

## Perfil emprendedor de los estudiantes de la Facultad de Ciencia Empresariales y Económicas de la Universidad Nacional de Canindeyú

Entrepreneurial profile of the students of the Faculty of Business and  
Economic Sciences of the National University of Canindeyú

Pedro Celestino Morel Sosa<sup>1</sup> 

### RESUMEN

El principal objetivo del emprendimiento es el desarrollo económico y social de la sociedad en consecuencia, es necesario que se adopten nuevas aptitudes para mejorar las condiciones y calidad de vida de todos los ciudadanos. **Objetivos:** El presente trabajo de investigativo, tiene como Analizar el perfil emprendedor de los estudiantes de administración de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNICAN-Curuguay. **Materiales y métodos:** Se trata de un estudio de enfoque cuantitativa y de tipo descriptivo, el diseño fue de no experimental y transversal, de una muestra de 54 alumnos desde segundo año hasta sexto año. Utilizando un cuestionario estructurado de encuestas. **Resultados:** los resultados mostraron que más de 40% de los encuestados tienen la intención de iniciar un negocio ya que poseen habilidades y destrezas suficientes para iniciarlo. En cambio, 30% no se sienten seguros sobre el éxito de su emprendimiento teniendo en cuenta la situación económica actual y la competencia existente en el mercado. **Conclusiones:** La enseñanza recibida en la universidad tiene incidencia significativa e inspira a los estudiantes a tomar decisiones personales y profesionales en el ámbito empresarial.

**Palabras claves:** Perfil Emprendedor, Estudiante Universitario, Emprendimiento, Capacidad y Habilidad Emprendedora.

---

Fecha de recepción: agosto 2024. Aceptado: noviembre 2024  
<sup>1</sup>Universidad Nacional de Canindeyú, Paraguay.

Autor de Correspondencia: Pedro Celestino Morel Sosa. Email: pedrocmorel19@gmail.com



Este es un artículo publicado en acceso abierto bajo una Licencia Creative Commons.

## **ABSTRACT**

The main objective of entrepreneurship is the economic and social development of society, consequently, it is necessary to adopt new skills to improve the conditions and quality of life of all citizens. Objectives: The purpose of this research work is to analyze the entrepreneurial profile of the administration students of the Faculty of Economic and Business Sciences of UNICAN-Curuguay. Materials and methods: This are a quantitative and descriptive study, the design was non-experimental and cross-sectional, of a sample of 54 students from second year to sixth year. Using a structured survey questionnaire. Results: The results showed that more than 40% of the respondents intend to start a business since they have sufficient skills and abilities to start it. On the other hand, 30% do not feel confident about the success of their venture considering the current economic situation and the existing competition in the market. Conclusions: The teaching received at the university has a significant impact and inspires students to make personal and professional decisions in the business field.

**Keywords:** Entrepreneurial profile, University student, Entrepreneurship, Entrepreneurial capacity and ability.

## INTRODUCCIÓN

La misión de la universidad es brindar formación académica integral, investigación, extensión y difusión. El objetivo general es formar ciudadanos con la capacidad de pensamiento crítico y tomar decisiones acordes al desarrollo social. En ese sentido la importancia de una educación universitaria para fomentar el espíritu emprendedor, crear habilidades y actitudes empresariales. De este modo, Sung Park & Duarte Masi, (2015) "emprendedor" es aquellas personas innovadoras, creativas, que ven oportunidades que otros ven como rutina, riesgo excesivo o incluso fracaso, que casi pueden convertir su negocio en un juego. Otro aspecto muy interesante y que pocas veces se menciona es la participación de mujeres latinoamericanas como empresarias. problema detectado por Kantis, (2004) las mujeres no participan especialmente en la creación de empresas dinámicas y representan sólo una de cada diez emprendedoras.

La cultura emprendedora en la educación es esencial para preparar a las generaciones futuras para los desafíos del mundo actual, dentro del mismo orden de ideas Calzado-Barbero (2019) menciona que, en los últimos años, las universidades de todo el mundo se han vuelto más activas en la mejora del potencial emprendedor desde una perspectiva de formación, caracterizando a los emprendedores con capacidad para identificar oportunidades.

Por otra parte, la actitud de un emprendedor es algo propio de un individuo, es decir, un individuo cree que es capaz de hacer algo. En este contexto Guzmán-Pérez, (2020) Las actitudes emprendedoras se caracterizan por factores contextuales, culturales, sociales, económicos y personales. Aplicado al campo de la educación, existe la necesidad de desarrollar progra-

mas que promuevan actividades y entornos que promuevan actitudes emprendedoras que puedan servir como agentes de cambio para abordar esta problemática.

### El perfil emprendedor

Es importante la conceptualización del emprendimiento y la competencia ya es la piedra la piedra angular para el desarrollo del trabajo. En ese sentido Margherita Bacigalupo & Yves Punie, (2016) que el emprendimiento se entiende como una habilidad que pueden utilizar individuos y grupos, incluidas las organizaciones existentes. Emprendimiento significa tomar acción sobre una oportunidad o idea y convertirla en valor que sea útil para otros. El valor creado puede ser económico, cultural o social.

Por otra parte, el desempleo es un problema en casi todos los países latinoamericanos y está aumentando en el sentido de que los jóvenes con pocos o ningún ingreso regular son los que más sufren. En ese contexto, el informe de la subsecretaria de Estado de Economía menciona, más allá de la magnitud del déficit de empleo, la calidad de los puestos de trabajo sigue siendo una preocupación fundamental. El empleo informal representa al 60,8% de los trabajadores ocupados en el 1er. Trimestre del 2023. Es importante que las universidades formen alianzas estratégicas a través de contratos y acuerdos para aprovechar oportunidades en contextos nacionales e incluso internacionales. (OECD, 2019)

A pesar de todo, en Paraguay inclusive tenemos una ley de fomento de la cultura emprendedora donde menciona que, La Dirección Nacional de-Emprendedurismo (DINAEM) deberá desarrollar conjuntamente con el Ministerio de Educación y Ciencia, un "Plan Nacional de Educación Emprendedora" que conste del desarrollo de habilidades duras y blandas para fomentar emprendedores, cualquiera sea su rubro y estadio.

Por lo tanto, es perentorio comprender las variables del perfil emprendedor como, por ejemplo, las habilidades y capacidades de los estudiantes universitarios de la carrera de administración, las competencias que fueron adquiridas durante la formación profesional para crear elementos que contribuyan al éxito y poder demostrar inteligencia básica, a través de la innovación constante, el talento, el aprendizaje y la acción.

Esta investigación es necesaria para comprender la influencia de la Facultad de Ciencias Económicas y empresariales, quienes también asumen un rol formador en este sentido, con la misión de formar profesionales involucrados en la generación de emprendimiento, que tengan las competencias necesarias, pero sobre todo las actitudes y tendencias que conforman la empresa. Proponer mecanismos para fortalecer la formación de emprendedores que puedan prosperar y hacer crecer sus negocios en tiempos de gran sacudida.

### FUNDAMENTO TEÓRICO

Con relación a emprendimiento y otras teorías relacionadas al respecto, Herrera Guerra & Montoya Restrepo, (2013) Un proceso que refuerza el cuadro conceptual, muchos estudios se relacionan con empresas que descuidan a las personas, mientras que en la literatura se llama *entrepreneu*, término que conserva su origen francés porque no está suficientemente traducido a otros idiomas. En ese sentido, Guerra, (2012) definir el emprendimiento es una cuestión semántica importante, ya que definiciones demasiado estrechas pueden ser útiles para la investigación aplicada.

La importancia de emprender hoy en día, el crecimiento de nuevas iniciativas de emprendimiento ayuda a comprender una doble tendencia: por un lado, la promoción del emprendimiento como parte de la política de emprendimiento y desarrollo de las

PYME (Kantis, 2004b).

Además, las PYMES son actores principales en la creación de empleo y el desarrollo socioeconómico, Sung Park & Duarte Masi, (2015) sugiere que las pequeñas empresas son la mayor fuente de creación de empleo en la región, es importante alentar los esfuerzos de los empresarios para luchar contra la pobreza. Por otra parte, Dávila et al., (2021). Resalta el compromiso del Estado con los jóvenes es generar oportunidades de desarrollo con herramienta necesaria a través de las instituciones afectada, en ese sentido Sánchez et al., (2011) que el nuevo fenómeno del emprendimiento académico ha despertado el interés de diversas instituciones administrativas estatales y universidades, teniendo en cuenta su impacto esperado en el desarrollo económico y social. A esto hay que sumar el proceso de reforma que están atravesando las universidades en cuanto a adaptación a la actual sociedad del conocimiento.

**OBJETIVO GENERAL:** Analizar el perfil emprendedor de los estudiantes de administración de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNICAN-Curuguay

### MÉTODO

Para el desarrollo del estudio se utilizó una técnica de recolección de datos cualitativos, siguiendo el enfoque descrito por (Hernandez Sampieri, 2018) se recolectaron datos de fuentes primarias, lo que permitió obtener una visión detallada y profunda del fenómeno estudiado, y se complementó con datos que aportaron a resultados objetivos. Asimismo, se establecieron las principales teorías y enfoques conceptuales en el marco referencial, lo que permitió fundamentar y orientar la metodología de la investigación. Cabe desta-

car que, según (Creswell, 2009) la combinación de técnicas de recolección de datos y la inclusión de un marco teórico sólido

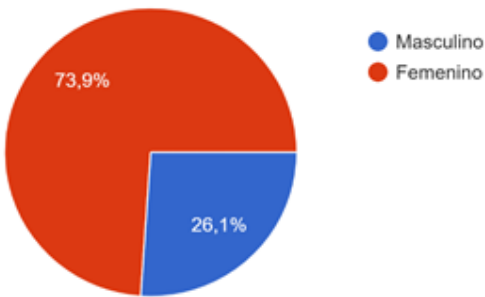
son fundamentales para obtener resultados rigurosos y confiables en la investigación cualitativa.

## RESULTADOS

Una vez recopilada la información de campo mediante las herramientas descritas en los apartados anteriores, dado que se especifica el número de estudiantes de la muestra, es necesario utilizar métodos de encuesta para obtener los resultados.

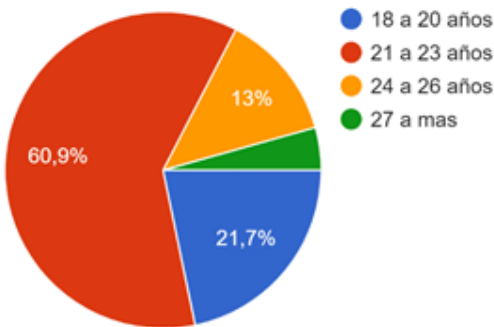
**CARACTERÍSTICA SOCIODEMOGRÁFICA SE SINTETIZA EN LAS SIGUIENTES MUESTRAS.**

**Figura 1. Genero**



Dado que la mayoría de los estudiantes encuestados eran mujeres, representando el 73,9%, mientras que el 26,1% correspondía a hombres. Esto presenta una clara división de los porcentajes y especifica el género de los estudiantes encuestados de manera mayoritaria son mujeres.

**Figura 2. Rango de edades**



De estos resultados se desprende que el 60,9% de los encuestados oscilan entre 21 y 23 años, el 21,7% poseen entre 18 y 20 años y el 13% tiene entre 24 y 26 años y finalmente más 27 años un 4,3% respectivamente.

Además, se examinan las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios y sus capacidades y habilidades para tomar decisiones importantes en su vida personal y profesional. La educación obtenida por los estudiantes satisface las necesidades actuales de creación de valor y desarrollo socioeconómico en sus lugares de residencia, contribuyendo de manera significativa a la mejora de su entorno local. Este proceso permite que los conocimientos adquiridos se traduzcan en iniciativas que promuevan el crecimiento económico y social de la comunidad

**Figura 3.** El sector que le gustaría trabajar como estudiante universitario



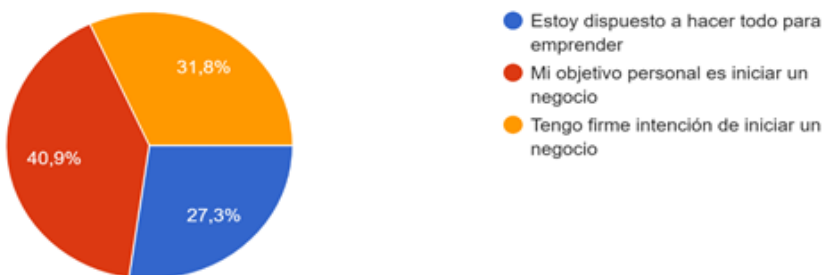
En cuanto al sector en el que preferían trabajar durante sus estudios universitarios, mencionaron que el 46.8% optarían trabajar en su propia empresa, seguido del 30,4% en el sector público, el 13,3% en el sector privado y finalmente el 8,7% se encuentra en una etapa de aprendizaje

**Figura 4.** Conocer desde la perspectiva de los estudiantes el concepto de emprendimiento



El emprendimiento suele percibirse como un proceso emocionante pero desafiante, que implica la creación, desarrollo y gestión de un nuevo proyecto o negocio. Los resultados muestran que el 40,9% de los estudiantes encuestados definió el emprendimiento como una oportunidad para hacer negocios, el 22,7% respondieron que es crear nuevas empresas, 18,2% emprendimiento significa asumir riesgo y por último el 18,2% crear nuevos valores en el mercado.

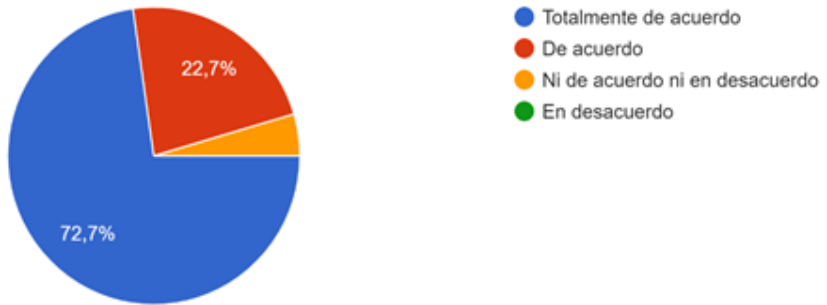
**Figura 5.** La intención de emprender algún negocio mientras estudia en la universidad



Los resultados muestran que el 40,9% de los estudiantes se ha fijado como objetivo iniciar un negocio, el 31,8% de los estudiantes creen plenamente que pueden iniciar un negocio y el 27,3% de los encuestados está dispuesta a hacer cualquier cosa para iniciar un negocio.

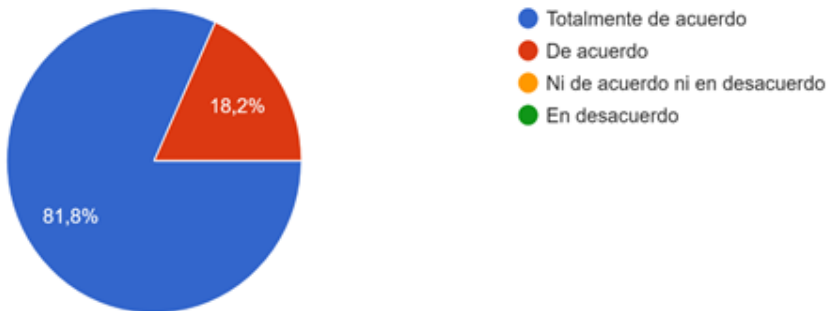
Por otra parte, se analizan las intenciones de los estudiantes universitarios de trabajar durante el periodo de estudio, explorando sus motivaciones, expectativas y los posibles efectos que esta decisión puede tener en su rendimiento académico y desarrollo profesional. En ese sentido, según Benítez & Ortega (2022) mediante un estudio realizado que el 47.7% de los estudiantes universitarios encuestados tienen intenciones de iniciar un emprendimiento.

**Figura 6.** Ser emprendedor significa una ventaja positiva y muy atractivo



Ser emprendedor muchas veces es muy atractiva para muchos, especialmente desde la perspectiva de los estudiantes y jóvenes profesionales. El 72,7% de los encuestados estuvo totalmente de acuerdo en que el emprendimiento es un beneficio positivo, el 22,7% estuvo de acuerdo con la opinión anterior y el 4,5% no mostró ningún interés que es común en cualquier grupo, de acuerdo a (Benítez & Ortega, 2022) en su trabajo de investigación encontró que el 24,7% de las personas no están interesadas o son indiferentes a emprender un negocio.

**Figura 7.** Ser propietario de mi propio negocio representa desafíos tanto personales como profesionales.



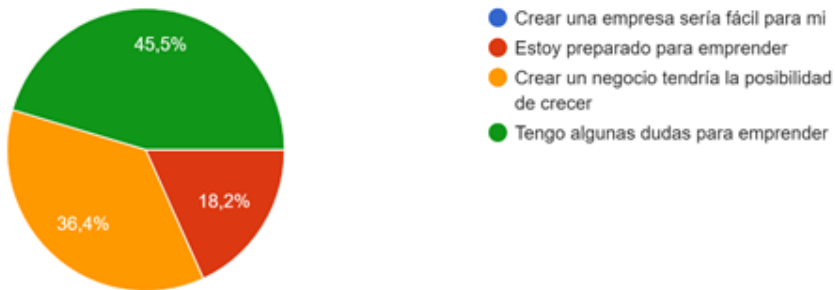
En cuanto a los desafíos personales y profesionales de ser dueño de su propia empresa, el 81,8% de los encuestados estuvo totalmente de acuerdo, mientras que el 18,2% de los encuestados estuvo de acuerdo con lo anterior.

**Figura 8.** Las dificultades o miedos más comunes que tienen los estudiantes a la hora de emprender un negocio



El miedo al fracaso es uno de los más comunes. Los estudiantes pueden temer perder tiempo, dinero, o prestigio si su idea de negocio no tiene éxito. En cuanto a los fracasos, el 31,8% de los estudiantes encuestados dijeron que la competencia es demasiado grande, el 27,3% mencionan que, no haya financiación para el proyecto y el 13,6% dijo que el mercado local es pequeño, no exista ganancias inmediatas o que el producto no sea rentable.

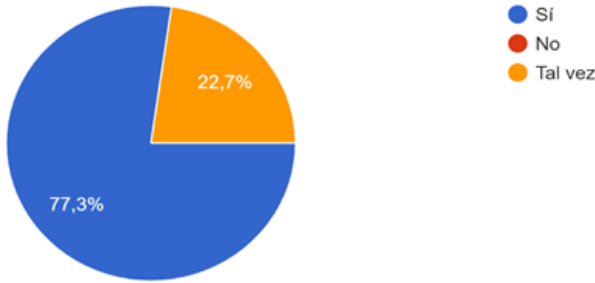
**Figura 9.** Como estudiante estás listo para tomar decisiones y afrontar las consecuencias



Afrontar las consecuencias implica ser responsable por los resultados de esas elecciones. En cuanto a las capacidades de emprender que manifiestan los encuestados un 45,5% tienen dudas de sí misma a la hora de tomar decisiones importantes, el 36,4% cree que es capaz y puede triunfar y finalmente un 18,2% tiene absoluta confianza en asumir responsabilidades de hecho, la proporción es siempre menor, de acuerdo a (Benítez & Ortega, 2022) que representan el 10,5% de la población encuestada, son aquellos que han dedicado tiempo a desarrollar un plan de negocios y se están preparando para iniciar un negocio.



**Figura 10.** *La enseñanza recibida en la universidad inspira a la creación de nuevo emprendimiento*



En cuanto a la educación que ofrecida por la universidad realmente santificase y motiva para iniciar un negocio, el 77,3% de los estudiantes encuestados mencionó si había adquirido conocimientos suficientes y el 22,7% de los estudiantes expresó dudas al respecto.

## DISCUSIÓN

De acuerdo a esta investigación, la población encuestada en su mayoría mujeres jóvenes que están cursando la carrera de administración y, es interesante ver que ya poseen intenciones de emprender, además, sabiendo que en América latina existe mayor desventaja para las mujeres en crear emprendimiento o cualquier tipo de negocio. En cuanto a la percepción que tiene acerca del emprendimiento, más de 40% respondieron que emprender significa oportunidad de hacer negocios y todo lo que implica como ejemplo el riesgo monetario y el desafío de crecer en el mercado muy competitivo.

Con relación a la intención de emprender, mas 40% de los estudiantes están dispuesto a crear algún negocio mientras el periodo académico. El 81,8% se enfrenta a retos personales y profesionales.

En cuanto al fracaso se refiere, 31,8% tiene miedo de fracasar por la competencia que existe el mercado. Asimismo, mas 27% tiene miedo emprender por no tener financiación de su proyecto.

Cuando se trata capacidades y habilida-

des, 45.5% piensan que no están preparado para emprender y, el 45,5% cree que no está listo para asumir el desafío, mientras que una proporción mayor cree que está listo para asumir el desafío, ingresar al mercado, quedarse y crecer.

El espíritu emprendedor y empresarial es uno de los aspectos más importantes del desarrollo humano porque trae consigo crecimiento y desarrollo económico, por lo que es necesario analizar y evaluar constantemente el comportamiento humano. Según (Kantis, 2004b) menciona en su trabajo que el emprendedor típico es un joven de clase media con educación superior. La participación femenina es muy limitada. Obviamente, la universidad puede ayudarte a adquirir los conocimientos y habilidades que te impulsarán a convertirte en emprendedor. Aunque muchas personas asocian el emprendimiento con la experiencia práctica y la intuición.

## CONCLUSIONES

Se concluye que, el presente trabajo sobre el perfil emprendedor de los estudiantes de la carrera de administración que, más de 40% indica que se perciben como emprendedores, y tienen el deseo de tener su propia empresa; aunque, se muestran temerosos por problemas habituales que se cumplan debido a dos factores claves: Miedo al fracaso y falta de crédito para financiación por parte de instituciones responsables.

Por último, la importancia de la carrera universitario y la enseñanza recibida, un gran número de encuestados mencionan que le infunde a crear o emprender una nueva idea de negocio. La educación superior promueve el pensamiento analítico y crítico, ayudando a los estudiantes a identificar problemas y oportunidades en su entorno,

## REFERENCIAS

1. Benítez, E. F. V., & Ortega, R. (2022). EMPRENDEDURISMO ACADÉMICO EN PARAGUAY: ANÁLISIS PRELIMINAR DE LA PROPENSIÓN A LA CREACIÓN DE EMPRESAS POR PARTE DE ESTUDIANTES DE UNIVERSIDADES PÚBLICAS. 1(3), 140-162.
2. Calzado-Barbero, M., Fernández-Portillo, A., & Almodóvar-González, M. (2019). EDUCACIÓN EMPRENDEDORA EN LA UNIVERSIDAD. *Journal of Management and Business Education*, 2(2), 127-159. <https://doi.org/10.35564/jmbe.2019.0011>
3. Dávila, G. C. T., Arboleda, A. C. C., Sarango, L. M. S., & Encalada, M. V. N. (2021). Perfil emprendedor de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Ismael Pérez Pazmiño. *Sociedad & Tecnología*, 4(3), Article 3. <https://doi.org/10.51247/st.v4i3.139>
4. GBC\_InnovandoPy2024\_NOB-V1.pdf. (s. f.).
5. Guerra, C. E. H. (2012). Una investigación en emprendimiento: Caracterización del emprendedor. 1(191-204), 14.
6. Guzmán-Pérez, D.-S., Torres-Flórez, D., & Hernández-Gracia, T. J. (2020). Actitud emprendedora en estudiantes universitarios de administración: Caso Pachuca, México. *Vinculatégica EFAN*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.29105/vtga6.1-554>
7. Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la investigación (sexta). McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
8. Herrera Guerra, C. E., & Montoya Restrepo, L. A. (2013). El emprendedor: Una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de vista*, 4(7). <https://doi.org/10.15765/pdv.v4i7.441>
9. Kantis, H. (Ed.). (2004a). Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. Banco Interamericano de Desarrollo.
10. Margherita Bacigalupo, P. K., & Yves Punie, G. V. den B. (2016). *EntreComp: The entrepreneurship competence framework*. Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2791/593884>
11. OECD. (2019). Reporte de mercado laboral en Paraguay. OECD. <https://doi.org/10.1787/1fd2da34-en>
12. Sánchez, J. C., Caggiano, V., & Hernández, B. (2011). COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS EN LA EDUCACION UNIVERSITARIA. . . ISSN, 3(1).

**13.** Sung Park, S. I., & Duarte Masi, S. (2015a). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 11(2), 291-314. <https://doi.org/10.18004/riics.2015.diciembre.291-314>

**14.** Watson, J. B. (1913). "Psychology as the behaviorist views it." *Psychological Review*, 20(2), 158–177.

**15.** Yin, R. K. (2018). *Investigación Sobre Estudio de Casos (Diseño y Métodos)*. Recuperado el junio de 2023, de <http://panel.inkuba.com>: <http://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/YIN%20ROBERT%20.pdf>