Recibido: 25/03/2021

Aprobado: 27/05/2021

Jóvenes, el futuro del emprendimiento[1]

Palabras clave: Jóvenes, empresas, comunidad, mercado, emprendimiento.

A lo largo de la historia, las empresas han tenido un papel importante en la sociedad para vender un producto o un servicio y poder llevar a cabo un propósito específico. Ahora bien, existen empresas con un alcance mayor o menor en el mercado, empresas que han ganado reconocimiento durante los años, sin embargo, esto no siempre fue así, requirieron de mucho esfuerzo para llegar a donde están hoy. Por este motivo, es importante recordar los pequeños emprendimientos hechos por jóvenes que, aunque al inicio tengan poco alcance, pueden hacer aparte de las empresas más exitosas y necesarias del mañana. Por lo tanto, los jóvenes emprendedores son fundamentales para el futuro empresarial y deben ser tratados con respeto, al igual que a su trabajo arduo para emprender.

En primer lugar, los jóvenes emprendedores dejan un impacto en la comunidad gracias a esas pequeñas empresas que generan empleo, requiriendo de personas unidas por una meta en común. Así, siempre se necesitará de lealtad para funcionar debido que se requiere de un equipo de trabajo que se define como "un pequeño número de personas con habilidades complementarias que están comprometidas con un propósito común, un conjunto de metas de desempeño y un enfoque por el cual se responsabilizan mutuamente" (JR Katzenbach et al., 1993, citado por Moe et al., 2010). No obstante, para llegar a este punto se requiere de valentía. Usualmente, las personas que emprenden tienen un trabajo estable, por lo que al hacerlo arriesgan todo. Además, este líder debe contar con valores como la responsabilidad, empatía, respeto y confianza para garantizar que su empresa funcione eficazmente y se desempeñe mejor.

De ahí el valor de pensar antes de actuar, ya que se necesita una idea clara de qué y cómo quiere que sea su empresa antes de empezar el negocio considerando las posibles dificultades que se enfrentan como emprendedor. Teniendo esto en cuenta:

[1] Documento elaborado en el curso Competencias Idiomáticas Básicas a cargo de la Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas de la Universidad de la Sabana, Chía-Cundinamarca, Colombia. Traducción autora.

> El emprendimiento se establece como una oportunidad para mejorar la calidad de vida de los estudiantes universitarios mediante el fomento de la cultura emprendedora, dando como resultado la creación de distintas ideas de negocio que pueden ser apoyadas por centros y programas especializados de las diferentes universidades consideradas lugares de afluencia y concentración de jóvenes en América Latina y Colombia (Hémbuz Falla et al., 2020. p. 177).

Asimismo, es importante mencionar las dificultades que se enfrentan al momento de emprender, como los pensamientos negativos, las críticas no constructivas y el fracaso, que son responsables de que muchas personas dejen ese sueño de lado para tener empleo estable. Es claro que emprender no es fácil y aún menos tener éxito en el mercado, sin embargo, no se va a lograr algo asombroso sin intentarlo. En vista de esto, es fundamental formarse como empresario y sí usted no es bueno en eso, se recomienda contratar personas capacitadas para orientarlo. Así aumentará las probabilidades de que su negocio tenga éxito. Por esto:

> Existe una clara relación entre la universidad y la formación de una cultura empresarial, pues es dentro de sus estructuras curriculares donde se hace el énfasis requerido del proceso de enseñanza - aprendizaje para el desarrollo de habilidades emprendedoras, que dan lugar al nacimiento de innovaciones que dinamizan el desarrollo y crecimiento económico (Hémbuz Falla et al., 2020. p. 177).

Igualmente, es clave mencionar las estrategias de promoción que los jóvenes pueden emplear hoy en día. Gracias a la tecnología y las redes sociales, cuentan con otras maneras de llegar a nuevos clientes, creando una página web o exponiendo sus productos en sus cuentas de *Instagram*, *Facebook*, entre otras. Cabe aclarar, que la página web debe ser sencilla de manejar para no tener inconvenientes con su uso. De igual manera, el valor de los jóvenes en el mundo empresarial va más allá. Esta generación viene con el pensamiento de crear un mundo mejor, teniendo en cuenta el medio ambiente y cumpliendo con un propósito social, lo que se relaciona directamente con el *marketing* 3.0 y 4.0. Estos son trascendentales para el funcionamiento de una empresa hoy en día.

En cuanto a llegar a ser una competencia para las demás empresas, es necesario el orden, ya que no es sencillo llegar a ser bien posicionados en el

mercado, pues se requiere al menos los cinco principios administrativos como la planeación de establecer los objetivos y estrategias para el desarrollo de las actividades; la organización para saber qué se va a llevar a cabo y de qué manera; la dirección que debe emplear el líder de la empresa para dirigir e incentivar al trabajo y el control, es decir, estar al tanto de las actividades para lograr lo planeado anteriormente.

Por esta razón, el esfuerzo que hace un joven o cualquier persona para emprender debe ser respetado, sin importar la edad, su trabajo no puede ser desmeritado y con respecto a los jóvenes, ellos juegan un papel clave como empresarios pues vienen con otra mentalidad y con el propósito de ayudar a la comunidad y el planeta mediante equipos de trabajo en los que "la confianza y los modelos mentales compartidos son de fundamental importancia" (Moe et al., 2010, p. 480).

Para finalizar, los jóvenes emprendedores son necesarios para la sociedad. Gracias a sus empresas se genera empleo y su pensamiento como empresarios tiene consciencia de los problemas actuales con la sociedad, incluyendo el del medio ambiente, así trabajarán conforme a esto y debido al impacto tecnológico seguirán estratégicas de promoción como las tratadas. Por lo tanto, deben ser honrados como cualquier empresario, pues los jóvenes son la clave del futuro.

Ana Sofía Munevar Silva
Administración de Mercadeo y Logística Internacional
anamusi@unisabana.edu.co

Referencias

Hémbuz Falla , G. D., Sánchez Avilés, A. M. , & Bermeo Diaz, V. (2020). Influencia de la educación superior en el emprendimiento juvenil en estudiantes universitarios: una aproximación teórica. *Revista Boletín Redipe*, 9(8), 166–180. https://doi.org/10.36260/rbr.v9i8.1049

Moe, N., Dingsøyr, T., Dybå, T. (2010). A teamwork model for understanding an agile team: A case study of a Scrum project. *Information and Software Technology*, 52 (5),480-491. https://doi.org/10.1016/j.infsof.2009.11.004