métodos del nivel teórico como el método analítico – sintético e inductivo- deductivo por cuanto se analiza alternativas de uso de herramientas de presentación de ideas de negocios que se consideran innovadoras por parte de los jóvenes emprendedores inscritos a proyectos auspiciados por el MIES así como las características de los emprendedores que prefieren el uso de cada tipo de herramienta de presentación, resultados expuestos en una síntesis que evidencia la problemática expuesta en el presente trabajo. El método inductivo y deductivo partiendo de las premisas particulares respecto

a las distinciones entre tipos de presentaciones de negocios de emprendedores jóvenes entre 18 y 29 años. Con el enfoque sistémico que permite una visión inter – multi y transdisciplinaria para interrelacionar momentos teóricos – práctico del estudio.

En el nivel empírico se emplea como métodos y técnicas: el análisis documental a través de la revisión y análisis de la literatura concerniente al tema en estudio. Encuestas conformadas con predominio de preguntas cerradas, dirigidas a jóvenes inscritos al programa Impulso Joven, con el fin de determinar las características de los emprendimientos que lideran y su elección respecto a formas de presentación de su negocio, así como los niveles de preparación que poseían con anterioridad para la actividad.

En cuanto a instrumentos, se trabaja con base a un cuestionario de recolección de información. Se aplicó un muestreo no probabilístico intencional, según la base de jóvenes inscritos al Programa Impulso Joven Tabla 1 y 2, datos proporcionados por la Dirección de Impulso Joven del Ministerio de Inclusión Social que constituyen la población, de la cual se obtuvo la información para el análisis de los resultados obtenidos.

RESULTADOS

Tabla 1. Número de jóvenes inscritos al Boot Camp Idea, crea y presenta tu negocio, ordenado por provincias

Provincia	No. Participantes	%
Carchi	1	1%
Cotopaxi	1	1%
Galápagos	10	7%
Guayas	23	17%
Imbabura	4	3%
Los Ríos	42	30%
Manabí	3	2%
Morona Santiago	2	1%
Pastaza	3	2%
Pichincha	16	12%
Santa Elena	14	10%
Santo Domingo de los Tsáchilas	1	1%
Sucumbíos	13	9%
Orellana	5	4%
Napo	1	1%
Total	139	100%

Fuente: Base de datos proporcionada por la Dirección de Impulso Joven (2023)

Las provincias en las que se registra mayor participación de inscritos son Los Ríos, Guayas, Pichincha y Santa Elena que representan el 68% del total.

Tabla 2. Experiencia en el manejo de negocios y nivel de instrucción formal

Experiencia	Nivel de instrucción			Total	%
	Bachilleres	Tercer nivel o cursando la Universidad	Posgrado		
1- 2 años	20	29	2	51	37%
2- 5 años	4	3	1	8	6%
5 años o más	3	3	1	7	5%

Ninguna	29	39	5	73	53%
Total	56	74	9	139	100%

Fuente: Base de datos proporcionada por la Dirección de Impulso Joven (2022)

El mayor interés en capacitación y asesoramiento en estos temas se da en los jóvenes con una idea de negocio pero que aún no la inician y en aquellos que tienen experiencia menor a un año en el negocio. En cuanto al nivel de instrucción se cuenta mayoritariamente con personas que han culminado su bachillerato o están cursando estudios superiores (Figura 1), por lo que su nivel de preparación es mucho menor y requieren de más información y conocimientos para alcanzar metas más altas en el proceso que desean desarrollar.

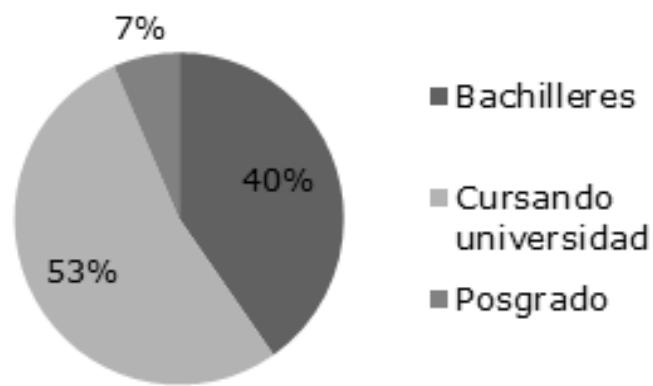


Figura 1. Nivel de estudios de los participantes.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3. Tipo de herramienta que utilizarían los emprendedores para generar la idea de negocio

Herramienta para generar ideas de negocios	No.	%
Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Poner otro uso, Eliminar y Reorganizar SCAMPER	29	40%
Matriz Nuevo, útil, factible (NUF)	25	34%
Brainwriting (escritura de ideas)	15	21%
No está seguro	4	5%
Total	73	100%

Fuente: Encuesta a emprendedores asistentes a boot camp Idea, construye y presenta tu negocio UNIANDES Carrera de Administración de Empresas (2022).

Se encuestó a emprendedores que no han iniciado un negocio respecto a la elección de la herramienta que llevaría a la práctica al momento de la selección de su idea de negocio, siendo el método SCAMPER y matriz NUF las de mayor aceptación. Tabla 3

Tabla 4. Tipo de herramienta que utilizarán los emprendedores para presentar su negocio a inversores o clientes potenciales

	Arquetipos de clientes/ Buyer persona	Design Thinking	Pitch	Plan de negocios	No contesta	total	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	2		1			3	5%
Comercio al por mayor y al por menor	5	3	3	8	1	20	30%
Industria Manufacturera	1	1		2		4	6%
Actividades de alojamiento y de servicios		1				1	2%
Otras actividades de servicios	9	7	8	12	2	38	58%
Total	15	14	11	23	3	66	100%
%	23%	21%	17%	35%	5%	100%	

Fuente: Encuesta a emprendedores asistentes a boot camp Idea, construye y presenta tu negocio UNIANDES Carrera de Administración de Empresas (2022)

Los emprendedores que ya poseen un negocio y han participado en el boot camp se dedican principalmente a actividades de servicios y comercio, al preguntarles respecto a la herramienta que les parece de mayor utilidad al momento de presentar su negocio a un inversor o potencial cliente eligen al Plan de negocios, Arquetipo / Buyer Persona y la metodología de Design Thinking como las de mayor probabilidad de uso. Tabla 4

Con el propósito de obtener información sobre los niveles de conocimientos que poseen de forma general en el tema de los jóvenes emprendedores que participan en el programa, se realizaron preguntas dirigidas a este aspecto, en las que se pudo comprobar que la mayoría manifiesta que en la educación general recibieron muy poco conocimiento que les permitiera iniciar la actividad con una base y profundizar en la misma para incrementar sus ideas y la calidad del proceso (Figura 2).

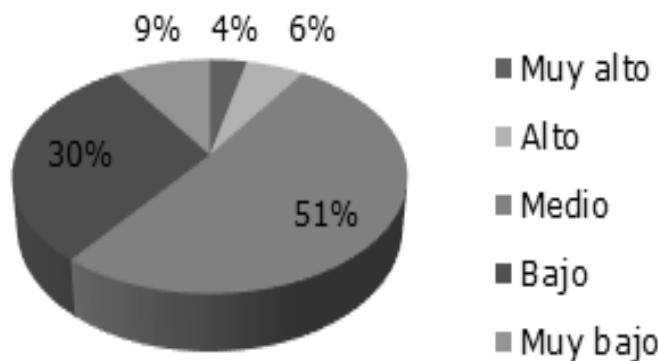
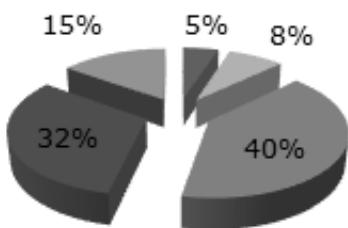


Figura 2. Nivel de conocimiento anterior de la actividad por los jóvenes.

Fuente: Elaboración propia.

En las formas de obtener los conocimientos requeridos para el desarrollo de las acciones de emprendimiento en cualquier negocio que se deseé desarrollar, la mayor parte de los estudiantes opinó que lograron adquirirlos mediante el estudio individual, la búsqueda de información actualizada y la consulta a otras personas (Figura 3). Esto muestra que las instituciones educativas carecen de niveles de ayuda, información y trabajo con los estudiantes durante su formación, que les brinden mecanismos de actuación con conocimiento general sobre las actividades y sus posibles ideas o formas de actuación.

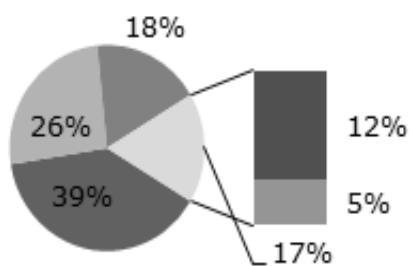


- Estudios de formación general
- Estudios de formación especializada
- Estudio individual
- Búsqueda de información actualizada
- Consulta a personal con preparación

Figura 3. Formas de adquisición del conocimiento.

Fuente: Elaboración propia.

En el aspecto de la motivación hacia la actividad seleccionada para realizar las acciones de emprendimiento, se pudo apreciar que la mayoría las seleccionaron a partir de experiencias familiares, la observación a amistades o vecinos en una actividad o el interés hacia elementos relacionados hacia la actividad que desean realizar. En muy pocos casos consideraron que su motivación partió de los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación académica en la enseñanza general (Figura 4).



- Experiencia familiar
- Observación
- Interés propio
- Enseñanza en las escuelas
- Presión de otras personas

Figura 4. Formas de motivación hacia la actividad.

Fuente: Elaboración propia.

DISCUSIÓN.

La metodología bootcamp involucra una programación de actividades de entrenamiento intensivo, en un período corto de tiempo que analiza una problemática real y propone actividades que permitan desarrollar conocimientos y habilidades específicos (Haro Carrasco & Pozo Hidalgo, 2022), utilizar esta alternativa de talleres de asesoramiento a emprendedores permite aprender y desarrollar habilidades esenciales para el éxito de su negocio mediante un aprendizaje específico, puntual y acelerado. Además, se convierte en una excelente oportunidad de generar redes de contacto, conocer a otros emprendedores o profesionales de la industria que les abre puertas a oportunidades futuras y de quienes aprenden a través de trabajos colaborativos en el aula.

Aunque aún esta metodología no es muy conocida se ha tenido una gran acogida por parte de los jóvenes emprendedores que buscan formarse a través de los programas que se impulsan por parte de entes de gobierno en convenio con instituciones privadas como la Universidad Regional Autónoma de los Andes UNIANDES. Jóvenes de las provincias de la Costa ecuatoriana han sido los de mayor concurrencia 69%, mientras que los jóvenes de la Sierra representaron el 15% de los participantes y en similar porcentaje la participación de inscritos que viven en el Oriente ecuatoriano, de ellos un gran porcentaje no tienen un emprendimiento, pero ya tienen una idea de negocio.

Se entiende la motivación por emprender generalizada en los jóvenes ya que, de acuerdo al Informe Iberoamericano de emprendimiento juvenil (Organismo Internacional de Juventud, 2018) el 72.6% de personas jóvenes consideran al emprendimiento una buena elección profesional y el 34.2% tiene el propósito de emprender en los próximos 3 años. Este mismo estudio considera entre los retos y dificultades que enfrentan los jóvenes la falta de innovación en las iniciativas emprendedoras que incluye tanto al momento de la ideación como en la presentación de sus negocios (Ramirez Guevara, 2021).

Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2019, el porcentaje de adultos que iniciaron un negocio en el último año fue del 10.2%, mientras que el porcentaje de adultos que están involucrados en la creación de un negocio con alto porcentaje de crecimiento e intención de crecimiento fue del 2,3%. Son múltiples las causas del estancamiento o cierre de emprendimientos entre ellas es la falta de creatividad para conocer el mercado y adaptarse a los cambios de su entorno (Gómez Vallejo, 2019), por cuanto la capacitación y asesoramiento a emprendedores es un aporte valioso para fomentar una cultura emprendedora. En este contexto es imperioso que

las universidades sigan siendo incitadoras, promotoras y formadoras de emprendedores con visión a largo plazo, que buscan el crecimiento empresarial incrementando sus niveles de competitividad basada en la innovación. (Cristancho Triana et al., 2021)

Los jóvenes que han sido capacitados bajo la metodología bootcamp, luego de conocer las diferentes herramientas para ideación eligen las herramientas matrices NUF, SCAMPER y Brainwriting. La metodología SCAMPER (Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Poner en otros usos, Eliminar, Reorganizar) es una herramienta muy útil dentro del proceso de generación de ideas creativas en un emprendedor, desde la perspectiva de obtener habilidades para la solución de problemas, es una técnica que consiste en formular preguntas para orientar el desarrollo de nuevas ideas y soluciones creativas para mejorar los productos y servicios e identificar oportunidades de negocio. (Parra Alvíz et al., 2017)

Lo cual viene dado por el conocimiento del cliente, la competencia y las propias capacidades del emprendimiento como tal, se requiere de visión a largo plazo y análisis de las condiciones de mercado y del negocio, puesto que generalmente el mercado de empresarios procede de una preocupación por determinar la retribución del empresario antes que por explicar la incidencia de su actividad en la producción (Menudo & José, 2018). La matriz NUF (Nuevo, Único, Factible) permite poner a prueba las ideas de negocio con el análisis de la originalidad y novedad que cause la idea en el segmento de mercado, si el producto o servicio solucionan un problema detectado y si el negocio es operativa y financieramente rentable para la empresa.

Por otra parte, saber presentar el negocio es la clave para lograr el respaldo de inversores, transar con proveedores y atraer clientes potenciales; de las herramientas aprendidas mediante el bootcamp, los emprendedores señalan como herramientas que utilizarían para este fin serían planes de negocios, diseño de arquetipos de clientes, buyer persona y la aplicación de la metodología design thinking. Todas las cuales son adquiridas mediante el propio estudio independiente y la necesidad de búsqueda de informaciones, no así desde el proceso de formación de los diferentes niveles educativos, no teniendo en cuenta que los estudiantes deben ser formados para desarrollar competencias que los preparen para enfrentar un ambiente incierto, complejo y de posibilidades ilimitadas (Olivares et al., 2018).

El plan de negocio es una herramienta de análisis de información que presenta una proyección de la organización en el futuro, definiendo sus metas, estrategias, técnicas y

recursos necesarios para llevar a cabo el modelo de negocio de la empresa; el plan de negocio es la herramienta desarrollada para buscar una estabilidad y crecimiento empresarial (Albornoz Arias et al., 2020). La toma de decisiones es para el emprendedor la práctica básica en la que se imprime la creatividad e innovación que hace la diferencia al momento de participar en un mercado cada vez más competitivo. (Herruzo Gómez et al., 2019)

El plan de negocios se define como un documento que contiene la descripción de los aspectos fundamentales de la organización de la empresa y del funcionamiento del negocio, desde la estructura de esta, los objetivos a alcanzar, la visión o el querer ser a largo plazo y la identificación de los pasos necesarios para el cumplimiento de los objetivos que permiten dar cumplimiento a la misión (razón de ser) y la visión (lo que se quiere llegar a ser). Además, guía al emprendedor en el establecimiento de estrategias o el curso de acción a seguir para el cumplimiento de objetivos, de acuerdo con la estrategia adoptada se identifican los recursos necesarios, riesgos potenciales y acciones para mitigarlos o minimizarlos.

Este documento se convierte en una herramienta útil en la búsqueda de financiamiento, por lo tanto debe demostrar a los inversores que el emprendedor conoce no solamente la forma de producir y vender sino la visión clara del alcance de su negocio, las perspectivas de crecimiento de este, considerando todos los aspectos del entorno que influyen positiva y negativamente en su desarrollo.

Al momento de la presentación de un plan de negocios se opta por el uso de varias herramientas entre ellas las plantillas de plan de negocios que ayuda a emprendedores a estructurar sus ideas y determinar una estrategia para el éxito de su negocio. Generalmente son plantillas o software en los que se incluye la descripción general de la empresa, la descripción de productos y servicios, un plan de marketing en el que se analiza a la competencia, gustos y preferencias del segmento de mercado, características del consumidor y cuantificación de oferta y demanda para comprender la oportunidad de mercado.

El plan de operaciones que establece la capacidad de venta o producción, los procesos, personal y sus requerimientos que se sintetizan con el estudio o plan financiero que incluye la descripción de la inversión inicial (activos y capital de trabajo) y las fuentes de financiamiento (aportes de accionista o financiamiento externo), así como las proyecciones de ventas y gastos del negocio que permiten el cálculo de flujos de efectivo con los cuales se trabajan indicadores financieros que reflejan la viabilidad del negocio y la recuperación de la inversión. Pero en la mayoría de los casos estas plantillas, tienen como

basamento la integración de los conocimientos previos que el joven recibe durante su formación y sin embargo esto no se logra si no hace un estudio individual y de profundización en la temática de forma anticipada, aspecto aún no logrado en el proceso formativo de la enseñanza general.

En cuanto al arquetipo de clientes o buyer persona es un modelo que representa a un grupo de clientes con similares características, esta herramienta ayuda a las empresas a comprender mejor a sus clientes, desarrollar estrategias de marketing más eficaces. Un negocio puede ser presentado a través de un arquetipo para ayudar a los clientes a entender mejor el producto o servicio que ofrece (Moreno, 2020).

Representa en forma ficticia a un cliente ideal para la empresa específica, en base a datos reales y estadísticas (Mora et al., 2019), la práctica en la reflexión para la descripción de características demográficas, intereses, problemas que enfrenta, objetivos de compra, medios de comunicación preferidos, canales de compra y demás datos relevantes permite al emprendedor conocer mejor al cliente para desarrollar productos o servicios que satisfagan las necesidades de este.

El design thinking o pensamiento de diseño es una herramienta de desarrollo de soluciones innovadoras para los problemas que enfrentan las empresas; permite enfocar los problemas en forma diferente con la finalidad de encontrar soluciones creativas, con la aplicación de esta herramienta se desarrolla cultura de innovación (De Goey et al., 2019). Esta herramienta permite al emprendedor comprender el problema que refleja la necesidad de su producto en el mercado mediante la recopilación de información para entender los desafíos y objetivos; una vez comprendido el problema se explora soluciones que pueden reflejarse en ideas de posibles cambios o adecuaciones del producto o servicio para luego proceder a prototipar o construir la versión preliminar para finalmente probar la solución y recibir retroalimentación para continuar con el proceso de mejora.

El emprendimiento en los jóvenes constituye una importante forma de lograr avances en su desarrollo y combatir al desempleo, por lo que las herramientas necesarias para su desarrollo y los conocimientos básicos para ello, deberían ser objeto de estudio como parte de los programas que se implementan en los diferentes niveles educativos por los que transita un estudiante durante su formación académica. Los jóvenes que deciden realizar acciones de emprendimiento en diferentes tipos de negocios generalmente tienen que hacer estudios individuales y de profundización en la temática y la actividad que

desea desarrollar, al carecer de bases fuertes para arrancar de forma rápida en su desarrollo objetivo. (Rodríguez-Izquierdo, 2020)

En el caso de las universidades tienen como reto impulsar la calidad de la enseñanza para lo que se hace necesaria la puesta en marcha de metodologías didácticas centradas en el alumnado (Rodríguez-Izquierdo, 2020), esto puede propiciar un mejor desempeño del joven graduado como emprendedor. Esta situación debe ser objeto de análisis por las autoridades competentes, para realizar modificaciones en los programas de estudio, de forma que se brinde al estudiante de forma paulatina, un cúmulo de informaciones y conocimientos actualizados, que una vez finalizada la etapa de formación general, pueda iniciar la vida laboral desde cualquier actividad y mercado, teniendo sólo que profundizar en aspectos específicos y actualizados de la actividad a realizar.

CONCLUSIONES

El bootcamp es una metodología que se enfoca en el desarrollo de habilidades, en este caso para la ideación de negocios y la presentación de negocios, que se ha enfocado en la preparación de jóvenes emprendedores, de forma que contribuya a su desarrollo e inclusión en la vida laboral y el éxito en el negocio. De entre las herramientas aprendidas para la ideación, la matriz NUF (Necesidad, Uso, Función) y el método SCAMPER son mayormente valorados ya que se considera que proporcionan mecanismos de elección de ideas considerando la funcionalidad, eficacia, sustitución, adaptación, combinación y eliminación para definir o repensar ideas de negocios.

En cuanto a la presentación de negocios se considera que el plan de negocios y el buyer persona son las mejores alternativas al momento de exponer su idea de negocio ante inversores o clientes potenciales por cuanto al momento de la exposición o presentación se requieren documentos que detallen el negocio y el mercado al que se dirige el producto o servicio. El proceso de formación general de los estudiantes debe llegar al desarrollo de modificaciones en los programas, de forma que estos permitan realizar una preparación general e integral de los principales aspectos que el joven requiere para su desarrollo laboral. Los elementos que le permitan al estudiante en el proceso de formación, adquirir conocimientos básicos y sólidos de las estrategias de negocio, facilitarán su desempeño laboral en el mundo actual donde se requiere la constante búsqueda de soluciones que permitan el desarrollo económico y social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Albornoz Arias, N., Jaimes Bolívar, G., Raynaud Prado, N., & Santafe Rojas, A. (2020). Modelo de negocios versus planes de negocios. Una revisión desde los negocios de baja renta. En *Tendencias de la administración global: Una mirada desde el emprendimiento social, innovación, estrategia, competitividad y bioeconomía*. Edic. Universidad Simón Bolívar.
- Blake, L. J., Chohan, J. K., & Escobar, M. P. (2023). Agro-extractivism and neoliberal conservation: campesino abandonment in the Boyacá páramos, Colombia. *Journal of Rural Studies*, 102, 103071.
- Cisneros, M. E. E. (2015). Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género. *Contaduría y administración*, 60(2), 468-485.
- Cristancho Triana, G. J., Ninco Hernández, F. A., Cancino Gómez, Y. A., Alfonso Orejuela, L. C., & Ochoa Daza, P. E. (2021). Aspectos clave del plan de negocios para emprender en el contexto colombiano. *Suma de Negocios*, 12(26), 41-51.
- De Goey, H., Hillettoft, P., & Eriksson, L. (2019). Innovación impulsada por el diseño: una revisión sistemática de la literatura. *Revisión de empresas europeas*, 31(1), 92-114.
- Garzozi Pincay, M. S., Moncada, M. C., Ochoa Luna, J., & Zambrano, S. R. (2014). *Planes de negocio para emprendedores*. Iniciativa Latinoamericana de Libros de Texto Abiertos (Latin).
- Gómez Vallejo, M. (2019). *La mentalidad emprendedora: El emprendimiento visto desde el sujeto y el proceso de emprender*. Ediciones de la U.
- Haro Carrasco, E., & Pozo Hidalgo, M. (2022). Boot Camp: Práctica disruptiva en el aula. A new era in business and management education: digital transformation, humanism and sustainability (págs. 6-10). Valencia - España: *International Congress on innovative education in business and economics*.
- Herruzo Gómez, E., Hernández Sánchez, B., Cardella, G. M., & Sánchez García, J. (2019). *Emprendimiento e innovación: oportunidades para todos*. E. Herruzo-Gómez (Ed.). Dykinson.
- Menudo, J. M., & José, M. (2018). *El mercado de empresarios en la historia del pensamiento económico. Historia de un fracaso*. Investigaciones de Historia Económica.
- Mora, M. N. B., Carvajal, V. M. P., & Álvarez, G. D. L. (2019). El Buyer Persona como factor clave entre las tendencias en Gestión Empresarial. *RECIMUNDO*, 3(3 ESP), 659-681.
- Moreno, M. (2020). Arquetipos: Conocer al cliente, la base para gestionar su experiencia. *Calidad: Revista mensual de la Asociación Española para la Calidad*, (2), 50-53.
- Olivares, S. L. O., Cabrera, M. V. L., & Valdez-García, J. E. (2018). Aprendizaje basado en retos: una experiencia de innovación para enfrentar problemas de salud pública. *Educación Médica*, 19, 230-237.
- Olivares, S. L. O., Torres, E. A., Palet, J. E. A., Corolla, M. L. T., Cabrera, M. V. L., & Valdez-García, J. E. (2019). Valor percibido de una experiencia de inmersión educativa para el desarrollo de competencias transversales: Semana i. *Educación Médica*, 20, 93-99.
- Organismo Internacional de Juventud. (2018). *Informe iberoamericano de emprendimiento juvenil*. Organismo Internacional de Juventud. <https://ojij.org/wp-content/uploads/2019/02/INFORME-EMPRENDIMIENTO-IBEROAMERICA-digital.pdf>.
- Parra Alvíz, M., Rubio Guerrero, G., & López Posada, L. (2017). *Emprendimiento y Creatividad: elementos esenciales para crear una empresa*. Ecoe Ediciones.
- Prieto Sierra, C. (2017). *Emprendimiento: conceptos y plan de negocio*. Ed. Pearson México.
- Ramirez Guevara, A. (2021). Factores que limitan el emprendimiento en América Latina. *Empleo y crecimiento económico*, 1002-1016.
- Rodríguez-Izquierdo, R. M. (2020). Aprendizaje Servicio y compromiso académico en Educación Superior. *Revista de Psicodidáctica*, 25(1), 45-51.
- Zambrano, J., & Ordeñana, X. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor*. SPAE Escuela de Negocios de la ESPOL Ecuador.