



Universidad Católica “Nuestra Señora de la Asunción”
Campus Guairá

Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas
Carrera de Economía

Trabajo Final de Grado
CARACTERIZACIÓN DE LAS MUJERES QUE LIDERAN
MIPYMES EN EL MICROCENTRO DE LA CIUDAD DE
VILLARRICA, PARAGUAY, EN EL AÑO 2023

Elaborado por:

Univ. María Alejandra Aguilar Cano

Villarrica del Espíritu Santo - Paraguay, diciembre – 2023



— CAMPUS GUAIRÁ —

Universidad Católica “Nuestra Señora de la Asunción”

Campus Guairá

Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas

Carrera de Economía

Trabajo Final de Grado

CARACTERIZACIÓN DE LAS MUJERES QUE LIDERAN

MIPYMES EN EL MICROCENTRO DE LA CIUDAD DE

VILLARRICA, PARAGUAY, EN EL AÑO 2023.

Elaborado por:

Univ. María Alejandra Aguilar Cano

Tutora: Econ. Tania Giselle Stollmaier Huber

Villarrica del Espíritu Santo - Paraguay, diciembre - 2023



— CAMPUS GUAIRÁ —

Universidad Católica “Nuestra Señora de la Asunción”

Campus Guairá

Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas

Carrera de Economía

Trabajo Final de Grado

CARACTERIZACIÓN DE LAS MUJERES QUE LIDERAN

MIPYMES EN EL MICROCENTRO DE LA CIUDAD DE

VILLARRICA, PARAGUAY, EN EL AÑO 2023.

Estudiante	Calificación
María Alejandra Aguilar Cano	

.....

Miembro Tribunal

.....

Miembro Tribunal

.....

Miembro Tribunal

PÁGINA DE ADVERTENCIA

En esta sección del Trabajo Final de Grado, la autora de esta investigación asume plena responsabilidad ante la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas, y ante el lector, en particular. Por lo que, se garantiza la veracidad y originalidad en relación con el contenido del trabajo, y se otorga a la institución todos los derechos económicos y de propiedad intelectual, como la de reproducción, comunicación y difusión pública, sobre el material presentado.

Es importante destacar que la institución, en este caso, la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas, no asume responsabilidad por la opinión expresada por la autora en los textos publicados. La responsabilidad total de las ideas y conceptos presentados recae exclusivamente en la autora de esta investigación.

María Alejandra Aguilar

AGRADECIMIENTOS

A Dios por todas las bendiciones

A mis Padres por sus consejos y los valores inculcados, por enseñarme a luchar por mis ideales, pero por sobre todo por inmenso amor.

A mis hermanos que de una u otra forma siempre estuvieron durante mi formación personal y profesional.

Quiero agradecer a todos mis profesores y compañeros por el acompañamiento para culminar esta etapa.

María Alejandra Aguilar

DEDICATORIA

Primeramente, dedico este trabajo a Dios, por darme la oportunidad de culminar esta etapa.

A mis padres quienes me apoyan en todo este proceso.

María Alejandra Aguilar

RESUMEN

Esta investigación aborda el emprendimiento femenino y tiene como objetivo general analizar las características de las mujeres que lideran Mipymes en el microcentro de la ciudad de Villarrica, Paraguay, en el año 2023. El tipo de estudio es descriptivo con un enfoque mixto, no experimental y transversal. La muestra está compuesta por 20 mujeres que lideran Mipymes. Entre las conclusiones, se destaca que el principal rubro en el que las mujeres lideran Mipymes es en las tiendas de ropas; el número medio de empleados está entre 1 y 3, mientras que más de la mitad genera empleos adicionales anualmente. En cuanto a las estrategias comerciales, destacan las estrategias de marketing y publicidad; los factores que motivaron su liderazgo en una MIPYME para la mayoría de las mujeres fueron el desarrollo personal y profesional, el aporte a la comunidad local seguido de la búsqueda de mejores condiciones laborales y la pasión por el rubro o sector.

Palabras Claves: Mujeres, Mipymes, Lideres, Emprendimientos.

ABSTRACT

This research addresses female entrepreneurship and its general objective is to analyze the characteristics of women who lead MSMEs in the microcenter of the city of Villarrica, Paraguay, in the year 2023. The type of study is descriptive with a mixed, non-experimental and cross. The sample is made up of 20 women who lead MSMEs. Among the conclusions, it stands out that the main area in which women lead MSMEs is in clothing stores; the average number of employees is between 1 and 3, while more than half generate additional jobs annually. Regarding commercial strategies, marketing and advertising strategies stand out; The factors that motivated their leadership in an MSME for the majority of women were personal and professional development, contribution to the local community followed by the search for better working conditions and passion for the field or sector.

Keywords: Women, MSMEs, Leaders, Entrepreneurship.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I – PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1. Pregunta Genérica	3
1.1.2. Preguntas Específicas.....	4
1.1.3. Objetivos	4
1.1.4. Justificación.....	5
CAPÍTULO II – MARCO TEÓRICO	7
2.1. Marco de Antecedentes	7
2.1.1. Antecedentes Nacionales	7
2.1.2. Antecedentes internacionales.....	8
2.2. Marco Conceptual	10
2.3. Marco Teórico.....	12
2.3.1. Las Mipymes en Paraguay	12
2.3.2. Generación de empleos por parte de las Mipymes.....	13
2.3.3. Estrategias y prácticas empresariales empleadas para promover el crecimiento y la sostenibilidad de las Mipymes	14
2.3.4. El emprendimiento femenino.....	14
2.3.5. Factores que condicionan el emprendedurismo femenino.....	16
2.3.6. Factores relacionados a la motivación de las mujeres para la creación de empresas.....	16
2.4. Hipótesis.....	18
2.5 Definición conceptual y operativa de las variables.....	18
CAPÍTULO III – MARCO METODOLÓGICO	21

3.1. Tipo de investigación	21
3.2. Población y Muestra	21
3.3. Métodos, Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
3.4. Procedimientos para la recolección de datos.....	22
3.5. Análisis e interpretación de datos	22
3.6. Consideraciones Éticas	23
CAPÍTULO IV – MARCO ANALÍTICO.....	24
4.1. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	24
CAPÍTULO V – CONCLUSIONES	39
5.1. CONCLUSIONES.....	39
5.2. RECOMENDACIONES Y APERTURA A FUTURAS INVESTIGACIONES	41
BIBLIOGRAFÍA.....	42
ANEXOS	49
ANEXO A – INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	49

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Frecuencia de Mujeres que lideran Mipymes.....	26
Gráfico 2: Edad de las mujeres que lideran Mipymes.....	27
Gráfico 3: Estado civil de las mujeres que lideran Mipymes.....	28
Gráfico 4: Nivel académico de las mujeres que lideran Mipymes.....	29
Gráfico 5: Condición del local donde se sitúa la empresa.....	30
Gráfico 6: Rubro o actividad principal de la empresa.....	31
Gráfico 7: Antigüedad en el liderazgo de la empresa.....	32
Gráfico 8 Cantidad de empleados que trabajan en la empresa.....	33
Gráfico 9 Generación de empleos anuales en las Mipymes lideradas por mujeres.....	34
Gráfico 10: Cantidad de empleos adicionales que se generó en el último año.....	35
Gráfico 11: Estrategias o enfoques empresariales implementados para promover el crecimiento y sostenibilidad de su empresa.....	36
Gráfico 12 Percepción sobre los inconvenientes para liderar Mipymes como mujer.....	37
Gráfico 13 Principales dificultades como mujer para iniciar una actividad empresarial.....	38
Gráfico 14 Factores que motivan el liderazgo empresarial de una mujer Indicar que factores le motivaron su liderazgo en una Mipymes	39

INTRODUCCIÓN

Esta investigación centra su interés en el empoderamiento de las mujeres en la creación de empresas por lo que se plantea como título: Caracterización de las mujeres que lideran Mipymes en el microcentro de la ciudad de Villarrica, Paraguay, en el año 2023.

Tal como exponen Ordoñez y otros (2021), el emprendimiento femenino es percibido como una herramienta con la que se obtiene reconocimiento del esfuerzo igual al de los hombres, reconociendo el impacto en la economía local y progreso de su entorno. Lo que implica que el emprendimiento femenino se integre con la innovación basados en el empoderamiento como un sentimiento de seguridad y supervivencia personal activa en la economía, cruciales para el crecimiento y desarrollo de los países.

La investigación se estructura en los siguientes capítulos:

Capítulo I: Se desarrolla el planteamiento del problema, las preguntas de investigación los objetivos y la justificación.

Capítulo II: Se expone el Marco teórico dentro del cual se presenta los antecedentes de investigación, el marco conceptual y las teorías sobre las características relacionadas a las Mipymes lideradas por mujeres y de la operacionalización de las variables.

Capítulo III. Se explica la metodología utilizada consistente en el tipo de estudio, población y muestra seleccionada además los métodos, técnicas y procedimientos implementadas en la recolección de datos.

En el Capítulo IV: Se presentan los resultados obtenidos, seguido de la Conclusión, Recomendaciones, Bibliografía y Anexo, en este último se presenta el instrumento de recolección de datos.

CAPÍTULO I – PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social del Paraguay (2021), son consideradas Mipymes las unidades económicas que, según la dimensión en que organicen el trabajo y el capital, se encuentren dentro de las categorías establecidas en el artículo 5 de la Ley N°4457 y se ocupen del trabajo artesanal, industrial, agroindustrial, agropecuario, forestal, comercial o de servicio.

Según datos divulgados por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2021), en Latinoamérica, el tejido empresarial se encuentra compuesto por una participación importante de las Mipymes. La región cuenta con alrededor de 12.9 millones de Mipymes distribuidos en toda América Latina, siendo responsables de más del 60% de la creación de empleos. A su vez, haciendo énfasis en la participación femenina en el liderazgo de las Mipymes, se comprueba según datos del Banco Interamericano de Desarrollo (2023), que, en América Latina, el 59% de las Mipymes son lideradas por mujeres emprendedoras, siendo Costa Rica el país latinoamericano con más mujeres a la cabeza de micro, pequeñas y medianas empresas, seguido por Colombia y Argentina.

Contextualizando a nivel nacional, las Mipymes representan un sector importante de la economía paraguaya. En Paraguay, según datos de la Superintendencia de Bancos, al mes de junio del 2023, el 98% de las empresas registradas en el país son micro, pequeñas y medianas, solamente el 2% de ellas son grandes empresas. El informe indica que al cierre del 2021 existían 360.025 empresas, de las que 352.866 son micro, pequeñas y medianas y 7.150 son grandes. Esta proporción del 98%, emplea cerca del 70% de la fuerza laboral activa.

Por otra parte, según datos del Observatorio de Igualdad y no discriminación, del Centro de Documentación y Estudios (2022), en Paraguay existe un 68% de Mipymes lideradas por mujeres.

Según datos del Ministerio de la Mujer (2019), en los últimos años, se ha observado un incremento significativo en la participación activa de las mujeres en la creación y gestión de empresas tanto en Guairá como en el país. Esta tendencia refleja no solo un aumento en la autonomía económica de las mujeres, sino también su capacidad para contribuir de manera significativa al desarrollo económico regional.

En lo referente a la situación de las mujeres líderes en el sector de micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) de la ciudad de Villarrica, se desconoce aspectos como cantidad de Mipymes lideradas por mujeres, principales rubros donde se desempeñan, los empleos que generan, las estrategias implementadas y las motivaciones que las impulsan al liderazgo empresarial y emprendedor de este sector.

El microcentro de Villarrica cuenta con una diversidad de comercios dentro de los cuales se destacan en su mayoría las Mipymes tales como heladerías, servicios de comidas rápidas, bares, bodegas, tienda de cosméticos, zapaterías, joyerías, tiendas de ropas ya sean deportivas, de toda ocasión, elegantes diversificado para niños, adultos, mixtos o exclusivamente para damas y caballeros, en este punto cabe resaltar que a diario acuden personas de diversas localidades aledañas al Departamento del Guairá para realizar sus compras teniendo en cuenta que Villarrica posee una amplia gama de comercios y que ofrece al comprador productos y precios variados a fin de optar por aquel que mejor le convenga en calidad y precio.

En base a lo expuesto se plantean las siguientes preguntas de investigación:

1.1.1. Pregunta Genérica

¿Cuáles son las características de las mujeres que lideran MIPYMES en el microcentro de la ciudad de Villarrica, Paraguay, en el año 2023?

1.1.2. Preguntas Específicas

- ¿Cuáles son los principales rubros donde las mujeres empresarias lideran MIPYMES en el contexto del microcentro de Villarrica en 2023?
- ¿Cuál es el aporte de las mujeres que lideran MIPYMES, en el microcentro de la ciudad de Villarrica para la generación de empleos?
- ¿Cuáles son las estrategias y prácticas empresariales que las mujeres líderes de MIPYMES emplean para promover el crecimiento y la sostenibilidad de sus empresas en el microcentro de Villarrica?
- ¿Cuáles son las principales motivaciones que impulsan a las mujeres líderes de MIPYMES del microcentro de Villarrica?

1.1.3. Objetivos

General

Analizar las características de las mujeres que lideran MIPYMES en el microcentro de la ciudad de Villarrica, Paraguay, en el año 2023.

Específicos

1. Describir los principales rubros donde las mujeres empresarias lideran MIPYMES en el contexto del microcentro de Villarrica en 2023.
2. Examinar el aporte de las mujeres que lideran MIPYMES, en el microcentro de la ciudad de Villarrica, en la generación de empleos.
3. Distinguir las estrategias y prácticas empresariales que las mujeres líderes de MIPYMES emplean para promover el crecimiento y la sostenibilidad de sus empresas en el microcentro de Villarrica.
4. Determinar las principales motivaciones que impulsan a las mujeres líderes de MIPYMES del microcentro de Villarrica.

1.1.4. Justificación

La fundamentación de esta investigación se constituye a partir de la necesidad de obtener conocimiento más selecto y conciso sobre las mujeres líderes de micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes), en el microcentro de la ciudad de Villarrica, Paraguay, en el año 2023.

Dentro de este apartado cabe exponer que recabar los datos a nivel nacional sería una labor que sobrepasa la capacidad de esta investigación, sin embargo, es posible hacer énfasis en el contexto inmediato, destacando que en la ciudad de Villarrica departamento del Guairá el sector de las Mipymes lideradas por mujeres todavía es un campo escasamente estudiado en detalle y la información existente es limitada.

Todo lo mencionado despierta el interés de la autora para realizar esta investigación considerando las diversas Mipymes existentes a nivel nacional y local, siendo el foco central las micro, pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres a fin de vislumbrar información nueva y de valor que aporte conocimientos sobre las particularidades de las mujeres emprendedoras que actualmente predominan en la escena de las Mipymes dentro del Microcentro de la ciudad de Villarrica.

La investigación se considera relevante fundamentada en el Ministerio de Trabajo Empleo y Seguridad Social (2022), donde se considera que estas unidades económicas representan la gran mayoría de las empresas registradas en el país, con un 98% de ellas registradas como Mipymes, además, estas empresas son responsables de la generación de la mayor parte del empleo en el país. Otro de los puntos por el cual se considera importante es porque en la actualidad se refleja una evidente autonomía económica para las mujeres, además de la importante de contribución al desarrollo económico regional, y por último la necesidad de contribuir de manera concreta a dilucidar las características de las Mipymes lideradas por mujeres de la ciudad de Villarrica.

Con esta investigación se busca brindar un aporte teórico-práctico a las personas interesadas sobre el tema, el primero para ahondar el conocimiento

sobre la situación de las Mipymes en Villarrica, especialmente las que son lideradas por mujeres y el segundo a fin de despertar el interés del sector femenino brindándoles la posibilidad de generar su propio emprendimiento con la cual podrá mejorar su calidad de vida.

De igual forma, tiene importancia científica, porque se utilizan informaciones e investigaciones realizadas por entidades y autores que han indagado sobre el tema, sirviendo de fundamento para la exposición teórica, además servirá de base a otros profesionales que deseen profundizar más sobre este tema.

La investigación es viable ya que se cuenta con todos los recursos necesarios para su elaboración tales como materiales, bibliográficos, económicos y humanos. Mientras que los datos podrán ser recabados mediante encuestas aplicadas a mujeres que lideran Mipymes.

CAPÍTULO II – MARCO TEÓRICO

2.1. Marco de Antecedentes

En este apartado se considera importante mencionar algunos estudios Nacionales e internacionales realizados sobre el tema abordado ya que han servido de cimiento para la realización de esta investigación.

2.1.1. Antecedentes Nacionales

A nivel nacional, Cardozo y otros (2018), abordan como principal objetivo identificar el tipo de liderazgo situacional predominante en las Micro y Pequeñas Empresas activas en el mercado Paraguayo en los últimos diez años en la ciudad de Asunción. El tipo de estudio fue de enfoque mixto, no experimental, la muestra fue de 216 individuos. Cardozo concluye en que el estilo de mayor predominio de las Micro y Pequeñas Empresas asuncenas fue el liderazgo situacional de estilo Participar, donde el parentesco en el grupo encuestado, fue mayormente significativo.

Siguiendo con los estudios nacionales, Sánchez y otros (2020) plantean investigación sobre la Innovación en las pequeñas y medianas empresas (Pymes) de Paraguay, concluyen que, de 105 empresarios, en el sector comercio el 70% correspondió al sexo masculino, en el sector de manufactura 68% correspondió al masculino y por último al servicio no financiero también hubo mayor porcentaje del sexo masculino 54% frente al femenino de 46%.

Encina (2021), por su parte aborda como objetivo analizar los factores que contribuyen al liderazgo empresarial femenino en el rubro gastronómico tomó como categoría de análisis el perfil de la emprendedora, sus motivaciones y las dificultades que atravesaron en el proceso de creación de la empresa; igualmente se utilizó la entrevista a profundidad como estrategia de recolección de datos, apoyada por una guía semiestructurada. El principal hallazgo de este estudio es que las propietarias se lanzaron al mercado motivadas por una oportunidad visualizada en el rubro; pero limitadas en ciertos casos por la falta de una educación financiera, de acceso a créditos, redes de contactos y programas y políticas de ayuda a emprendedores.

En el contexto paraguayo, y de forma genérica sin distinciones por liderazgo, el informe técnico de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), Cono Sur, analizan las características productivas de las Mipymes en Paraguay en la sección 5 del informe, utilizando datos de las Encuestas de Hogares y del Censo Económico. Entre las principales características productivas de las Mipymes que se destacan en esta sección se encuentran la predominancia de microempresas, la concentración de las Mipymes en sectores como el comercio, la industria manufacturera y los servicios, la baja productividad y la falta de innovación tecnológica. Además, se menciona que ciertos sectores, como el de calzados y confecciones, han demostrado su capacidad de adaptación a circunstancias cambiantes con un bajo apoyo oficial (Organización Internacional del Trabajo, 2021)

Asimismo, Burgos y otros (2022), realizan una investigación titulada: El rol de la mujer emprendedora y el impacto en la economía paraguaya los resultados de la encuesta aplicada revelan que el 2,5% de las empresas emplean hasta 10 personas, el 65% de las empresarias iniciaron sus emprendimientos para poder pasar tiempo con su familia e hijos en especial, con relación al cuanto al conocimiento sobre proyectos o programas que ayuden a emprendimientos de mujeres paraguayas el 75% de las mujeres encuestadas no conoce, la mayoría considera que con su empresa aportan a la Economía Paraguaya generando empleos, calidad en los servicios, pago de impuestos para mejora del País.

2.1.2. Antecedentes internacionales

A nivel Internacional se menciona el estudio de Simón (2019), cuyo objetivo es realizar un diagnóstico de la situación que afrontan las Unidades Económicas cuyas propietarias están afiliadas a la Cámara Nacional de Comercio, Servicios Turismo de Tuxtepec. La investigación exploratoria y descriptiva incluyó a 134 emprendedoras. Los resultados apuntan que las emprendedoras tienen una edad promedio de 41 años, la mayoría son casadas con dos hijos, iniciaron su negocio por necesidad económica y cuentan solo con bachillerato. En cuanto a las unidades económicas, la antigüedad promedio es de 14 años, en su mayoría son microempresas con un promedio de cinco

trabajadores, pertenecen al sector comercial con establecimiento rentado bajo el régimen fiscal de persona física.

Otra investigación realizada por Ruiz y otros (2020), quienes tienen por objetivo explorar acerca de las características y motivaciones que generan las iniciativas de emprendimiento de las mujeres de la comuna cinco de la ciudad de Villavicencio. Los resultados evidencian que las emprendedoras, en su mayoría iniciaron por necesidad y con fines de autoempleo; no obstante, por la experiencia y el conocimiento adquirido la gran mayoría ha logrado la sostenibilidad de sus negocios, al superar una existencia de más de diez años, posibilitando su categorización como empresarias establecidas.

Benítez y otros (2022) por su parte, plantean analizar la actual distribución y participación de las mujeres en las empresas de Argentina, haciendo especial hincapié en la realidad de las micro, pequeñas y medianas firmas (Mipymes) que son lideradas por mujeres. Los autores concluyen en que la participación de Mipymes siendo titular una mujer alcanzó el 30,8% en los tres primeros meses del 2021, una contracción de casi 1% durante la pandemia, contra el 32% de 2020. El mismo se observa para el empleo formal privado femenino. Tras haber alcanzado el 33,5% en el 1er. semestre de 2020, la tasa de feminización retrocedió tanto en el segundo semestre como en el primero de 2021, al ubicarse en 33%. En cuanto al rango etareo en el 2020 el 37% de las empresas tenían como líderes a mujeres de menos de 30 años. Al clasificar por tamaño la empresa liderada por mujeres las Mipymes arrojaron el 32% y las pymes el 34%. Entre los principales rubros se encuentran la salud, inmobiliarias, servicios personales, hoteles y restaurantes, comercio y servicios de entretenimiento y actividades administrativas.

Contreras y otros (2020), realizaron una investigación con el título: Emprendimientos femeninos: de lo económico a lo sustentable, la misma se basó en la revisión bibliográfica de 50 artículos científicos que dieron como resultado la existencia de emprendimientos en zonas rurales principalmente en los países como Ghana, Sudáfrica, Chile, México y Ecuador, concluyen que estos

emprendimientos están tomando nuevas rutas conceptuales y paradigmáticas principalmente en la utilización de recursos naturales.

Con relación al trabajo de Alvarez y otros, (2017), cuyo objetivo principal es identificar el motivo predominante que impulsó a las mujeres de la Asociación de Mujeres Empresarias del Perú (Capítulo Arequipa) a iniciar sus emprendimientos en el 2017. El estudio tiene una metodología no experimental, con un diseño transeccional, un alcance descriptivo y un enfoque cuantitativo. Los resultados arrojan que la motivación intrínseca estuvo presente en la mayoría, donde el 88% se sintió motivada por la oportunidad de aprender cosas nuevas, seguida de la oportunidad de desarrollar sus capacidades.

Siguiendo con los estudios internacionales se encuentra Abanades (2016), quien presentó su trabajo final de Grado titulado: El emprendimiento femenino y la gestión estratégica de la innovación como instrumento clave para un proceso de cambio empresarial, utilizando una metodología de investigación de carácter cuali-cuantitativo. El estudio concluye en que los factores formales como redes sociales, rol familiar y percepción de competencias para emprender condicionan el proceso emprendedor femenino, con relación a los factores informales se destacaron las políticas de apoyo no económicas, financiación y falta de formación.

2.2. Marco Conceptual

2.2.1. Líder: Según el diccionario de la Real Academia Española (2011), la palabra liderato, que significa condición de líder; por lo que es necesario ir a la palabra líder, que proviene del inglés leader, guía y que define como: Persona a la que un grupo sigue, reconociéndola como jefe u orientadora.

Un líder es alguien que tiene la capacidad de lograr resultados en su vida personal o profesional y tiene la capacidad de influir en otros para que quieran trabajar hacia metas deseadas o alcanzables basándose en el talento, nuestras capacidades y el compromiso de todos (Petrone, 2020).

2.2.2. El liderazgo es la influencia interpersonal ejercida en una situación, dirigida a través de un proceso de comunicación humana para lograr una o más metas específicas (Preciado y otros, 2008).

Según otros autores, el liderazgo es el proceso de influir en los demás a través del trabajo en equipo para que trabajen con entusiasmo para alcanzar metas (Serrano y otros 2014).

2.2.3 MIPYME: El término “MIPYME” proviene del concepto de micro, pequeña y mediana empresa. Conceptualmente, las micro y pequeñas empresas son aquellas que se encuentran en la parte inferior de la distribución empresarial en cualquier economía (Santander, 2017).

2.2.4. Emprendedor: Según Joseph Schumpeter (1949), citado por Bóveda y otros (2015), lo define como alguien versátil, que posee las habilidades técnicas para saber producir, reunir recursos financieros, organizar las operaciones internas y capitalizar sus esfuerzos a través de las ventas.

2.2.5. Estrategia Empresarial: Definir las metas y objetivos a largo plazo de la empresa, así como adoptar las acciones y asignar los recursos necesarios para alcanzar dichas metas (Riveros, 2020).

2.2.6. Motivación laboral: Ramírez (2008), define la motivación laboral como el deseo de ejercer un gran esfuerzo para lograr los objetivos organizacionales. Este esfuerzo está determinado por la satisfacción de necesidades personales.

2.3. Marco Teórico

2.3.1. Las Mipymes en Paraguay

Dicho con las palabras de Ruiz, Peña y Prieto (2020):

El emprendimiento es considerado uno de los factores que influyen en el proceso de desarrollo social y económico de los países, especialmente en los países emergentes, donde aparece como una solución alternativa para generar ingresos debido a la escasez de oportunidades para encontrar trabajo formal adecuado. Planes y programas de políticas públicas como herramienta eficaz para reducir el desempleo y generar impulso a la economía, y contribuir al crecimiento y sostenibilidad de la estructura empresarial a través de la interacción con otras organizaciones empresariales. (p.148)

Para el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social del Paraguay, (2021), Las mipymes son unidades económicas, dependiendo del tamaño de la organización del trabajo y del capital, de los tipos especificados en el artículo 5 de la Ley N° 4457 y relacionadas con la artesanía, la industria, la agroindustria, la agricultura, la silvicultura, el comercio o los servicios. Considerando el contenido del artículo anterior, se detalla la clasificación de las Mipymes en micro, pequeñas y finalmente medianas empresas.

En el Art. 5: Sobre la clasificación. Parámetros de categorías. Alcance. la presente Ley contempla:

Microempresas: A los efectos de la Ley, se las identificará con las siglas “MIE” y es aquella formada por hasta un máximo de diez personas, en la que el propietario trabaja personalmente él o integrantes de su familia y facture anualmente hasta el equivalente a G. 500.000.000 (Guaraníes quinientos millones).

Pequeña empresa: A los efectos de la Ley, se las identificará con las siglas “PE” y será considerada como tal la unidad económica que facture anualmente hasta G. 2.500.000.000 (Guaraníes dos mil quinientos millones) y ocupe hasta treinta trabajadores.

Medianas Empresas: Hasta G. 6.000.000.000 (Guaraníes seis mil millones) de facturación anual y ocupe hasta cincuenta trabajadores.

2.3.2. Generación de empleos por parte de las Mipymes

Según el informe técnico de la OIT, Cono Sur, las Mipymes tienen un papel fundamental en la generación de empleo en Paraguay. En la sección 1 del informe se destaca que las Mipymes representan el mayor número de unidades económicas en el país y concentran a la mayor parte del empleo. Además, se menciona que las Mipymes son responsables de la creación de empleo en sectores como el comercio, la industria manufacturera y los servicios. En la sección 2 del informe se analiza la evolución del empleo en las Mipymes en los últimos años, destacando que el sector ha experimentado un crecimiento sostenido en términos de empleo (Organización Internacional del Trabajo, 2021).

Entre las principales características de empleo que se analizaron, se encuentran la concentración del empleo en unidades muy pequeñas, la seguridad y salud en el trabajo, el número de horas trabajadas, las vacaciones, la presencia de trabajo infantil, la igualdad, los tipos de contrato, la seguridad social, los salarios, la negociación colectiva y la sindicalización.

En cuanto a la calidad de empleos generados por las Mipymes en Paraguay, el informe técnico de la OIT, Cono Sur señala que los empleos en sectores de baja productividad, con salarios más bajos, peores condiciones laborales y menor acceso a protección, corresponden a una proporción mayoritaria de la fuerza laboral (Organización Internacional del Trabajo, 2021).

2.3.3. Estrategias y prácticas empresariales empleadas para promover el crecimiento y la sostenibilidad de las Mipymes

En cuanto a las estrategias y prácticas empresariales empleadas para promover el crecimiento y la sostenibilidad de las Mipymes en Paraguay, el informe técnico de la OIT, Cono Sur, destaca la importancia de la innovación tecnológica y la capacitación de los trabajadores.

El informe considera que las políticas dirigidas a las micro, pequeñas y medianas empresas se centran en formalizar las unidades económicas y la fuerza laboral asociada a ellas, con el objetivo de crear un estado de competencia leal y discriminación positiva centrándose en categorías empresariales según tamaño, capital, industria y Edad entre las empresas. Micro, pequeñas y medianas empresas.

2.3.4. El emprendimiento femenino.

Dentro de este contexto cabe mencionar que durante la búsqueda bibliográfica se pudo conocer diversos tipos de emprendimientos entre los que sobresalen el emprendimiento de oportunidad y el emprendimiento por necesidad; en este sentido, se encontraron como principales motivaciones para que las mujeres se adentren en prácticas emprendedoras, como lo plantean León y otros (2018) “la necesidad de independencia económica y el obtener ingresos por sus propias fuentes para aportar a sus familias y sentirse productivas para la sociedad, por esta razón ven en el emprendimiento la oportunidad de cubrir sus necesidades y poder solventar sus problemas” (p.4).

Abanades (2016) hace notar que:

A partir del Siglo XX, concretamente en los años ochenta es cuando comienzan a realizar investigaciones respecto a la actividad empresarial femenina. Al mismo tiempo resalta que el género femenino empezó a ser más emprendedor cuando aumentó su acceso a su vida académica; además los tipos de estudios realizados influyen mucho a la hora de

tomar la elección del proyecto a realizar. Por ello, la mujer cada vez pisa más fuerte en el ámbito empresarial, no solo en la creación de empresas, sino también en el desarrollo empresarial. (p.17)

En este orden de ideas, en el estudio del emprendimiento, el género emerge como una de las categorías relevantes para su contextualización y análisis. Es importante destacar el rol del emprendimiento femenino en el desarrollo económico de una región, según Elizundia (2015), “alrededor del 35-40% de los micro, pequeños y medianos negocios son operados por Mujeres” (p. 472).

Sin embargo, Martínez y otros (2020) establecen que existe un impacto diferenciado en la mujer debido a las desigualdades preexistentes que han limitado su espíritu emprendedor; tales como, el acceso a fuentes de financiamiento, falta de capacitación, barreras legales y regulatorias que dificultan la instalación de sus empresas y estereotipo de género que las obligan a cumplir con normas sociales.

Desde el punto de vista de Guerrero (2023) los negocios liderados por mujeres son débiles frente a entornos competitivos dominados por el hombre, impidiéndoles obtener la capacidad para sobrellevar una crisis, así como también estar expuestas a mayor carga familiar a consecuencia del confinamiento social. Estos negocios se concentran sobre todo en la venta de productos al por menor, venta de comida, servicio doméstico y hospedajes, los cuales no requieren mayores volúmenes de inversión ni especialización, considerándose negocios tradicionales.

Paredes (2019), por su parte también señala que, aunque la participación de las mujeres en la creación de empresas ha sido notoria en los últimos años, siguen estando en desventaja frente a los hombres, lo que también se refleja en la orientación de la investigación sobre el emprendimiento.

2.3.5. Factores que condicionan el emprendedurismo femenino.

Para Álvarez y otros (2012), en el emprendimiento femenino hay muchos factores diferentes que rigen la creación de empresas, siendo los factores formales (políticas de capacitación, financiación, apoyo no económico) menos importantes que los factores informales (roles familiares, redes sociales, conciencia de las habilidades laborales).

Otros factores que obstaculizan las iniciativas empresariales de las mujeres incluyen las redes sociales, el apoyo financiero y el apoyo institucional.

Abanades (2016), además, señala que la política y la economía influyen en la percepción que cada persona tiene de sí misma y de su entorno. Esto afecta de una manera importante a las mujeres, puesto que influye en su comportamiento. Actualmente, se sabe que esta percepción se puede cambiar con intervenciones específicas por ejemplo se pueden usar políticas que fomenten el autoempleo.

En relación a lo anterior ¿Por qué influyen las redes sociales a la hora de que una emprendedora obtenga éxito? Esto se debe a la capacidad de las mujeres para utilizar las redes sociales y los tipos de redes que utilizan. Cuanto más y mejor se utilicen las redes sociales, mayores serán las oportunidades de mercado y la obtención de información importante para las operaciones comerciales y la continuidad del negocio (Abenades, 2016).

2.3.6. Factores relacionados a la motivación de las mujeres para la creación de empresas.

Como se ha ido destacando en el desarrollo del trabajo, el emprendimiento productivo trae consigo progreso en la localidad donde se desarrolle. Los indicadores de ingresos y mejoramiento de calidad de vida de quienes se benefician de estos negocios pueden aumentar.

En este contexto Giménez (2012), realizó una revisión de literatura especializada de los factores relevantes que determinan la creación de

empresas desde el punto de vista femenino. La literatura consultada apuntó a determinar tres factores relacionados a la motivación del emprendimiento femenino como lo son el psicológico, el sociocultural y el económico; partiendo de ello, se propuso un modelo en el cual se mostró la influencia de estos factores en la creación de empresas lideradas por mujeres.

Así González (2022), señala que los aspectos como la satisfacción, la autoevaluación, la capacidad de liderazgo y la independencia son factores positivos que determinan los aspectos psicológicos de las mujeres; mientras que, el miedo al fracaso incide negativamente en la tendencia a establecer un negocio. Las mujeres creen que tienen menos capacidades y destrezas que los hombres en lo que respecta a factores sociales y culturales relacionados con la familia; las mujeres están apegadas al cuidado de sus hijos e hijas y, por tanto, ven que iniciar un negocio tiene un impacto negativo en su papel en la familia. Sin embargo, tras revisar la literatura, se puede encontrar que la familia no es un obstáculo para el desarrollo empresarial, sino que, por el contrario, es un factor relevante. Finalmente, al observar los factores económicos, es posible comprender cómo las mujeres compiten en las pequeñas y medianas empresas con calidad y agilidad.

Algunos autores coinciden en opinar que las mujeres que deciden realizar el proceso de emprendimiento como camino hacia la independencia económica, a pesar de los diversos obstáculos que impone la sociedad, están motivadas por su situación precaria y de clara desventaja, ya sea laboral, profesional o familiar, o porque quieren tener éxito, respondiendo a factores intrínsecos, como la consecución de objetivos personales o el deseo de pleno desarrollo. (Avcı y otros 2022; Santander y otros 2016)

Para Miranda y otros (2023), la motivación sólo existe si existe una necesidad que ser satisfecha y que esta necesidad está ligada al placer, a una meta absoluta, a la relatividad de los beneficios obtenidos o al bienestar. Por tanto, para alcanzar una meta o satisfacer una necesidad, la motivación es la fuerza creada para tal fin. Por tanto, las motivaciones del emprendedor pueden cumplir con criterios relacionados con el impacto que quiere generar en la

sociedad a través de acciones que dejen impacto. Motivación Hay cuatro fuerzas impulsoras que determinan las acciones de un emprendedor: ambición, objetivos, energía, perseverancia y resistencia.

Por lo tanto, la motivación es intrínseca a la psicología humana, porque está implícitamente ligada al nivel de compromiso que atribuyen a la meta a alcanzar. De esta manera, la motivación sirve como una brújula que orienta la actividad y el dinamismo humanos para alcanzar los objetivos. Es como una brújula interna que determinará el camino y el alcance de los objetivos que el individuo se ha propuesto, así como el valor que otorga a la actividad que realizará; en este caso, el emprendimiento como la elección de carrera, que puede verse determinada por un sistema de prioridades sujeto a las metas, la actitud y el contexto cultural y social donde se encuentra inmerso.

2.4. Hipótesis

Las mujeres líderes de Mipymes en el microcentro de la ciudad de Villarrica, Paraguay, en el año 2023, se destacan por su diversificación en los rubros empresariales, su aporte a la generación de empleos es significativo y aplican una amplia gama de estrategias empresariales específicas, habiendo sido impulsadas por la motivación de mejores condiciones y seguridad laboral, más allá de la simple búsqueda de lucro.

2.5 Definición conceptual y operativa de las variables.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Fuente
Perfil de las Mujeres líderes.	Características de las mujeres que ocupan posiciones de liderazgo y toma de	Esta variable será definida por medio de cinco indicadores que se exponen en la	Propietaria y/o encargada. Edad. Estado civil. Nivel de estudios. Experiencia.	Fuentes primarias: mujeres que lideran mipymes en el microcentro de

	decisiones en Mipymes.	siguiente columna.		la ciudad de Villarrica.
Diversificación de rubros.	La variedad de rubros o sectores en los que las Mipymes lideradas por mujeres operan en el microcentro de Villarrica.	Esta variable será definida por medio de dos indicadores que se exponen en la siguiente columna.	Rubros de Mipymes. lideradas por mujeres. Antigüedad en el rubro.	Fuentes primarias: mujeres que lideran mipymes en el microcentro de la ciudad de Villarrica.
Generación de empleos.	Entiéndase como la generación de puestos de trabajo, con la finalidad de expandir la economía, inversión y asignación en empresas que requieren más mano de obra.	Esta variable será definida por medio de tres indicadores que se exponen en la siguiente columna.	Posee empleados. Cantidad de empleados que posee Empleos adicionales anuales.	Fuentes primarias: mujeres que lideran mipymes en el microcentro de la ciudad de Villarrica.
Estrategias empresariales	Las tácticas y enfoques específicos aplicados por las Mipymes lideradas por mujeres.	Esta variable será definida por medio de un indicador que se expone en la siguiente columna.	Estrategias empresariales aplicadas por las mujeres.	Fuentes primarias: mujeres que lideran mipymes en el microcentro de

				la ciudad de Villarrica.
Motivación	Los factores que impulsan a las mujeres a liderar Mipymes en el microcentro de Villarrica.	Esta variable será definida por medio de un indicador que se expone en la siguiente columna.	Factores que motivan a las mujeres para liderar Mipymes.	Fuentes primarias: mujeres que lideran mipymes en el microcentro de la ciudad de Villarrica.

CAPÍTULO III – MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación

La investigación se enmarca en un estudio de tipo descriptivo. Según Hernández y Mendoza (2018), corresponde al “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (pág. 108).

Por lo tanto, la investigación descriptiva permite caracterizar a las mujeres líderes de Mipymes en el microcentro de la ciudad de Villarrica, en términos de sus actividades empresariales, contribución a la generación de empleos, estrategias empresariales y motivaciones.

El estudio tiene un enfoque Mixto. Para Hernández y Mendoza (2018), “Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos” (p. 612).

El diseño de investigación es no experimental, de corte transversal. En este punto Hernández y Mendoza exponen que las investigaciones no experimentales son “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (Hernández y Mendoza, 2018).

Es transversal cuando se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único.

3.2. Población y Muestra

La población de este estudio se compone por todas las mujeres que lideran Mipymes en el microcentro de la ciudad de Villarrica, Paraguay, durante el año 2023.

La Muestra corresponde a 20 mujeres que lideran una Mipymes dentro del microcentro de Villarrica. Según Campoy (2019), “La selección de la muestra

se hace de forma arbitraria, en función de los elementos que están más a su alcance (que sea más accesible)” (p. 84).

El muestreo es no probabilístico por conveniencia. Ya que, “en las muestras no probabilísticas, la elección de las unidades no depende de la probabilidad, sino de razones relacionadas con las características y contexto de la investigación” (Hernández y Mendoza, 2018).

3.3. Métodos, Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos se emplea como técnica la encuesta y se aplica como instrumento un cuestionario de 14 preguntas con opciones múltiples de respuestas cerradas. Según Hernández y Mendoza, (2018), El “cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis” (p. 250).

La encuesta se aplica a las mujeres líderes de Mipymes en el microcentro. Adicionalmente, se emplea como técnica secundaria la Observación in situ de las empresas lideradas por mujeres.

3.4. Procedimientos para la recolección de datos

Para la recolección de datos se previó el envío del cuestionario por Google Forms a las empresas lideradas por mujeres en el período de tiempo estudiado a partir de la identificación de estas Mipymes por medio de la observación.

3.5. Análisis e interpretación de datos

Para el análisis de los datos recogidos mediante la encuesta se lleva a cabo un análisis estadístico de los datos recabados, utilizando tablas y gráficos de Microsoft Excel 2016. Se emplea la estadística descriptiva, expresando las variables en gráficos y tablas de frecuencia y porcentaje, acompañados de su interpretación técnica.

3.6. Consideraciones Éticas

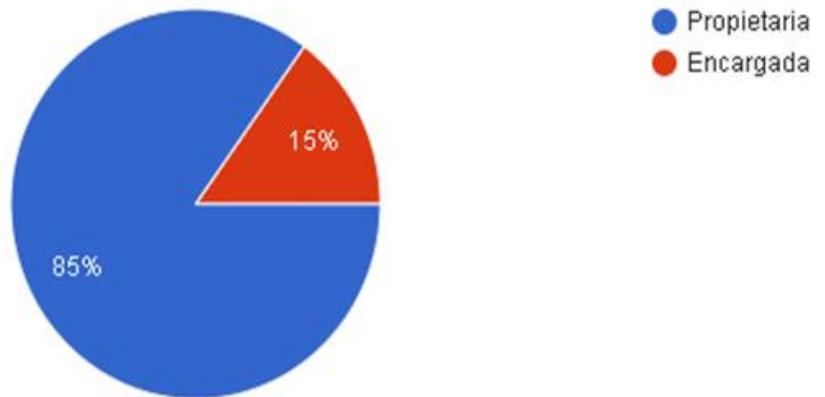
Para la aplicación de los instrumentos se consideran los siguientes aspectos éticos.

- Se solicitó el consentimiento informado a las Mujeres propietarias de la Mipymes para participar de la investigación
- El instrumento aplicado es anónimo, sin consignar los datos personales, de modo a mantener la confidencialidad de las informaciones recabadas.
- Se respetó la voluntad de los participantes a ser encuestados, si no desean participar de la misma, no lo hacen.

CAPÍTULO IV – MARCO ANALÍTICO

4.1. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Gráfico 3: Frecuencia de Mujeres que lideran Mipymes

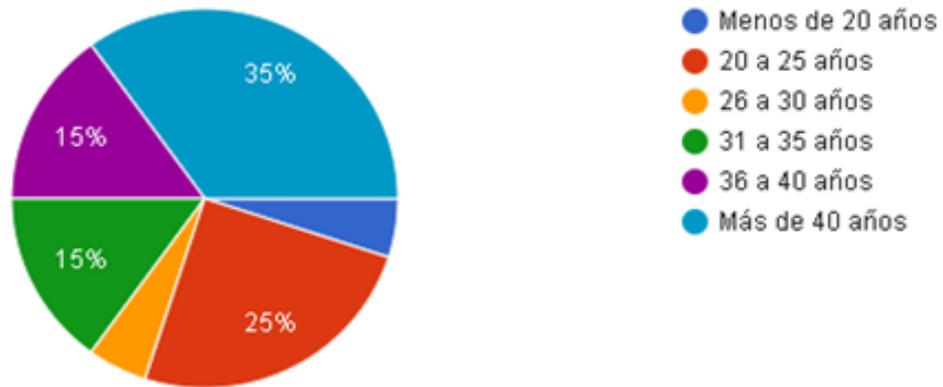


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

De un total de 20 mujeres encuestadas, la mayoría ha respondido en carácter de propietaria, mientras que una minoría ha respondido la encuesta como encargada del local.

Gráfico 4: Edad de las mujeres que lideran Mipymes

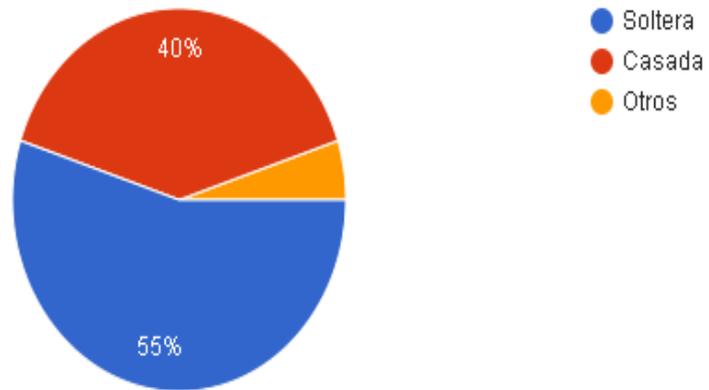


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

En cuanto a la edad de las mujeres que lideran Mipymes se observa mayor cantidad de encuestadas con más de 40 años, en menor proporción las de 20 a 25 años, de 31 a 35 años, de 36 a 40 años respectivamente y por último las menores de 20 años y las de 26 a 30 años. La investigación realizada por Simón (2019) también arrojó mayor porcentaje mujeres emprendedoras de 41 años coincidiendo con esta investigación.

Gráfico 3: Estado civil de las mujeres que lideran Mipymes

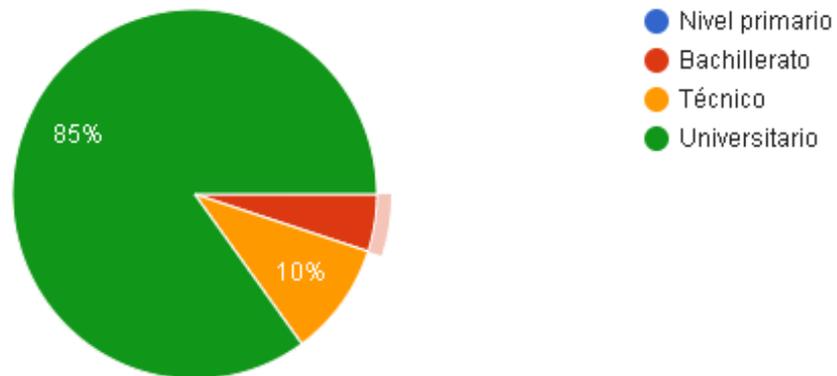


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

En relación al estado civil más de la mitad de las mujeres que lideran Mipymes dentro de la ciudad de Villarrica, respondieron que son de estado civil soltera, el 40% de las encuestadas indicaron estar casadas y el restante 5% señalaron la opción otros.

Gráfico 4: Nivel académico de las mujeres que lideran Mipymes

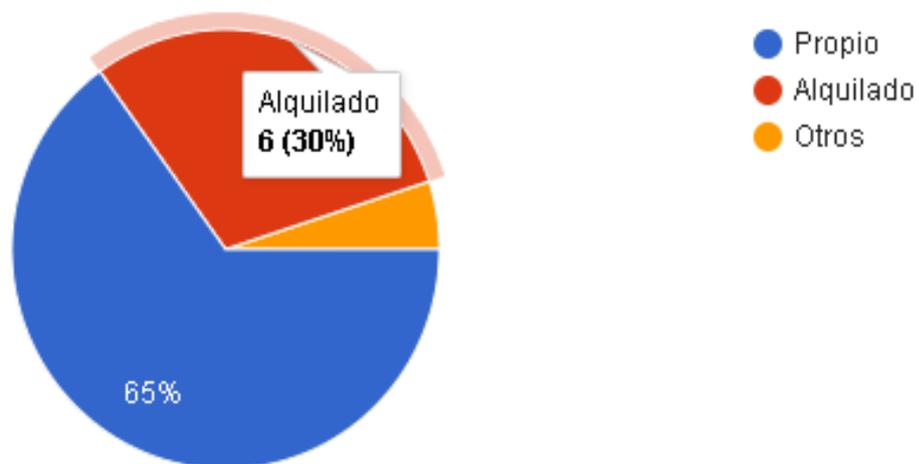


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

En lo referente a los estudios cursados de las mujeres que lideran Mipymes, de la mayoría cuentan con estudio Universitarios, se observa en menor porcentaje de mujeres con nivel técnico y estudios nivel bachillerato. En este punto se observa que la mayoría de las mujeres cuentan con estudios Universitarios lo que representa un factor positivo para gerenciar la creación de empresas.

Gráfico 5: Condición del local donde se sitúa la empresa.

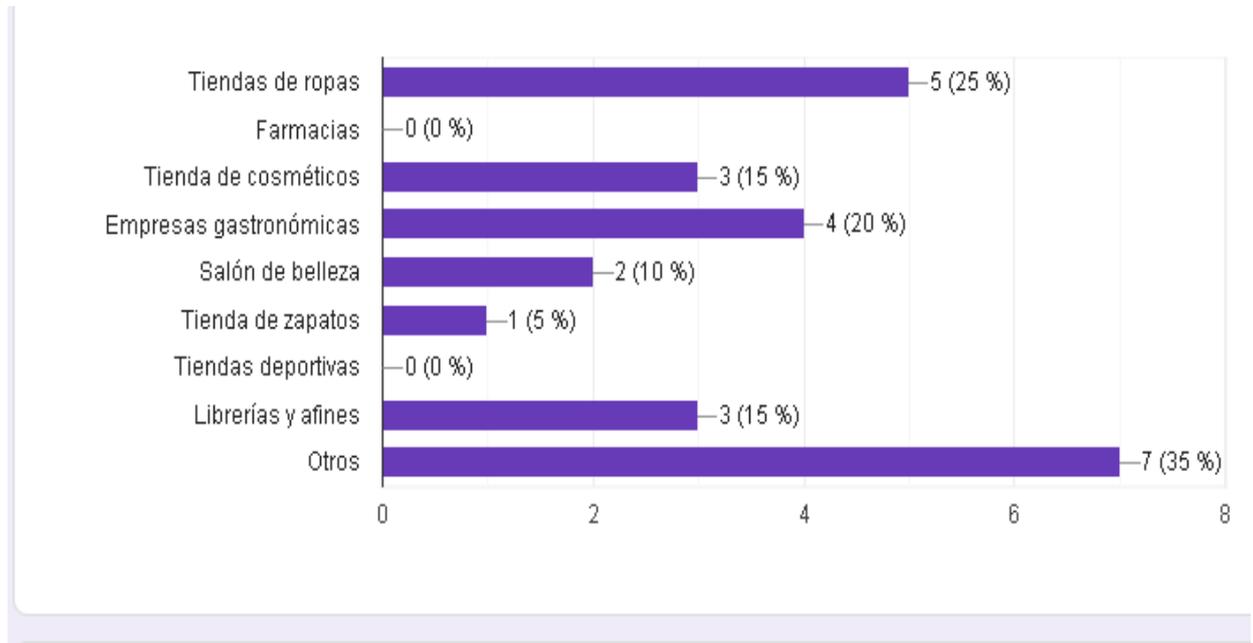


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

En cuanto a la condición del local donde se sitúa la empresa, la mayoría de las encuestadas respondieron que el inmueble es de su propiedad, solo un bajo porcentaje de las empoderadas alquilan el lugar donde se sitúa la empresa.

Gráfico 6: Rubro o actividad principal de la empresa

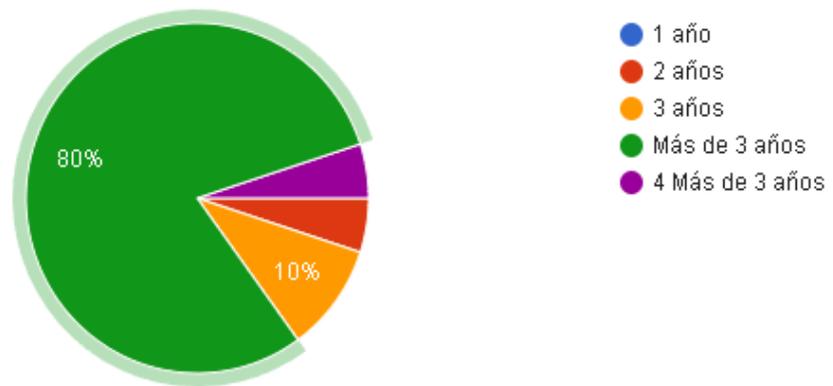


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

Sobre la consulta en cuanto al rubro, sobresale la opción otros, mientras que una mayoría se concentra en tiendas de ropas, el resto corresponde a empresas gastronómicas, las tiendas de cosméticos, librerías, salones de belleza y zapaterías. Este resultado es similar con lo obtenido por Benítez (2022), donde hubo una participación importante de mujeres que lideran los rubros servicios personales, hoteles y restaurantes, comercio entre otros.

Gráfico 7: Antigüedad en el liderazgo de la empresa

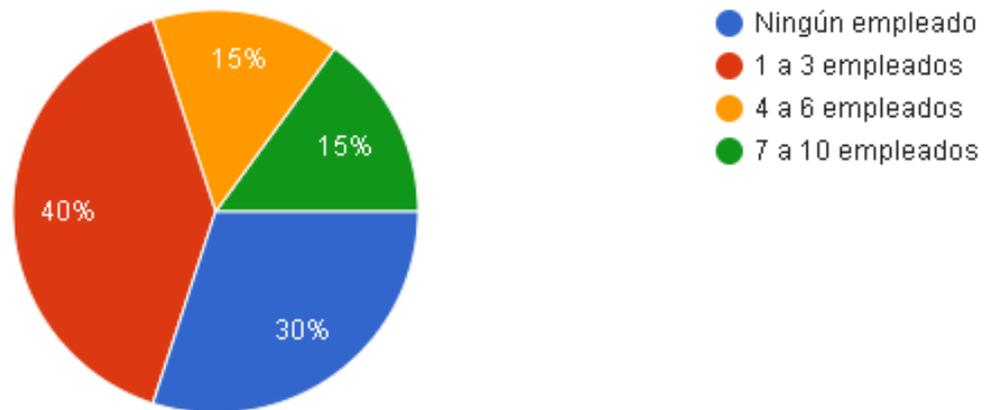


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

Respecto al tiempo de liderazgo de la empresa se constata que la mayoría de las mujeres tiene más de 3 años liderando su propia empresa, en menor porcentaje se encuentran las que lideran hace 3 años y 2 años.

Gráfico 8 Cantidad de empleados que trabajan en la empresa

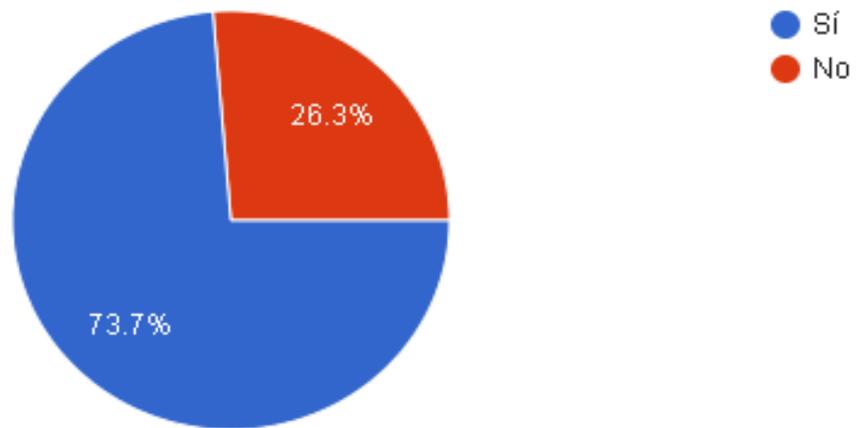


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

En relación a la cantidad de empleados que posee la empresa, hubo mayor porcentaje de empoderadas que manifestaron contar de entre 1 a 3 empleados, y algunas no cuentan con ningún empleado, un bajo porcentaje de mujeres cuentan con 4 a 6 empleados y 7 a 10 empleados, respectivamente. Burgos y otros (2022), señalan que la mujer emprendedora tiene impacto en la economía paraguaya e indica que el 2,5% de las empresas lideradas por mujeres emplean hasta 10 personas.

Gráfico 9 Generación de empleos anuales en las Mipymes lideradas por mujeres.

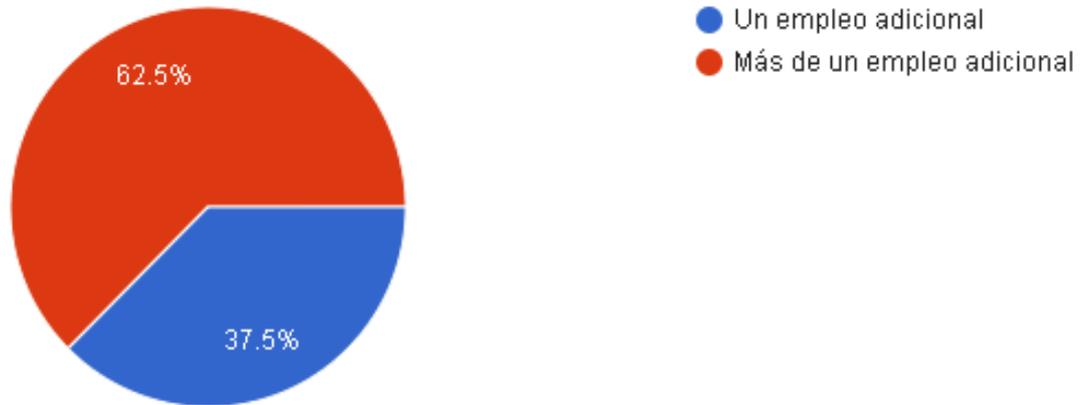


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

En relación a la generación de empleos adicionales la mayoría de las empoderadas si crean emplean adicionales, mientras que solo una pequeña parte no genera empleos adicionales anualmente, así las Mipymes situadas en la zona céntrica de Villarrica generan fuentes de trabajo como la contratación de personales para atención al cliente, mano de obra para confección en el caso de tiendas de ropas, en las empresas gastronómicas la adquisición de productos frescos como leche, frutas, verduras huevos, quesos de los pequeños agricultores de la zona favoreciendo el crecimiento económico de la comunidad.

Gráfico 10: Cantidad de empleos adicionales que se generó en el último año.

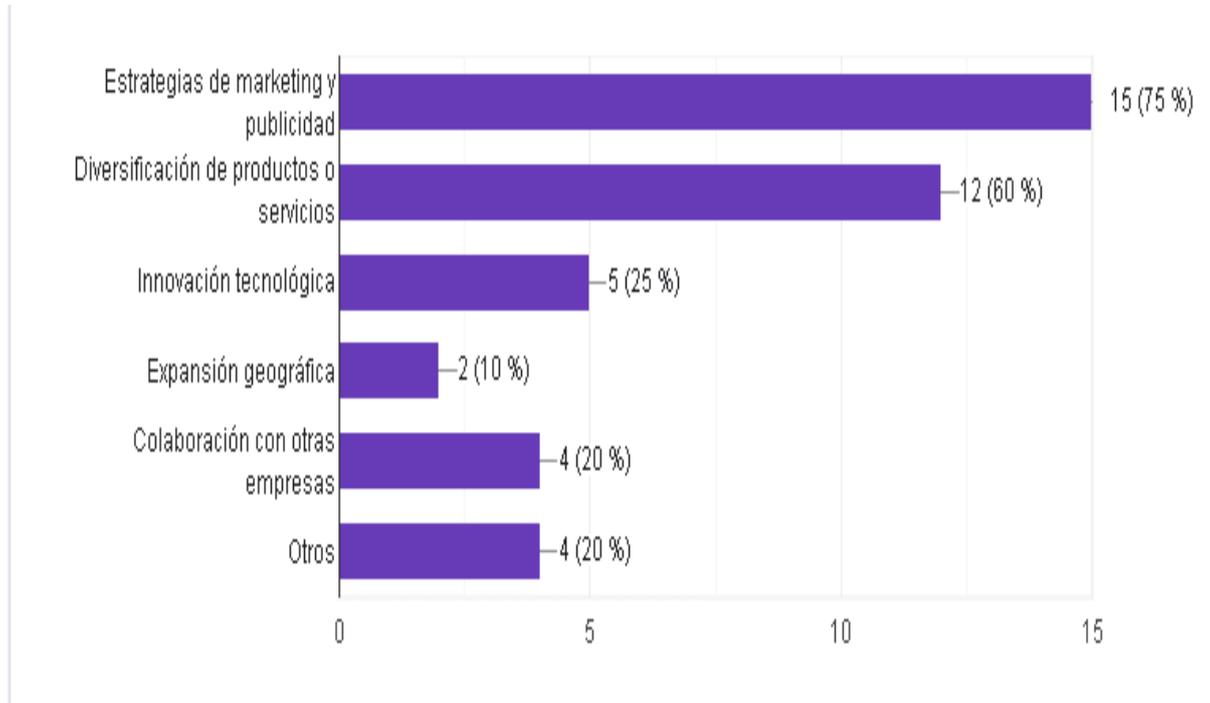


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

Como se puede observar y en coincidencia con el punto anterior el 62,5% de las Mipymes lideradas por mujeres durante el último año generó más de un empleo adicional, mientras que el 37,5% generó un empleo adicional. Elizundia (2015), señala la importancia de resaltar el emprendimiento femenino teniendo en cuenta que alrededor del 35-40% de los micro, pequeños y medianos negocios son operados por Mujeres lo cual fortalece el desarrollo económico de una región.

Gráfico 11: Estrategias o enfoques empresariales implementados para promover el crecimiento y sostenibilidad de su empresa



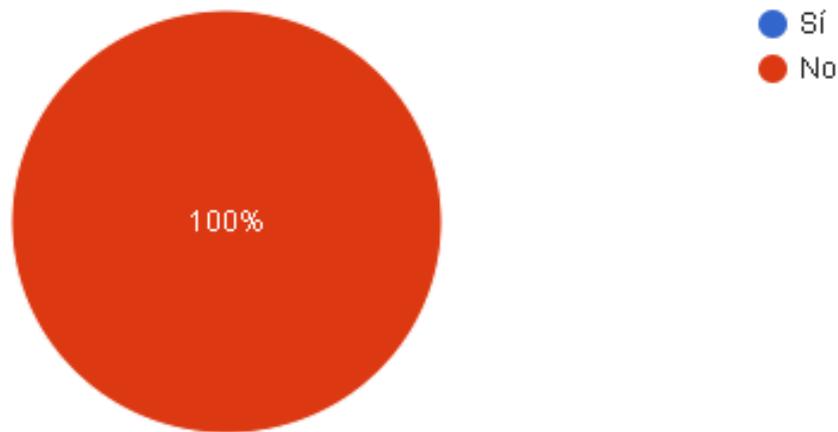
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

Según las respuestas obtenidas en cuanto a las estrategias y/o enfoques empresariales implementado para promover el crecimiento y sostenibilidad de su empresa se destaca que la estrategia predominante es el marketing y publicidad realizado por el 75% de las empoderadas, mientras que en un 12% indican Diversificación de productos o servicios, el 10% señalan como estrategia la expansión geográfica y en menor proporción corresponde a la innovación tecnológica y colaboración con otras empresas y otros, en un 5% y 4% respectivamente.

Este resultado coincide con la literatura consultada donde se expone que, cuanto más y mejor se utilicen las redes sociales, mayores serán las oportunidades de mercado y la obtención de información importante para las operaciones comerciales y la continuidad del negocio y como es bien sabido actualmente las redes sociales son una herramienta fundamental dentro del marketing digital utilizado para la promoción y comercialización de todo tipo de productos.

Gráfico 12 Percepción sobre los inconvenientes para liderar Mipymes como mujer

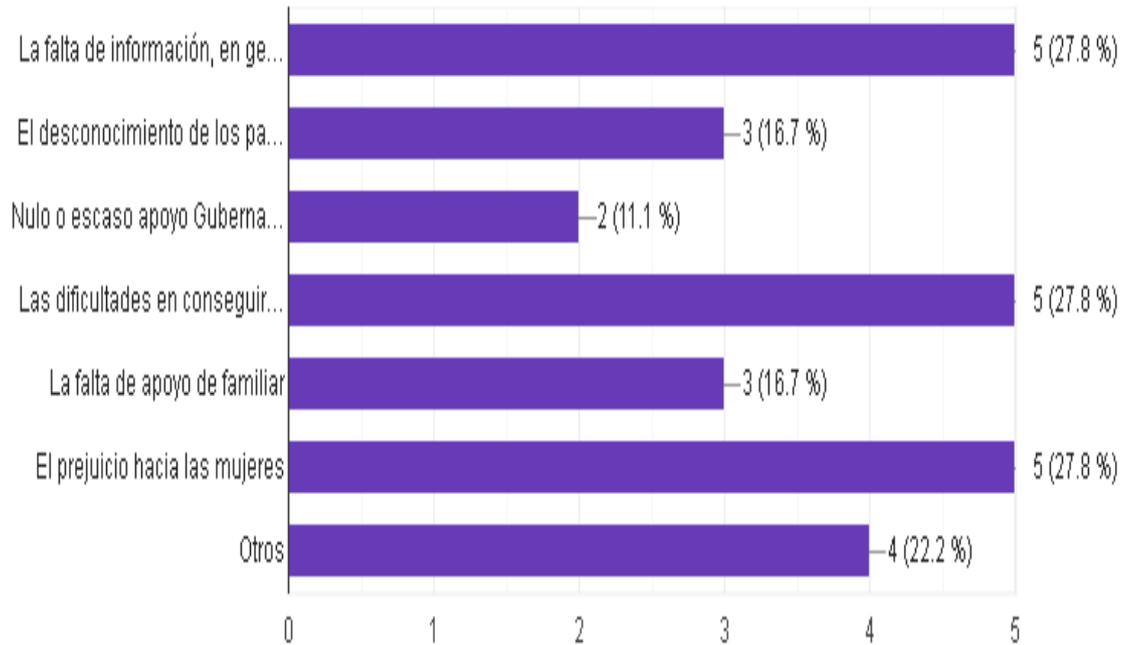


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

Si bien este resultado revela que la totalidad de las mujeres que lideran las mipymes en la zona céntrica de Villarrica no es ningún inconveniente la condición femenina para desarrollar la actividad empresarial, las expresiones de Martínez et al. (2020), sin embargo difieren de este punto ya que para su parecer existe un impacto diferenciado en la mujer debido a las desigualdades limitan su emprendimiento; como ser, el acceso a fuentes de financiamiento, falta de capacitación, barreras legales y regulatorias que dificultan la instalación de sus empresas y estereotipo de género que las obligan a cumplir con normas sociales.

Gráfico 13 Principales dificultades como mujer para iniciar una actividad empresarial



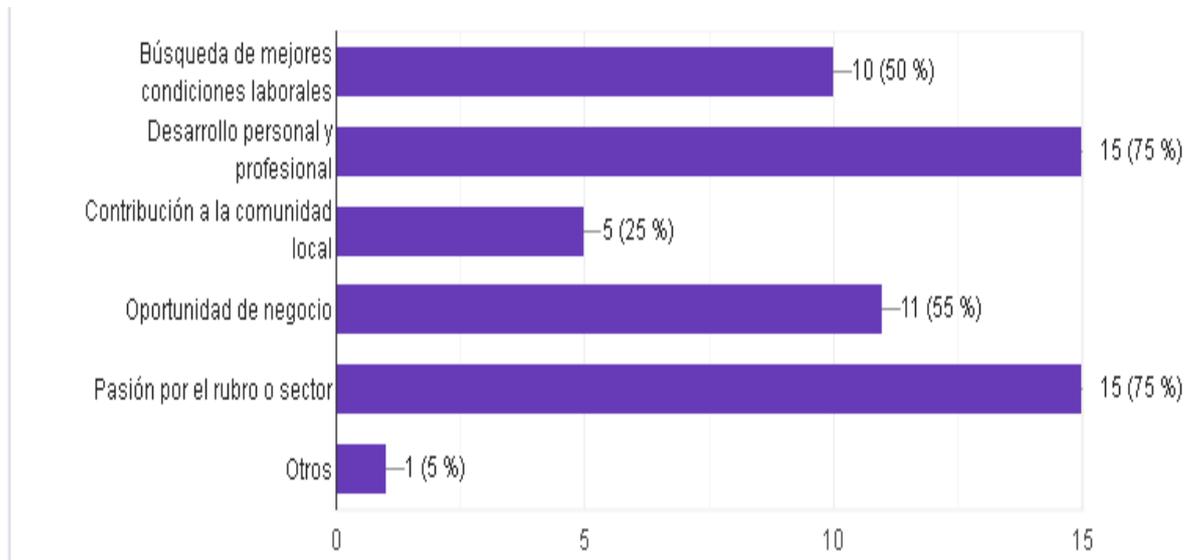
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

Se puede visibilizar sobre las dificultades como mujer para iniciar una actividad empresarial que el sobresalen como las principales la falta de información en general, las dificultades en conseguir apoyo financiero y el prejuicio hacia las mujeres comparten mientras las demás mujeres indican la opción otros, en menor porcentaje manifiestan que por el desconocimiento de los pasos legales a seguir y la falta de apoyo familiar y por último y la dificultad se debe al nulo o escaso apoyo Gubernamental.

En este punto cabe resaltar las palabras de Martínez y otros (2020) quienes manifiestan que existe un impacto diferenciado en el emprendedurismo de la mujer por las desigualdades preexistentes; tales como, el acceso a fuentes de financiamiento, falta de capacitación, barreras legales y regulatorias que dificultan la instalación de sus empresas y estereotipo de género que las obligan a cumplir con normas sociales.

Gráfico 14 Factores que motivan el liderazgo empresarial de una mujer Indicar que factores le motivaron su liderazgo en una Mipymes



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

Sobre los aspectos motivacionales para liderar una Mipymes, la mayoría de las empoderadas se sienten motivadas por su desarrollo personal y profesional, así como su pasión por el rubro, otro porcentaje menor de empoderadas lo hacen buscando mejores condiciones laborales, por la oportunidad de negocio, para poder contribuir con la comunidad local y por último señalan la opción otros.

Este resultado coincide con la bibliografía consultada la cual expresa que las mujeres que deciden realizar un emprendimiento se sienten motivadas por la superación de la condición económica, por la oportunidad de independencia laboral o familiar, o porque quieren tener éxito.

CAPÍTULO V – CONCLUSIONES

5.1. CONCLUSIONES

En base a la bibliografía consultada no cabe duda que la participación del género femenino en el mundo empresarial ha tomado fuerza, y por ello, despertó el interés para realizar el estudio sobre la caracterización de las mujeres que lideran MIPYMES en el microcentro de la ciudad de Villarrica, Paraguay, en el año 2023, la cual arrojó la siguiente conclusión:

Del total de mujeres encuestadas, más de la mitad ha respondido en carácter de propietaria; el grupo etario que predomina es de 40 años de edad; mientras que la mayoría son mujeres solteras y cuentan con estudios universitarios, sobre la condición del local responde a la categoría alquiler.

Con relación al rubro de la actividad principal al rubro de la actividad principal, se destaca la respuesta “otros”, mientras que se visibiliza tiendas de ropas entre las empresas lideradas por mujeres.

La mayoría de las mujeres encuestadas posee entre 1 a 3 empleados, lo cual demuestra la oportunidad de empleo directo. Asimismo, más de la mitad genera empleos adicionales anualmente.

Sobre las estrategias o enfoques empresariales implementados para promover el crecimiento y sostenibilidad de su empresa sobresale en más de la mitad, las estrategias de marketing y publicidad.

De manera concreta sobre los factores que motivaron su liderazgo en una Mipymes para la mayoría de las propietarias fue el desarrollo personal y profesional, contribución a la comunidad local seguido de la búsqueda de mejores condiciones laborales y pasión por el rubro o sector.

Las limitaciones del trabajo se basan fundamentalmente en el alcance en relación a la muestra de estudio. Lo cual sugiere que se ha ajustado a la capacidad humana y económica disponible para la realización del trabajo.

Como punto final y respondiendo a la hipótesis: Las mujeres líderes de Mipymes en el microcentro de la ciudad de Villarrica, Paraguay, en el año 2023, se destacan por su diversificación en los rubros empresariales, su aporte a la generación de empleos es significativo y aplican una amplia gama de estrategias empresariales específicas, habiendo sido impulsadas por la motivación de mejores condiciones y seguridad laboral, más allá de la simple búsqueda de lucro.

Se evidencia que en concreto las mujeres que lideran Mipymes en el microcentro de la ciudad de Villarrica se destacan dentro del rubor de tiendas de ropas, generan oportunidades laborales dentro de la comunidad y son motivadas por su desarrollo personal buscando mejorar sus condiciones de calidad de vida e independencia económica, lo cual confirma íntegramente la hipótesis planteada.

5.2. RECOMENDACIONES Y APERTURA A FUTURAS INVESTIGACIONES

A las entidades financieras:

Es necesario crear nuevas líneas de microcrédito accesibles y fortalecer las existentes en el mercado financiero, a fin de que las mujeres emprendedoras puedan pagar sin afectar la estabilidad de la empresa.

A los Organismos gubernamentales

Fomentar la capacitación constante desde el aspecto financiero y tecnológico a fin de que las mujeres líderes de las Mipymes tengan mayor oportunidades de crecimiento.

A la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas, específicamente desde la Carrera de Economía

Organizar charlas educativas en las instituciones de formación profesional femenino a fin de ampliar el conocimiento y estrategias de planificación para la creación de una Mipymes.

Para Futuras investigaciones se plantea

Oportunidades para la creación de Microempresas lideradas por mujeres cuentapropistas desde el sector manufactura en la ciudad de Villarrica.

BIBLIOGRAFÍA

- Abanades M. (2016) El emprendimiento femenino y la gestión estratégica de la innovación como instrumento clave para un proceso de cambio empresarial. https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/54767/5/mabanades_TFG0616memoria.pdf
- Alvarez A Cáceres MP.(2017). Diagnóstico de motivos del emprendimiento femenino en la asociación de mujeres empresarias del Perú (Capítulo Arequipa), 2017 <https://core.ac.uk/download/pdf/225489898.pdf>
- Álvarez, C; Noguera, M; Urbano, D. (2012) Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino. Un estudio cuantitativo en España. Universidad Autónoma de Barcelona y Universidad de Medellín. http://www.minetur.gob.es/publicaciones/publicaciones_periodicas/economíaindustrial/revistaeconomíaindustrial/383/claudia%20alvarez.pdf
- Avcı, N., y Gümüş, S. (2022). The motivations of women entrepreneurs in the tourism industry. *Istanbul Business Research*, 51(1), 279-290. doi: <https://doi.org/10.26650/ibr.2022.51.910006>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2023). Informe del BID y ONU Mujeres: A pesar de los avances, aún existen desafíos para ofrecer programas de financiamiento para las mujeres y sus empresas. Montevideo: BID.
- Barrientos, E. (2019). Caracterización del liderazgo y la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, rubro venta de ropa femenina, distrito de Ayacucho, 2018. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/9176>

- Benítez, N., Laham, S., Rojo, S., & Schteingart, D. (Marzo de 2022). Mipymes lideradas por mujeres. Obtenido de Ministerio de desarrollo productivo Argentina y Secretaría de la pequeña y mediana empresa y los emprendedores, junto con el Gabinete de Género y el Centro de Estudios para la Producción:
https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/10/dt_3_-_mipymes_lideradas_por_mujeres.pdf
- Bóveda JQ. Oviedo A y Yakusik L(2015). Manual de emprendedorismo. Ficha Técnica. https://www.jica.go.jp/Resource/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_01.pdf
- Campoy Aranda, T. (2019). Metodología de la Investigación Científica. Manual para la elaboración de tesis y trabajos de investigación. Asunción: Marben.
- Cardozo, S., & Kwan, K. (2018). Estilo de liderazgo situacional predominante en las Micro y pequeñas empresas de Asunción, Paraguay. Obtenido de http://scielo.iics.una.py/scielo.php?pid=S2414-89382018000200117&script=sci_arttext
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) . (2023). CEPAL destaca la necesidad de promover la plena participación de las mujeres en las empresas para una recuperación transformadora. Montevideo: CEPAL.
- Contreras, P. Vargas, E. Cruz, G. Serrano, R.(2020) Emprendimientos femeninos: de lo económico a lo sustentable. Vol. 41 (31) 2020 Art. 18 <https://www.revistaespacios.com/a20v41n31/a20v41n31p18.pdf>
- Simón J. (2020) Mujeres Emprendedoras y Situación de sus Unidades Económicas en la Zona De Tuxtepec, OAXACA, MÉXICO. Volumen 05 - N°

- 02, Enero – Julio. file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-MujeresEmprendedorasYSituacionDeSusUnidadesEconomi-7863445.pdf
- Elizundia, M. (2015). Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género. *Contaduría y Administración*, 60(2), 468-485. doi: 10.1016/S0186-1042(15)30010-3
- Encina, L., & López, G. (19 de Agosto de 2021). Emprendedorismo femenino: un estudio multicaso de factores que influyen en la intención emprendedora. Obtenido de Universidad Nacional de Pilar: <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/374>
- Giménez, D. (2012). Factores del emprendimiento femenino: Una revisión bibliográfica. *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*, 17-38. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5855396>
- González P. Caballero N(2022) El rol de la mujer emprendedora y el impacto en la economía paraguaya . *Ciencias Económicas*. 2022; 3(5):107-117. file:///C:/Users/Usuario/Downloads/ARTICULO7.pdf
- Guerrero A. y Cruz D.(2023) Análisis de la gestión empresarial del emprendimiento femenino en tiempo de pandemia COVID-19 en la región Piura. Trabajo de Grado. https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/5989/AE_2301.pdf?sequence=7&isAllowed=y
- Hernández-Sampieri R. Mendoza Christian Paulina(2018). Metodología de la Investigación: Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta. McGRAW-HILL Interamericana Editores, S.A. de C. V
- León, Y., Aguas, T. y Rojas, A. (2018). Características de las mujeres emprendedoras. (Tesis de pregrado). Universidad Cooperativa de

- Colombia. Colombia. Recuperado de
<https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/6018/1/2018%20-%20Aguas%2C%20Rojas%20y%20Leon%20%20-%20%20Caracteristicas%20de%20Mujeres%20Emprendedoras%20.pdf>
- Ley N° 4457/ Para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES).
<https://labformalizacion.org.py/?p=1202#:~:text=La%20presente%20Ley%20tiene%20por,servicios%2C%20y%20darles%20identidad%20jur%C3%ADdica>
- Marconi, Marina de Andrade; Lakatos Eva Maria (2017). Fundamentos de metodología científica. 7. ed. São Paulo: Atlas. Brasil.
- Martínez, M., Anderson, H., Piñeres, B., Villarreal, E., y Sandoval, J. (2020). COVID-19 en la vida de las mujeres. En Comisión Interamericana de Mujeres. <http://www.oas.org/cim>
- Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social. (13 de Julio de 2021). Micro, pequeñas y medianas empresas. Obtenido de MTESS : <https://www.mtess.gov.py/formalizacion/formalizacion-mipymes/micro-pequenas-y-medianas-empresas>
- Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social. (Diciembre de 2022). Boletín sobre formalización y empleo de Mipymes. Obtenido de Mtess: https://www.mipymes.gov.py/wp-content/uploads/2023/04/23-04-2023_Boletin-formalizacion-y-empleo-mipymes.pdf
- Miranda J. D. Sandoval, M. C y Berttolini Díaz, G.(2023) Factores motivacionales que determinan el emprendimiento de las mujeres en Tabasco, México. *región y sociedad*, [S. l.], v. 35, p. e1712, 2023. DOI:

10.22198/rys2023/35/1712.:

<https://regionysociedad.colson.edu.mx/index.php/rys/article/view/1712>

Miranda Sánchez, Jennifer Darvelia, Sandoval Caraveo, María del Carmen, & Berttolini Díaz, Gilda María. (2023). Factores motivacionales que determinan el emprendimiento de las mujeres en Tabasco, México. *Región y sociedad*, 35, e1712. Epub 02 de junio de 2023. <https://doi.org/10.22198/rys2023/35/1712>

Ordoñez, D., Castillo A. & Rodríguez I. (2021). Empoderamiento de la mujer en el emprendimiento y la innovación. *Población y Desarrollo*, 27(52), 69-91. Epub June 00, 2021. <https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2021.027.52.069>

Organización Internacional del Trabajo. (2021). Paraguay: situación actual de las Mipymes y las políticas de formalización. Chile: OIT.

Paredes, S., Leal, M. & Saavedra, M. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Suma de Negocios*, 10(23), 158-167. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S2215-910X2019000300158&script=sci_abstract&tlng=en

Peña, J., Prieto, Bryan, & Ruíz, M. d. (2020). Caracterización y motivaciones para el emprendimiento femenino en Mipymes de Villavicencio - Colombia. *Tendencias*, 146-168.

Poder Legislativo Paraguayo. (16 de Mayo de 2012). Ley N°4457 Para las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes). Obtenido de Biblioteca y Archivo Central del Congreso de la Nación: <https://www.bacn.gov.py/leyes->

paraguayas/8272/ley-n-4457-para-las-micro-pequenas-y-medianas-empresas-mipymes

Preciado Hoyos, Á., & Monsalve Gómez, Mf (2008). El liderazgo en la gestión de la empresa informativa. *Revista Ciencias Estratégicas* , 16 (19), 79-96. <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151312831006.pdf>

Ramírez, R., J. L. Abreu y M. H. Badii.(2008) La motivación laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales: Caso empresa manufacturera de tubería de acero. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 3(1) : 143-185. ISSN 1870-557X.

Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española. (2011) Definición de Lider. *Diccionario panhispánico de dudas (DPD)* [en línea], <https://www.rae.es/dpd/líder>.

Riveros A.(2020) Conceptos para entender qué es una estrategia empresarial. <https://www.ealde.es/definicion-estrategia-empresarial/>

Rojo, S.; Benitez, N.; Schteingart, D.; y Laham, S. (2022). Mipymes lideradas por mujeres. *Serie Investigaciones en Red*, documento N° 3. Centro de Estudios para la Producción XXI, Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y los Emprendedores, Gabinete de Género - Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación

Ruiz, M., Peña, J. y Prieto, B. (2020). Caracterización y motivaciones para el emprendimiento femenino en MIPYMES de Villavicencio - Colombia. *Tendencias*,21(2), 146-166. <https://doi.org/10.22267/rtend.202102.145>

- Ruíz, M., & Villanueva, I. (2023). El liderazgo femenino y su influencia en la competitividad empresarial de las Mipymes de la Asociación de Mujeres Empresariales del Perú al año 2021. Obtenido de <http://38.43.142.130/handle/20.500.12672/19496>
- Sánchez E. y Sanabria D. (2020) La innovación en las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) de Paraguay: Factores Determinantes, Tipologías y Resultados. https://www.conacyt.gov.py/sites/default/files/upload_editores/u454/LIBRO_Innovacion%20Pymes%20Py%20%281%29.pdf
- Santander H. (2017) Paraguay: Situación actual de las mipymes y las políticas de formalización. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms_614907.pdf
- Santander-Astorga, P., Fernández-Robin, C., y Yáñez-Martínez, D. (2016). Motivaciones y condicionantes contextuales en el emprendimiento liderado por mujeres chilenas. *Revista de Ciencias Sociales (Venezuela)*, 22(2), 63-77. doi: <http://dx.doi.org/10.31876/rcs.v22i2.24860>
- Serrano B. Portalanza A. (2014) Influencia del liderazgo sobre el clima organizacional. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X14700266>
- Zeb, A., & Ihsan, A. (2020). Innovation and the entrepreneurial performance in women-owned small and medium-sized enterprises in Pakistan. In *Women's Studies International Forum* (Vol. 79, p. 102342). Pergamon. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S027753951930366>

ANEXOS

ANEXO A – INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Encuesta aplicada a las Mujeres líderes de Mipymes de la zona céntrica de la ciudad de Villarrica.

Este cuestionario tiene como finalidad analizar las características de las mujeres que lideran MIPYMES en el microcentro de la ciudad de Villarrica, Paraguay, en el año 2023. Por lo que le solicito pueda responder lo más sincera posible las siguientes preguntas.

El cuestionario es de carácter anónimo. Todos los datos registrados serán manejados con exclusiva confidencialidad.

Muchas gracias por su colaboración.

Características de las mujeres que lideran MIPYMES en el microcentro

1. ¿Ud. lidera la Mipymes en carácter de:

Propietaria

Encargada

2. ¿Podría indicar su Edad?

Menos de 20 años

20 a 25 años

26 a 30 años

31 a 35 años

36 a 40 años

Más de 40 años

3. Estado civil:

Soltera

Casada

Otros

4. Estudios cursados

Nivel primario

Bachillerato

Tecnico

Universitarios

5 Acerca de la empresa

2. El local donde se situa su empresa es:

Propio

Alquilado

Otros

6. ¿Podría indicar a qué rubro o sector opera su empresa?

Tiendas de ropas

Farmacias

Tienda de cosméticos

Empresas gastronómicas

Salón de belleza

Tienda de zapatos

Tiendas deportivas

Librerías y afines

Otros

7. ¿Hace cuánto tiempo viene liderando su empresa?

1 año

2 años

3 años

Más de 3 años

8. ¿Cuántos empleados trabajan actualmente en su empresa?

1 a 3 empleados

4 a 6 empleados

7 a 10 empleados

9. Su empresa genera empleos adicionales anualmente?

Sí

No

10. ¿Qué estrategias o enfoques empresariales has implementado para promover el crecimiento y la sostenibilidad de tu empresa? (marca todas las que apliquen)

Estrategias de marketing y publicidad

Diversificación de productos o servicios

Innovación tecnológica

Expansión geográfica

Colaboración con otras empresas

Otros

11. ¿Cuáles de los siguientes factores motivaron su liderazgo en una Mipymes? (marca todas las que apliquen)

Búsqueda de mejores condiciones laborales y seguridad laboral

Desarrollo personal y profesional

Contribución a la comunidad local

Oportunidad de negocio

Pasión por el rubro o sector

Otros

12. ¿Podría mencionar si la condición femenina ha sido un inconveniente en la actividad empresarial o profesional que usted desarrolla?

Sí

No

13. Desde su punto de vista, la principal dificultad para iniciar una actividad empresarial es:

La falta de información, en general

El desconocimiento de los pasos legales a seguir

Nulo o escaso apoyo Gubernamental

Las dificultades en conseguir apoyo financiero

La falta de apoyo de familiar.