

Oportunidades al emprendedurismo de los estudiantes de Facea de la Universidad Nacional de Itapúa desde el enfoque de género

Gustavo Nuñez Esquivel¹

gnunez@facea.uni.edu.py

<https://orcid.org/0000-0002-0923-6779>

Universidad Nacional de Itapúa

Paraguay

RESUMEN

La presente investigación analiza los factores principales de las oportunidades al emprendedurismo de los estudiantes de las carreras de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (FaCEA) de la Universidad Nacional de Itapúa de Paraguay (UNI). Unga las potencialidades y limitaciones de las oportunidades de iniciar actividades relacionadas a la creación de nuevas empresas desde el punto de vista de género, bajo la línea de investigación de la economía con énfasis en la microeconomía. El objetivo es describir los factores más influyentes en la creación de nuevas microempresas teniendo como agentes a los alumnos de las diferentes carreras de esta casa de estudios, con estudios específicos en el desempeño de las mujeres en particular. La población está conformada por los estudiantes de la FaCEA. Se realizaron encuestas a una muestra de 150 estudiantes, el nivel de significación es del 90 %. Los principales hallazgos destacan que las habilidades de las mujeres son la creatividad, la persistencia, la motivación y el trabajo en equipo, así como la actitud para enfrentar los cambios del ambiente comercial. La mayor fortaleza tanto para las mujeres como para los hombres es el capital y para la mujer también se agrega la capacidad negociadora del emprendedor.

Palabras clave: *emprendedurismo; educación; estudiante; tecnología; empresa*

¹ Autor Principal

Opportunities for entrepreneurship of the students of Facea of the National University of Itapúa from the gender perspective

ABSTRACT

The present investigation analyzes the main factors of the opportunities for entrepreneurship of the students of the careers of the Faculty of Economic and Administrative Sciences (FaCEA) of the National University of Itapúa of Paraguay (UNI). It urges the potentialities and limitations of the opportunities to start activities related to the creation of new companies from the gender point of view, under the line of economics research with emphasis on microeconomics. The objective is to describe the most influential factors in the creation of new microenterprises having as agents the students of the different careers of this house of studies, with specific studies on the performance of women in particular. The population is made up of FaCEA students. Surveys were carried out on a sample of 150 students, the level of significance is 90%. The main findings highlight that women's skills are creativity, persistence, motivation and teamwork, as well as the attitude to face changes in the business environment. The greatest strength for both women and men is capital and for women the negotiating capacity of the entrepreneur is also added.

Keywords: *entrepreneurship; education; student; technology; business*

Artículo recibido 05 junio 2023

Aceptado para publicación: 05 julio 2023

INTRODUCCIÓN

Este abordaje pretende colaborar y describir sobre las acciones de los estudiantes en el intento de la creación de nuevas microempresas, fue realizado en el primer semestre del año 2023.

La actividad logra la participación de los estudiantes, atendiendo su relación con el perfil de salida de la carrera a través de la asignatura del docente, de modo a cumplir con la Misión y Visión de la Facultad y la vinculación con la sociedad. Además, la investigación fortalece el espacio entre la FaCEA, la comunidad de estudiantes y de docentes y las empresas existentes en el mercado, desde este enfoque interactivo entre los conocimientos científicos y los saberes y necesidades de la comunidad en la que se interviene. El tema abordado permite describir las incidencias de los diferentes factores en el paso a la creación y la posibilidad de mantenerse en el mercado las nuevas microempresas desde la óptica de los estudiantes.

La importancia del tema radica principalmente en conocer el alcance de las dificultades y facilidades logradas al implementar las ideas a fin de dar el primer paso hacia nuevas actividades que propicien el crecimiento económico. El enfoque de esta investigación fue cuantitativa, transversal, no experimental. La encuesta fue realizada a una muestra representativa de cada carrera de la FaCEA, con un cuoteo por semestre, tratando de mantener la homogeneidad en cuanto al género del entrevistado. Se aplicaron cuestionarios que facilitaron obtener los datos que se precisaron a fin de responder las principales preguntas de esta investigación.

Según informe del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) que es la red mundial de la ONU para el desarrollo, reiteradamente propugna el cambio y propicia que los países tengan acceso al conocimiento, a la experiencia y a los recursos necesarios para ayudar a que las personas se labren un futuro más prometedor, en el capítulo que referencia sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), también conocidos como Objetivos Globales, fueron adoptados por las Naciones Unidas en el año 2015 como un llamamiento universal para disminución de la pobreza, proteger el planeta y garantizar que para el 2030 las personas disfruten de paz y prosperidad, bajo el objetivo mencionado que es importante la investigación sobre los factores que influyen en inicio de nuevos emprendimientos, más aún desde la perspectiva de los jóvenes y más específicamente de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (FaCEA) de la Universidad Nacional de Itapúa (UNI).

En esta parte de la región, ubicada en el sur de Paraguay, las variaciones comerciales son cíclicas, es así que, en Encarnación como ciudad fronteriza, es afectada permanentemente por las variaciones cambiarias que impactan directamente en la vida comercial de esta ciudad. Estas variaciones son como tormentas que cualquier actividad comercial debe soportar y readecuarse a fin de sobrevivir en esta encrucijada y poco previsible escenario. Estas y otros factores siempre son o deben ser considerados al pensar iniciar una actividad económica, puesto que, si bien iniciar una microempresa es difícil y complicado, sin embargo, mantenerse en el mercado regional lo es aún más.

Esta problemática relacionada a creación de nuevas empresas tiene varios factores que influyen en ella, desde el ámbito de la FaCEA, nos promueve a realizarnos varias preguntas tales como:

¿Cuál es el impacto de los escenarios cambiantes en la actividad económica en esta región? ¿Cuáles son los factores principales que inciden en las actividades comerciales? ¿Cuáles son las mayores fortalezas y las dificultades en la creación de nuevas microempresas desde el punto de vista de la mujer?

El objetivo general es la de identificar los factores que inciden en la creación de nuevas microempresas según los estudiantes de la FaCEA, especialmente las diferencias observadas desde el punto de vista del género del emprendedor.

La selección del tema se realiza en virtud de la relevancia y la actualidad del tema abordado y que además permitirá conocer la percepción de los estudiantes sobre la implementación de nuevas microempresas.

Por otro lado, es importante señalar la relevancia social en lo que respecta a la comunidad integrada por los estudiantes, docentes y la institución, puesto que los resultados de la investigación pueden aportar datos para la correcta toma de decisiones, y más aún debido a que la formación principal de los estudiantes de la FaCEA son la formación en los conceptos y principios de economía y la administración de las empresas. Además, permitirá conocer desde la óptica de los estudiantes, las implicaciones prácticas y la capacidad de desarrollo de los programas de estudio vinculados a la práctica en el entorno socio-económico de la región.

La creación de empresas en un espacio no es exclusividad de la existencia de recursos naturales, sino de la existencia de empresarios, según menciona la publicación de la Escuela de Organización Industrial de Andalucía, en este sentido el capital humano y es intangible, señala en su publicación la Escuela de

Organización Industrial, EOI, (2006) de España. Al ser tan importante la figura del empresario para la creación de empresas, es interesante también conocer los motivos que pueden llevar a esas personas a involucrarse en un proyecto emprendedor. Continúan mencionando estos autores que, los factores del entorno tales como las leyes y las políticas gubernamentales, los aspectos socioculturales, las medidas de apoyo económicas y no económicas y la formación y capacitación del empresario potencial pueden incidir en la oportunidad, la predisposición y la habilidad del empresario para tomar la decisión de crear una empresa propia (Gnyawali & Fogel, 1994). Continuando con la publicación mencionada de la Escuela de Organización Industrial de Andalucía, menciona que los principales obstáculos presentados para la creación de nuevas microempresas, está la falta de capital necesario, que se convierte en un obstáculo a la creación de empresas y a la expansión de las que están en el mercado. Es muy importante analizar en qué términos los nuevos emprendedores utilizan sus propios recursos económicos para llevar a cabo el proyecto. En algunos casos podría suponer una traba u obstáculo no poder contar con los fondos suficientes para ello y tener que acudir a otras fuentes de financiación. Es así como, el análisis del origen de dichos fondos también nos puede ayudar a conocer el perfil del emprendedor y en qué situaciones puede constituir un factor que inhiba la creación de empresas. La falta de apoyo financiero es una de las principales limitaciones a la creación de empresas en Andalucía según los Informes GEM realizado en los últimos años (Ruiz Navarro et al., 2006). En estas referencias se pone énfasis en la figura del emprendedor, sus características, así como también a la necesidad de satisfacer otras facetas del entorno que propicien una actividad nueva que pueda producir rentabilidad.

Respecto a los factores que inciden en el desarrollo del emprendedurismo es abordado por Gallardo & Fernández, (2020) que presentan un estudio que describe el grado de conocimientos y habilidades que aporta el ámbito académico, es así como, existen distintos factores que influyen en el emprendedurismo tale como; el conocimiento, la educación, el apoyo que se les brinda a los mismos para ingresar al mercado, que son esenciales para la estabilización de la empresa de acuerdo a la competencia. En la publicación mencionada resalta la necesidad de que el emprendedor esté lo suficientemente capacitado en el ramo que quiere emprender.

En lo que respecta a las características que los emprendedores deben reunir, mencionan Messina & Hochsztain, (2015)sus hallazgos que muestran que los dos elementos más relevantes para anticipar el

éxito de un emprendimiento son contar con financiamiento y que, anteriormente, la situación laboral del emprendedor sea trabajador independiente. Estos primeros resultados obtenidos en el estudio de caso revelan información útil acerca de las mejores formas de apoyo al emprendedor, cómo generar incentivos al emprendedor y la definición de herramientas o actividades que incidan favorablemente en el éxito de los emprendimientos. Otros autores hacen referencia a las características del emprendedor, el acceso a recursos y el tipo de proyecto dentro de los principales determinantes del crecimiento inicial de las empresas. En estos estudios se pone relevancia al factor financiero y a la disponibilidad de tiempo del emprendedor como los factores más preponderantes a la hora de iniciar una nueva empresa.

Continuando con estudios realizados sobre el comportamiento del emprendedor, el autor Gutiérrez,(2013)en un estudio en el Salvador y más específicamente desde el punto de vista de la mujer emprendedora salvadoreña, identifica que la mujer presenta fortaleza en su iniciativa y responsabilidad y cumplimiento, pero se encuentra débil con respecto a la exigencia de eficiencia y calidad y la búsqueda de información; en tanto que el hombre emprendedor salvadoreño es fuerte en su responsabilidad y cumplimiento e iniciativa, pero es débil con respecto a exigencia de eficiencia y calidad y planificación sistemática. En este abordamiento el estudio realiza un estudio de género e identifica las potencialidades de la mujer en la creación de nuevas empresas, así también determina la parte débil con la que encuentra obstáculos y finalmente hace una comparación con el sector masculino sobre el mismo tema.

En cuanto a la competencia que deben reunir los emprendedores mencionan Cantón et al., (2014) que el programa emprendedor y las principales vertientes del modelo de emprendedores cumplen fehacientemente con los ejes de los modelos educativos de las instituciones y que los estudiantes tienen beneficios de aprendizaje tras su participación en el programa, sea en la modalidad de adquisición o en la de mejoramiento de las competencias emprendedoras del estudiante. Resalta la investigación los programas institucionales en la que los modelos de emprendedores al final benefician al estudiante tras haber realizado el proceso estipulado en los programas educativos.

En el llamativo e innovador enfoque Monge et al., (2011) que tiene como objetivo analizar los factores determinantes en la creación de Spin off académicas en el Instituto Tecnológico de Costa Rica (ITCR), universidad pública de Costa Rica, sobre los atributos del emprendedor, recursos organizativos, determinantes institucionales y ambientales arrojaron los siguientes resultados que la principal fortaleza

es la caracterizada por el servicio brindado al sector productivo y que también requiere fortalecer aspectos como la calidad de la investigación y consecución de fondos externos para esta, así como aspectos externos de índole legal que brinden las condiciones apropiadas para la creación de spin off académicas, y la generación de capital de riesgo. Es importante aclarar que las spin-off son iniciativas empresariales promovidas por miembros de la comunidad universitaria, que se caracterizan por basar su actividad en la explotación de nuevos procesos, productos o servicios a partir del conocimiento adquirido y los resultados obtenidos en la propia Universidad. Estas iniciativas que son internas en las instituciones educativas son grupos con un mismo perfil que están enfocadas a promover e incentivar el emprendedurismo en los jóvenes, en la experiencia de Costa Rica se ha determinado los factores más importantes que fortalecen las creaciones de nuevas empresas.

Los hallazgos obtenidos, demuestran que el espíritu emprendedor es el eje o motor que posibilita el inicio de la mayoría de este tipo de negocios, donde en el caso venezolano, las experiencias se han visto entorpecidas por un clima empresarial poco propicio. Las microempresas provienen de un impulso emprendedor que inicia un individuo. Es por eso, que se requiere crear condiciones óptimas que fortalezcan la capacidad emprendedora de la sociedad, basada en una formación integrada de incentivos, valores y principios, además de posibilitar un entorno favorable orientado en fomentar la actividad empresarial como lo mencionan Gutiérrez et al., (2018). En este caso venezolano pone en evidencia que el mismo espíritu o inquietud del joven es el factor que ayuda a iniciar los nuevos negocios, es decir realza la importancia las iniciativas de los jóvenes que al entorno o al ambiente en la que se desenvuelve. En la publicación de Campos, (2018) se menciona que una variable clave es el apoyo financiero que recibe el emprendedor. Al poner en marcha un proyecto de emprendimiento, se espera que el emprendedor contribuya con una parte de sus recursos al mismo. No obstante, estos recursos pueden no ser suficientes, por lo que el emprendedor tendrá que buscar fuentes alternativas de financiación. Campos resalta la importancia del tema financiero, de la disposición del capital principalmente al inicio de las actividades de la nueva empresa que se quiere crear.

En lo que a investigación educativa se refiere, existen varias experiencias, entre las cuales menciona Paredes, (2016), que muchos de los jóvenes tratan de llegar al futuro haciendo lo que hicieron sus antepasados, es decir utilizando la experiencia ajena, por lo que muchos no le ven el propósito de ir a la

escuela. Y en ese sentido, el tener un título universitario y luego un trabajo es importante, pero acompañar el estudio universitario acompañado de prácticas universitarias, estas prácticas ayudan a la creatividad al momento de iniciar actividades que competen al emprendedurismo dentro de la base educativa, sistema que propicia como método de autoempleo a los estudiantes universitarios. Estos autores resaltan la importancia de un título universitario, pero más aún pone en evidencia de la necesidad de realizar las prácticas necesarias a fin de adquirir las suficientes destrezas y habilidades que permitan el desenvolvimiento en la realidad del mercado.

Según la publicación de Rompató & Silva, (2020) sobre las estrategias para el fomento del emprendedurismo universitario, y a este respecto se menciona que, resulta necesario difundir, entusiasmar, formar y ayudar al nacimiento de iniciativas emprendedoras entre los estudiantes y que la vocación emprendedora debe ser estimulada desde la escuela media y más aún desde la universidad, donde se puede realizar la promoción de empresarios innovadores. Este modelo debería basarse en el desarrollo de competencias personales y competencias de conocimiento y poner énfasis en el objetivo de generar un empresario integrado al contexto empresarial.

En la experiencia paraguaya y particularmente en el departamento de Itapúa se tienen varios estudios vinculados al emprendedurismo que aportan a dar más luz, por un lado, sin embargo, comparando con otras experiencias internacionales es bastante escaso.

En su artículo Villalba & Ortega, (2018) realizan un estudio del perfil de la población de estudio, donde observan que los mismos se caracterizan por un desarrollo intermedio de las pautas que conforman la conducta emprendedora. Las variables que sobresalen son: fijar metas y exigir eficiencia y calidad. Sin embargo, algunas pautas son consideradas de escaso desarrollo, como las capacidades de buscar oportunidades, correr riesgos calculados, planificar tareas y cumplir compromisos, así como las capacidades de persuadir y crear redes de contactos. Por lo expuesto se entiende que la importancia de los objetivos y la firme decisión de encarar nuevos emprendimientos, sin embargo, existen déficit en los estudios previos al nacimiento de estas empresas incluyendo la falta de una investigación seria de investigación de mercado para conocer las necesidades reales del mercado.

En el estudio sobre emprendedurismo realizado por Benítez, (2016) destaca la viabilidad del emprendedurismo como una herramienta para obtener los resultados esperados dentro de la

administración de una organización, en el entorno de una organización formal. Por otro lado, teniendo en cuenta el potencial económico del país, se analiza la viabilidad de incrementar la natalidad de las empresas mediante un espíritu emprendedor, y así, disminuir los porcentajes de pobreza y desempleo para poner en marcha la economía del país hacia un desarrollo global.

En nuestro país existen estudios realizados sobre el comportamiento de los jóvenes y sus motivaciones en actividades de emprendedurismo, a ese respecto explican Pisani et al., (2020) en su estudio que los jóvenes que emprendieron no tienen relación con las necesidades de sus hogares, contrariamente a aquellos jóvenes emprendedores provenientes de hogares de menores ingresos que deben generar ingresos tanto para ellos mismos como para sus familias. Es decir que los jóvenes emprendedores pertenecientes a hogares de ingresos medios y altos consideran al autoempleo como una forma de obtener ingresos individuales y no precisamente para ayudar a las finanzas del hogar.

Por otro lado, según el estudio de género ante las actividades emprendedoras señalan González & Caballero, (2021) que las actividades realizadas por mujeres emprendedoras y empoderadas en sus empresas aportan a la economía paraguaya un impacto indirecto y positivo para el crecimiento del país y alienta a que se sigan trabajando en proyectos y programas que puedan fortalecer a las mismas. Es importante señalar que las actividades desarrolladas por las mujeres líderes, empoderadas y con iniciativa aportan grandemente en el desarrollo regional con lo que este segmento consigue fortalecerse impulsadas por los valores y la tenacidad que están demostrando. El sentido de superación es superior a cualquier obstáculo, los problemas sociales que afrontan las mujeres, como ser lo relacionado con la violencia de género, el embarazo precoz, la discriminación y las desigualdades en general, toda esta situación extrema como ser el trabajo familiar no remunerado, mujeres adultas que no ingresan al mercado laboral por asumir roles domésticos no remunerados, son adversidades que dificultan la mayor formación académica de la mujer, sin embargo motivan a las mismas a emprender y a la creación de nuevas oportunidades.

En el sur del país, fue abordado una comparación de utilización de negocios según la modalidad de realización del negocio o empresa, así es que se consideró algunas características principales que aplican algunas empresas internacionales y otras que se encuentran operando en el país de manera a cotejarlos y analizar su posible adecuación a la realidad de la empresa en ciudad, dándose a conocer que la mayoría

de las personas prefieren emprender de forma Off Line por su confiabilidad y rapidez, mencionando así de que más adelante quizás se podría optar por el método On Line, si se cuenta con mejor infraestructura y mayor capacitación (Gerasinchuk, 2020). En este sentido, respecto a las costumbres y la cultura paraguaya aún existen modelos preferidos por nuestra población, manifestándose probablemente el hecho debido a la desconfianza y los hábitos comerciales, por lo que aún estamos en los inicios de las adecuaciones a otras modalidades de comercio.

METODOLOGÍA

Este estudio está delimitado sobre los conceptos de desarrollo para el inicio del emprendedurismo de los estudiantes de las carreras de Facea/UNI de la sede Encarnación, y aborda las ventajas, desventajas, valores, dificultades y las relaciones sociales de los estudiantes de esta institución. Quedan excluidos de la investigación los estudiantes que están cursando actualmente el primer semestre de las carreras de esta facultad, así como todos los demás semestres impares. Además, no forman parte del estudio los estudiantes que corresponden a las filiales. La recolección de los datos fue realizada en el primer semestre del año 2023.

La investigación es del tipo descriptiva, porque tiene como objetivo indagar la incidencia de los factores que ayudan y limitan el inicio del emprendedurismo de parte los estudiantes de las carreras de Ingeniería Comercial, Licenciatura en Administración y Licenciatura en Contaduría Pública. El diseño es no experimental porque la investigación no involucra manipulación de variables y en la que solo se observan los fenómenos en su desenvolvimiento regular; es transversal porque los datos se recolectarán en un sólo periodo de tiempo (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2020). A este respecto con la investigación se tiene una fotografía de un solo momento.

El enfoque del estudio es de carácter cuantitativo según Hernández-Sampieri & Mendoza, (2020), porque principalmente se utilizan técnicas relacionadas a este enfoque, además partió de una idea que una vez delimitada, derivó a los objetivos y preguntas de investigación, se revisaron literaturas referentes al tema a investigar y se construyó el marco teórico, además se determinaron las variables en un determinado contexto y se analizaron las mediciones con métodos estadísticos, para definir las conclusiones respecto a los objetivos.

Conforme a los estudios previos realizados y a las informaciones proporcionadas por la institución, se

tiene determinada la cantidad total de los estudiantes, discriminadas por carrera y por semestre para el semestre par del año 2023, conociendo dichos datos, se optó por realizar un muestreo, de tal forma que puedan brindar informaciones sobre los temas de interés de la investigación.

La población está constituida por estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional de Itapúa, sede Encarnación.

Se aplicaron encuestas a los estudiantes de las carreras de la FaCEA. Se ha definido para el trabajo de campo en esta parte del estudio, en primer lugar, emprender un muestreo por conglomerados por carreras, con cuoteo por semestre de estudio, esto a fin de asegurar la obtención de datos en cada una de las carreras y semestres de la institución y además cuidando de la homogeneidad en la encuesta tanto a los hombres como a las mujeres estudiantes de esta casa de estudios.

Por otro lado, según datos proveídos por la dirección académica de la institución sobre cantidad de inscriptos en este semestre, se tienen un total de 560 estudiantes. Asimismo, se seleccionaron por muestreo aleatorio simple un total de estudiantes por semestre y por carrera como ya se había mencionado con anterioridad. Dentro de cada semestre, las muestras serán elegidas en proporción a la cantidad de estudiantes que estén cursando según la información proveída.

Semestre que cursa	Carreras en Sede Encarnación (N=560)		
	Ingeniería Comercial	Licenciatura en Administración	Licenciatura en Contaduría Pública T.N.+ T.T.
Segundo	74	66	78
Cuarto	36	32	48
Sexto	30	26	36
Octavo	30	38	26
Décimo	40	-	-
Total por carreras	210	162	188

Tabla 1: Distribución de cantidades de estudiantes por carreras y semestre. **Fuente:** Información proveída por Secretaría Académica FaCEA

El nivel de confianza deseado se fija en función al interés de esta investigación, dependiendo del grado de confianza que se tendrá en el valor del parámetro de la población, que cuanto más elevada sea el nivel de confianza, mayor también será el tamaño de la muestra. En este caso en particular, se fija el valor del 90% de nivel de confianza.

Descripción	Ingeniería Comercial	Licenciatura en Administración	Licenciatura en Contaduría Pública	Total
Población	210	162	188	560
Cantidad de muestras	52	48	50	150

Tabla 2: Cantidades de población y de muestras por carrera. **Fuente:** Elaboración propia

En una etapa posterior, dentro cada conglomerado o semestre, fueron seleccionados los individuos a encuestar, realizando una selección aleatoria simple de los estudiantes, hasta completar la cantidad establecida para cada carrera, como se observa en el siguiente cuadro:

Semestres	Carreras – Sede Encarnación		
	Ingeniería Comercial	Licenciatura en Administración	Licenciatura en Contaduría Pública
Segundo	18	20	20
Cuarto	10	9	13
Sexto	7	8	10
Octavo	7	11	7
Décimo	10	-	-
Total por carreras	52	48	50
Total de muestras para la investigación			150

Tabla 3: Distribución de muestra según semestres. **Fuente:** Elaboración propia.

El trabajo de campo fue realizado con la aplicación de una prueba piloto del instrumento confeccionado para el efecto, posterior a la misma, una vez realizada los ajustes necesarios, se procedió al relevamiento de los datos. Se fueron alternando periodos de trabajos de gabinete con las de campo, a fin de ordenar, sistematizar e interpretar la información a medida se haya recabado.

Una vez realizada los ajustes necesarios a los instrumentos de recolección de datos, se continuó con el levantamiento de datos en campo. En el enfoque cuantitativo, sea aplica una encuesta, con un

cuestionario estructurado elaborado para el efecto. La misma fue aplicada a una muestra de la población de estudiantes matriculados en la actualidad. El mencionado cuestionario de preguntas fue procesado para la carga de datos en un formulario de Google Forms, solo a fin de facilitar la carga de datos en un solo formato que facilite el análisis de los datos en el software SPSS.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En esta tercera dimensión del análisis de los resultados, se estudiaron las características principales que fueron identificados para la implementación de nuevas microempresas desde la perspectiva del género femenino.

En esta parte del estudio se urge y se trata de verificar si existen o no disparidades de género en los comportamientos responsables del origen de los inicios o las creaciones de nuevas empresas o si existen más que el género, un papel más importante como el lugar de residencia, urbano o rural, o según la carrera que esté estudiando.

En este sentido, se puede observar que haciendo un análisis según el sexo de los estudiantes, no existe diferencia de opinión sobre la mayor fortaleza para iniciar un nuevo negocio, tanto para las mujeres como para los hombres corresponde el capital en un cuarto de los casos para cada género estudiado. Sin embargo, se identifica que para la mujer también es importante tanto el capital como la capacidad negociadora del emprendedor.

		Género		Total
		Masculino	Femenino	
¿Cuál es la mayor fortaleza que un estudiante-emprendedor debe reunir para iniciar un nuevo negocio?.	Los contactos que pueda tener el emprendedor	13,0%	3,8%	8,2%
	La educación	18,8%	21,8%	20,4%
	El capital	27,5%	24,4%	25,9%
	La capacidad negociadora	23,2%	24,4%	23,8%
	Los créditos		2,6%	1,4%
	El manejo del entorno	4,3%	1,3%	2,7%
	El apoyo		1,3%	0,7%
	Conocer la cultura	2,9%	1,3%	2,0%
	Conocer el rubro que va a impulsar	8,7%	19,2%	14,3%
	Liderazgo	1,4%		0,7%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 1: Distribución de la mayor fortaleza que un estudiante-emprendedor debe reunir para iniciar un nuevo negocio según el género. **Fuente:** Elaboración propia

Sin embargo, siguiendo el análisis por género, las mujeres mencionan que la característica principal que

debe poseer un estudiante para emprender es la creatividad en el 21,7 % de los casos y según los hombres opinan en el 20,5% de los mismos que la innovación es el factor más prominente a la hora de iniciar una empresa.

		Género		Total
		Masculino	Femenino	
¿Cuál es la característica principal que debe poseer un estudiante-emprendedor para iniciar un nuevo negocio?	La persistencia	15,9%	17,9%	17,0%
	La motivación	18,8%	14,1%	16,3%
	La innovación	14,5%	20,5%	17,7%
	El liderazgo	7,2%	3,8%	5,4%
	La creatividad	21,7%	14,1%	17,7%
	La organización	5,8%	10,3%	8,2%
	El compromiso	11,6%	9,0%	10,2%
	Debe estar capacitado	4,3%	10,3%	7,5%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 2: Distribución de la característica principal que debe poseer un estudiante-emprendedor para iniciar un nuevo negocio, según el género. **Fuente:** Elaboración propia

Respecto a la mayor dificultad del emprendedor a la hora de iniciar una nueva empresa, haciendo un análisis por sexo, se puede observar que no existe diferencia en la opinión de los estudiantes, siendo la falta de capital la principal dificultad para iniciar un nuevo negocio en casi la mitad de los hombres y también de las mujeres.

		Género		Total
		Masculino	Femenino	
¿Cuál es la mayor dificultad de un estudiante-emprendedor al iniciar un nuevo negocio?	La falta de capital	42,0%	50,0%	46,3%
	El desánimo	10,1%	7,7%	8,8%
	La falta de apoyo	11,6%	12,8%	12,2%
	El sentimiento de soledad	5,8%	1,3%	3,4%
	La falta de innovación	1,4%	2,6%	2,0%
	La ausencia de capacidad empresarial	13,0%	9,0%	10,9%
	Falta de tiempo	4,3%	5,1%	4,8%
	Falta de conocimientos sobre el rubro a emprender	11,6%	11,5%	11,6%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 6: Distribución de la mayor dificultad de un estudiante-emprendedor al iniciar un nuevo negocio, según el género. **Fuente:** Elaboración propia.

En el análisis por género, se observa que las empresas de la característica unipersonal es la más aceptada,

quizás debido a la menor exigencia para su formación o constitución, es así que casi el 60 % desea formar o iniciar una empresa con estas características.

		Género		Total
		Masculino	Femenino	
¿Cuál es la característica de la empresa que más se asocia a su idea para emprender?	Una empresa individual	59,4%	56,4%	57,8%
	Una empresa familiar	29,0%	28,2%	28,6%
	Una empresa asociativa	11,6%	15,4%	13,6%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 73: Distribución de la característica de la empresa que más se asocia a su idea para emprender, según el género. **Fuente:** Elaboración propia.

En concordancia con las opiniones anteriores tampoco existe diferencia en cuanto al género respecto a la opinión sobre la principal fuente de apoyo que se precisa para iniciar un nuevo negocio, alrededor del 60 % en ambos géneros opinan que la fuente inicial de apoyo para crear una nueva empresa corresponde a la ayuda familiar.

		Género		Total
		Masculino	Femenino	
¿Cuál es principal fuente de apoyo para el estudiante-emprendedor al inicio de un nuevo negocio? .	Del Estado	8,7%	3,8%	6,1%
	Los familiares	55,1%	61,5%	58,5%
	La universidad	7,2%	7,7%	7,5%
	La empresa privada	7,2%	1,3%	4,1%
	De amigos	7,2%	6,4%	6,8%
	De docentes	1,4%		0,7%
	De asesores	7,2%	2,6%	4,8%
	De la comunidad	4,3%	12,8%	8,8%
	De uno mismo	1,4%	1,3%	1,4%
	Ningún apoyo		2,6%	1,4%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 8: Distribución de la principal fuente de apoyo para el estudiante-emprendedor al inicio de un nuevo negocio, según el género. **Fuente:** Elaboración propia.

Estudiando el factor más importante para que la nueva microempresa se sostenga en el mercado, la mitad de las mujeres que depende del mercado y de las ventas, en cambio en la óptica de los hombres la opinión está bastante más dividida, pero aun así también el ambiente en el mercado y las ventas corresponde al mayor factor en el 37 % de los casos, seguido del desarrollo de nuevos productos en el 20,5% de los hombres. Es importante abordar en este punto que la economía o el mercado regional y más específicamente en Encarnación se tiene muy dependiente de la asimetría cambiaria que afecta a los extranjeros y especialmente a los ciudadanos argentinos.

		Género		Total
		Masculino	Femenino	
Desde el punto de vista del negocio. ¿Cuál es el factor más importante para que el negocio se pueda mantener en el mercado regional?	El mercado y las ventas	49,3%	37,2%	42,9%
	La investigación y el desarrollo	14,5%	11,5%	12,9%
	El capital de trabajo	7,2%	9,0%	8,2%
	El desarrollo de nuevos productos	13,0%	20,5%	17,0%
	Las alianzas y los convenios	4,3%	6,4%	5,4%
	El sector económico y la estructura organizacional	11,6%	15,4%	13,6%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 4: Distribución del factor más importante para que la microempresa se pueda mantener en el mercado regional, desde el punto de vista del negocio según el género. Fuente: Elaboración propia.

En esta parte del análisis sobresale la preferencia por las empresas de servicio que como principal función ofrecen una actividad de satisfacción de las necesidades de un público a cambio de una contraprestación. En este sentido, se tiene que la preferencia dentro de ambos sexos es la empresa tipo de servicio cercano a la mitad de ambos sexos.

		Género		Total
		Masculino	Femenino	
En caso de iniciar un nuevo negocio ¿Qué tipo de empresa le gustaría emprender?	De servicios	46,4%	41,0%	43,5%
	De comercio	40,6%	37,2%	38,8%
	De producción	13,0%	21,8%	17,7%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 5: Distribución del tipo de empresa le gustaría emprender, en caso de iniciar un nuevo negocio, según el género. **Fuente:** Elaboración propia.

CONCLUSIONES

El empoderamiento de las mujeres, que implica que participen plenamente en todos los sectores de la sociedad y a todos los niveles de la actividad económica para construir economías innovadoras, fuertes, que potencien la sostenibilidad y los derechos humanos y al mejoramiento de la calidad de vida. En este sentido surge el emprendimiento femenino o los procesos de iniciativa para empresas dirigidas por una o más mujeres, así como a las iniciativas de liderazgo en las que las mujeres tienen la capacidad de iniciar nuevas microempresas. Es así que, en este estudio se abordaron y se identificaron las principales características de temas vinculados al emprendedurismo.

En el análisis según el sexo de los estudiantes, sobre la mayor fortaleza para iniciar un nuevo negocio, tanto para las mujeres como para los hombres corresponde el capital en un cuarto de los casos para cada

género estudiado. Sin embargo, se identifica que, para la mujer a más del capital, la capacidad negociadora del emprendedor es un factor preponderante.

En cuanto a la debilidad para iniciar una nueva empresa tanto para el hombre como para la mujer es la falta de capital el principal factor negativo.

Las habilidades de las mujeres que fueron identificadas en el estudio como características o perfiles son la creatividad, la persistencia, la motivación y el compromiso, la innovación, el liderazgo y el trabajo en equipo, así como la actitud para enfrentar los cambios del ambiente comercial.

LISTA DE REFERENCIAS

- Benítez, P. (2016). *EMPRENDEDURISMO EN PARAGUAY: UNA VIA EFICIENTE HACIA EL DESARROLLO*.
- Campos, J. A. D. (2018). *Los factores determinantes del emprendimiento*.
- Cantón, L., García, A., & González, M. (2014). El Enfoque de Competencias para formar Emprendedores: Evaluación del modelo de la Universidad Autónoma de Yucatán, México. *Tec Empresarial*, 8(2), 29-40.
- Escuela de Organización Industrial, E. (2006). *Factores que influyen en la creación y consolidación de empresas en Andalucía*. <https://www.eoi.es/es/savia/publicaciones/76825/factores-que-influyen-en-la-creacion-y-consolidacion-de-empresas-en-andalucia>
- Gallardo, L., & Fernandez, F. (2020). *FACTORES DE INCIDENCIA EN EL EMPRENDEDURISMO DE JÓVENES UNIVERSITARIOS*.
- Gerasinchuk, A. E. (2020). Cómo emprender en la localidad de Tomas Romero Pereira, On-line u off-line. *Revista sobre estudios e investigaciones del saber académico*, 13, Article 13.
- Gnyawali, D. R., & Fogel, D. S. (1994). Environments for entrepreneurship development: Key dimensions and research implications. *Entrepreneurship theory and practice*, 18(4), 43-62.
- González, P., & Caballero, N. (2021). EL ROL DE LA MUJER EMPRENDEDORA Y EL IMPACTO EN LA ECONOMÍA PARAGUAYA ROLE OF THE ENTREPRENEURIAL WOMAN AND ITS IMPACT ON THE PARAGUAYAN ECONOMY. *Ciencias Económicas*.

- Gutiérrez, G. A. (2013). *El comportamiento emprendedor en El Salvador: Contexto, características y factores de éxito del emprendedor salvadoreño* (1.^a ed.). Universidad Internacional de Andalucía. <https://doi.org/10.56451/10334/3623>
- Gutierrez, J. M., Romero Borre, J., Gabriela Diaz, M., & Sulbaran, N. (2018). *Emprendimiento como fuente de desarrollo de la empresa familiar. Algunas reflexiones sobre Venezuela*. <http://hdl.handle.net/11323/3319>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2020). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-hill.
- Messina, M., & Hochsztain, E. (2015). *Entrepreneurial success factors: An exploratory study based on Data Mining Techniques*.
- Monge, M., Briones Peñalver, A. J., & García Pérez de Lema, D. (2011). Factores determinantes de la creación de las Spin Off académicas: Caso del Instituto Tecnológico de Costa Rica. *Cuadernos de Administración (Universidad del Valle)*, 27(46), 22-38.
- Paredes, L. (2016). El emprendedurismo dentro de la base educativa como método de autoempleo a los estudiantes del V año de Administración de Empresas modalidad diurno del Centro Universitario Regional – Somotillo 2016. *Rev. iberoam. bioecon. cambio clim.*, 2(1), 121-132. <https://doi.org/10.5377/ribcc.v2i1.5688>
- Pisani, M., Borda, D., Ovando, F., & García, D. (2020). *Emprendedurismo y cuentapropismo en Paraguay*. <https://publications.iadb.org/es/emprendedurismo-y-cuentapropismo-en-paraguay>
- Rompato, & Silva, Y. (2020). *Emprendedurismo universitario. Estudio de caso del “Plan Estratégico Participativo 2030” de la Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina*.
- Ruiz Navarro, J., Medina Garrido, J. A., Lorenzo Gómez, J. D., Rojas Vázquez, Á., Ramos Rodríguez, A. R., Martínez Fierro, S. J., & Urbano Pulido, D. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo 2005 Andalucía*. Servicios de Publicaciones de la Universidad de Cádiz. <https://rodin.uca.es/handle/10498/25685>
- Villalba, E., & Ortega, R. (2018). Perfil Emprendedor: Análisis de las características de comportamiento emprendedor de estudiantes de la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y

Económicas de la Universidad Nacional de Pilar. *La Saeta Universitaria Académica y de Investigación*, 6(1). <https://doi.org/10.56067/saetauniversitaria.v6i1.114>

Zapata-Ossa, H. de J., Cubides-Munévar, A. M., López, M. C., Pinzón-Gómez, E. M., Filigrana-Villegas, P. A., & Cassiani-Miranda, C. A. (2011). Muestreo por conglomerados en encuestas poblacionales. *Revista de Salud Pública*, 13, 141-151.