

**LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y
Humanidades, Asunción, Paraguay.**

ISSN en línea: 2789-3855, marzo, 2025, Volumen VI

Ajustes a la educación emprendedora como motor para mejorar el crecimiento y desarrollo económico en Bolivia

Adjustments to entrepreneurial education as a driver for
improving economic growth and development in Bolivia

Yoshida Gonzales Ticona

ygonzalest@univalle.edu

<https://orcid.org/0009-0005-9799-5626>

Universidad Privada del Valle

Bolivia

Nicos Escobar Prado

nscobarp@univalle.edu

<https://orcid.org/0000-0003-1752-7274>

Universidad Privada del Valle

Bolivia

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v6i2.3727>

Artículo recibido: 02 de febrero de 2025.

Aceptado para publicación: 04 de abril de
2025.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.


Redilat
Red de Investigadores
Latinoamericanos

NÚMERO

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v6i2.3727>

Ajustes a la educación emprendedora como motor para mejorar el crecimiento y desarrollo económico en Bolivia

Adjustments to entrepreneurial education as a driver for improving economic growth and development in Bolivia

Yoshida Gonzales Ticona

ygonzalest@univalle.edu

<https://orcid.org/0009-0005-9799-5626>

Universidad Privada del Valle

Bolivia

Nicos Escobar Prado

nscobarp@univalle.edu

<https://orcid.org/0000-0003-1752-7274>

Universidad Privada del Valle

Bolivia

Artículo recibido: 20 de febrero de 2025. Aceptado para publicación: 04 de abril de 2025.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen

El emprendimiento desempeña un papel fundamental en el desarrollo de un país, ya que influye de manera significativa en la economía y en la sociedad en su conjunto por diversas razones como ser generación de empleo, crecimiento del PIB (Producto Interno Bruto), aumento de ingresos, innovación y competitividad y fomento del conocimiento. Bolivia es considerado como uno de los países más emprendedores en la región; existen grandes ideas que llegan a materializarse utilizando ahorro propio, préstamos de familiares o hasta un préstamo bancario, pero el emprendimiento no solamente es tener una idea innovadora y llevarla a cabo, es lograr que esta crezca para que tenga un impacto en la economía. El objetivo de este trabajo de investigación es conocer cuáles son las causas subyacentes de la alta tasa de cierre de emprendimientos en Bolivia y que aspectos se deben fortalecer en la educación emprendedora. Este trabajo de investigación utiliza una metodología mixta, cuantitativa y cualitativa. Se analizan los datos existentes sobre el emprendimiento en Bolivia. Adicionalmente, se realiza una encuesta a 300 emprendedores donde se analizan qué aspectos son débiles en educación emprendedora, y también se entrevistan a expertos para poder ajustar a la educación emprendedora y que esta pueda impactar positivamente en la tasa de crecimiento del emprendimiento aumentando la probabilidad de éxito. Los resultados obtenidos ponen en evidencia que existen grandes ideas, y muchas ganas de emprender en Bolivia. Sin embargo, la educación emprendedora es débil en varios aspectos. Si bien, se realiza un énfasis en la innovación, no se fortalece el conocimiento que debe acompañar al emprendimiento.

Palabras clave: emprendimiento, innovación, éxito, plan, negocios

Abstract

Entrepreneurship plays a fundamental role in the development of a country, since it significantly influences the economy and society for various reasons such as job creation, GDP growth (Gross Domestic Product), increased income, innovation and competitiveness, and promotion of knowledge. Bolivia is considered one of the most entrepreneurial countries in the region; There are great ideas that

come that transform into businesses using one's own savings, loans from family members or even a bank loan, but entrepreneurship is not only having an innovative idea and carrying it out, it is making it grow so that it has an impact on the economy. The objective of this research work is to know what the underlying causes of the high rate of business closure in Bolivia and what aspects should be strengthened in entrepreneurial education. This research utilizes a mixed, quantitative and qualitative methodology. The existing data on entrepreneurship in Bolivia is analyzed. Additionally, a survey of 300 entrepreneurs is carried out to analyze which aspects are weak in entrepreneurial education. Experts are also interviewed to get more knowledge about the adjustments entrepreneurial education needs so that it can positively impact the business closure rate, increasing the probability of success. The results obtained show that there are great ideas, and desire to start a business in Bolivia. However, entrepreneurship education is weak in several aspects. Although there is an emphasis on innovation, the knowledge that should accompany entrepreneurship is not strengthened.

Keywords: entrepreneurship, innovation, success, plan, business

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicado en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons. 

Cómo citar: Gonzales Ticona, Y., & Escobar Prado, N. (2025). Ajustes a la educación emprendedora como motor para mejorar el crecimiento y desarrollo económico en Bolivia. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 6 (2), 1736 – 1752.
<https://doi.org/10.56712/latam.v6i2.3727>

INTRODUCCIÓN

Los emprendedores son aquellos que a partir de una idea innovadora sacan adelante un proyecto, buscan la manera de materializarlo y asumen los riesgos y consecuencias que eso significa (Rockefeller, 2004). En Bolivia, el número de emprendedores es alto, pero muchos de estos emprendimientos terminan cerrando antes de haber cumplido los dos años. La problemática subyace en que el emprendimiento no tiende a crecer y el impacto no es muy alto para el crecimiento del país. A través de la investigación se trata de realizar un acercamiento a las áreas que esta educación emprendedora debe integrar para tener unos resultados más alentadores. Si bien la idea innovadora es clave para tener una ventaja competitiva, y distinguirse de la competencia y comenzar, no es suficiente solo enfocarse en la parte innovadora del emprendimiento también hay otros puntos que se deben considerar (Salazar, 2019).

DESARROLLO

Según Sandoval (2023), la educación emprendedora ha adquirido un papel fundamental en el sistema educativo contemporáneo, promoviendo el desarrollo de habilidades y actitudes que estimulan la iniciativa y la innovación en los estudiantes.

La educación emprendedora se fundamenta en la idea de que el emprendimiento no solo impulsa el crecimiento económico, sino que también actúa como una herramienta valiosa para el desarrollo personal y social. Se sostiene que el emprendimiento es un proceso que puede ser enseñado y aprendido, lo que significa que las habilidades necesarias para emprender pueden cultivarse tanto en entornos educativos formales como informales (Nuñez, 2015).

Teoría Cognitiva y el emprendimiento

La teoría cognitiva en el ámbito del emprendimiento se enfoca en la manera en que los procesos mentales de los emprendedores afectan su habilidad para reconocer oportunidades, tomar decisiones y gestionar riesgos. Esta perspectiva parte de la idea de que las cogniciones, que incluyen pensamientos, creencias y percepciones, desempeñan un papel fundamental en el comportamiento emprendedor.

La teoría cognitiva en el emprendimiento se centra en cómo los procesos mentales de los emprendedores influyen en su capacidad para identificar oportunidades, tomar decisiones y gestionar riesgos. Esta perspectiva surge de la premisa de que las cogniciones, que abarcan pensamientos, creencias y percepciones, son esenciales para entender el comportamiento emprendedor. (Sanchez J. et al., 2010)

Las cogniciones influyen no solo en la identificación de oportunidades, sino también en la creación de intenciones emprendedoras. Un factor clave en este proceso es la autoeficacia, que se refiere a la creencia en la propia capacidad para llevar a cabo tareas específicas. Esta creencia está directamente relacionada con la inclinación a emprender. Aquellos emprendedores que poseen un alto nivel de autoeficacia suelen mostrar una mayor resiliencia ante los desafíos y son más propensos a superar los obstáculos que se les presentan. (Sanchez, J. et al., 2010)

La educación emprendedora puede estructurarse para potenciar habilidades cognitivas concretas. Los programas educativos que estimulan el pensamiento crítico, la creatividad y la capacidad de resolver problemas contribuyen a que los estudiantes desarrollen una mentalidad emprendedora. En este contexto, el enfoque constructivista cobra especial importancia, ya que sostiene que los individuos construyen su comprensión del mundo a partir de experiencias prácticas.

Teoría constructivista y el emprendimiento

La teoría del constructivismo aplicada al emprendimiento sostiene que el conocimiento y las habilidades emprendedoras se construyen de manera activa mediante la experiencia, la interacción social y la reflexión. En lugar de limitarse a recibir información de manera pasiva, las personas elaboran su propia comprensión y desarrollan modelos mentales sobre el emprendimiento. El aprendizaje activo implica que los estudiantes participen de manera activa en diversas actividades en lugar de limitarse a observar de forma pasiva. Este enfoque busca que los alumnos desarrollen su conocimiento a partir de experiencias previas.

La construcción del conocimiento se fundamenta en aprendizajes anteriores, lo que permite a los estudiantes modificar sus modelos mentales sobre cómo organizar la información adquirida. Es crucial que el entorno de aprendizaje promueva una diversidad de perspectivas e interpretaciones de la realidad, enriqueciendo el proceso educativo.

Además, se enfatiza la importancia de preparar a los individuos para abordar problemas de manera creativa, fomentando así su autonomía en diversas situaciones. La contextualización del conocimiento resulta esencial, ya que, al presentarlo dentro de un contexto específico, se facilita que el estudiante encuentre sus propias maneras de organizarlo.

Por último, la interacción social juega un papel fundamental en la construcción del conocimiento, ya que esta se produce a través de la colaboración y el intercambio entre individuos.

Teoría del Comportamiento Planificado y el emprendimiento

El modelo de intención, especialmente en el ámbito del emprendimiento, se basa en la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) de Icek Ajzen, que sostiene que la intención es un importante indicador del comportamiento.

Según Sanchez (2020), la intención emprendedora se considera un estado mental que impulsa a las personas hacia la creación de nuevos negocios. Diversas investigaciones han evidenciado que estas intenciones son un predictor clave del comportamiento planificado, lo que sugiere que quienes poseen una alta intención están más inclinados a actuar y a materializar sus proyectos empresariales. Este proceso abarca varias etapas en las que las intenciones se transforman en acciones concretas, subrayando así la relevancia de fomentar intenciones positivas desde una edad temprana. El modelo de intención presenta consideraciones significativas para las políticas educativas y los programas de formación empresarial. Al analizar los factores que impactan en la intención de emprender, las instituciones tienen la oportunidad de crear intervenciones más efectivas que fomenten el espíritu emprendedor.

La educación emprendedora debe fortalecer una cultura emprendedora en las universidades a través de cursos específicos que fortalezcan las habilidades empresariales y estimulen la creatividad. Facilitar la creación de vínculos entre estudiantes y empresarios con experiencia, con el objetivo de ofrecerles apoyo y orientación. Fomentar la participación de los estudiantes en proyectos reales o en simulaciones empresariales que refuercen su confianza y su sensación de control (Ynzunza, 2020).

Esto quiere decir que la educación emprendedora debe integrar elementos que promuevan el desarrollo de habilidades, conocimientos y actitudes, capacitando a los individuos para transformar ideas en acciones concretas y crear valor. Este valor que se crea puede impactar positivamente en la economía. Algunas de estas habilidades incluyen innovación, reestructuración de ideas, conformación de redes, resolución de problemas, orientación al logro, toma de riesgos, trabajo en equipo, autonomía e iniciativa.

La educación emprendedora tiene como objetivo fomentar el desarrollo personal de la competencia emprendedora, que se refiere a la habilidad de transformar ideas en acciones que generen valor para los demás. Las habilidades deben ser específicas en ciertas áreas que carecen de fortalecimiento que no se visibilizan mucho en la educación que actualmente se imparte. Si bien se fortalece de gran manera ciertas habilidades, como la innovadora, otras se quedan relegadas, por lo cual se deben realizar ajustes para que el emprendimiento tenga mayor probabilidad de éxito.

METODOLOGÍA

La metodología de investigación es cuanti-cualitativa, donde se analizan los datos existentes sobre los emprendimientos en Bolivia. Adicionalmente se realiza una encuesta a una muestra de 300 emprendedores en un periodo de cuatro meses sobre las debilidades en cuanto a educación emprendedora que ellos han experimentado, y adicionalmente, se entrevista a expertos, profesionales que trabajan constantemente con programas emprendedores e incubadoras de empresas o negocios que han tenido éxito en el crecimiento de sus emprendimientos, sobre el tema de la educación en emprendimiento para determinar cuáles deben ser las áreas integrantes en el diseño curricular de la formación en educación emprendedora.

RESULTADOS

En relación con los resultados obtenidos, queda evidente que la problemática del emprendimiento no radica en la falta de ideas innovadoras, sino en la carencia de un respaldo fundamentado en el conocimiento que permita llevar a cabo estas iniciativas. No todas las ideas innovadoras cuentan con una demanda significativa en el mercado; incluso cuando existe demanda, esta suele ser limitada. Además, muchas de estas propuestas enfrentan una fuerte competencia por parte de productos o servicios similares. (Global Entrepreneurship Monitor Report, 2014).

Tabla 1

Cantidad de empresas en Bolivia por gestión

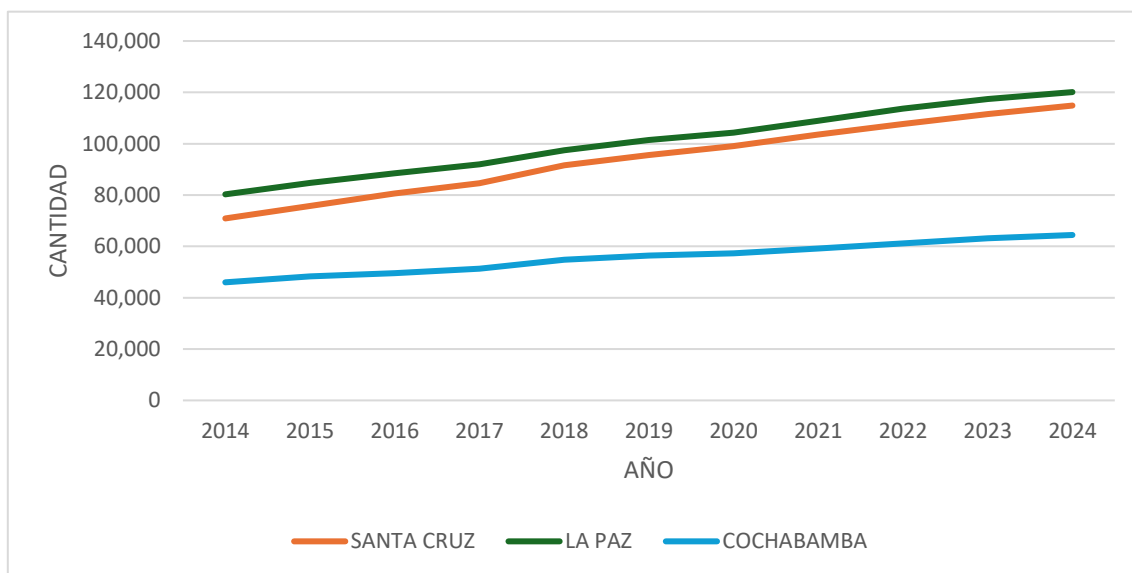
Departamento	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Santa cruz	70.886	75.779	80.625	84.656	91.580	95.633	99.082	103.603	107.702	111.558	114.853
La paz	80.265	84.707	88.422	91.939	97.485	101.387	104.344	108.921	113.626	117.435	120.099
Cochabamba	45.997	48.272	49.511	51.352	54.772	56.363	57.335	59.142	61.218	63.114	64.430
Oruro	14.008	14.290	14.468	14.726	15.357	15.856	16.157	16.733	17.250	17.788	18.210
Tarija	14.069	14.659	15.102	15.270	16.359	16.759	16.961	17.573	18.205	18.723	19.144
Potosi	10.979	11.637	12.134	12.748	13.701	14.324	14.770	15.592	16.264	16.943	17.591
Chuquisaca	11.061	11.648	12.052	12.407	13.076	13.430	13.758	14.401	14.994	15.505	15.922
Beni	7.485	8.155	8.732	9.325	9.938	10.323	10.579	11.111	11.629	12.026	12.347
Pando	2.814	3.102	3.225	3.406	3.600	3.728	3.837	4.031	4.159	4.285	4.377
Total	257.564	272.249	284.271	295.829	315.868	327.803	336.823	351.107	365.047	377.377	386.973

Fuente: SEPREC.

En la Tabla 1, se puede observar que el número de empresas por gestión ha ido en aumento, esto es algo positivo porque las empresas y el emprendimiento apoyan el crecimiento y desarrollo económico de un país. Los departamentos con mayor cantidad de empresas son Santa Cruz, La Paz y Cochabamba.

Gráfico 1

Cantidad de empresas por gestión en Santa Cruz, La Paz y Cochabamba



Fuente: SEPREC.

En el Gráfico 1, se puede apreciar que Santa Cruz lidera en cantidad de empresas en cada gestión, le siguen La Paz, y Cochabamba.

Como se puede ver a continuación en la Tabla 2, las empresas se encuentran divididas según su forma jurídica. La mayor cantidad de empresas que se registran a nivel nacional son empresas unipersonales.

Tabla 2

Forma jurídica de las empresas

Tipo societario	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Empresa unipersonal	207.746	218.586	227.037	234.769	251.072	259.587	265.739	275.739	285.938	294.738	301.176
Sociedad de responsabilidad limitada	45.993	49.672	53.048	56.731	60.324	63.646	66.437	70.575	74.156	77.559	80.607
Sociedad anonima	3.158	3.257	3.353	3.414	3.490	3.543	3.613	3.733	3.861	3.966	4.038
Sociedad constituida en el extranjero	514	575	669	752	817	865	873	895	922	943	977
Sociedad colectiva	109	109	110	111	112	113	112	113	116	116	119
Sociedad anonima mixta	14	14	14	14	14	14	14	14	16	16	16
Sociedad en comandita simple	26	26	28	27	28	27	27	30	30	31	32
Sociedad en comandita por acciones	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Entidad financiera de vivienda	0	6	8	7	7	4	4	4	4	4	4
Total	257.564	272.249	284.271	295.829	315.868	327.803	336.823	351.107	365.047	377.377	386.973

Fuente: SEPREC, 2023.

Las empresas unipersonales en Bolivia son entidades económicas que tienen como propietario a una sola persona natural o sucesión indivisa. Estas empresas se dedican a actividades comerciales con fines de lucro. (SEPREC, 2024)

Se define como empresa unipersonal a aquella entidad económica que pertenece a una sola persona natural o a una sucesión indivisa, la cual se encarga de coordinar los factores de producción para llevar a cabo actividades económicas con fines de lucro (Nina, 2020).

Según Nina (2020), las empresas unipersonales representan una forma de emprender que se caracteriza por ser propiedad y administrada por una sola persona. Aunque no están explícitamente reguladas en el Código de Comercio boliviano, su existencia es reconocida a efectos impositivos y para fines de registro comercial. Las ventajas de este proceso incluyen la sencillez para obtener el Número de Identificación Tributaria (NIT) y la posibilidad de abrir cuentas bancarias sin la necesidad de intermediarios legales, como abogados o notarios. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la responsabilidad financiera recae completamente sobre el propietario, lo que podría poner en riesgo sus bienes personales en caso de enfrentar dificultades financieras con la empresa. Además, algunas entidades pueden exigir estructuras societarias más formales para la celebración de contratos comerciales.

Las empresas unipersonales en Bolivia, aunque tienen un impacto económico limitado, desempeñan un papel significativo en ciertos sectores. Representan aproximadamente el 77.8% de la base empresarial del país, lo que resalta su alta relevancia en términos cuantitativos. Sin embargo, su aportación a la recaudación fiscal y su impacto en la economía son más modestos. Su capacidad para generar empleo es escasa, ya que muchas de ellas operan con una sola persona o con familiares cercanos, lo que impide que contribuyan de manera significativa al mercado laboral nacional. Además, estas empresas son más vulnerables a cerrar, dado que su situación financiera es delicada; de hecho, nueve de cada diez cierres empresariales corresponden a empresas unipersonales.

En 2023, su aportación a la recaudación total del Servicio Plurinacional de Registro de Comercio fue apenas del 2,93%, lo que evidencia su limitada capacidad para generar ingresos fiscales significativos. Además, se enfrentan a desafíos como la competencia desleal del contrabando y a obstáculos para acceder a mercados más amplios, debido a restricciones burocráticas y financieras lo cual genera que muchas de estas empresas se cierren antes de cumplir los dos años.

A pesar de esta limitación, las empresas unipersonales desempeñan un papel crucial en sectores como el comercio y la construcción, donde son predominantes. Además, facilitan la formalización rápida y protegen los derechos comerciales de los emprendedores.

Las empresas unipersonales resultan muy atractivas para los pequeños emprendedores, gracias al bajo costo de registro y a la facilidad de un proceso digitalizado que se puede completar en menos de 24 horas. Esta accesibilidad ha impulsado su crecimiento, pero también pone de manifiesto una falta de diversificación en la producción y la necesidad de políticas tributarias adecuadas que promuevan un crecimiento empresarial sostenible. (SEPREC, 2024)

Tabla 3

Número de empresas que abren y cierran por gestión

Año	Abren	Cierran	%
2013	62.052	1.913	3%
2014	42.768	2.584	6%
2015	19.823	5.347	27%
2016	19.211	7.182	37%

2017	18.882	7.331	39%
2018	26.460	6.434	24%
2019	17.825	5.890	33%
2020	14.501	5.480	38%
2021	19.826	5.544	28%
2022	17.777	3.339	19%
2023	16.471	3.945	24%

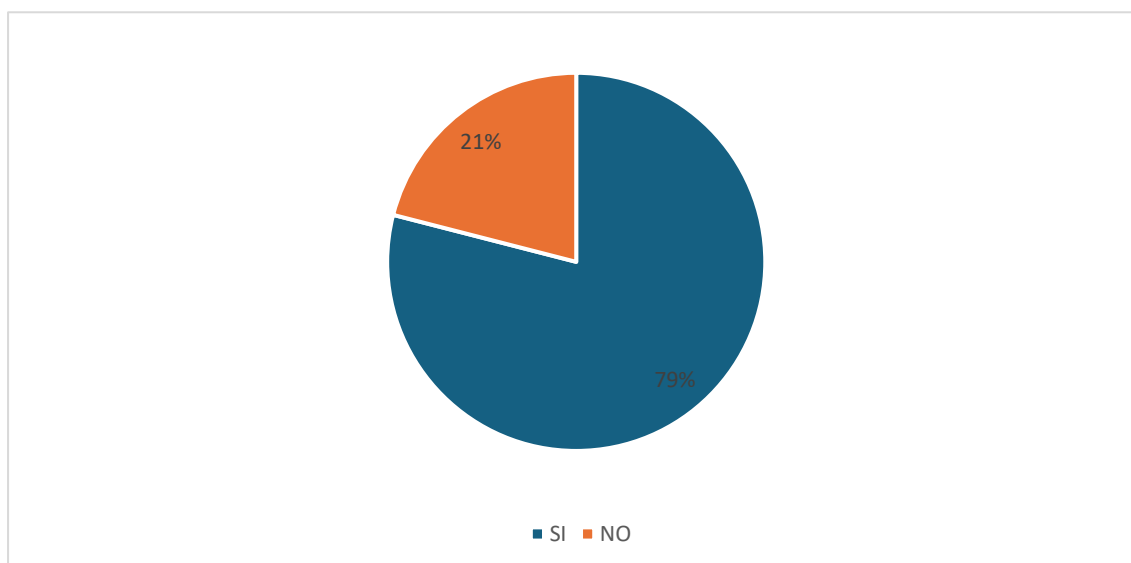
Fuente: SEPREC 2023.

Adicionalmente, se puede apreciar en la Tabla 3, que el número de empresas que abren y cierran por gestión tienen una tendencia. El número de empresas que cierran por gestión tiene una tendencia a subir por muchos factores internos y externos que afectan el emprendimiento. (Gonzales, 2023)

Para potenciar eficazmente a este tipo específico de empresas, que representan el mayor porcentaje de empresas a nivel nacional, es fundamental implementar una educación emprendedora que integre áreas necesarias según los emprendedores encuestados. (Gonzales, 2023). Dentro de las áreas en educación que se deben incluir en la educación emprendedora se encuentran los siguientes:

Gráfico 2

Cursos sobre estrategias de marketing

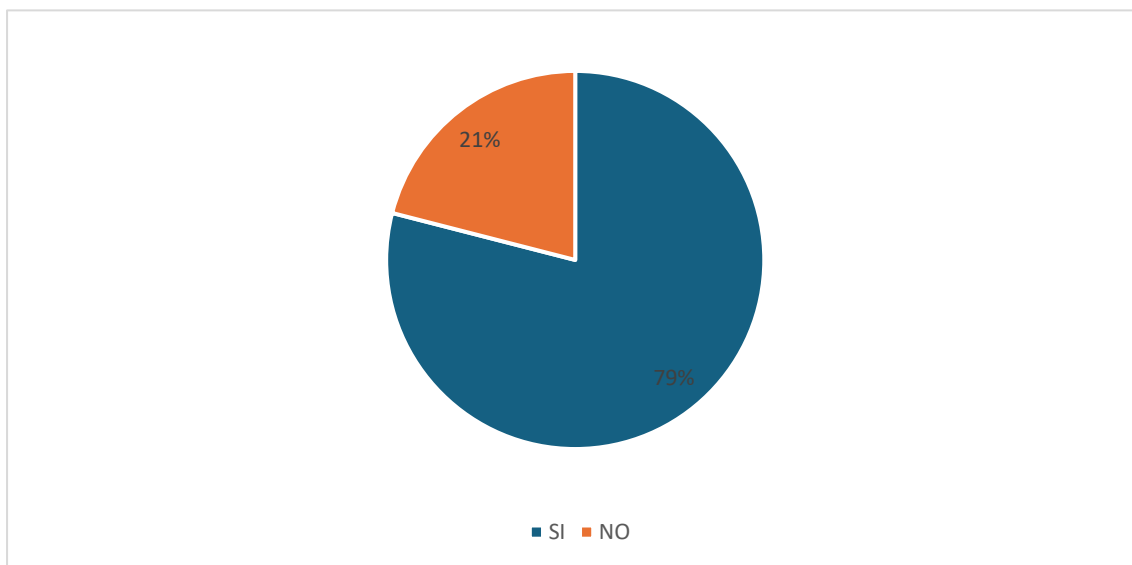


Fuente: elaboración propia.

En el Gráfico 2, se puede apreciar que un 79% de los emprendedores requieren conocimientos sobre estrategias de marketing. Las estrategias de marketing son muy importantes para poder llegar al cliente final. Se puede inferir que están conscientes que las estrategias de marketing pueden potenciar su negocio al saber cómo utilizarlas correctamente.

Gráfico 3

Cursos sobre Finanzas en los Negocios

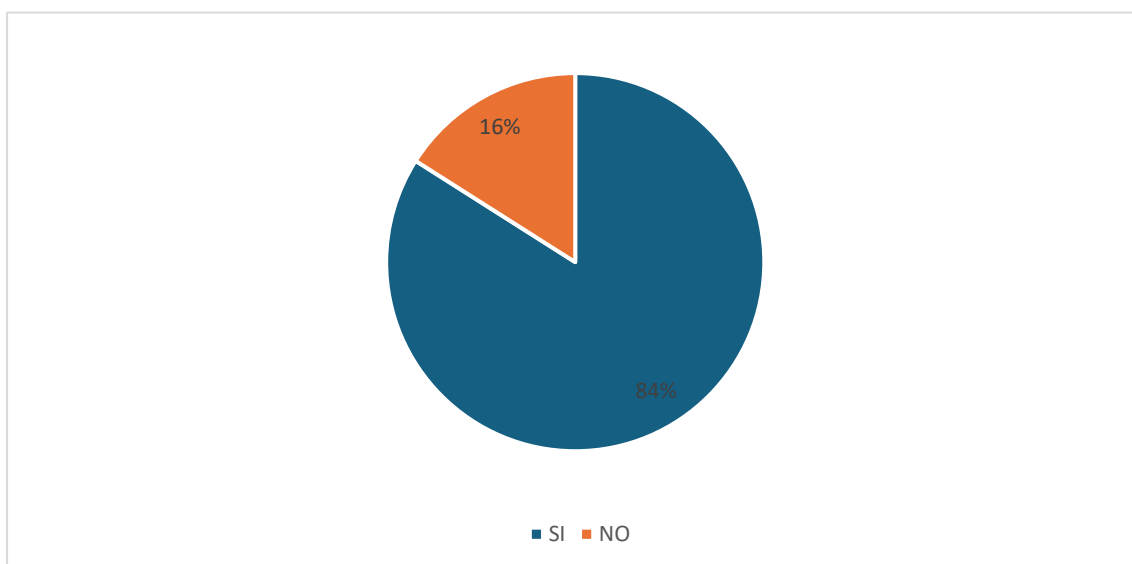


Fuente: elaboración propia.

En el Gráfico 3, se puede apreciar que otro curso requerido es finanzas en los negocios, gran mayoría de los emprendedores, un 79%, ven como una necesidad aprender a manejar de mejor manera las finanzas para poder tener un mejor control de sus ingresos, costos y gastos y de esa manera poder tener utilidades estables.

Gráfico 4

Cursos sobre Exportación e Importación de Bienes

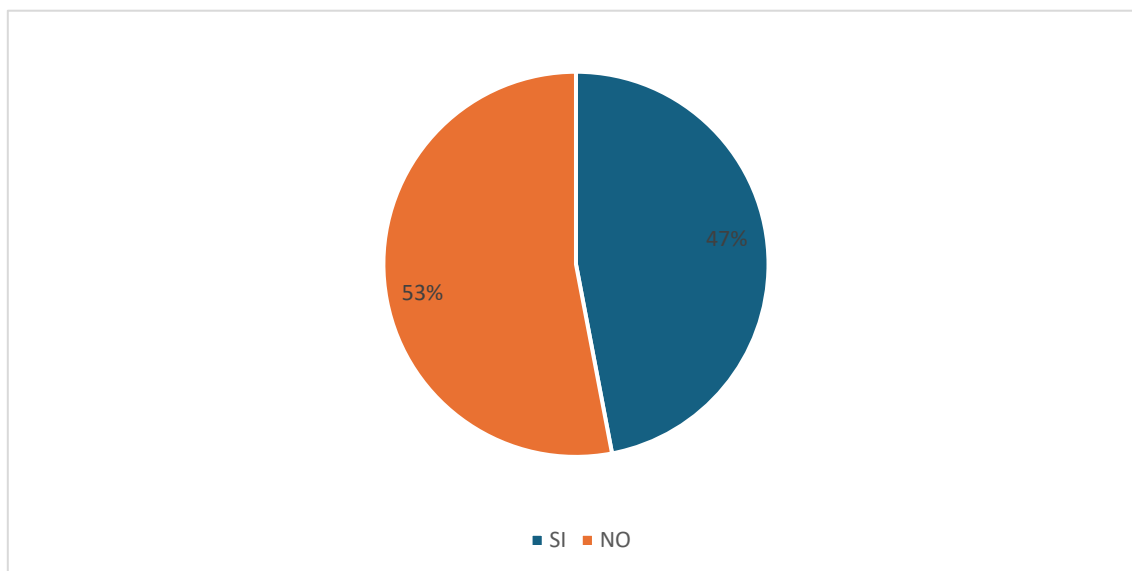


Fuente: elaboración propia.

En el Gráfico 4, se puede observar que un 84% de los emprendedores desean aprender sobre exportación e importación de bienes. Se puede inferir que muchos de ellos están interesados en ampliar el mercado con exportaciones, o satisfacer la demanda interna con productos importados.

Gráfico 5

Cursos sobre Elaboración de un Plan de Negocios



Fuente: elaboración propia.

De los emprendedores encuestados, solo un 47% está interesado en aprender a elaborar un plan de negocios, como se puede apreciar en el Gráfico 5. Sin embargo, el plan de negocios contempla muchas de las áreas sobre las cuales ellos muestran interés. Probablemente, los emprendedores no entienden bien qué áreas integra un plan de negocio. El plan de negocios es un documento integral que contempla programas sobre estrategias de marketing, análisis financiero, estudio de mercado, plan operativo entre otros. El plan de negocios incluye varios temas indispensables para el éxito en el emprendimiento y de no implementarse, se tiene un riesgo más alto de fracaso.

DISCUSIÓN

Según Garcia et al (2007), la innovación y el emprendimiento son pilares esenciales para el desarrollo de un país. Este último es crucial debido a su capacidad para estimular el crecimiento económico, fomentar la innovación y contribuir al desarrollo social. A continuación, en la Tabla 4, se presentan las razones más relevantes que subrayan la importancia del emprendimiento, destacando la necesidad de proyectos que busquen crecer y consolidarse. Como se observó en las Tablas 2 y 3, la mayoría de los emprendimientos en Bolivia son de carácter unipersonal y enfrentan una alta tasa de cierre. Por ello, es imperativo fortalecer estas iniciativas a través de una educación integral y adecuada, que se integre dentro de un diseño curricular pertinente.

Tabla 4

Efecto del emprendimiento en la economía de Bolivia

Generación de Empleo	El emprendimiento genera nuevos empleos, tanto de manera directa como indirecta, al poner en marcha negocios innovadores o tradicionales. Esta dinámica no solo favorece a quienes se encuentran desempleados, sino que también impulsa el crecimiento económico general al estimular la actividad comercial (Raposo et al., 2011).
Innovación y Desarrollo Tecnológico	El emprendimiento genera nuevos empleos, tanto de manera directa como indirecta, al poner en marcha negocios innovadores o tradicionales. Esta dinámica no solo favorece a quienes se encuentran desempleados, sino que también impulsa el crecimiento económico general al estimular la actividad comercial. (Drucker, 2012).
Contribución Social	Además del impacto económico directo, los proyectos empresariales tienen la capacidad de atender necesidades sociales que a menudo quedan desatendidas por las instituciones tradicionales. El desarrollo social está intrínsecamente ligado a las habilidades emprendedoras, el cultivo de la capacidad emprendedora genera beneficios significativos, tanto en el ámbito económico como en el social.
Independencia Laboral	Emprender permite a las personas ser sus propios jefes, ofreciendo flexibilidad horaria y una sensación de logro personal al crear algo desde cero.
Diversificación Productiva	La producción al ser diversificada es menos vulnerable a cambios en los precios o sucesos en la economía nacional e internacional.

Fuente: elaboración propia.

La educación emprendedora debe promover la innovación conjuntamente con la creación de un plan de negocios. Los emprendimientos y las empresas que elaboran un plan de negocios se enfrentan a un riesgo considerablemente menor de fracasar en comparación con aquellos que no cuentan con una estrategia bien planteada. La elaboración de un plan de negocios es esencial, ya que ofrece una guía clara sobre el desarrollo y la operación de la empresa, estableciendo objetivos precisos y estrategias a largo plazo. (Lapi, 2021)

Según Kizner (2020), el estudio detallado incluido en el plan ayuda a evaluar la viabilidad financiera del proyecto e identificar necesidades específicas para obtener financiamiento externo si es necesario. Esto evita problemas financieros insuperables que podrían surgir por falta de previsión. Por último, sin un análisis previo del mercado incluido en el plan, las empresas pueden lanzar productos o servicios que no son bien recibidos por los consumidores debido a una mala evaluación inicial. Esto puede llevar al fracaso comercial al no satisfacer las necesidades reales del mercado objetivo

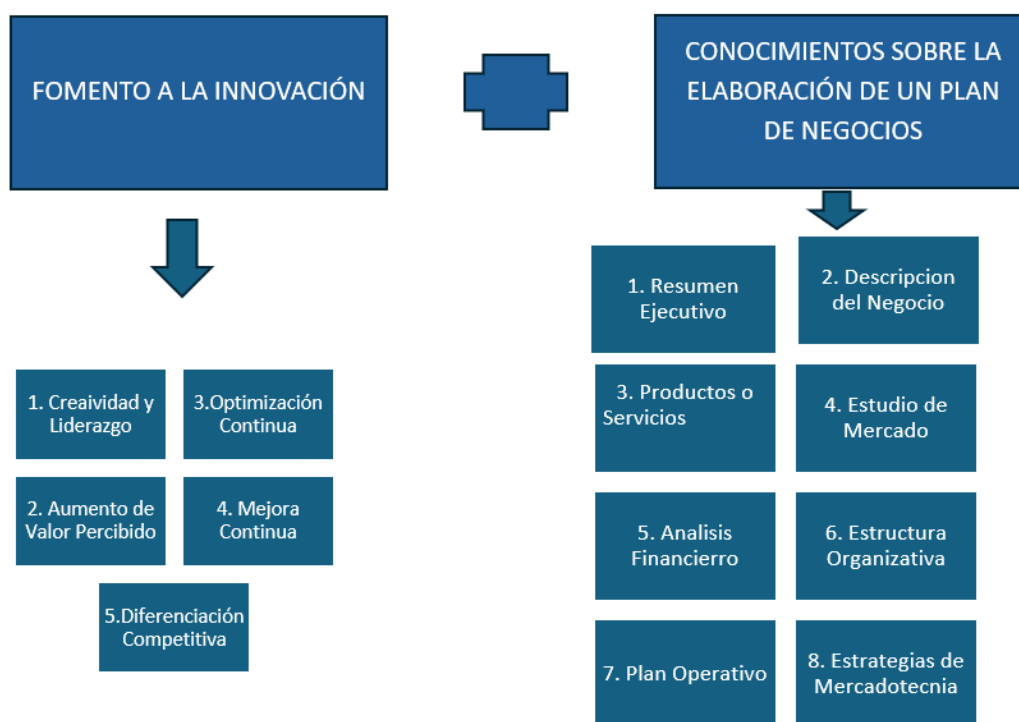
La falta de un plan conlleva una carencia de dirección estratégica. Sin este documento, los emprendedores se ven limitados en su capacidad para analizar la competencia y establecer estrategias efectivas que les permitan alcanzar sus objetivos. (Kizner, 2020). Además, un buen plan permite organizar recursos humanos y materiales eficientemente, lo cual es crucial para evitar improvisaciones costosas y reducir los obstáculos operativos.

Según Moules (2023), el plan permite organizar recursos humanos y materiales eficientemente, lo cual es crucial para evitar improvisaciones costosas y reducir los obstáculos operativos.

Según los expertos entrevistados, los temas o áreas que deben formar parte de la educación emprendedora en el diseño curricular son dos elementos indispensables que son los siguientes:

Figura 1

Elementos esenciales de la educación emprendedora

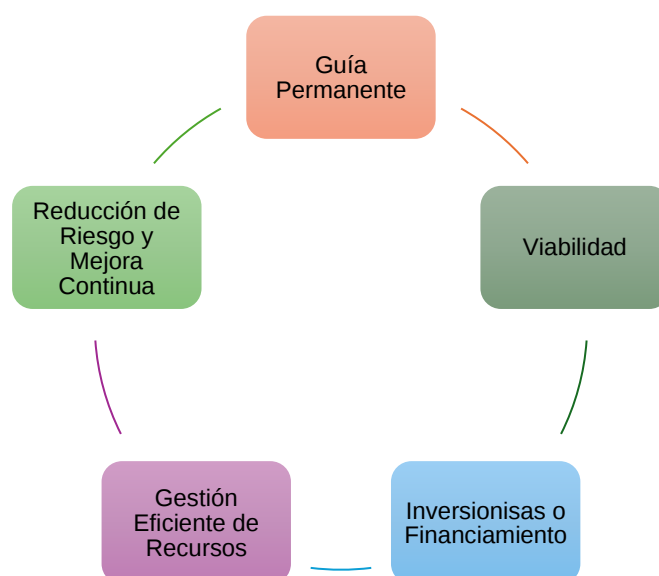


Fuente: elaboración propia.

Las razones por las cuales se debe elaborar un plan de negocio son las siguientes:

Figura 2

Razones para elaborar un plan de negocios



Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIÓN

Si bien el emprendimiento es altamente crucial para un país por los beneficios económicos y de desarrollo que puede brindar, el emprendimiento que se elabora utilizando la innovación y también un plan de negocios tiene menos riesgo de fracasar. Bolivia es un país altamente emprendedor, pero llevar el emprendimiento de una manera ligera sin tener un plan de negocio, es riesgoso y puede no generar el impacto deseado en la economía. Según los expertos la educación sobre emprendimiento se debe dividir en el fomento a la innovación para que estos productos o servicio o una mezcla de ambos pueda brindar soluciones a las problemáticas y necesidades que aquejan a la sociedad. En otras palabras, tienen que buscar dar una solución o satisfacer una necesidad, pero desde la óptica de una ventaja competitiva.

Adicionalmente, la educación sobre emprendimiento no puede quedar en solamente la enseñanza de innovación, adicionalmente los estudiantes universitarios y externos tienen que aprender a realizar un plan de negocio con todos sus pasos, en especial un estudio de mercado desde un sondeo hasta algo más elaborado, realizar un análisis financiero donde se podrá establecer la cantidad a producir o vender para sobrellevar los egresos de la empresa, entre otros. De esta manera el emprendimiento tendrá más posibilidades de crecer y las tasas de cierre serán más bajas

REFERENCIAS

- Barja Daza Grover. (2019). El ecosistema del emprendedor por subsistencia paceño. La Paz: Fundación PIEB.
- Chojolín, A. M. (2007). Características Emprendedoras Personales. Cartilla del participante. GTZ, Guatemala.
- Código de Comercio. (1977).
- Competitividad, Universidad Católica Boliviana
- Djankov, S., Ganser, T., McLiesh, C., Ramalho, R., Sheifer, A. (2020). The effect of Corporate Taxes on Investment and Entrepreneurship. American Economic Journal: Macroeconomics.
- Drucker, P. (2012). Innovation and Entrepreneurship. Printed in Great Britain.
- Duckworth, P., Peterson, C., Mathews, M. (2007) Grit: Perseverance and Passion for Long Term Goals.
- García, J., Álvarez, P., Reyna, R. (2007). Característica del Emprendedor de Éxito en la Creación de PYMES españolas. Estudios de Economía Aplicada 25(3), 951-974.
- Global Entrepreneurship Monitor Report. (2014). Escuela de la Producción y la
- Global Entrepreneurship Monitor Report. (2022). Babson College
- Gonzales, Y. (2023). Factores internos y externos que afectan el desarrollo de los emprendimientos en Bolivia. Revista Compás Empresarial, 14(37). <https://doi.org/10.52428/20758960.v14i37.1049>
- González, L. (2017). ¿Cómo financiar un emprendimiento? Universidad Central de Ecuador.
- Jiménez, R. (2015). Educación emprendedora: programa TALOS para el desarrollo de la iniciativa emprendedora en Ciencias de la Educación.
- Kizner, I. (2020). Competencia y Empresarialidad. Unión Editorial.
- Lapi, S. (2021). Nueva educación boliviana. Aprende a ser emprendedor. eabolivia.com Nueva educación boliviana: aprende a ser emprendedor (eabolivia.com).
- López, M. A. (2023). Innovaciones en la educación emprendedora en América Latina. Revista de Educación y Emprendimiento, 15(2), 78.
- Moules, J. (2015). El emprendedor rebelde: ¡A reescribir las reglas lógicas de los negocios! Grupo Editorial Patria.
- Nina, G. (2020). Fundamentos para la inclusión de la Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada en la legislación Boliviana. Fides et Ratio - Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia. vol.20 no.20 La Paz set.
- Núñez, M. (2015). La educación emprendedora en la educación escolar. Universidad CEU San Pablo, España.
- Osorio Tinoco, F. (2011). Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva. Cuadernos de Administración, Vol. 24(43), 13-33.

Raposo, M. et al. (2011). Entrepreneurship education: Relationship between education and entrepreneurial activity. *Psicothema*, vol. 23, núm. 3, 2011, pp. 453-457.

Rockefeller, David. (2004). *Gestión Efectiva de Emprendimientos Sociales: Lecciones Extraídas de Empresas y Organizaciones de la Sociedades Civil en Iberoamérica*, Extraído de: https://books.google.co.ve/books?id=SU75nsEP9MMC&pg=PA24&dq=emp+endimiento+social&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false. Consulta: 20/08/2018.

Salazar, F. et al. (2019). Emprendimiento e Innovación: Agentes Potenciadores de la Empresa Familiar. *SAPIENTIAE: Ciências sociais, Humanas e Engenharias Universidade Óscar Ribas*. Vol. 4 (2). 247-265.

Sanchez, J. et al. (2020). El proceso emprendedor en la educación: un abordaje cognitivo; *International Journal of Development and Educational Psychology*. vol. 4, núm 1.

Sandoval, C. (2023). Impacto de la formación educativa emprendedora en la intención emprendedora: un enfoque cognitivo. *Contaduría y Administración* Vol. 67 No 4.

Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (2024).

Ynzunza, C. et al. (2020). La intención emprendedora en jóvenes universitarios. Un estudio de caso en Querétaro, México. *Revista de Coyuntura y Perspectiva*, vol. 5 (4).

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons .